

ENTORNO

De campo a campo: del alza en la asistencia a eventos a la llegada de Asics a la IAAF

Palco23

9 dic 2016 - 17:24

Esta semana ha estado marcada por los datos de la Liga Santander y la Euroliga, que certifican una mejora de la asistencia en ambas competiciones, así como por la firma de nuevos acuerdos de patrocinio de calado, como el de Asics con la IAAF en atletismo, Nike con la Selección de Francia o Repsol con Honda, que le garantiza su permanencia en MotoGP.



El Real Madrid es uno de los clubes españoles con más afición.

COMPETICIONES:

La EUROLIGA dispara un 28% la asistencia a los pabellones con el nuevo formato.

La LIGA SANTANDER rebasa los 3,5 millones de espectadores hasta noviembre.

Under Armour equipará a todos los equipos de la MLB a partir de 2020.

La ACB renueva a CaixaBank hasta 2018 y amplía el patrocinio a la Supercopa.



Marc Márquez, campeón del mundo de MotoGP e imagen de Repsol a través del equipo de Honda.

MARKETING:

REPSOL renueva con Honda para seguir en MotoGP hasta 2018.

ASICS se queda con el patrocinio de la IAAF tras la rescisión anticipada de Adidas.

El CIRCUITO DE BARCELONA se alía con el ex director general del WPT para ganar clientes en Madrid.

La plataforma de vídeos DUGOUT ficha al exresponsable del área digital del Barça.



El Barça aportará cuatro millones de euros al proyecto, dentro del 'resort' de Hainan.

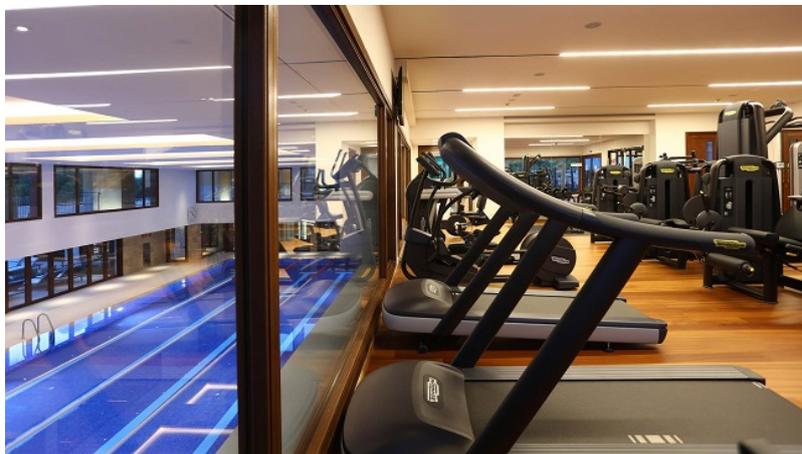
CLUBES:

El BARÇA invertirá 8 millones de euros junto a Mission Hills en su complejo de China.

El VILLARREAL CF reordena sus tiendas e inaugura un establecimiento en El Madrigal.

El BARÇA firma con Scotiabank el primer patrocinio regional de la oficina de Nueva York.

Fininvest da tres meses más al grupo chino para cerrar la venta del AC MILAN.



El club ocupa una superficie de 3.000 metros cuadrados.

FITNESS:

GRUPO CAP VERMELL invierte 10 millones de euros en un nuevo club deportivo en Mallorca.

TECHNOGYM promueve un gimnasio flotante por el río Sena, en París.



Chris Froome es uno de los embajadores de la marca italiana.

EQUIPAMIENTO:

El fondo L Catterton refuerza su apuesta ciclista con la compra de la italiana PINARELLO.

Sonae *da oxígeno* a SPORT ZONE en España con la inyección de 10,7 millones de euros.

FITBIT cierra la compra de la tecnología de los relojes inteligentes Pebble.

Carwana (INTEL): "El deporte está en el foco de la transformación digital".



'El Clásico' logró una audiencia de 2,2 millones de espectadores en España.

La semana anterior estuvo marcada por las innovaciones tecnológicas que La Liga quiere desarrollar junto a Microsoft e Intel aprovechando *El Clásico*, así como la decisión de la Generalitat de poner en jaque el modelo de negocio de los gimnasios que abren las 24 horas al día.