

## COMPETICIONES

# La ACB busca nuevos patrocinadores en Copa y Supercopa tras no renovar con CaixaBank

La competición de baloncesto debe buscar un nuevo socio en la categoría de banca para las dos competiciones, donde Endesa y Movistar+ copan la visibilidad.

P.López  
18 sep 2019 - 04:55



La ACB sale al mercado para sustituir a uno de sus principales patrocinadores en los últimos años. CaixaBank, cuya apuesta en los últimos meses ha sido por el fútbol femenino y los clubes de LaLiga, ha decidido no dar continuidad al patrocinio de Copa del Rey y Supercopa, un contrato que se inició hace cuatro temporadas en los que disponía de una importante visibilidad en las pistas. Se desconocen los términos económicos de esa alianza.

“Si bien ambas partes estábamos contentas y hemos cumplidos objetivos, se necesitaba un compromiso más amplio y la ACB se plantea nuevos retos”, explican fuentes de la industria a *Palco23* conocedoras de las conversaciones entre ambas partes. Ahora, está por ver si la asociación de clubes busca un nuevo banco u opta por

cubrir esa vacante con una nueva categoría de producto.

El objetivo de la patronal presidida por Antonio Martín es buscar contratos a medio y largo plazo, que permitan trabajar con los nuevos socios un reposicionamiento de la marca que se dará a conocer en los próximos días, y del que ya se dieron detalles antes del verano. De entrada, se estrenará nuevo logo y se buscará una mayor conexión con el público juvenil y urbano. También se está negociando la venta de otros activos publicitarios a otras compañías, con el objetivo de ampliar la cartera de patrocinadores.

## La ACB trabaja en el reposicionamiento de marca, apoyado por la continuidad de Endesa y Movistar+ hasta 2021

En ese nuevo enfoque tendrán un papel importante tanto Endesa como Movistar+, que se ha convertido en los dos principales patrocinadores y las marcas que más activos acaparan a pie de pista, que es donde se concentra la mayor visibilidad que puede ofrecer el baloncesto español en sus retransmisiones.

El grupo de telecomunicaciones, que además es el dueño de los derechos de televisión, prolongó hasta 2021 su vínculo, en un contrato que supera los ocho millones de euros anuales. Es el mismo año en el que finaliza la alianza con la energética, que en 2017 se aseguró cuatro años más como propietario de los *title rights* por más de 17 millones en todo el periodo.

“Si Endesa y Movistar llevan años con nosotros y han renovado es porque obtienen un retorno de las inversiones en patrocinio. Es clave mantener conversaciones prácticamente diarias con las marcas, entender sus objetivos y alinear estrategias para darles la notoriedad que buscan”, sostenía recientemente la ACB sobre la estabilidad que le aseguraban sus dos principales socios.

La no continuidad de CaixaBank se produce en paralelo a la entrada de la casa de apuestas 888Sport, que patrocinará todas las competiciones de la ACB, desde la Liga Endesa, la Copa del Rey y la Supercopa Endesa, que se disputará este fin de semana. Allí también estarán presentes El Corte Inglés, Kia, Divina Seguros, Spalding y Kyocera, que completan la lista de socios del torneo.

El patrocinio es la principal fuente de ingresos de la ACB, ya que genera el 45% del

total y en 2017-2018 alcanzó la cifra récord de 49 millones de euros, algo que no sucedía desde hacía once temporadas. Con todo, el CSD argumenta que el aumento del 20,3% en parte se debe a la corrección de un error contable de la temporada anterior.