

Adidas arrebatata a Nike el torneo de jóvenes promesas de la Euroliga

Palco 23
10 dic 2014 - 04:55

Adidas refuerza su presencia en el baloncesto continental. El grupo alemán de material deportivo ha aumentado su relación con la Euroliga, de la que ya era patrocinador *premium*, con el objetivo de dar nombre al torneo de jóvenes promesas de Europa, un honor que desde hace catorce años ostentaba Nike. Las condiciones económicas del nuevo acuerdo no han trascendido.

"Al ampliar nuestra asociación con Adidas para incluir nuestro torneo internacional juvenil, estamos reafirmando nuestro compromiso con los jugadores jóvenes que son el futuro de nuestro deporte", comenta Roser Queraltó, directora de desarrollo de negocio de la Euroliga. Se da la circunstancia de que en enero ya se produjo una primera ampliación del contrato, por el que la firma de moda deportiva ganaba presencia en las vallas publicitarias y disponía del derecho a lanzar productos oficiales y realizar pruebas de los mismos.

El relevo de marca supondrá un cambio de denominación del torneo, que pasará de ser el Nike International Junior Tournament (NIJT) a ser el Adidas Next Generation Tournament. El torneo ha ido creciendo desde su primera edición en 2003, ya que ha pasado de disputarse en una sola ciudad entre ocho equipos a ser un campeonato que recorre distintas ciudades europeas en el que participan 32 conjuntos.

La Final Four de 2015 se disputará en Madrid, que también acogerá la fase final del torneo profesional. Éste está patrocinado desde 2010 por Turkish Airlines, que da nombre al torneo. Bwin, Efes y Spalding son, junto a Adidas, los otros tres socios *premium* de la Euroliga, cuyas oficinas centrales están en Barcelona.