

Emirates 'sube marcha' en la F-1 y se hace con los 'title rights' del GP de España

La gestora del Mundial ha logrado finalmente adjudicar este patrocinio a dos semanas de la carrera, después de que Pirelli no prolongara su contrato. La aerolínea también trabaja con el Barcelona Open Banc Sabadell de tenis.

M.Menchén
25 abr 2018 - 05:00

Emirates 'sube marcha' en la F-1 y se hace con los 'title rights' del GP de España

Qatar Airways fue la aerolínea árabe que más apostó por promocionarse en Barcelona a través del deporte, pero la no renovación de su contrato con el FC Barcelona ha dejado vía libre a otra compañía que año tras año ha crecido en la ciudad. Se trata de Emirates, que ha decidido elevar su apuesta por el motor y hacerse con los **title rights** del Gran Premio de España, que se celebrará en apenas dos semanas, según ha podido saber *Palco23*. El contrato no lo gestiona el Circuito de Barcelona-Catalunya, sino que es una negociación que correspondía a Liberty Media.

Este activo comercial había estado en manos de Pirelli desde 2014, cuando el fabricante de neumáticos se aseguró también el contrato de proveedor oficial de estas piezas en la competición. Sin embargo, la compañía Italia parece haber dado un paso atrás y, frente a los tres contratos de 2017, esta temporada y sólo pondrá su nombre a la carrera de Francia, que se disputará a finales de junio. Se desconocen los motivos de no haber mantenido su vinculación con la prueba española.

Pese a su no renovación, la compañía italiana estará en el podio de patrocinadores más longevos de esta prueba. Le supera Marlboro, que dio nombre a la cita entre 1994 y 2005, y empata con Telefónica, que se benefició del *boom* de Fernando Alonso y ostentó el apellido del gran premio entre 2006 y 2010. Entre 2011 y 2012 el contrato recayó en manos de Banco Santander, la multinacional española que más ha invertido en automovilismo en los últimos años, mientras que en 2013 quedó vacante.

Emirates, por su parte, se convirtió en patrocinador principal de la Fórmula 1 en 2013 y su contrato finaliza este año. Ahora bien, la apuesta por el trazado barcelonés no sólo es novedosa por el cambio después de cuatro años con una misma marca, sino porque es la segunda vez que la aerolínea árabe apuesta por este modelo de patrocinio

en sus cinco años de alianza con la Fórmula 1. La primera fue en 2016, con el Gran Premio de Japón, y este año complementará su presencia en Barcelona con la parada del campeonato en Alemania el mes de julio.

Emirates colabora con el deporte español vía Real Madrid, Mutua Madrid Open y Barcelona Open Banc Sabadell

Está por ver qué influencia tiene la profundización de esta alianza de cara a una hipotética renovación de su contrato con Liberty Media, que lleva meses trabajando en una nueva estrategia que seduzca a los patrocinadores. La compañía aérea, que en España ha renovado como patrocinador principal del Real Madrid hasta 2021-2022 y trabaja con el Mutua Madrid Open, también debe decidir si continúa como socio del Barcelona Open Banc Sabadell, torneo de tenis que se disputa estos días y que, unido al GP de Fórmula 1, le garantiza visibilidad continuada durante casi un mes en la capital catalana.

A nivel local, que Emirates apueste por la cita española y no por otra también sitúa en buena posición a la instalación, que está ultimando un plan de viabilidad para aumentar sus ingresos y abandonar los números rojos. El trazado barcelonés tiene contrato con la gestora del Mundial hasta 2019, y su capacidad de ser atractivo para las marcas podría ser determinante en las negociaciones de renovación, en un contexto en el que nuevos países están dispuestos a abonar el canon de más de veinte millones de euros al año que supone.

La gran ambición de la dirección es volver a rebasar los 100.000 espectadores en día de carrera, para lo que están lanzando nuevas iniciativas adicionales al propio espectáculo deportivo gracias a la mayor flexibilidad de Liberty Media; en total, habrá más de 1.000 personas de animación. Esta edición habrá un *Family Village*, situado en el antiguo helipuerto y la zona del bosque, con actividades y animación, además de una zona más de ocio para adultos con música en directo, *food trucks* y demás. En el ámbito cultural, los tres días de actividad contarán con la animación de *batucaires*, castellers y gigantes.

Barcelona también ha sabido captar el interés de las escuderías fuera de la competición oficial, y sus curvas fueron las protagonistas de los tests de pretemporada disputados entre el 26 de febrero y el 9 de marzo. El Mundial arrancó a finales de marzo en Australia, después pasó por Abu Dhabi y de ahí a China. Este fin de semana

PALCO23

llegará a Europa a través de Azerbaiyán antes de su parada en España. Junto a Emirates y Pirelli, las marcas que dan nombre a las carreras son Rolex, Gulf Air, Heineken, Johnnie Walker, Singapore Airlines y Etihad Airways.