PALCO23

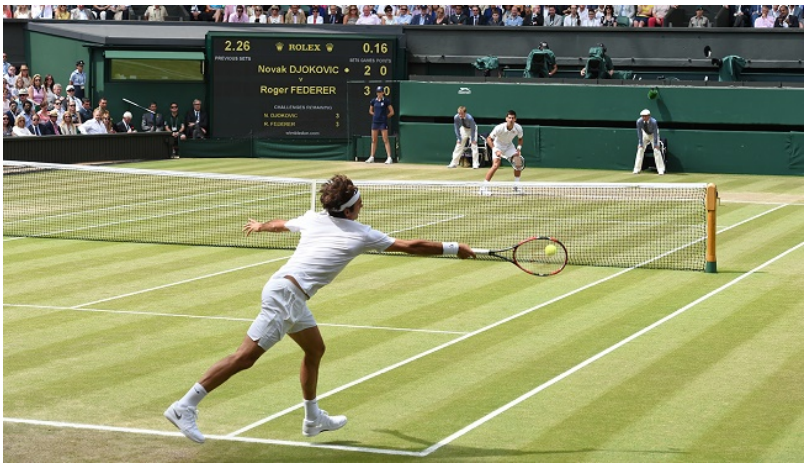
COMPETICIONES

Wimbledon lanza su propia línea de moda y eleva un 5% los premios a tenistas

Palco23
27 abr 2016 - 10:40

Wimbledon es uno de los torneos más exclusivos del circuito profesional de tenis, y este año quiere dar un salto cualitativo a nivel comercial. The All England Club, empresa gestora del Grand Slam, ha anunciado el lanzamiento de su primera colección propia de ropa y accesorios. "Diseñada, conseguida y comercializada internamente, la colección ya está disponible en las tiendas de Wimbledon", aseguran.

La oferta incluye polos, sudaderas, camisetas y chaquetas, con precios que en la mayoría de casos oscilan entre los 60 euros y los 100 euros. Son productos que en su tienda online compiten con los de Ralph Lauren, que este año se incorpora como proveedor oficial de la equipación del personal que trabajará durante el torneo, además de haber lanzado una línea exclusiva de prendas de vestir para mujer inspiradas en la cita.



Novak Djokovic se impuso a Roger Federer en la edición de 2015, que congregó a 39.000 personas. /Bob Martin-AELTC

La firma de moda se ha unido al Grand Slam junto a Häagen-Dazs, que será el helado oficial. Las dos marcas se unirán al elenco de exclusivos socios de Wimbledon, con

https://www.palco23.com/competiciones/wimbledon-lanza-su-propia-linea-de-moda-y-eleva-los-premios-a-tenistas

El presente contenido es propiedad exclusiva de Palco23 Ediciones, SL, sociedad editora de Palco23.com (www.palco23.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

históricos como Slazenger, que provee las pelotas desde 1902; Robinsons, que se encarga de los refrescos desde 1935, e IBM, que empezó a colaborar en 1990 y ha ganado importancia con el rediseño de la plataforma digital. También figuran Hertz, la marcha de champán Lanson, la citada Ralph Lauren, HSBC, Evian, Lavazza, Stella Artois y Jaguar, que firmó el año pasado.

La firma de los nuevos acuerdos de patrocinio ha venido acompañado de un aumento de la cobertura televisiva en mercados clave. En Reino Unido han prolongado tres años más su vínculo con la BBC, en Oriente Medio se han aliado con beIN Sports, en China han firmado con LeTV, la plataforma impulsada por Alibaba y Wanda, mientras que Eurosport le apoyará en Rusia. En los entornos digitales, han lanzado una nueva *app* para Apple TV y renovado completamente la creada para dispositivos móviles.

Se trata de proyectos de gran importancia para la organización, obligada por la ATP a incrementar los premios económicos de los tenistas. Este año se repartirán 28,1 millones de libras (36,2 millones de euros), un 5% más que en 2015 y prácticamente el doble en comparación con 2011. Los ganadores del torneo individual recibirán dos millones de libras cada uno (2,57 millones de euros), lo que supone un incremento del 6,4%. Además, por primera vez se remunerará de forma importante a los jugadores de la versión de tenis en silla de ruedas.

https://www.palco23.com/competiciones/wimbledon-lanza-su-propia-linea-de-moda-y-eleva-los-premios-a-tenistas

El presente contenido es propiedad exclusiva de Palco23 Ediciones, SL, sociedad editora de Palco23.com (www.palco23.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.