

MEDIA

Deporte paralímpico y nutrición: el 'mix' de Aldi para dar su primera zancada en el patrocinio deportivo

La cadena de supermercados ha firmado su primer acuerdo de esponsorización deportiva en España, apostando por el Comité Paralímpico Español (CPE) con un acuerdo a largo plazo en el que la compañía ve clave la asociación de valores del esfuerzo, el trabajo de equipo y la superación.

P. López
29 may 2020 - 04:58



La notoriedad de marca acostumbra a ser el objetivo primordial que persiguen las compañías que firman acuerdos de patrocinio, aunque a menudo se busca ir más allá. El pasado marzo, justo antes de que la industria del deporte se paralizara por el Covid-19, Aldi **fichó** como patrocinador del Comité Paralímpico Español (CPE) mediante un contrato de larga duración a través del Plan de Apoyo al Deporte Paralímpico (Adop).

A propósito de este acuerdo, la compañía ha lanzado el lema *devora tus metas*, con el fin de vincular la nutrición con los valores asociados al deporte paralímpico. "Estábamos muy interesados en firmar un acuerdo de larga duración con el deporte paralímpico español por la asociación de valores

1 / 2

<https://www.palco23.com/media/deporte-paralimpico-y-nutricion-el-mix-de-aldi-para-dar-su-primera-zancada-en-el-patrocinio-deportivo>

El presente contenido es propiedad exclusiva de Palco23 Ediciones, SL, sociedad editora de Palco23.com (www.palco23.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

, como el deporte en equipo, el esfuerzo, la constancia y la superación”, explica Silvia Segarra, directora de comunicación institucional de Aldi en España, a *Palco23*.

La compañía quería apoyar esta colaboración desde la nutrición, por lo que gracias a la aportación económica el CPE contará con una nutricionista especializada en deporte de élite que brindará asesoramiento a los atletas paralímpicos para ayudarles a mejorar su rendimiento. “Fomentaremos la creación de contenido nutricional para todos los deportistas y esta información se compartirá con el resto de la sociedad”, añade.

Con los recursos aportado por el Aldi al Comité Paralímpico Español, el organismo ha contratado a una nutricionista para asesorar a los atletas

Este patrocinio busca impactar en un segmento que no suele recibir el foco mediático, al menos, con la misma intensidad con la que se atiende a deportes *mainstream*, como el fútbol, el baloncesto o el tenis. “Queremos favorecer la visibilidad general del deporte paralímpico y ayudar al cambio de la percepción social sobre la discapacidad”, explica Segarra, al describir una estrategia de patrocinio que no tiene como objetivo primordial la visibilidad de la marca Aldi. “La clave es reforzar unos valores con los que nos identificamos como empresa”, remarca.

La directiva reconoce que la compañía se verá beneficiada en imagen a través de activaciones que, hasta ahora, sólo se han podido llevar a cabo a través de las redes sociales, debido al confinamiento. “Hemos creado contenido con ellos, dándoles ánimo durante los entrenamientos que han hecho en el hogar y lanzando recomendaciones nutricionales; en un futuro llevaremos desarrollaremos estas acciones presencialmente”, promete.

El acuerdo con el CPE ha supuesto el debut de Aldi en el campo del patrocinio deportivo, por el que no habían caminado hasta ahora. “Seguiremos comprometidos con ellos; los atletas lo han puesto muy fácil y han participado activamente en todo lo que hemos propuesto, incluso en acciones de comunicación interna en Aldi, pero también en las redes sociales”, describe.