

## Carrefour seguirá rodando dos años más con La Vuelta

M.M.A.

23 jun 2015 - 16:41

Carrefour seguirá rodando con La Vuelta hasta 2016. El grupo francés de distribución ha anunciado que renueva el acuerdo como patrocinador principal y del jersey rojo de la principal competición ciclista de España, tras los positivos resultados en las dos ediciones anteriores.

"Este acuerdo aporta más estabilidad y seguridad para que siga creciendo la carrera. Hace dos años empezamos una carrera con Carrefour para que siguiera con nosotros; hoy la comenzamos para que ese flechazo que surgió en 2013 siga en 2016", ha explicado Javier Guillén, director general de Unipublic, empresa organizadora de La Vuelta.

Miguel Ángel Conesa, director de marketing de Carrefour en España, ha indicado que su intención es seguir patrocinando este "mucho tiempo". "Queremos seguir creciendo estando en la Vuelta y seguir ahí", ha añadido el directivo. En este sentido, ha confirmado que los términos del acuerdo son "parecidos" a los anterior, pero que ahora se "incidirá mucho más en las actividades paralelas" como el Parque Vuelta, en el que se vieron involucrados el pasado año más de 5.000 voluntarios de la empresa.

Se desconoce el importe económico que paga el grupo de distribución, pero el retorno parece justificado y no sólo por la presencia de marca en las televisiones. El pasado año, Carrefour recibió la visita de un millón de personas en las actividades que rodearon la carrera en hipermercados, salidas de etapa, caravana publicitaria, Parque Vuelta y animaciones en los cerca de 300 municipios por los que circularon los ciclistas. Este año se le añadirá un *Food Truck*, un camión restaurante con estética *vintage* que recorrerá las 21 etapas de la Vuelta para dar a conocer los productos locales y regionales.



Alberto Contador, en una de las etapas de La Vuelta 2014.

Antes de la firma de renovación con Carrefour, Unipublic también se aseguró que Skoda sería el nuevo patrocinador del jersey verde de la clasificación de la regularidad de La Vuelta a España de 2015. La marca automovilística, controlada por el grupo Volkswagen, también seguirá siendo el vehículo oficial de la carrera y mantendrá su vinculación con la Real Federación Española de Ciclismo (Rfec).

La Vuelta también se ha asegurado la repercusión internacional del principal evento ciclista del país hasta 2020. Unipublic, firma organizadora, ha alcanzado un acuerdo con la European Broadcasting Union (EBU), por la que esta organización adquiere los derechos de televisión para los próximos seis años. Los términos económicos del acuerdo no han trascendido, aunque se trata del primer gran contrato internacional que La Vuelta firma, desde que Atresmedia vendió el 51% de Unipublic al grupo Amaury Sport Organisation.

Este grupo francés es el que se encarga de la gestión del Tour de Francia, por lo que su experiencia estaría siendo clave para dar un nuevo impulso a la carrera española, que este año arranca el 22 de agosto en Málaga. “A través de este acuerdo, La Vuelta se garantizará la máxima exposición en los próximos años, hasta alcanzar un número creciente de aficionados al ciclismo de Europa, tanto en las grandes cadenas generalistas como en Eurosport”, indicó Yann Le Moenner, presidente y consejero delegado de Unipublic.

EBU agrupa a 76 cadenas de televisión repartidas por 56 países de Europa y también de Oriente Medio y el Norte de África, entre los que destacan la BBC (Reino Unido), Canal+

(Francia) o la propia Radio Televisión Española (Rtve). Además, el acuerdo incluye la difusión de La Vuelta en Eurosport, uno de los principales canales de televisión que acostumbra a emitir a través de satélite o plataformas de pago.

El grupo público de medios de comunicación volverá a ser uno de los grandes patrocinadores de La Vuelta junto a Carrefour, grupo de distribución que desde 2014 es el *sponsor* que dará nombre al gran premio. Cofidis, Fertiberia, Vodafone, Azkar, Skoda, Ecopilas, Ambilamp y Loterías y Apuestas del Estado (LAE) serán los patrocinadores principales, junto a una veintena de marcas que también estarán presentes en el recorrido como proveedores o socios oficiales.