

CaixaBank converteix en jugadors professionals per un dia 35 aficionats del RCD Espanyol

- **Jugar un partit de futbol a l'RCDE Stadium, canviar-se als vestidors del primer equip, saltar a la gespa mentre sona l'himne o emportar-se una equipació oficial personalitzada han estat algunes de les experiències que han viscut 35 clients de CaixaBank**
- **Per primera vegada, CaixaBank ha unit a la gespa clients i usuaris d'una entitat social, Fundació Marianao, per disputar aquest partit**
- **Aquesta acció s'engloba dins de l'estratègia de patrocinis de l'entitat financera, que consisteix a acostar el club als seus aficionats, ahora que activa de manera social totes les seves accions**

Cornellà – el Prat, 13 de maig de 2026.

Un total de 35 seguidors del RCD Espanyol han tingut l'oportunitat de viure des de dins les sensacions que té un jugador professional en un partit a l'RCDE Stadium. CaixaBank ha organitzat una trobada a Cornellà – El Prat, una acció que s'engloba dins de l'estratègia de patrocinis de l'entitat financera, que consisteix a acostar el club als seus aficionats.

Clients, joves de la Fundació Marianao i voluntaris, s'han vestit de curt per complir aquest somni. Els participants comparteixen dos trets en comú: la seva passió pel RCD Espanyol i haver aconseguit una de les places que els permetia complir el somni de jugar a RCDE Stadium i sentir-se, per un dia, jugadors professionals del primer equip.

La jornada ha començat amb l'arribada dels participants a l'estadi, on han estat rebuts a les instal·lacions del club per Jordi Portillo, director comercial de CaixaBank Barcelona Sud. A continuació, tots ells han gaudit d'una visita privada per espais emblemàtics com la sala de premsa, la zona mixta o el pal. El recorregut ha conclòs als vestidors local i visitant, on els esperava una sorpresa molt especial: una equipació oficial personalitzada per a cadascun d'ells.

Després d'enfonsar-se la samarreta, els entrenadors de la jornada, llegendes del Club com Alberto Lopo i Raúl Marcos Longhi, han ofert les primeres indicacions tàctiques abans de sortir a escalfar sobre la gespa. Com en un dia de partit real, l'equip ha retornat al vestidor per perfilar l'estratègia, la xerrada tècnica i l'arenga final.

El moment més emotiu s'ha viscut quan ambdós equips han saltat al camp mentre sonava l'himne del club i l'speaker anunciava un a un els noms dels participants, projectats també en el videomarcador, recreant una autèntica tarda de futbol professional.

Una experiència per apropar el club a la seva afició

Per a CaixaBank, l'organització d'aquest partit representa una forma directa d'acostar el club a tots els públics i de premiar la fidelitat dels seus clients amb vivències diferencials.

L'acord de patrocini entre CaixaBank i el RCD Espanyol permet, a més, el desenvolupament conjunt d'accions innovadores dirigides a l'afició. Entre elles destaquen el *meet and greet* amb futbolistes, fotografies oficials a peu de camp en la prèvia dels partits, localitats preferents per gaudir d'una trobada en condicions excepcionals o la participació en múltiples activitats lúdiques impulsades per l'entitat financera.

Una activació pionera en significat social

En el marc de l'actual acord de patrocini amb CaixaBank, l'entitat financera ha posat en marxa diverses activacions d'implicació social amb l'objectiu d'aprofundir en el seu esperit fundacional.

Un exemple recent va ser la tanda de penal de CaixaBank i l'RCDE, en la qual va participar l'RCDE Special durant el partit de la jornada 29 de LaLiga disputat entre el RCD Espanyol i el Getafe CF.

En aquesta ocasió, s'ha celebrat un partit que reproduïx l'experiència dels autèntics professionals i que ha comptat amb la participació de joves de la Fundació Marianao, una entitat d'acció comunitària que treballa per generar oportunitats, enfortir vincles i fomentar la participació i la cohesió social a Sant Boi de Llobregat. A través de diferents projectes i espais comunitaris, acompanya infants, joves, adults i gent gran, especialment aquelles persones que es troben en situacions de major vulnerabilitat.

L'alineació per a aquesta jornada ha estat composta per 12 joves esportistes de la Fundació Marianao, així com per 23 clients i voluntaris CaixaBank. El terreny de joc ha brindat una oportunitat única per acostar ambdues organitzacions en una activitat social inclusiva.

Aquest gest solidari és una de les activitats del Mes Social de CaixaBank a Barcelona, iniciativa que contempla més de 450 activitats solidàries a la província de Barcelona durant el mes de maig d'enguany. I l'objectiu de la qual és fomentar la participació de la ciutadania en accions de voluntariat i apropar aquesta pràctica a tota la societat.

CaixaBank, el banc dels clubs de futbol

CaixaBank és el banc de referència dels equips i les seves aficions de futbol a Espanya. Aquesta estratègia l'ha consolidat com a patrocinador oficial de 13 equips de Primera Divisió i 13 de Segona Divisió. A més, l'entitat financera és patrocinador de 7 equips femenins de futbol.

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.