

COMPETICIONES

La Fiba tira de Wanda Sports para abrir mercado en China

Palco23

16 jun 2016 - 11:43

La Fiba apuesta por Wanda Sports. La federación internacional de baloncesto ha llegado a un acuerdo con el grupo chino para que Infront Sports & Media se una a su proyecto hasta 2033 como socio exclusivo de ventas y marketing, lo que ayudará a comercializar los patrocinios y los derechos de *licensing* de todos sus torneos.

Gracias a este acuerdo a largo plazo, la agencia de marketing empezará a explotar todos los activos de la Fiba y trabajará conjuntamente con la entidad en el área de *branding*, *merchandising*, pases VIP y *hospitality*, junto con otras iniciativas.

El acuerdo pretende ir más allá de una explotación de su marca en todo el mundo, ya que sobre todo se centrarán en China, donde se celebrará el Mundial de 2019. "Esto beneficiará la ambición que tiene la Fiba de crecer popularmente con su evento de referencia", ha comentado la compañía en un comunicado.

El secretario general de la Fiba, Patrick Baumann, ha explicado que "con nuestro nuevo calendario de eventos y un Mundial en China, es el momento adecuado para iniciar una colaboración estratégica a largo plazo con un socio que comparte nuestra visión para el baloncesto y está dispuesta a realizar esfuerzos significativos. Además, se confirma el fuerte compromiso de Wanda para el baloncesto".

Por su parte, el presidente de Wanda Group, Wang Jianlin, quien visitó en febrero las instalaciones de la Fiba en Mies (Suiza), ha comentado que "la alianza estratégica con la Fiba es otro desarrollo importante que Wanda ha hecho en la industria del deporte. Wanda va a aprovechar plenamente su propia influencia, así como la experiencia de Infront, para elevar el baloncesto a nivel mundial, y en China, a nuevas alturas".

También ha querido añadir unas palabras el presidente y consejero delegado de Wanda Sports Holding, Philippe Blatter, quien ha dicho que "el baloncesto se ha convertido en un deporte clave dentro de nuestra cartera, y que hoy es parte de nuestro ADN. Por lo tanto, nos emociona que la Fiba haya elegido nuestro equipo internacional para entrar en una nueva era de baloncesto. Junto con la Fiba vamos a ser capaces de desarrollar una plataforma de marketing global más fuerte, con la introducción de nuevas marcas y reforzando el impacto para los patrocinadores

existentes".

Cabe recordar que hace unas semanas la federación llegó a un acuerdo de nueve años con la red social china Tencent para desarrollar su marca en el gigante asiático a través de contenidos digitales y en su página web, que tiene como principal objetivo el mismo evento, el Mundial de 2019.