

CLUBES

El Sevilla FC apuesta por Marathonbet como patrocinador principal hasta 2021

La compañía de apuestas explotará un activo que hasta esta temporada estaba controlado por el operador de juego Playtika, que firmó como socio principal hace dos campañas. Se espera que la empresa aporte entre cuatro millones y cinco millones de euros por temporada.

Palco23
25 jun 2019 - 12:07



El Sevilla FC releva a Playtika como patrocinador principal. El club hispalense ha anunciado un acuerdo por el que la casa de apuestas Marathonbet se convierte en el espónsor más relevante de la entidad hasta 2021. La organización no ha hecho públicos los detalles económicos del acuerdo, aunque distintas fuentes cifran el acuerdo en una horquilla de entre cuatro millones y cinco millones de euros por curso.

Este contrato supone la desaparición del operador de juego Playtika en el frontal de la camiseta, puesto que este activo pasará a estar explotado por Marathonbet. Tampoco se ha dado continuidad a la alianza con Betfair, que en 2018-2019 firmó por dos años para tener visibilidad en la manga de la camiseta y en la ropa de entrenamiento.

Marathonbet, por su parte, también tendrá visibilidad en las gradas del Sánchez-Pizjuan, las zonas de entrevistas y en los canales de comunicación digitales del club. De esta manera, la compañía mantiene presencia en LaLiga Santander tras el descenso del Girona FC, que esta temporada ha descendido a LaLiga 1|2|3, y que también luce a Marathonbet en el frontal de la camiseta.

Marathonbet relevará a Playtica como patrocinador principal hasta 2020-2021

El acuerdo también establece que los aficionados del Sevilla FC podrán acceder a contenidos, ofertas, servicios y experiencias exclusivas facilitadas por la casa de apuestas. El presidente del club José Castro ha comentado que “dentro del proceso de crecimiento internacional del Sevilla FC, es fundamental para nosotros asociar nuestra marca a grandes compañías internacionales como Marathonbet”. El directivo ha añadido que “este acuerdo de patrocinio por dos temporadas supone un paso importante para nuestra entidad, no solo desde el punto de vista financiero, sino sobre todo por el prestigio de asociarnos a una marca como Marathonbet, que también apoya al Manchester City de la Premier League.

Por su parte, Natalia Zavodnik, consejera delegada de Marathonbet, ha afirmado que “trabajar con un club con una trayectoria de éxitos tan rica como la del Sevilla demuestra nuestro compromiso con el creciente mercado español”.

Este acuerdo llega después de que el club reforzara su estructura con el nombramiento de Vanessa Basora como responsable de marca y publicidad. Procedente del FC Barcelona, la directiva reportará a Ramón Loarte, director comercial y de marketing, y tiene el reto de hacer crecer la división comercial desarrollando la marca.

El refuerzo de la estructura se produce en un momento de importante crecimiento del área comercial, que en 2017-2018 aumentó sus ingresos un 18,1% y alcanzó 16,1 millones de euros. Se desconoce cuál ha sido la evolución en el presente ejercicio, pero hay que tener en cuenta que se han estrenado importantes contratos.

En total, el club hispalense cerró 2017-2018 con unas ganancias de 25,73 millones de euros, tras facturar un 18,5% más por su negocio ordinario, hasta 163,1 millones, y obtener otros 61,3 millones con traspasos. De cara a 2018-2019, la previsión era que la cifra de negocio ordinario ascendiera a 127 millones, mientras que las plusvalías por

traspasos aportarían 37 millones más; las ganancias, en cambio, bajarían a 900.000 euros.