

COMPETICIONES

La Euroliga cierra un acuerdo comercial en China valorado en 30 millones de euros

M.Menchén

18 jun 2015 - 13:38

La Euroliga quiere hacerse fuerte en el mundo ante la presión de la Fiba para lanzar un torneo paralelo en Europa, y una de las fórmulas para conseguirlo es incrementar el dinero destinado a clubes participantes. Para ello es necesario que previamente se refuercen los ingresos de la máxima competición continental a día de hoy, y en los últimos días se han anunciado acuerdos en este sentido. El último, una alianza comercial en China que se ha valorado en 30 millones de euros en quince años.

La organización presidida por Jordi Bertomeu ha creado una empresa conjunta con HBN (Beijing Hualu Baina Film & TV Inc.), que se encargará de gestionar los derechos de la Euroliga en el gigante asiático con el objetivo de incrementar los ingresos comerciales a través de nuevos acuerdos. Los 30 millones de euros incluye el canon que cobrará la competición a HBN, así como la inversión que realizará el nuevo socio local en estructura, promoción y organización de eventos. La competición también participará de los beneficios que genere la nueva compañía.

El contrato inicial es de cinco, con dos opciones de prórroga por otros cinco años cada una. Hasta ahora, la explotación del negocio del torneo en China estaba en manos de la agencia 11Group, con la que no se ha renovado la relación después de cinco años.



El Barça participó este año en la gira de la Euroliga en China.

La nueva compañía, que tendrá un equipo propio de trabajo en Pekín, buscará mejorar la presencia de la Euroliga en China con la celebración de partidos amistosos, actividades profesionales y programas de formación. También se realizará una "fuerte inversión" para hacer crecer la marca del torneo, con una mayor exposición en las plataformas de televisión de pago del país y convencer a las marcas de las oportunidades comerciales que ofrece la competición.

"Hace cinco años, la Euroliga y sus clubes decidieron invertir importantes recursos en China debido a la interesante mezcla formada por la popularidad del baloncesto en el país y el aprendizaje potencial y las oportunidades comerciales que ofrecía", recuerda Bertomeu.

La competición puso su primer pie en el país hace ocho años, cuando CSKA de Moscú y Benetton Treviso disputaron un partido amistoso frente a un equipo liderado por el exjugador de la NBA Yao Ming. Pero la verdadera ofensiva fue en 2010, con ALBA Berlin, Panathinaikos Athens, Real Madrid y FC Barcelona realizando giras por distintas ciudades en paralelo a la celebración de programas de formación para jóvenes y entrenadores.

La internacionalización de la Euroliga más allá del Viejo Continente será una de las claves para cumplir con el objetivo de incrementar año a año los ingresos por patrocinio. A corto plazo, el reto es incrementar un 15% la facturación por este concepto en la campaña 2015-2016 y rebasar ampliamente los 20 millones de euros. Un primer paso ha sido renovar los patrocinios con la cervecera Efes Pilsener, la agencia de viajes turca Detur y el complejo deportivo y de ocio VTB Arena de Moscú.

| En las próximas semanas, además, podrían anunciarse nuevos acuerdos.