

COMPETICIONES

RPM se impone a Ironman: organizará el Maratón de Barcelona hasta 2023

La compañía, que lleva desde 2006 explotando la prueba de resistencia y el medio maratón de la capital catalana, podrá prorrogar el contrato hasta 2025 si el Ayuntamiento se lo pide.

P. López / Á. Carretero
1 jul 2020 - 05:00



RPM-Mktg continuará organizando el Maratón y Medio Maratón de Barcelona hasta al menos 2023. La compañía, que lleva desde 2006 explotando la prueba de resistencia, ha ganado el concurso que le permitirá seguir gestionando la cita entre 2021 y 2023, con opción a prorrogar el contrato hasta 2025. Fuentes del sector afirman a Palco23 que la propuesta de RPM ha recibido una mayor puntuación por parte de la mesa de contratación, tanto en los criterios objetivos, que puntúan la oferta económica, como en los subjetivos, vinculados a la organización del evento, la experiencia en la organización o el tipo de activación del evento y los patrocinios. El contrato está valorado en 11,2 millones de euros.

La compañía se ha impuesto a Ironman en un concurso en el que sólo han concurrido estas dos compañías. La adjudicación no es oficial y no ha trascendido el importe económico propuesto, una información que será pública próximamente y una vez que el Ayuntamiento de Barcelona anuncie la adjudicación, previsiblemente este mes.

Fuentes del sector señalan también que RPM se ha impuesto de manera amplia en el concurso y que, aunque el contrato es hasta 2023, es muy probable que el consistorio ejecute la cláusula de prórroga por dos años más.

Ahora, se abre un plazo de quince días para que RPM presente toda la documentación necesaria para adjudicar y formalizar el contrato. La mayor gestora de triatlones del mundo, controlada por Wanda Group, podría presentar un recurso, aunque fuentes del sector afirman que no ejercerá esa opción.

RPM se ha adjudicado la organización del Maratón y el Medio Maratón de Barcelonas hasta 2023, con opción a prórroga hasta 2025

Con esta adjudicación, RPM-Mktg mantiene los dos mayores eventos de la cartera de pruebas que organiza, en la que también están Garmin Team Trail, Powerade MTB Non Stop Series, Gaes Titan Desert by Garmin, Titan Tropic Cuba, Trial Indoor Barcelona y Dirt Track Barcelona. RPM-Mktg siempre ha trabajado de la mano de Amaury Sports Organisation (ASO), entidad propietaria del La Vuelta y el Tour de Francia. Desde que en 2006 empezó a gestionar el Maratón de Barcelona, la carrera ha pasado de 4.400 corredores a más de 20.000 inscritos.

Como adjudicatario, RPM-Mktg deberá seguir encargándose de explotar las pruebas, organizar la cita y buscar todos los apoyos institucionales, de patrocinadores y de socios audiovisuales para que la cita sea rentable y tenga visibilidad.

El Institut Barcelona Esports (IBE) prevé que la organización de cada edición del maratón requiera un presupuesto de 1,6 millones de euros, mientras que la prueba de 21 kilómetros de distancia exigirá 628.000 euros adicionales cada año. En total, cada edición exigirá una inversión de 2,2 millones de euros, y se estima un beneficio de 325.053 euros anuales gracias a los ingresos por patrocinio e inscripciones.

Sobre una base de 19.000 corredores en la cita de 42 kilómetros y de 17.000 participantes en el medio maratón, se estiman unos ingresos por venta de dorsales de 1,59 millones de euros. Dado que los ingresos obtenidos por esta vía no son suficientes para equilibrar el presupuesto, la adjudicataria deberá vender activos de patrocinio por 653.665 euros.



El Maratón de Barcelona ha llegado a contar con 20.000 participantes.

En otras palabras: la esponsorización debe suponer, como mínimo, un 29% del presupuesto, y es tarea de RPM preparar y contratar los distintos paquetes de patrocinio para ambas pruebas, diferenciándose tres categorías: en primer lugar, el *title sponsor*, que da nombre a la prueba; en segundo lugar el patrocinio principal, y en tercer lugar patrocinadores oficiales, proveedores, medios de comunicación y entidades colaboradoras. A día de hoy, Zurich es el *title sponsor* del maratón, que cuenta con CaixaBank y Asics como patrocinadores *premium*, mientras que la prueba de media distancia cuenta con eDreams.

Los pliegos del concurso establecen que el Ayuntamiento de Barcelona, a través del IBE, será un patrocinador institucional, pero no ha trascendido la inversión que el consistorio destinará a este fin. Asimismo, se prohíbe la firma de patrocinios con casas de apuestas y empresas de bebidas alcohólicas, tabaco y derivados, y se especifica en los pliegos que las marcas tendrán presencia en el espacio *hospitality* junto a la línea de meta.

En los pliegos de condiciones también se especifica que la adjudicataria también deberá adjudicar los derechos televisivos de las pruebas al operador que mayor difusión ofrezca y, por ende, dé “notoriedad a la ciudad”. Tal acuerdo no entrará en conflicto con el derecho de Betevé, la cadena de televisión local de Barcelona, a realizar su cobertura, aunque en ningún caso podrá retransmitir las citas de manera íntegra y en directo.

RPM-Mktg ha obtenido una mayor puntuación que Ironman en el concurso

Además, Barcelona exige a la adjudicataria una inversión de al menos 85.030 euros para contratar corredores de élite para el medio maratón y de 297.254 euros para el maratón. En los pliegos también se recoge la organización de actividades relacionadas con la cita como una carrera no competitiva limitada a 3.000 corredores y de participación gratuita.

El Maratón de Barcelona cuenta con la etiqueta plata de la federación internacional World Athletics y está considerado el tercer mejor maratón del país por la Real Federación Española de Atletismo (Rfea), tan sólo superado por el de Valencia y el de Sevilla. En cuanto al Medio Maratón de Barcelona, esta prueba cuenta con la etiqueta oro, y está considerada la segunda mejor prueba de esta distancia por la Rfea, sólo por detrás del de Valencia.