

COMPETICIONES

La Ocean Race busca relevo a Volvo para su 'title right'

Después de que el grupo automovilístico dejara de ser propietario de la prueba, la competición ha iniciado contactos para adjudicar los *naming rights* de 2021-2022. Con todo, la organización asegura que el evento podría no tener una marca comercial en su nombre.

P. López
30 nov 2018 - 04:58

Volvo dejará de dar nombre a la regata debido a que la compañía vendió la competición a Atlant

La vuelta al mundo a vela busca nuevo patrocinador que dé nombre a la prueba. Volvo no seguirá teniendo los *naming rights* de la competición después de que el grupo automovilístico dejara de ser propietario del certamen; como resultado, el fabricante de coches dejará de dar nombre al campeonato a partir de la edición de 2021-2022, un activo que la regata quiere explotar con el apoyo de otra marca. Según ha podido saber *Palco23*, en las próximas semanas la organización anunciará el nuevo nombre de la prueba.

Que Volvo no tenga el *naming* de la prueba no significa que se desvincule de la regata. De hecho, seguirá estando asociado a la misma "como un importante socio y patrocinador de la edición 2021-2022, y su nivel de compromiso no ha cambiado respecto a lo que aportaron en la última edición", explica a este diario Peter Rush, portavoz de la regata.

Desde la organización afirman que "estamos considerando todas las opciones en cuanto al futuro de nuestros patrocinadores, incluyendo la opción de no tener una marca comercial en nuestro nombre". De hecho, tanto en la etapa de Whitbread como en la de Volvo, las dos compañías eran propietarias del evento, "y no patrocinadores con derecho a tener su nombre en la regata", asegura el portavoz.

Volvo dejará de dar nombre a la regata debido a que la compañía vendió la competición a Atlant

Ocean Racing Spain

Por lo tanto, de encontrar una marca que diera nombre a la competición, sería la primera vez que el *naming* de la regata estaría explotado por una empresa que no es la propietaria de la vuelta al mundo a vela. Se desconoce cuál es la tasación económica que se ha realizado para este activo.

El año 2018 ha sido un periodo de cambios para la prueba. La venta de la competición a Atlant Ocean Racing Spain garantizaba la celebración de la regata en 2021, después de haberse suspendido la edición de 2019 por el cambio de formato y de barcos. La idea es que a partir de 2021 se compita con barcos de clase Imoca, una evolución que pretende crear un calendario de vela que sea más uniforme.

Se trata de un cambio significativo, ya que se competirá con el mismo tipo de barco que se utiliza para la vuelta al mundo en solitario y sin asistencia, la Vendée Globe. De este modo, se ligan dos de las competiciones de vela más prestigiosas del mundo y se crea un único calendario, que permitirá a los equipos, deportistas y patrocinadores crear estrategias para competir en varios campeonatos.

La organización de la vuelta al mundo a vela anunciará el nombre de la edición de 2021

Image not found or type unknown

Volvo seguirá como patrocinador de la regata oceánica, a la que dejará de dar nombre a partir de la próxima edición.

Más allá de las modificaciones de la competición y en el nombre, la regata ha vivido unos meses de transición después de que el antiguo líder, Mike Turner, anunciara su marcha coincidiendo con la suspensión de la edición de 2019-2020. Meses más tarde, se anunció el fichaje de Richard Brisius como presidente y de Johan Salén como consejero delegado.

Brisius hacía así su primera irrupción en la dirección de la Volvo Ocean Race meses antes de que cambiara de manos y fuera su propia empresa, Atlant Ocean Racing, la que se hiciera con el control de la regata oceánica. Lo que no ha cambiado es el

puerto de salida, que seguirá siendo Alicante, como ha sucedido en las últimas siete ediciones, desde 2005-2006.

La organización de la vuelta al mundo a vela anunciará el nombre de la edición de 2021 en las próximas semanas

Entre los principales patrocinadores de la regata están Omega, que es el cronómetro oficial, y otras compañías como Musto, Cobham, el proveedor logístico GAC Pindar, HCL, el fabricante de pinturas Akzo Nobel, Bluewater, Stena Recycling y Brunel.

La edición de 2017-2018 generó un impacto económico de 96 millones de euros en España, según un informe de la consultora PwC. El gasto realizado a nivel nacional para acudir al evento ascendió a casi 62 millones de euros y el número de visitas aumentó un 10,3% en comparación con la edición anterior, hasta 345.602 personas. El impacto directo en la Comunidad Valenciana, con Alicante como puerto de salida, fue de 68,6 millones de euros, un 3,3% más, y se generaron 1.270 empleos anuales.