

CLUBES

El Real Madrid crece en Asia con el patrocinio de China Citic Bank

El equipo blanco ha anunciado que colaborará junto con la entidad financiera propiedad del Gobierno, que inicialmente lanzará tarjetas de crédito personalizadas

Palco23

21 nov 2018 - 18:50



El Real Madrid aumenta su presencia en China. El club ha firmado un contacto de patrocinio con China Citic Bank, una de las principales entidades financieras del país. Los términos económicos del contrato no se han hecho públicos, aunque el club acostumbra a cobrar más de dos millones de euros anuales por alianzas regionales.

El acto celebrado en Pekín ha sido presentado por Emilio Butragueño, director de relaciones institucionales del Real Madrid, y Roberto Carlos, embajador del club. Port parte de la entidad financiera también estuvo Guo Danghuai, el vicepresidente. “China está entre los mercados más importantes para el Real Madrid. Siempre nos hemos comprometido con una mejor comunicación e interacción con nuestros aficionados a través del mundo”, ha señalado Butragueño.

También explicó que la colaboración reforzará la relación con los fans chinos, ya que “el acuerdo entre la marca China Citic Bank y el Real Madrid para crear esta tarjeta de crédito es un puente de comunicación para mejorar la relación con los seguidores del Real Madrid”. “También representa un movimiento innovador para construir la

presencia del club en el mercado chino”, ha añadido.

Este contrato sitúa a China Citic Bank en una categoría donde también están muchas compañías que solo utilizan los derechos de imagen en un país, como pasa en España con CaixaBank, Codere, Coca-Cola, Solán de Cabras o Sanitas, que recientemente amplió su contrato por tres años más. También están la saudí STC, y las cerveceras Tecate, de México, y Star, de Nigeria.

En un nivel superior están los patrocinadores globales, donde figuran Nivea Men, Audi, Hankook, Mahou, Exness, EA Sports y Hugo Boss. Ya en el nivel superior están Adidas, cuyo contrato vence en 2019-2020 y debe renovarse próximamente, y Emirates, que hace un año se aseguró su continuidad en el frontal de la camiseta del Real Madrid hasta 2021-2022, como adelantó este diario.

Es la primera vez que el club blanco realiza una colaboración de este tipo en China, un país en el que ya ha dado sus primeros pasos en la tarea de promoción del fútbol a través de la escuela Tsinghua University. Además, en el gigante asiático tiene un acuerdo para abrir en los próximos años un parque temático.

El área comercial se ha convertido en el auténtico motor del negocio madridista, con un crecimiento del 16% en 2017-2018, hasta 297 millones de euros; en 2018-2019 se elevarán los ingresos por este concepto a 305,24 millones. Los contratos de patrocinio y licencia supusieron 239,68 millones de euros (+18,2%), mientras que la actividad de las 18 tiendas gestionadas por Adidas generó 26,47 millones (+5%).