

MEDIA

## Infront renueva como socio de venta de patrocinios de la Unión Internacional de Biatlón hasta 2030

La agencia de márketing deportivo controlada por Wanda Sports Group continuará como socia exclusiva de los derechos de comercialización de la Unión Internacional de Biatlón (IBU) durante los próximos ocho años.

Palco23  
24 feb 2020 - 16:50



Infront y la Unión Internacional de Biatlón (IBU) amplían su acuerdo de comercialización. La agencia de márketing deportivo y el organismo han anunciado la renovación del acuerdo hasta 2030, año en el que celebrarán 36 años de cooperación. Como parte del acuerdo, Infront seguirá como socio exclusivo de los derechos de comercialización de la entidad, por lo que seguirá encargándose de vender sus patrocinios. Los términos económicos del acuerdo no han trascendido.

Este nuevo acuerdo amplía el papel actual de Infront al sumar la Copa IBU y la Copa Junior, la serie de competiciones de biatlón de segundo y tercer nivel, a la cartera que tendrá que comercializar. Anteriormente, los derechos incluían sólo eventos de la Copa

1 / 2

<https://www.palco23.com/media/infront-renueva-como-socio-de-venta-de-patrocinios-de-la-union-internacional-de-biatlon-hasta-2030>

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.

Mundial y el Campeonato Mundial.

El presidente de la IBU, Olle Dahlin, ha comentado que “este acuerdo garantiza el apoyo de los patrocinadores a largo plazo de IBU y nos permite planificar nuestra reinversión en el deporte a medida que aspiramos a ampliar nuestro alcance, innovar nuestro futuro y mejorar nuestros eventos.”

Por su parte, el presidente y director ejecutivo de Wanda Sports Group, Hengming Yang, ha afirmado que “la extensión y expansión de nuestra asociación con IBU refleja el valor de nuestros servicios de marketing y la capacidad de adaptar y escalar nuestro apoyo para satisfacer las necesidades cambiantes de la federación”. Además, el presidente ha querido remarcar que la relación entre ambos es un “fuerte testimonio de la sostenibilidad y las soluciones confiables que brindamos en nuestro negocio de deportes aficionados”.