

MEDIA

Hummel anota un '3+1' en la ACB: firma cuatro años con Morabanc Andorra

La compañía danesa de equipamiento deportivo, que la semana pasada anunció al Ucam Murcia, se convierte así en la marca con mayor representatividad entre los clubes de la liga española de baloncesto.

Palco23
14 jul 2020 - 19:05



Hummel anota un 3+1 en la ACB. La compañía danesa de equipamiento deportivo ha alcanzado un acuerdo con Morabanc Andorra para convertirse en su patrocinador técnico para las cuatro próximas temporadas. Los términos económicos del acuerdo no se han desvelado aunque de esta forma la marca será la que cuente con más representación en la liga española de baloncesto.

Tras el fichaje de Morabanc Andorra la compañía suma su cuarto club en la ACB tras alcanzar un acuerdo con el Ucam Murcia esta misma semana. Ambos se añaden a sus otros dos equipos patrocinados, el San Pablo Burgos y el Bilbao Basket. Hummel, además, arrebató el activo a su principal rival en la carrera por liderar la liga, Spalding.

Spalding ha pasado de tener cuatro equipos la temporada pasada a quedarse sólo con

1 / 2

<https://www.palco23.com/media/hummel-anota-un-31-en-la-acb-firma-cuatro-anos-con-morabanc-andorra>

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.

el Joventut de Badalona, con contrato hasta 2022-2023, y con Herbalife Gran Canaria, cuyo acuerdo también finaliza este verano. Desde Hummel, por su parte, no se descarta la incorporación de más clubes.

José Luis Caña, responsable de la sección de baloncesto de la marca en España, avanzó a este diario que buscaban “clubes con un proyecto de ciudad, que se sepan comunicar con sus aficionados, tengan un alto nivel de profesionalización interna y sepan entender las necesidades de las empresas”.