

CLUBES

Palladium, tras firmar con el Real Madrid Baloncesto: “Supone todo un hito para nosotros”

Palladium, tras firmar con el Real Madrid Baloncesto: “Supone todo un hito para nosotros”
El club ha presentado hoy su acuerdo de patrocinio principal con la cadena hotelera, que espera que sea un acuerdo por muchos años.

Palco23
5 sep 2019 - 17:50



Palladium ya es el nuevo patrocinador principal del Real Madrid Baloncesto. El grupo hotelero ha hecho oficial su entrada como socio del equipo entrenado por Pablo Laso, por el que su logo lucirá en el frontal de la camiseta durante las tres próximas temporadas. El acuerdo, adelantado por *Palco23*, supone poner fin al patrocinio de Universidad Europea, que hace dos años relevó a Teka. Los términos económicos no se han hecho públicos.

El contrato también incluirá activaciones puntuales con el primer equipo de fútbol, aunque el foco se pondrá en el deporte de la canasta, en lo que supone una de las primeras incursiones de la compañía de la familia Matutes en este mundo. “Este

acuerdo supone todo un hito para nosotros porque además estamos celebrando nuestro 50 aniversario”, ha señalado Abel Matutes, hijo del exministro y fundador de la empresa, que lleva su nombre.

“Nos va a ayudar a ser más fuertes y a afrontar nuevos desafíos en una etapa que ya es histórica para nuestro equipo de baloncesto”, ha explicado el presidente blanco, Florentino Pérez. El dirigente se refiere al amplio palmarés que ha logrado el club en los últimos años, entre los que se incluyen cinco títulos ACB, cinco Copas del Rey, cuatro Supercopas de España y dos Euroligas.

Palladium firma tres temporadas con el Real Madrid Baloncesto, pero habrá acciones puntuales con el fútbol

Se desconoce si explotará activos que vayan más allá de tener los soportes publicitarios del pabellón, los canales de comunicación digital y la camiseta, como podría ser la ropa de entrenamiento. De hecho, Teka sí que estampó su logotipo en esta equipación, mientras que Universidad Europea no lo hizo.

El club presidido por Florentino Pérez es uno de los pocos de la ACB que en los últimos años no ha vendido los *namings rights* del equipo a una compañía, a pesar de que este activo es uno de los que más recursos podrían aportar. Es un activo que en etapas anteriores vendió a Teka o MMT, por ejemplo. El objetivo es preservar la identidad de la marca Real Madrid, algo que también ha hecho el Valencia Basket durante las últimas campañas. El Barça, por su parte, ha decidido dejar de comercializar este activo para recuperar el nombre, tras la salida de Lassa como patrocinador principal de las secciones.

Matutes ha explicado que “el camino que iniciamos hoy espero que dure muchos años y compartamos muchos éxitos juntos”. En la actualidad, la sección cuenta con unos ingresos de 15,4 millones de euros en 2017-2018, que lo consolidó como el segundo que más factura de la ACB, por detrás del Kirolbet Baskonia. La publicidad y los acuerdos de patrocinio supusieron 6,8 millones, por lo que la oficina comercial generó el 44% de los ingresos totales. Para 2018-2019, la previsión era de 5,3 millones de euros.

La sección ha mejorado sus ventas de patrocinio y publicidad durante los últimos cinco años, con un incremento de 81% que responde a la incorporación de nuevos

espórsors específicos para el baloncesto, como Betfair, que aportan más recursos. Es una tendencia positiva que ha ido en sintonía con el buen momento deportivo que ha atravesado el equipo durante las últimas ocho temporadas. El equipo también cuenta con el apoyo de Mahou, Audi, Hugo Boss, Sanitas, Coca-Cola, Solan de Cabras y Adidas, dentro de los acuerdos que mantiene la entidad a través del fútbol.

Por su parte, Palladium refuerza su apuesta por el deporte con este contrato. No es habitual que el grupo turístico español firme acuerdos de patrocinio, aunque en los últimos años ha sellado alianzas estratégicas en el ámbito del deporte. Por ejemplo, se ha aliado con Rafa Nadal para abrir el primer Rafa Nadal Tennis Centre en Costa Mujeres, al norte de Cancún (México). El objetivo era habilitar un complejo de tenis en el resort, al que los huéspedes pueden acudir para aprender a jugar o perfeccionar su técnica durante sus vacaciones.