

COMPETICIONES

El European Tour cambia de imagen para acelerar sus ingresos comerciales

El circuito europeo de golf ha presentado su nuevo logotipo, con el que espera acercarse a nuevos patrocinadores y públicos. Además, ha lanzado una nueva web y *app*, que debutarán en el Open de España la próxima semana.

Palco23
23 sep 2019 - 14:30



El European Tour da un giro a su imagen. El circuito europeo de golf ha rediseñado su logotipo con el objetivo de acercarse a nuevos perfiles y audiencia e incidir en los avances tecnológicos que se están llevando a cabo en los últimos años. Además, coincidiendo con el Open de España de Madrid, el 1 de octubre se lanzará una versión de la web y la *app*.

“Queremos subrayar el compromiso del European Tour por acercarnos a nuevas audiencias a través de formatos de torneos innovadores que seduzcan a nuevos patrocinadores”, ha afirmado Keith Pelley, director del circuito.

El anterior logotipo fue diseñado en 2008 y representaba la silueta del golfista Harry Vardon. La nueva identidad del European Tour coincide, además, con la remodelación de sus oficinas, situadas en el Wentworth Club

(Londres), a las que también dotó de un *look* más moderno, abierto y un diseño acorde a la imagen que ahora quiere transmitir la organización.

La estrategia a corto y medio plazo pasa por internacionalizar el circuito del golf y acercarse a los avances tecnológicos, desde los eSports hasta los sistemas de recolección de estadísticas en tiempo real o las cámaras que permitan innovar en las retransmisiones de los torneos. “Creo que es el próximo paso del European Tour, lo que nos hará crecer en patrocinadores y por lo que hemos pasado meses negociando un acuerdo con IMG para recuperar el control de nuestros derechos audiovisuales”, ha señalado Pelley.