

## **CaixaBank y el Deportivo Alavés alcanzan un nuevo acuerdo de patrocinio hasta el año 2025**

- **Alfonso Fernández de Troconiz, presidente del Deportivo Alavés, y Ángel Garabieta, Director Comercial de CaixaBank en Euskadi han suscrito el acuerdo para las próximas cuatro temporadas, vigente hasta el 30 de junio de 2025.**
- **Con este compromiso, CaixaBank renueva como patrocinador oficial y socio financiero del Deportivo Alavés con el objetivo de seguir respaldando al club y a sus aficionados como se hecho desde el inicio de la vinculación, a pesar de la pandemia que ha afectado esta última temporada, focalizando la actividad en la operativa financiera, la implementación de los derechos de marca así como el impulso de acciones innovadoras dirigidas a los aficionados.**
- **CaixaBank refuerza su posicionamiento como el banco referente de los clubes de fútbol, donde cuenta con 15 equipos patrocinados en Primera División, 14 de Segunda División y a 9 de los 18 equipos de la Primera División Femenina.**

**Vitoria-Gasteiz, 4 de agosto de 2021**

CaixaBank y el Deportivo Alavés han suscrito un nuevo acuerdo de patrocinio mediante el cual la entidad financiera renueva como patrocinador oficial del club y socio financiero para las próximas cuatro temporadas. El acuerdo, que tiene como objetivo reforzar el compromiso y apoyo de CaixaBank con el club y su afición, estará vigente hasta la finalización de la temporada 2024-2025.

Ángel Garabieta, Director Comercial de CaixaBank en Euskadi, y Alfonso Fernández de Troconiz, presidente del Deportivo Alavés, han rubricado hoy esta renovación en Mendizorroza. Con este nuevo compromiso, la entidad se mantendrá como patrocinador y banco oficial del club, tal y como viene haciendo desde que se inició la relación en el año 2017. En cuanto a la operativa financiera, de entre todas las acciones destaca la emisión de tarjetas financieras diseñadas y personalizadas para los abonados, socios y simpatizantes del equipo así como facilidades de pago en los abonos de temporada.

El acuerdo también contempla el patrocinio exclusivo dentro del sector bancario y establece diversas contraprestaciones en concepto de derechos exclusivos de marca. Estos derechos son vinculantes a los canales oficiales de comunicación del club, las diferentes instalaciones deportivas, donde se dispondrán de paquetes de *hospitality* para clientes de la entidad, así

como publicidad en Mendizorroza.

Al mismo tiempo, el renovado compromiso permitirá a CaixaBank desarrollar, activar y coordinar conjuntamente innovadoras acciones, tanto digitales como presenciales, dirigidas a los aficionados, siempre que la situación socio sanitaria provocada por la pandemia lo permita.

Entre ellas destacan *meet and greet* con futbolistas, fotografías oficiales a pie de campo en la previa de los partidos, localidades preferentes para disfrutar de un encuentro en condiciones excepcionales o la participación en múltiples actividades lúdicas impulsadas por la entidad financiera.

### CaixaBank, el banco de los clubes de fútbol

Hace 10 años CaixaBank amplió su apuesta por el fútbol para convertirse en el banco de referencia de los equipos y sus aficiones. Esta estrategia, canalizada bajo el hastag de *#EIFútboldetodos*, le ha convertido en patrocinador oficial del 80% de equipos de fútbol profesional masculino, puesto que cuenta con 15 equipos de Primera División y 14 de Segunda División. Además, la entidad financiera es patrocinador de 9 de los 18 equipos de la primera división femenina.

Para CaixaBank, el patrocinio deportivo es una herramienta estratégica de comunicación que imparte valores que la entidad comparte con la práctica deportiva, como son el liderazgo, el esfuerzo, la superación y el trabajo en equipo. A través del patrocinio, la entidad financiera fomenta el progreso cultural, social y económico, en línea con sus valores fundacionales de compromiso con la sociedad.

A través de esta acción, bajo la nomenclatura Experience y *#elfutboldetodos*, CaixaBank avanza en la generación de negocio al ofrecer experiencias únicas y ventajas financieras exclusivas a sus clientes en cada territorio de influencia de la entidad.

El objetivo de esta estrategia se centra en incrementar la notoriedad de marca, captar y fidelizar a los aficionados para convertirlos en clientes fruto de iniciativas diferenciales, así como en aprovechar nuevas oportunidades comerciales fruto de acciones acordadas con los clubes de fútbol patrocinados.

A través de esta acción, CaixaBank ha comercializado 300.000 tarjetas vinculadas a los clubes de fútbol patrocinados, ha captado más de 50.000 nóminas y ha financiado 100.000 abonos.