

CaixaBank renova fins a 2022 com a patrocinador oficial i soci financer del Real Sporting de Gijón

- **L'entitat financera, a través del pressupost descentralitzat de la Fundació “la Caixa”, també col·laborarà en el projecte de futbol adaptat de RSG Genuine de la Fundación Mareo.**
- **Juan Pedro Badiola, Director Territorial Nord de CaixaBank, destaca la importància d'aquest acord mitjançant el qual “pretenem continuar explorant nous camps que ens presenta aquesta aliança”.**
- **“Agraïm a CaixaBank de nou la confiança envers el Club estenent la col·laboració fins a l'any 2022”, assenyala Javier Martinez, vicepresident del Real Sporting de Gijón.**

Gijón, 15 de desembre de 2020

CaixaBank i el Real Sporting de Gijón han signat avui un nou acord mitjançant el qual l'entitat financera renova la seva condició de patrocinador i soci financer del club fins a l'any 2022. L'entitat, presidida per Jordi Gual i dirigida per Gonzalo Gortázar, ha volgut continuar mostrant el seu suport i compromís amb el club i amb tota la seva afició.

L'acord entre ambdues entitats estableix el patrocini de CaixaBank, gràcies al qual l'entitat financera comptarà amb diverses contraprestacions en concepte de drets de marca. Aquests drets són vinculants a les diferents instal·lacions esportives del club. El patrocini també inclou paquets d'*hospitality* per a clients de l'entitat i publicitat a l'estadi El Molinón, així com en els diferents canals de comunicació del club.

D'altra banda, l'acord renova la relació que es va iniciar l'any 2017 com el soci financer per a l'operativa financera del club i manté la col·laboració en altres àmbits comercials, com l'emissió de targetes financeres dissenyades i personalitzades per als simpatitzants de l'equip. Al mateix temps, el renovat compromís entre el club i CaixaBank permetrà al banc desenvolupar, activar i coordinar conjuntament innovadores accions dirigides als aficionats.

En l'acte de la signatura de l'acord han estat presents Javier Martinez, vicepresident del Real Sporting de Gijón, i Juan Pedro Badiola, Director Territorial Nord de CaixaBank. Badiola, qui ha posat de manifest “l'impuls estratègic que suposa per a CaixaBank poder seguir de la mà d'un club com el Real Sporting de Gijón, que ha sabut sobreposar-se a tota mena de situacions, sent una entitat amb la qual ens sentim molt identificats i amb la qual compartim molts valors”. A més, Badiola assenyala que “aquest nou acord ens presenta un ampli ventall de possibilitats que ens permetrà continuar explorant nous camps i que beneficiarà directament a l'aficionat”.

Per part seva, Javier Martínez, vicepresident del Real Sporting de Gijón, posa en valor aquest acord “per al club és molt important tenir una cartera estable de patrocinadors i que els nostres patrocinadors de capçalera es mantinguin a llarg termini”.

Impacte transformador del RSG Genuine

A més, CaixaBank, a través del pressupost descentralitzat de la Fundació “la Caixa”, també ha volgut mostrar el seu suport al projecte del RSG Genuine i amb el qual es pretén desenvolupar diverses accions conjuntes per continuar potenciant el projecte esportiu i integrador de l'equip Genuine. Entre les quals es troba el suport a aquest equip que forma a joves asturians en risc d'exclusió a través de la Fundación Mareo. Una unió que suposa una aliança que buscarà augmentar l'impacte transformador d'accions solidàries.

Gràcies a la seva capillaritat territorial, la xarxa d'oficines de CaixaBank pot fer costat a la Fundació “la Caixa” en la seva labor social, detectant necessitats d'entitats socials locals com les de la Fundación Mareo i canalitzant una part del pressupost de la Fundació. En 2019, el 92% de les oficines del banc van donar suport a algun projecte social i van fer possible que milers de petites i mitjanes entitats socials solidàries poguessin accedir a ajudes econòmiques per a tirar endavant els seus programes.

En aquest sentit, Juan Pedro Badiola ha assenyalat “la importància de la solidaritat i col·laboració entre les diferents entitats i institucions per a protegir a les persones en situació de vulnerabilitat”. A més, ha afegit que “hem pogut comprovar aquests mesos l'esforç que aquests nois i noies fan per continuar entrenant des de les seves cases, malgrat les dificultats que això comporta, i com l'esport es converteix en una eina de transformació”.

CaixaBank, el banc dels clubs de futbol

CaixaBank va impulsar en 2011 una estratègia dirigida a convertir-se en el banc dels clubs de futbol. Actualment, l'entitat patrocina a 16 equips de Primera Divisió i 13 de Segona Divisió.

Per a CaixaBank, el patrocini esportiu és una eina estratègica de comunicació que imparteix valors que l'entitat comparteix amb la pràctica esportiva, com són el lideratge, l'esforç, la superació i el treball en equip. A través del patrocini, l'entitat financera fomenta el progrés cultural, social i econòmic, en línia amb els seus valors fundacionals de compromís amb la societat.

A través d'aquesta acció, sota la nomenclatura *Family Futbol*, CaixaBank avança en la generació de negoci en oferir experiències úniques i avantatges financers exclusius als seus clients en cada territori d'influència de l'entitat. L'objectiu d'aquesta estratègia se centra en incrementar la notorietat de marca, captar i fidelitzar als afeccionats per a convertir-los en clients fruit d'iniciatives diferencials, així com a aprofitar noves oportunitats comercials fruit d'accions acordades amb els clubs de futbol patrocinats. Amb *Family Futbol*, CaixaBank ha comercialitzat 200.000 targetes vinculades als clubs de futbol patrocinats, ha captat més de 30.000 nòmines i ha finançat 75.000 abonaments.