

CLUBES

Hummel recupera terreno en la ACB con el patrocinio del Bilbao Basket

El club de Vizcaya no seguirá vistiendo de Pentex, con el que ha finalizado el contrato que firmó durante una temporada. Su apuesta permite a la marca danesa compensar la pérdida de dos equipos en la ACB, Delteco GBC y Café Candelas Breogán, que ha descendido a LEB Oro.

Patricia López
5 jul 2019 - 05:00



El RETAbet Bilbao Basket celebra su regreso a la ACB con un nuevo patrocinador técnico. Las equipaciones del club de Miribilla serán Hummel durante las dos próximas temporadas, con opción a renovar por dos más, según ha podido saber *Palco23*. La marca danesa cogerá el testigo de Pentex, que ha proporcionado las equipaciones y la ropa de entrenamiento al club durante la última campaña en LEB Oro. De esta manera, Hummel se alía con uno de los clubes con mayor afición de la Liga Endesa.

Los términos económicos del acuerdo no han trascendido, pero, el mismo permite a Hummel recuperar terreno en la Liga Endesa. Este año han descendido Delteco GBC y Cafés Candelas Breogán, dos de los tres equipos que ha patrocinado durante 2018-2019. La firma danesa también mantendrá al San Pablo Burgos, con el que tiene contrato hasta 2021.

En su última temporada en la ACB, el Bilbao Basket vistió de Errea, que se convirtió en patrocinador en 2015-2016 y que, tras el descenso a LEB Oro, no continuó, dando paso a Pentex. Un año después de la pérdida de la categoría, el club bilbaíno ha regresado a la élite del baloncesto español, donde competirá vistiendo la marca danesa por primera vez en su historia.

El Bilbao Basket facturó 600.796 euros en 2016-2017 a través de los patrocinadores

Con el regreso a la ACB, el club aspira a mejorar sus ingresos propios por resultados deportivos, *ticketing*, derechos audiovisuales y publicidad. Se espera que estas dos últimas partidas sean las que más crezcan y jueguen un papel relevante, junto a la venta de abonos y entradas. Según las cuentas de 2017-2018, a las que ha accedido este diario, los aficionados aportaron 858.887 euros a través de la compra de entradas.

Los patrocinadores, por su parte, pagaron 600.796 euros por tener visibilidad en la equipación y en el Bilbao Arena, entre otros activos, mientras que los derechos audiovisuales aportaron 594.896 euros, una cifra que podría aumentar tras la renovación de Movistar+ como patrocinador y socio audiovisual de la ACB hasta 2021. Mantenerse en esta competición será vital para que el club cuadre sus cuentas y liquide la deuda con sus acreedores, con los que ha pactado tras más de un año de negociaciones.

Este convenio ha permitido al club abandonar el concurso de acreedores, en el que estaba inmerso desde junio de 2018. De ahí que, tras el descenso, el Bilbao Basket recortara el gasto un 60% y ajustara el presupuesto a 1,2 millones de euros, según pudo saber este diario. El apoyo de los espórsors ha sido vital en el camino de salida del concurso y de regreso a la Liga Endesa. Entre los principales patrocinadores están RETAbet, que da nombre al equipo y tiene visibilidad en el frontal de la camiseta, la Diputación de Vizcaya, el Ayuntamiento de Bilbao, Inbisa y *El Correo*.



El Bilbao Basket logró su ascenso a ACB tras disputar una *final four* que se celebró en Miribilla.

En un segundo rango destacan Seguros Bilbao, IMQ, Euskatel, Surne, el concesionario de BMW Enekurri Motor, Foodoo, Volotea y Sobrino. En un tercer nivel están Kutxabank, Halcón Viajes, El Corte Inglés y Coca-Cola, entre otras marcas.

Con este acuerdo, Hummel vestirá a uno de los equipos que tiene la afición más fiel de la ACB, algo que ya ocurre con el San Pablo Burgos, líder de asistencia al pabellón durante 2018-2019. Se espera que el Bilbao Basket promedie más de 8.000 aficionados por partido a partir de la próxima campaña, una cifra asumible por el equipo, puesto que durante el año en que descendió congregó a una media de 8.752 seguidores en el Bilbao Arena.

Hummel ha protagonizado algunos de los últimos acuerdos de patrocinios que se han firmado en el deporte profesional español. En LaLiga ha firmado al Elche CF, al CA Osasuna y a la UD Las Palmas, pero ha perdido al Real Valladolid, que pasará a lucir Adidas, y al Racing de Santander. También apoya al Albacete, CD Lugo, CD Tenerife y el Rayo Majadahonda, que este año ha descendido a Segunda B.

La multinacional danesa facturó 17 millones de euros en España en 2018, un 30% más. En los últimos meses, la central se ha convertido en accionista mayoritaria de su distribuidor oficial en la Península Ibérica. Este movimiento supone un impulso al proyecto después de que en 2017 se renovara la marca renovara hasta 2030 el acuerdo de licencia para que la empresa siguiera distribuyendo sus productos en España y Portugal.