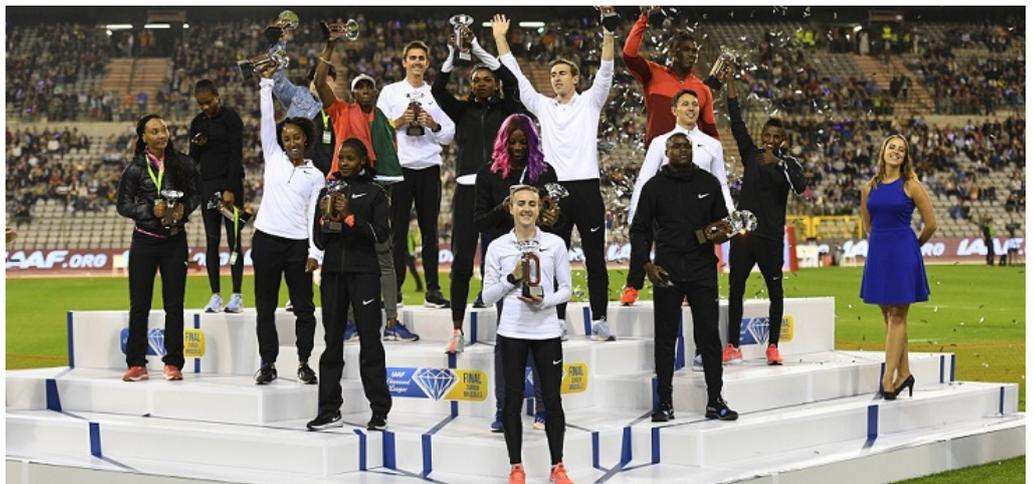


Wanda se hace con los 'naming rights' y los derechos audiovisuales de la Diamond League hasta 2029

El grupo chino también creará un nuevo evento anual en ese país, mientras que su agencia de márketing, Infront, será la que comercialice los *media rights* entre 2025 y 2029.

Palco23

25 sep 2019 - 12:42



La Federación Internacional de Atletismo (Iaaf) hace plusmarca en la Diamond League. El organismo ha alcanzado dos acuerdos clave para relanzar la competición que aseguran su futuro a medio y largo plazo. Por un lado, Wanda Sports dará nombre a la competición durante los próximos diez años, comenzando en 2020. Por otro lado, la agencia de márketing Infront, que pertenece al grupo chino, se ha asegurado los derechos audiovisuales del circuito entre 2025 y 2029.

Los términos económicos del acuerdo no se han desvelado, aunque como parte del mismo Wanda también se asegura llevar una de las pruebas de la Diamond League a China durante cada temporada. De igual forma, se ha aprobado la organización en el gigante asiático de un evento anual, también conocido como *meeting*, aunque por ahora

no se conocen más detalles sobre esta nueva iniciativa.

En cuanto a los derechos audiovisuales, será Infront la agencia que los comercialice. Esta será la primera vez que la agencia de marketing se encargue de gestionar los derechos de alguna competición de atletismo internacional, aunque ya había suscrito acuerdos regionales con la Federación Italiana de Atletismo (Fidal) en julio de 2018.

Por otro lado, el patrocinio también incluye un acuerdo por los derechos audiovisuales de un segundo *tour* internacional, los *meetings*, con los que la laaf pretendía remodelar la competición y dotarla de mayor dinamismo. Wanda también dará nombre a dichos eventos, que se celebrarán por todo el mundo y arrancarán en 2020 como “una mejora de las actuales World Challenge Series”, detalla la federación en un comunicado.

Además de los *naming rights* de la Diamond League, Wanda se asegura llevar una prueba a China y dar nombre al nuevo *tour* de la laaf

Philippe Blatter, consejero delegado de Infront, ha asegurado que “con las reformas que ha presentado la laaf, queremos jugar un rol más protagonista en el futuro del atletismo”. “La Diamond League es una plataforma excepcional para los atletas y queremos contribuir a extender el prestigio de la competición internacionalmente”, ha añadido.

“La Diamond League ha sido la ventana de la laaf durante más de una década, y es por donde va a continuar llegando el crecimiento del atletismo durante los próximos diez años”, ha asegurado Sebastian Coe, que esta misma mañana ha sido reelegido como presidente del organismo.

Hengming Yang, consejero delegado de Wanda, ha afirmado que “nuestro compromiso es trabajar junto a la laaf y la Diamond League para desarrollar el atletismo tanto en China como en todo el mundo y consolidarlo como uno de los eventos de referencia del deporte”.

Todas estas medidas son parte del plan de la laaf para dinamizar la Diamond League y conseguir aumentar tanto la audiencia como los patrocinadores. A partir de la próxima temporada sólo se celebrarán 12 *meetings* de la Diamond League, dos menos que en la actualidad. De este modo, también se pretende moderar el calendario de los atletas. Además, se ha apostado porque las sedes de eventos mundiales trabajen “un

PALCO23

enfoque innovador fuera del estadio y en el centro de las ciudades, donde se pueda acercar el atletismo a los fans”, reconocía Coe durante la presentación de la propuesta.