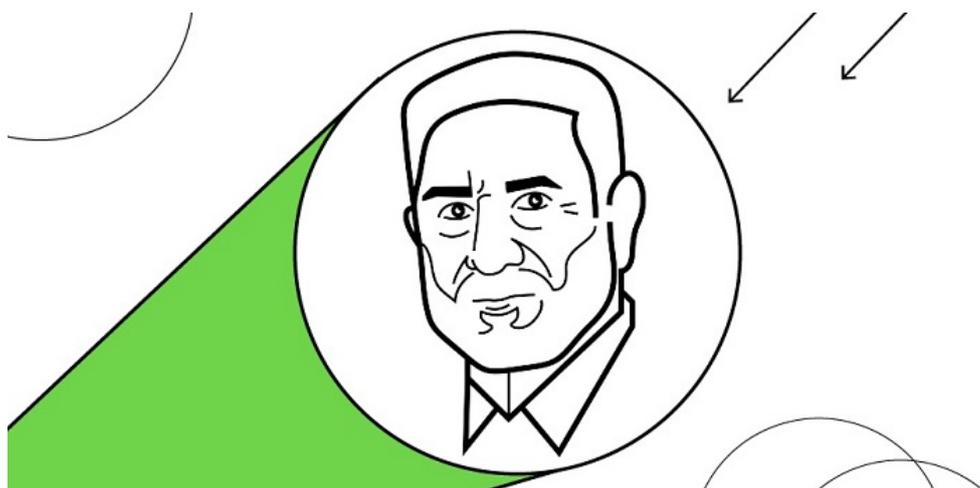


ENTORNO

Luis Bassat, el creativo que imaginó Barcelona'92, completa el programa de Sports Business Meeting

La jornada profesional de la industria del deporte tendrá lugar del 3 al 5 de noviembre en formato digital. *Show must go on* es el título de la tercera edición del encuentro.

Palco23
28 oct 2020 - 04:50



Los Juegos Olímpicos de 1992 se convirtieron en la mayor campaña de publicidad de una ciudad en toda la historia. Detrás de la creatividad de la cita olímpica que puso en el mapa a la capital catalana se encuentra Luis Bassat. Retirado ya de la esfera pública, el publicista que impulsó la agencia Bassat Ogilvy aportará elementos para reconstruir la industria del deporte tras el golpe de Covid-19 en [Sports Business Meeting](#).

Con más de seiscientos inscritos hasta la fecha, Sports Business Meeting completa su programa con la incorporación de Luis Bassat. A lo largo de tres días y en formato digital, Sports Business Meeting abordará los asuntos más candentes de la industria del deporte durante tres días, del 3 al 5 de noviembre.

Show must go on: el espectáculo del deporte tras el Covid-19 será el título de Sports Business Meeting 2020, un encuentro organizado por Palco23 con el apoyo del Ayuntamiento de Barcelona y LaLiga y que cuenta con el patrocinio de CaixaBank y Johan Cruyff Institute. El diario Mundo Deportivo es *media partner* de la jornada.

A lo largo de tres días y en formato digital, Sports Business Meeting abordará los asuntos más candentes de la industria

Tras la ponencia inaugural de Luis Bassat, Sports Business Meeting analizará cómo ha afectado el Covid-19 al sector de la mano de David Dellea, de la consultora PwC, para continuar con un diálogo con Juan del Río, de Viva Gym, sobre cómo relanzar la industria del fitness. La primera jornada de Sports Business Meeting concluirá con un análisis de Carles Cantó, de Spsg Consulting, sobre el patrocinio deportivo y cómo cambian sus normas tras el coronavirus.

En la segunda jornada del encuentro, Melcior Soler, de LaLiga, abordará la redefinición de los recintos deportivos ahora que la ausencia de público se impone en ellos, para continuar con una conversación con Ignacio Núñez, presidente de Gipuzkoa Basket, y una tercera charla de Andrew Saxton, de Kantar, sobre cómo capitalizar el *boom* del deporte tras el confinamiento.

La tercera y última jornada de Sports Business Meeting se centrará en la redefinición del papel de las ciudades como escenario de grandes eventos deportivos con Jesús García, de RPM-MKTG (organizador por ejemplo, de la Titan Desert) y en el auge de los eSports en una conversación con José Ramón Díaz, de Good Game Group (Vodafone Giants).

Sports Business Meeting concluirá su tercera edición con un panel de expertos que reflexionará sobre las perspectivas y retos del sector, analizando las ideas dejadas sobre el escenario durante los días previos. La mesa de debate estará formada por directivos de diferentes sectores, como Patricia Rodríguez (Elche CF), Jordi Viñas (Itik Consulting), David Meire (Hurley), Susana Closa (Ajuntament de Barcelona) y Alfonso Feijoo (Federación Española de Rugby).

La edición de 2020, que se realizará físicamente en Barcelona, pero sin la presencia física de público, combinará las ponencias de directivos de ámbito español sobre el escenario con la conexión por *streaming* de ponentes y expertos internacionales. La jornada podrá seguirse gratuitamente, en directo, a través de la *app* de la jornada. Las

PALCO23

| inscripciones están abiertas hasta completar el aforo virtual.