



La entidad da un nuevo impulso a su estrategia iniciada hace seis años para convertirse en el banco de los clubs de fútbol

CaixaBank y Atlético de Madrid amplían su acuerdo de patrocinio hasta 2022

- **Gonzalo Gortázar, consejero delegado de CaixaBank, y Enrique Cerezo, presidente del Atlético de Madrid, han suscrito la ampliación del acuerdo.**
- **Con este compromiso, CaixaBank renueva como patrocinador y socio financiero del club, consolida su relación con la entidad y adapta el contrato a las posibilidades que ofrece el Wanda Metropolitano.**
- **CaixaBank ha creado este año el programa Family Fútbol, que ofrece ventajas financieras y experiencias exclusivas a los aficionados de los 16 clubs de Primera y 15 de Segunda que patrocina la entidad.**

Madrid, 1 de diciembre de 2017

CaixaBank y el Atlético de Madrid han presentado hoy la ampliación y mejora del contrato de patrocinio que seguirá vinculando a ambas entidades durante los próximos cinco años. El banco, patrocinador y socio financiero del club, seguirá colaborando con la entidad colchonera hasta el final de la temporada 2021/2022, con lo que se superarán más de dos décadas de relación entre ambos.

Gonzalo Gortázar, consejero delegado de CaixaBank, y Enrique Cerezo, presidente del Atlético de Madrid, han rubricado este acuerdo de renovación en las instalaciones del nuevo estadio del club, el Wanda Metropolitano.

Según Gortázar: “la renovación de este acuerdo reafirma nuestro compromiso con la estrategia marcada por CaixaBank para convertirnos en el banco de los clubs de fútbol en España. Mantener la vinculación con el Atlético de Madrid nos permite colaborar con uno de los grandes equipos del fútbol español y europeo”.

El Wanda Metropolitano como experiencia de patrocinio

Este acuerdo, presentado en el recién estrenado recinto del Atlético de Madrid, servirá para poner en valor y aprovechar las oportunidades que ofrece el nuevo estadio. Con todas las novedades que incluyen las instalaciones rojiblancas, los clientes de CaixaBank podrán vivir nuevas experiencias, al mismo tiempo que la entidad financiera podrá tener una mayor presencia de marca para consolidar la apuesta de la entidad por el fútbol profesional.



Entre estas experiencias destaca la organización de visitas guiadas exclusivas por todos los rincones del Wanda Metropolitano, la posibilidad de disputar un partido en el estadio atlético o la asistencia a eventos privados organizados en salas de *hospitality* habilitadas para patrocinadores. Además, diez clientes podrán presenciar cada partido desde el llamado “Tercer Banquillo” de CaixaBank, situado en la primera fila de la grada junto al túnel de vestuarios, lo que representa una experiencia única para el aficionado.

Ventajas exclusivas para clientes

En línea con el modelo de patrocinio con el resto de clubes, CaixaBank contará con un paquete de contraprestaciones en concepto de derechos exclusivos de marca en las diferentes instalaciones deportivas del Atlético de Madrid, paquetes de hospitalidad para clientes de la entidad y publicidad en los diferentes canales de comunicación del club.

Al mismo tiempo, todos los aficionados colchoneros que domicilien la nómina en CaixaBank obtendrán un abono gratuito para toda la temporada de Liga, limitado al número de localidades libres que disponga el club antes de completar el aforo, y entrarán a formar parte del programa *Family Fútbol*. Este programa de fidelización ofrece ventajas vinculadas al deporte como la personalización de las tarjetas Visa o el sorteo de la camiseta oficial de cada club, entre muchas otras.

El programa *Family Fútbol*, incorporado dentro del programa de fidelización *Family* que gestiona la entidad, permite a los clientes beneficiarse de ventajas exclusivas en el ámbito financiero, como la Cuenta *Family* sin comisiones y el Préstamo *Family*, un préstamo de hasta 60.000 euros sin comisión de apertura, y descuentos en seguros, entre otros. Además el programa incluye más de cien ofertas y descuentos en ocio como cines, restauración, tecnología, viajes, tiempo libre, entre otros.

Apuesta por el deporte femenino

Entre las novedades incorporadas en el nuevo acuerdo de patrocinio destaca la apuesta por el Atlético de Madrid Femenino. Con el objetivo de fomentar el deporte femenino, CaixaBank ha decidido impulsar también a este equipo en línea con uno de los objetivos marcados en su plan estratégico 2015-2018.

Para ello, el club deportivo incorporará la imagen corporativa de la entidad financiera presidida por Jordi Gual y cuyo consejero delegado es Gonzalo Gortázar en la ciudad deportiva del club. Además, CaixaBank dispondrá de entradas gratuitas para regalar entre sus clientes y podrá organizar eventos para que los socios puedan conocer a las jugadoras del primer equipo.



CaixaBank, el banco de los equipos de fútbol

CaixaBank impulsó hace seis años una estrategia dirigida a convertirse en el banco de los clubs de fútbol. Tras renovar este acuerdo de patrocinio con el Atlético de Madrid, CaixaBank patrocina 16 equipos de fútbol de Primera División y 15 de Segunda.

El objetivo de esta estrategia se centra en aprovechar nuevas oportunidades comerciales, incrementar la notoriedad de marca y captar y fidelizar a los clientes en un entorno cada vez más competitivo. Por lo tanto, mediante los patrocinios deportivos –principalmente el fútbol– CaixaBank avanza en la generación de negocio al ofrecer experiencias y ventajas exclusivas a sus clientes.

Desde el inicio del programa, CaixaBank ha comercializado 190.000 tarjetas vinculadas a los clubs de fútbol patrocinados, ha captado más de 15.000 nóminas y ha financiado 35.000 abonos.