

CLUBES

El Real Madrid refuerza su presencia en Asia con su primera casa de apuestas en la región

El club ha alcanzado un acuerdo de patrocinio regional para Asia con Manbetx, el primero de este tipo en el continente, que se suma a la alianza en España con Codere. Betfair colabora con el baloncesto.

M.Menchén
20 sep 2018 - 18:00

El Real Madrid refuerza su presencia en Asia con su primera casa de apuestas en la región

El Real Madrid suma nueva pieza en su plan para consolidar los ingresos comerciales por encima de los 300 millones de euros. Fuentes del sector señalan a *Palco23* que próximamente se hará oficial la entrada de Manbetx como patrocinador regional del club. Los términos económicos no se han hecho públicos, pero el acuerdo englobaría a todo el mercado asiático, por lo que estaría por encima de los dos millones de euros anuales que puede pagar una marca por asociarse a un solo territorio.

Se trata de un acuerdo de calado, en tanto que es la primera vez que el club firma con una casa de apuestas en uno de los continentes que más dinero mueven en juego online. Para Manbetx no es su primera experiencia en el patrocinio deportivo, puesto que esta temporada luce en el frontal de la camiseta del Crystal Palace de la Premier League. En este caso, además, podrá utilizar la imagen del primer equipo sin necesidad de solicitar una licencia en España, pues las acciones promocionales serán en el extranjero.

Este contrato ha sido posible gracias a la segmentación que ha venido aplicando el equipo blanco en la categoría de apuestas, donde no tiene ningún socio global desde que se dio por finalizada la relación con Bwin. Su testigo lo cogió Codere, pero limitó su activación de la asociación a España, que es donde concentra buena parte de su negocio junto a Latinoamérica. Además, el equipo de patrocinios dirigido por Jaime Colás también logró que Betfair apostara por asociarse solo a la sección de baloncesto.

El Real Madrid ha optado por segmentar en la categoría de apuestas, con Codere en España, Betfair en baloncesto y Manbetx en Asia

La memoria anual del Real Madrid, a la que ha accedido *Palco23*, también revela la importancia de tener aliados en el segmento del juego para llegar al público oriental. “Desde hace tiempo los mercados asiáticos suponen una gran oportunidad en este sector, una región donde se aúnan el tamaño de nuestra marca y el del propio sector del *gaming*”, señala en referencia a los contratos con licenciarios en los que no siempre se introduce el concepto de la apuesta de dinero.

“A los acuerdos que ya teníamos con Mobcast en Japón, y Gala Sport en China, se ha sumado otros con Hoolai Games y Timeyears. En el resto de territorios, Real Madrid Fantasy Manager 18 ha seguido consolidando su éxito. Desde su aparición en el mercado en 2010, la edición exclusiva Real Madrid acumula más de 11 millones de descargas. Adicionalmente, llevamos trabajando varios años con empresas de referencia en el sector como Nordeus (Top Eleven) y esta temporada hemos añadido un nuevo acuerdo con Gamebasics (Online Soccer Manager)”, añade.

Este contrato sitúa a Manbetx en una categoría donde también están muchas compañías que solo utilizan los derechos de imagen en España, como 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.

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%).