

CaixaBank es converteix en nou patrocinador de l'SD Amorebieta fins l'any 2023

- **Jon Larrea, president de l'SD Amorebieta, i Juan Pedro Badiola, Director Territorial Nord de CaixaBank, han subscrit l'acord per a les properes dues temporades, vigent fins al 30 de juny de 2023.**
- **Amb aquest compromís, CaixaBank s'uneix com a patrocinador oficial i soci financer de l'SD Amorebieta amb l'objectiu de fer costat al club i als seus aficionats en aquesta temporada històrica que ha suposat l'ascens al futbol professional.**
- **CaixaBank reforça el seu posicionament com el banc referent dels clubs de futbol, on compta amb 15 equips patrocinats a Primera Divisió, 15 de Segona Divisió i a 9 dels 18 equips de la Primera Divisió Femenina.**

Amorebieta-Etxano, 26 d'agost del 2021

CaixaBank i l'SD Amorebieta han subscrit un nou acord de patrocini mitjançant el qual l'entitat financera es converteix en patrocinador oficial del club i soci financer per a les properes dues temporades. L'acord, que té com a objectiu reforçar el compromís i suport de CaixaBank amb el club i la seva afició, estarà vigent fins a la finalització de la temporada 2022-2023.

Juan Pedro Badiola, Director Territorial Nord de CaixaBank, i Jon Larrea, President de l'SD Amorebieta, han rubricat avui aquest compromís a Urritxe. Amb aquest nou patrocini CaixaBank serà patrocinador principal i banc oficial del club per primera vegada en la seva història.

L'acord contempla el patrocini exclusiu dins del sector bancari i estableix diverses contraprestacions en concepte de drets exclusius de marca. Aquests drets són vinculants als canals oficials de comunicació del club, les diferents instal·lacions esportives, on es disposaran de paquets d'*hospitality* per a clients de l'entitat, així com publicitat al partits que l'SD Amorebieta disputi com a local a Lezama.

Al mateix temps, el pioner compromís amb el club permetrà a CaixaBank desenvolupar, activar i coordinar conjuntament innovadores accions, tant digitals com presencials, dirigides als aficionats, sempre que la situació socio sanitària provocada per la pandèmia ho permeti. Entre elles destaquen *meet and greet* amb futbolistes, fotografies oficials a peu de camp a la prèvia dels partits, localitats preferents per gaudir d'una trobada en condicions excepcionals o la participació a múltiples activitats lúdiques impulsades per l'entitat financera.

Una fita per al futbol basc

Durant l'acte celebrat a Urritxe, Juan Pedro Badiola, Director Territorial Nord de CaixaBank, ha assenyalat que “teníem clar que a un club com l'Amorebieta, que ha arribat al futbol professional fent-se a si mateix i des de la humilitat, calia estar al costat d'ell en aquesta nova aventura que marcarà una fita en el futbol basc en general i en el biscaí en particular”.

En aquest sentit, Badiola ha apuntat que “a CaixaBank ens agrada molt l'esport, i queda clar amb l'aposta que estem fent a tot el nostre territori, amb exemples com el de la lliga de traineres o la pilota a mà. Però el futbol també és una de les apostes fermes de CaixaBank i que ens ha portat a ser la referència de molts clubs de futbol i aficionats. Clubs de totes les grandàries, però que tots projecten un sentiment molt arrelat, per la qual cosa el que per a nosaltres és un honor poder anar de la mà de l'Amorebieta les pròximes dues temporades”.

Per part seva, Jon Larrea, president de la Societat Esportiva Amorebieta, ha donat les gràcies a CaixaBank i a Juan Pedro Badiola pel suport que tots dos han brindat al club zornotzarra “ara, en aquest moment d'èxit esportiu i notorietat mediàtica, però també durant els últims anys, d'una forma discreta però sempre decidida”.

Larrea ha volgut posar en valor el fet que la signatura de l'acord de patrocini per a les temporades 2021-2022 i 2022-2023 “constitueix una fita més en l'estreta i llarga relació que l'SDA i CaixaBank mantenen des de fa anys. Des que al juliol del 2018 vam accedir a la Junta Directiva del club, sempre hem trobat obertes les portes de CaixaBank i de Badiola. I vull remarcar això de 'sempre': estigués el primer equip a la Lliga SmartBank i en el futbol professional, com ocorre en l'actualitat, o estigués en els llocs de descens de Segona B i en una situació econòmica molt delicada, com era fa menys de tres anys. No són paraules gratuïtes: això ha estat així i crec que és de justícia que avui ho diguem públicament”. En aquest sentit, Larrea ha declarat que a ell, com a president, i a l'SDA, com a institució, els feia una especial il·lusió estampar la signatura d'aquest acord “amb un zornotzarra”, en referència a Badiola.

Per finalitzar, el president del club blau ha assegurat que “per a l'SDA constitueix una gran satisfacció poder vincular el seu nom al de CaixaBank, una entitat que ve avalada per anys d'ajuda, suport i impuls de l'esport basc en nombroses disciplines, algunes tan arrelades en la nostra cultura com la pilota o el rem”.

CaixaBank, el banc dels clubs de futbol

Fa 10 anys CaixaBank va ampliar la seva aposta pel futbol per convertir-se en el banc de referència dels equips i les seves aficions. Aquesta estratègia, canalitzada sota el hastag de #EiFutbolDetots, l'ha convertit en patrocinador oficial del 80% d'equips de futbol professional masculí, ja que compta amb 15 equips de Primera Divisió i 15 de Segona Divisió. A més, l'entitat financera és patrocinador de 9 dels 18 equips de la primera divisió femenina.

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 Experience i #elfutboldetots, CaixaBank avança en la generació de negoci a l'oferir experiències úniques i avantatges financers exclusius als seus clients en cada territori d'influència de l'entitat.

L'objectiu d'aquesta estratègia es centra en incrementar la notorietat de marca, captar i fidelitzar als aficionats per convertir-los en clients fruit d'iniciatives diferencials, així com aprofitar noves oportunitats comercials fruit d'accions acordades amb els clubs de futbol patrocinats.

A través d'aquesta acció, CaixaBank ha comercialitzat 300.000 targetes vinculades als clubs de futbol patrocinats, ha captat més de 50.000 nòmines i ha finançat 100.000 abonaments.