

COMPETICIONES

El rugby español contrata a la cara de los 'All Blacks' en España para ampliar sus patrocinios

La federación ha cerrado un acuerdo a cuatro años con Kiwi House, empresa que gestiona el encuentro entre los *Classic All Blacks* y la selección española de rugby que se disputará en el Wanda Metropolitano.

Marc Romero
19 oct 2020 - 04:51



El rugby español da un paso más hacia la profesionalización. La Federación Española de Rugby (FER) ha cerrado un acuerdo con la agencia de marketing Kiwi House para potenciar su área de patrocinio. Kiwi House es la cara de los *All Blacks*, la selección neozelandesa de rugby, en España.

El contrato, que ya está en vigor, permite a Kiwi House gestionar los derechos de publicidad de la FER durante los próximos cuatro años, además de ser un apoyo del departamento de comunicación de la propia federación.

El presidente, Alfonso Feijoo, señaló en una entrevista concedida a Palco23 que uno de

los objetivos de este mandato es ganar visibilidad, uno de los pilares del proyecto del presidente durante los cuatro años de su primer mandato. De hecho, Feijoo confirmó la semana pasada que tenía un acuerdo cerrado con un grupo de televisión para empezar a retransmitir los partidos de la división de honor española de rugby en abierto a partir de enero.

Kiwi House ha cerrado un contrato a cuatro años con la Federación Española de Rugby

Este mismo acuerdo llegó de la mano de Kiwi House que fue quien puso a las partes en contacto. La agencia de patrocinios también ha ayudado a la FER a conseguir nuevos patrocinadores, que darán apoyo económico a la federación para asumir el coste de las retransmisiones. Ambas novedades serán anunciadas en las próximas semanas, según ha confirmado a Palco23 la cofundadora de Kiwi House, Mirella Ruiz.

La semana que viene el máximo organismo del rugby español también lanzará la nueva equipación de la selección española para los compromisos internacionales de las próximas temporadas, entre las cuales está el campeonato europeo de 2022, que servirá para que España luche por una plaza en el Mundial de Francia de 2023. **El quince del León**, como se denomina la selección nacional, seguirá vistiendo Joma y el lanzamiento está siendo coordinado por Kiwi House.

Vinculación con los *All Blacks*

Kiwi House, con sede en Madrid, fue creada hace dos años por Mirella Ruiz y Paul Nicholson y cuenta con una plantilla de cinco trabajadores, además de colaboradores externos.

La empresa empezó gestionando los *clinics* de la selección de Nueva Zelanda de rugby, comúnmente conocida como *All Blacks*, a raíz de la relación que se forjó entre los fundadores y la selección, cuando esta recibió el premio Príncipe de Asturias en 2017.

Más adelante, la empresa se especializó en el sector del patrocinio para equipos de rugby, ayudando a clubes como el Alcobendas, el cual ha dado un salto de calidad en los últimos años gracias al proceso de profesionalización en el cual el club está inmerso.

Por otro lado, la agencia de patrocinio también ha liderado la organización de eventos como el cien aniversario de AIG, uno de los principales patrocinadores de los *All Blacks*.



El gran proyecto de Kiwi House hasta la fecha es el encuentro entre un equipo formado por jugadores históricos de la selección de Nueva Zelanda y el actual **quince del León**, previsto para el 8 de mayo de 2021 y que se disputará en el estadio Wanda Metropolitano. “Se trata de una oportunidad histórica para el rugby y para las marcas”, señala Ruiz. En este sentido, los dos principales patrocinadores del evento, Lexus y Generali (el primero patrocinador del Alcobendas y el segundo de la selección española), han confirmado a la gestora del evento que mantienen su apuesta por el evento.

El encuentro, que inicialmente se debía disputar el 29 de mayo pero fue aplazado por la llegada del coronavirus, llegó a vender en sólo dos días las primeras 25.000 entradas puestas a la venta, que correspondían al primer anillo del estadio. “Por eso decidimos abrir el segundo anillo y poner a la venta 15.000 entradas más”, apostilla la cofundadora. En total, se vendieron 37.000 entradas, de las cuales se han devuelto 5.000 por el aplazamiento del partido.

Desde la empresa señalan que el proyecto, que ha supuesto una inversión superior al millón de euros, sigue en marcha y más teniendo en cuenta que “la situación es muy cambiante y todavía falta mucho para mayo”. De hecho, el pasado viernes Kiwi House y el Atlético de Madrid retomaron las reuniones para empezar a planificar toda la operativa, en especial la relacionada con el aforo y las medidas de seguridad necesarias.