

COMPETICIONES

Infront y Perform Group destinarán 500 millones a la promoción del balonmano europeo

Las dos compañías han alcanzado un acuerdo con la Federación Europea de Balonmano para comercializar las competiciones de clubes y selecciones hasta 2030, con el objetivo de llegar a nuevas audiencias. El contrato está valorado en 500 millones de euros.

Palco23
28 may 2018 - 10:04

Infront y Perform Group destinarán 500 millones a la promoción del balonmano europeo

El balonmano busca alcanzar nuevos públicos. La Federación Europea de este deporte (EHF, por sus siglas en inglés) ha cerrado un acuerdo con Perform Group e Infront para “expandir la base de aficionados a la audiencia más joven” durante la próxima década. El punto clave del acuerdo será la venta de los derechos audiovisuales y de patrocinio de las competiciones de clubes y selecciones entre 2020 y 2030.

El contrato está valorado en más de 500 millones de euros, motivo por el que la EHF ha enfatizado que se trata de “la mayor inversión en el deporte del balonmano”. Michael Wiederer, presidente de la federación, ha señalado que esta alianza “moldeará el futuro del balonmano a nivel de clubes y equipos nacionales, no solo en términos financieros, sino también por el enorme potencial que aporta para el crecimiento y desarrollo futuro”.

David Szlezak, director general de EHF Marketing, ha señalado que una de las claves para que ahora se pueda firmar este proyecto es la creación de esta mercantil en 2005 para establecer “estándares claros, desarrollado un producto de medios de alta calidad”. No obstante, considera que “todavía hay mucho potencial en la comercialización de nuestro deporte y parece que el mercado se ha dado cuenta de esto”. Entre las estrategias que ahora se implantarán figura el refuerzo de las plataformas digitales.

La EHF considera que es la mayor inversión de la historia en el balonmano europeo, pues se cifra en 500 millones de euros durante diez años

El proyecto cuenta con el respaldo de los clubes, ya que Xavier O'Callaghan, presidente de Forum Club Handball, ha apuntado que "ahora es el momento de trabajar juntos para construir un producto mejor y más sólido". En este aspecto, la plataforma OTT de Perform, conocida como Dazn, podría tener un papel importante a la hora de dar notoriedad a las competiciones en aquellos territorios donde ningún operador de televisión quiere invertir en su producto.

"Tenemos la oportunidad de hacer crecer la popularidad del balonmano europeo expandiéndonos a una base de admiradores más joven y más enfocada digitalmente y atrayendo al público más allá de los sesenta minutos del juego", ha señalado Phillippe Blatter, presidente ejecutivo de Infront, agencia que lleva colaborando con la EHF desde 1994.

Esta colaboración se ha traducido en una **Final Four** que se celebró en Colonia (Alemania) este fin de semana, en la que ganó en Montpellier francés y que pretende convertirse en la gran cumbre de este deporte. El viernes se celebró el European Handball Talks, una serie de conferencias para el público profesional enfocado a la tecnología aplicada al marketing y el balonmano. Para los seguidores, esa misma noche se celebró la inauguración, donde se presentaron los equipos y se celebró una fiesta hasta la medianoche. Además, durante sábado y domingo se realizaron cinco actuaciones antes de los partidos.

Con estas propuestas, la federación intentará seducir a más patrocinadores de los que ya apoyan la cita, como es Velux, que da nombre a toda la Champions League; el club de fidelización de pagos Cashback World; el grupo asegurador Uniqa y el fabricante de electrodomésticos Gorenje, como socios destacados.