

Sportium retransmitirá la liga de fútbol sala a través de su web

Palco23
12 jun 2015 - 13:29

Nuevo impulso a la Liga Nacional de Fútbol Sala (LNFS). La organización ha firmado un acuerdo de patrocinio con Sportium, por el que la casa de apuestas se convierte en el tercer socio comercial del torneo junto a Kelme y la Red de Talleres Motrio. Los términos económicos del acuerdo no han trascendido, aunque el proyecto supone un impulso a la visibilidad de la competición.

Sportium emitirá a partir de la próxima temporada todos los partidos que organice la LNFS, de manera que se permitirá a los usuarios apostar en tiempo real. De esta manera, el hecho de poder ganar dinero a través de los partidos podrían incentivar el consumo de la que está considerada como la liga de fútbol sala más importante del mundo.



Alberto Eljarrat, consejero delegado de Sportium, y Javier Lozano, presidente de la LNFS.

En virtud del acuerdo, la casa de apuestas que comparten al 50% Cirsa y Ladbrokes también ganará visibilidad en la competición. Además de publicidad durante los partidos, Sportium también contará con un enlace directo en la página web de la LNFS y podrá realizar acciones promocionales a través de la liga y de los propios clubes.

Alberto Eljarrat, consejero delegado de Sportium, considera que con este contrato unen su marca a "una de las competiciones nacionales con mayor prestigio y que ha tenido un crecimiento espectacular en los últimos años. Además, con este patrocinio consolidamos el posicionamiento de Sportium como la casa de apuestas del fútbol en todas sus modalidades". "Esperamos que sea el comienzo de una larga y fructífera relación entre ambas empresas", añade Javier Lozano, presidente de la LNFS.

El torneo ingresó 1,51 millones de euros durante la temporada 2013-2014, 200.000 euros menos respecto a la campaña anterior. Ello provocó que, pese a la contención en el gasto, el beneficio neto pasara de 108.612 euros a 33.666 euros.