

*Entre 2006 y 2009, CaixaBank ya patrocinó a la Real Federación Española de Fútbol*

## **CaixaBank se convierte en socio financiero de la RFEF y patrocinará a la Selección Española de fútbol hasta 2024**

- **El presidente de la RFEF, Luis Rubiales, y el consejero delegado de CaixaBank, Gonzalo Gortázar, han ratificado hoy el acuerdo entre ambas entidades para los próximos 6 años.**
- **El banco se convierte en el socio financiero exclusivo de la RFEF, a la que aportará su experiencia como principal banco de los clubes de fútbol en España, donde patrocina a 16 equipos de Primera División y 15 de Segunda.**
- **Las contrapartidas del acuerdo con la RFEF giran alrededor de tres grandes ejes: proveedor de servicios financieros para un amplio colectivo, notoriedad de marca y actividades de hospitality.**

**Madrid, 7 de junio de 2018.-** CaixaBank ha alcanzado un acuerdo con la Real Federación Española de Fútbol (RFEF) mediante el que la entidad se convierte en socio financiero exclusivo y patrocinador oficial de las selecciones españolas de fútbol masculinas y femeninas hasta el año 2024.

Este convenio, ratificado hoy por el presidente de la RFEF, Luis Rubiales, y el consejero delegado de CaixaBank, Gonzalo Gortázar, también incluirá acciones de apoyo al fútbol base, así como diferentes iniciativas vinculadas a la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) de ambas entidades y al poder integrador y social del fútbol.

El patrocinio de CaixaBank estará vigente ya en el Mundial de Rusia 2018, que se inicia el próximo 15 de junio, y la marca del banco estará presente en la equipación de entrenamiento de la selección española de fútbol.

La entidad presidida por Jordi Gual y cuyo consejero delegado es Gonzalo Gortázar ya fue patrocinador oficial de la RFEF entre 2006 y 2009. Con este acuerdo, CaixaBank se convertirá en socio financiero en exclusiva y aportará a la Federación y a su millón de deportistas federados toda su experiencia tecnológica derivada de la decidida apuesta del banco por la innovación.

Para el presidente de CaixaBank, Jordi Gual, este acuerdo “supone una magnífica oportunidad para establecer una estrategia a largo plazo con la Federación, sumar y compartir experiencias, y desarrollar y ampliar toda nuestra operativa financiera al servicio de una institución de las características de la Real Federación Española de Fútbol como, por ejemplo, facilitar la gestión financiera de su millón de deportistas federados”.

Gonzalo Gortázar, consejero delegado de CaixaBank, ha señalado que para la entidad es “una gran satisfacción apoyar a la Selección Española de fútbol y acompañarla en los apasionantes retos que afrontará en los próximos años”. Además, esta nueva colaboración “complementa la estrategia de CaixaBank para convertirse en el banco de los clubes de fútbol en España, donde ya patrocina a 16 equipos de Primera División y 15 de Segunda División”, ha subrayado Gortázar.

Por su parte, Luis Rubiales, presidente de la Real Federación Española de Fútbol (RFEF), se mostró entusiasmado con el acuerdo: “Se unen dos gigantes para conseguir la excelencia que buscamos en la RFEF. CaixaBank nos va a ayudar a conseguir el impulso tecnológico que necesita la Federación. Es un gran acuerdo para nosotros y estamos muy satisfechos de ir de la mano de una potencia de la envergadura de CaixaBank”.

### Patrocinio centrado en tres grandes ejes

Las contrapartidas del acuerdo de la entidad presidida por Jordi Gual y cuyo consejero delegado es Gonzalo Gortázar giran en torno a tres grandes ejes: proveedor de servicios financieros para un amplio colectivo, notoriedad de marca y *hospitality*. De esta manera, CaixaBank canalizará gran parte del negocio financiero de la RFEF y ofrecerá servicios y experiencias exclusivas para distintos colectivos, como los federados, colegiados y empleados, entre otros.

En este ámbito, y siguiendo el modelo de éxito implantado en la Federació Catalana de Futbol, la entidad financiera ayudará a la RFEF en la canalización online de pagos a los árbitros, la gestión diaria de los entrenadores y jugadores federados con la Federación en todos sus trámites, así como la mutualidad de los futbolistas.

Al mismo tiempo, CaixaBank contará con un paquete de contraprestaciones en concepto de derechos exclusivos de marca en las diferentes instalaciones deportivas de la RFEF, paquetes de hospitalidad para clientes de la entidad y publicidad en los diferentes canales de comunicación de la Federación.

### Entidad comprometida con el deporte

Con este nuevo acuerdo con la RFEF para los próximos seis años, CaixaBank reafirma su decidida apuesta por el deporte, eje sobre el que pivota toda la estrategia de patrocinio del banco, tanto a nivel local como nacional.

Esta implicación de CaixaBank con el deporte se remonta a hace 25 años, cuando la entidad decidió apoyar el deporte olímpico mediante el acuerdo suscrito con el Plan ADO, convirtiéndose en una de las entidades pioneras en patrocinio deportivo de España.

En relación con el fútbol, la entidad financiera impulsó en 2011 una estrategia dirigida a convertirse en el banco de los clubes de fútbol en España. En la actualidad, CaixaBank patrocina a 16 equipos de Primera División, 15 de Segunda División y, después del acuerdo alcanzado con la RFEF, también a las selecciones absolutas masculina, femenina y sus correspondientes categorías inferiores.

En este sentido, CaixaBank ha creado 'Family Fútbol', el programa que ofrece experiencias exclusivas como la asistencia a entrenamientos, partidos en el terreno de juego oficial o conocer personalmente a los jugadores, todas ellas vinculadas a los clientes que forman parte del programa.

A través de esta acción, CaixaBank avanza en la generación de negocio al ofrecer experiencias y ventajas exclusivas a sus clientes en cada territorio de influencia de la entidad. A través de la red de cerca de 5.000 oficinas distribuidas por todo el país, CaixaBank mantiene una estrecha vinculación con el territorio y cuenta con una vocación de entidad cercana con el cliente, que se traduce en el patrocinio como estrategia adecuada para generar notoriedad en el territorio de influencia.