

CaixaBank renova per 15è any consecutiu com a patrocinador oficial i soci financer del Girona FC

- **El nou acord, vigent fins al final de la temporada 2028 / 2029, referma una relació històrica que acumularà 19 anys a la finalització del mateix, cosa que reforça el paper de CaixaBank al territori i com el banc dels clubs de futbol i les seves aficions**
- **Mitjançant aquesta col·laboració, CaixaBank manté el seu suport al club i als seus aficionats, centrant l'activitat en l'operativa financera, la implementació dels drets de marca a les instal·lacions esportives, paquets d'hospitality per a clients i accions innovadores dirigides als aficionats per acostar-los al dia a dia del club**

Girona, 16 de setembre de 2025

CaixaBank ha signat la seva renovació amb el Girona FC com a patrocinador oficial del club i soci financer fins al final de la temporada 2028-29, un història de recolzament iniciada ja fa 15 anys i que acumularà 19 temporades consecutives a la finalització de l'actual contracte. Delfí Geli, president del Girona FC, i Josep M^a González, director territorial de CaixaBank a Catalunya, han rubricat l'acord en un acte a Montilivi que posa de manifest la històrica col·laboració entre l'entitat financera i el club, que es remunta a l'any 2010, abans que el Girona FC estigués a l'elit del futbol.

El nou acord inclou la col·laboració en l'àmbit financer, com l'emissió, per part de CaixaBank, de targetes bancàries per als abonats, socis i simpatitzants del club, dotades de tots els avantatges associats a les targetes Visa *contactless* i personalitzades amb els colors i l'escut oficial. Al mateix temps, aquestes targetes permetran als usuaris participar en experiències exclusives, com partits de clients a les instal·lacions oficials del club, com si d'un jugador professional es tractés.

Com a soci financer, CaixaBank també impulsarà jornades d'educació financera amb tota la plantilla i cos tècnic del primer equip per abordar la importància de la formació, la planificació i l'assessorament financer en la gestió dels seus estalvis i inversió.

Així mateix, CaixaBank i el Girona FC organitzaran conjuntament accions dirigides als aficionats, com trobades 'Meet & Greet' amb jugadors del primer equip i l'activació de sortejos i promocions a través dels canals de comunicació oficials del club. L'objectiu que l'entitat financera persegueix amb aquestes múltiples accions és acostar el club als seus aficionats en el dia a dia i reforçar el seu posicionament del banc dels clubs de futbol i les seves aficions.

A més, el patrocini comporta contraprestacions en concepte de drets de marca i paquets d'*hospitality* per a clients, així com presència d'imatge a la Ciutat Esportiva i als diferents canals de comunicació del club. Així mateix, CaixaBank es reserva l'opció d'utilitzar actius per realitzar accions especials amb entitats socials del territori, en una mostra del compromís social de CaixaBank.

CaixaBank, el banc dels clubs de futbol

CaixaBank compta amb una sòlida estratègia de patrocini vinculada als clubs de futbol professional i les seves aficions a Espanya que l'ha consolidat com el banc dels clubs de futbol, ja que és patrocinador oficial de 13 equips de Primera Divisió i 14 de Segona Divisió. A més, CaixaBank és patrocinador de 9 dels 16 equips de la Primera Divisió femenina.

Per a CaixaBank, el patrocini esportiu és una eina estratègica de comunicació que ajuda a divulgar 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.

CaixaBank impulsa múltiples activacions amb l'objectiu d'acostar els clubs als seus aficionats alhora que avança en la generació de negoci. En cada acord, l'entitat financera es vincula amb els clubs per oferir experiències úniques als seus socis i aficionats i, alhora, promoure avantatges financers exclusives.

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