

COMPETICIONES

La ATP sigue ganando socios globales y ficha a Peugeot

Palco23
3 nov 2015 - 13:56

La ATP sabe que necesita mejorar sus ingresos para cumplir con las aspiraciones de los tenistas y ha encontrado un filón en los patrocinadores. El circuito profesional ha firmado importantes acuerdos en los últimos meses y hoy ha anunciado la entrada de Peugeot como coche oficial del ATP World Tour. Los términos económicos del acuerdo no han trascendido, aunque sí que ocupará la categoría de socio *platinum* junto a Emirates, Ricoh, FedEx e Infosys.

La automovilística francesa, que ya patrocinaba algunos torneos como el Open Banc Sabadell de Barcelona y ahora lo hará en más de 20 citas adicionales, no sólo realizará una aportación económica. Peugeot también entregará una flota de 500 vehículos en todo el mundo que se utilizarán para el transporte de jugadores, personalidades y empleados de cada torneo.

Más allá de la visibilidad en las pistas de juego, la marca también dispondrá de activos publicitarios en la página web de la ATP, que en 2014 registró 325 millones de visitas, y en el programa de televisión ATP World Tour Uncovered, que se emite en 170 países y ofrece imágenes exclusivas de los torneos.

La multinacional gala recuerda que no es una recién llegada al tenis, ya que lleva involucrado en este deporte "durante más de tres décadas" por su relación con Roland Garros. Además, entre sus embajadores de marca figura el número uno del ranking ATP, Novak Djokovic, y otros jugadores como David Ferrer, Juan Martín del Potro y Gilles Simon. Ahora, con el nuevo acuerdo, podrá estar presente en 160 países en el transcurso de todo el año.

"Peugeot tiene una rica historia en nuestro deporte y esta asociación a largo plazo con el ATP World Tour servirá para consolidar su posición como la marca de coches por excelencia en el tenis", ha confiado Chris Kermode, presidente ejecutivo del circuito profesional. "Esta nueva asociación con el ATP World Tour es una ampliación natural de nuestra creencia en el tenis como plataforma impactante para mostrar Peugeot a todo el mundo durante todo el año", ha enfatizado Maxime Picat, director general de la automovilística.

La firma de todos estos patrocinios, con Corona a la cabeza, son los que deben permitir junto a la televisión hacer frente a la demanda de los atletas. Y es que la organización se ha comprometido a destinar más de 100 millones de euros en premios para los jugadores por primera vez en su historia, con el objetivo de adaptar las retribuciones a la notoriedad mediática que han adquirido algunos jugadores y el apretado calendario que se está conformando.

Este hito se producirá por primera vez en 2018, cuando se prevén destinar 135 millones de dólares (108 millones de euros) en recompensar a los tenistas por su participación de los distintos Masters y Grand Slam. Ya en 2015 se rebasará la frontera de los 100 millones de dólares (80,2 millones de euros), un “incremento significativo” que “testifican el éxito sostenido del tenis masculino profesional”, según la ATP. En 2013 se repartieron 93 millones de dólares en premios (74,6 millones de euros), lo que supone un incremento del 72% respecto a 2004; este año el incremento no habrá sido muy significativo.