

COMPETICIONES

El Corte Inglés amplía su presencia en la alta competición con el patrocinio de World Padel Tour

El grupo de grandes almacenes será uno de los socios oficiales del circuito profesional durante los tres próximos años, que le convierten en proveedor de viajes, alojamiento y venta de entradas.

Palco23
14 may 2019 - 14:00

El Corte Inglés diversifica y también patrocinará el World Padel Tour

El Corte Inglés expresará al máximo su creciente oferta de servicios para la industria del deporte. El grupo de grandes almacenes se ha convertido en el patrocinador oficial del World Padel Tour para los tres próximos años, en un acuerdo que va más allá de la presencia publicitaria. La compañía española se ha garantizado la exclusividad como proveedor oficial de viajes, alojamientos y plataforma de venta de entradas.

“El Corte Inglés potenciará todo lo relacionado con la marca World Padel Tour y sus activos más señalados”, comenta la gestora de la competición, que enfatiza que deja en manos de su socio “aspectos tan decisivos para el crecimiento” como los desplazamientos de los jugadores o la comercialización de los pases para los torneos.

El grupo, por su parte, considera que esta alianza “encaja perfectamente en la actual política de patrocinio de la compañía, basada en su vinculación a grandes eventos como palanca para potenciar la marca”. En la actualidad, sus asociaciones incluyen tanto la ACB como LaLiga, con la que también está abriendo espacios tematizados en algunos de sus establecimientos.

El Corte Inglés se encargará de la plataforma de venta de entradas, así como de la logística de los desplazamientos

José Luis González Besada, director de comunicación y relaciones institucionales de El Corte Inglés, ha argumentado la elección del World PAdel Tour porque “el pádel es un deporte en constante crecimiento y que practican millones de aficionados”. Por su parte, José Luis Serrano, consejero delegado del circuito, “es una gran satisfacción y un placer que la imagen de WPT esté unida a una empresa líder y referente en el mundo”.

Este acuerdo, que ha sido asesorado por la agencia de patrocinios Sponsory, se suma a los que la competición ya mantiene con marcas como Damm, a su vez propietario de la gestora del torneo, y otras como Adeslas, Volvo, Herbalife Nutrition o Lacoste Watches. En el apartado técnico, hay contratos con proveedores como Head, Bullpadel, NOX, Joma, Drop Shot y Adidas.

La competición llegó a celebrar 27 torneos durante 2018 entre masculinos y femeninos, prácticamente el doble que cuando arrancó en 2014. A futuro, la organización que dirige Mario Hernando trabaja para poder tener presencia física en Holanda, Italia, Alemania, Japón y China. Fuentes de la organización señalan que su ambición es “convertir el WPT en un proyecto deportivo altamente competitivo, capaz de estar en la *Champions* de los deportes profesionales”.

Los datos que maneja la organización elevan a más de 200.000 el número de espectadores acumulados en los torneos Open y Máster disputados en España. Además, en el Master Final disputado en Madrid se batió el récord de asistencia con 7.279 personas en las gradas del Madrid Arena. Y, por fin, visibilidad en la televisión tradicional.