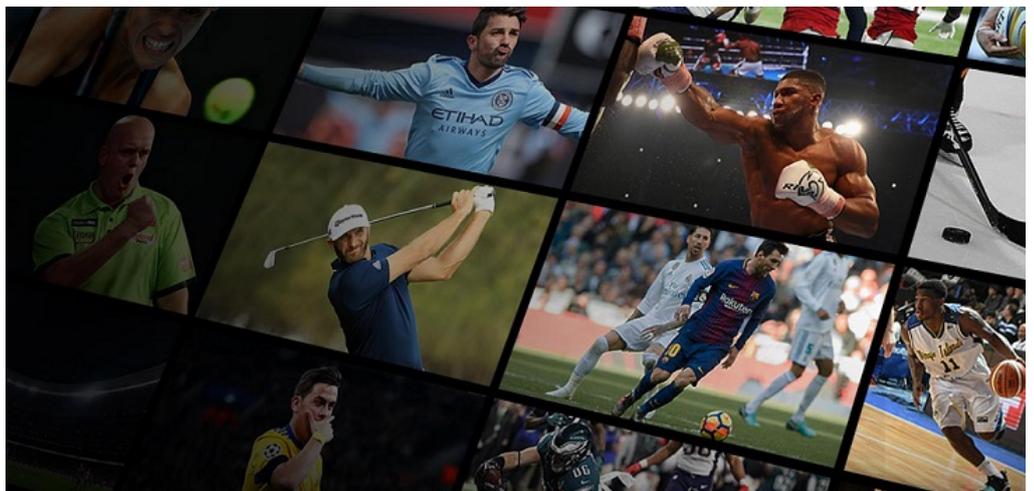


ENTORNO

De campo a campo: de los planes de Dazn en España a la alianza Barça-Cupra

Los últimos siete días han estado marcados por el acelerón del FC Barcelona en materia de patrocinios, con las negociaciones con Cupra aún sobre la mesa y el proyecto audiovisual en la TDT ya firmado, y por la integración de los contenidos de Eurosport en la OTT, que además ha renunciado a emitir los partidos de LaLiga.

Palco23
19 jul 2019 - 14:00



MÁRKETING

DAZN no ofrecerá LaLiga en 2019-2020 y aplica su primera subida de precios en España tras integrar la oferta de Eurosport.

La OTT de MEDIASET irrumpe en el fútbol con la compra de LaLiga y la Champions.

GOL retransmitirá las competiciones de la Lnfs la próxima temporada.

YOU FIRST SPORTS desembarca en el fútbol brasileño con los exjugadores Sávio y Siqueira.



CLUBES

CUPRA y el BARÇA negocian el mayor acuerdo de patrocinio de la automovilística.

El BARÇA continuará dos años más en la TDT con el relanzamiento de su proyecto audiovisual.

El ATLETI se asegura 100 millones con la venta de parte de los terrenos del Calderón.

El Herbalife Gran Canaria reducirá un 17% su presupuesto en 2019-2020 tras decir adiós a Europa.



EQUIPAMIENTO

BERRIA apuesta por España para crecer un 11% y superar los cinco millones de facturación.

BUFF se apoya en el retail para crecer un 10% en 2018, hasta 48,5 millones de euros.

DEPORVILLAGE lanza una nueva marca de accesorios para reforzar su división de ciclismo.

CIRSA paga 70 millones por el 50% de Sportium que no controlaba.



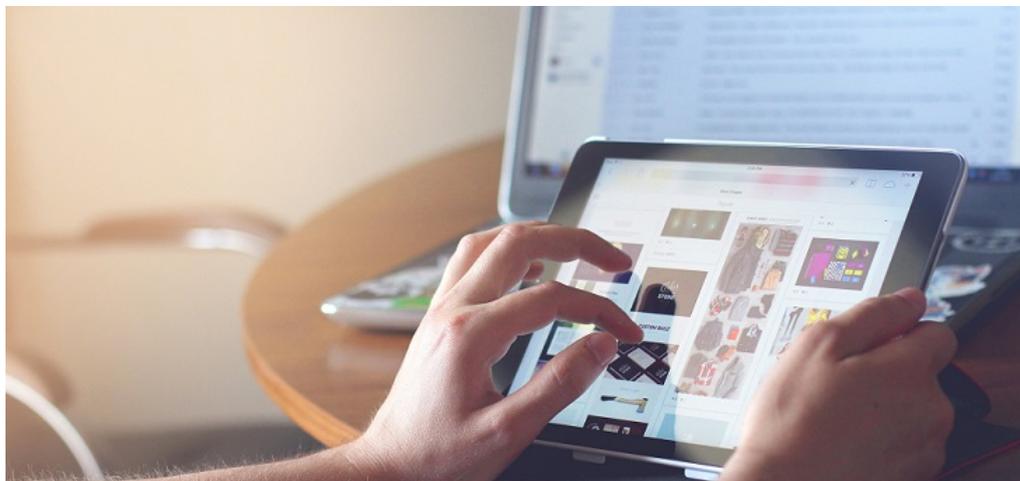
COMPETICIONES

Los clubes de FÚTBOL FEMENINO se inscriben en bloque al nuevo modelo de competición.

ESPAÑA Y FRANCIA se adjudican el Eurobasket femenino de 2021.

La WTA vende los 'title rights' de sus finales al grupo de cosmética Shiseido.

La PREMIER LEAGUE eleva un 6% su audiencia global y alcanza los 3.200 millones de telespectadores.



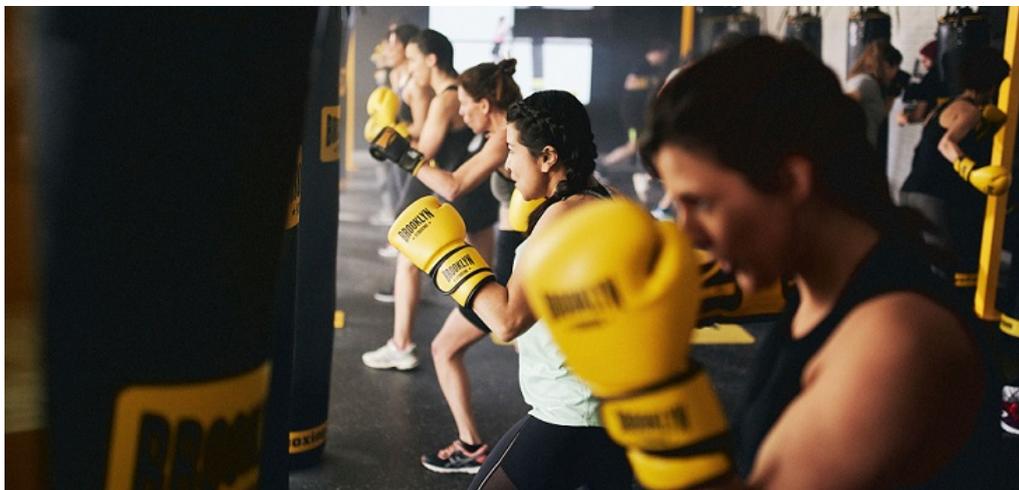
ENTORNO

El ECOMMERCE DEPORTIVO ralentiza su ritmo de crecimiento en 2018 y factura 1.860 millones.

El TICKET MEDIO del ecommerce deportivo cae por primera vez en tres años, hasta 56,7 euros.

El PARO DEPORTIVO se reduce un 2,3% y cierra junio con 31.600 afectados.

El GOBIERNO crea una comisión para combatir los amaños en competiciones deportivas.



FITNESS

Los 'BOUTIQUES' impulsan las aperturas hasta más de 70 gimnasios en el primer semestre.

BASIC-FIT opta por la promoción interna para el nuevo rol de director de operaciones.

CLAROR vuelve a coronarse como la cadena con más abonados de Barcelona en centros públicos.

DEPORTE Y SOCIACILIZACIÓN: el 'fitness' activa el vector 'outdoor' para fidelizar y ganar notoriedad.

La semana pasada estuvo marcada por el acuerdo entre el club blanco y la empresa de telecomunicaciones, que se convierte en uno de los patrocinadores más importantes del club y liderará la transición tecnológica del Santiago Bernabéu, y por los 40 millones de espectadores en la temporada 2018-2019 en Segunda División.