CaixaBank renova l'acord de patrocini amb la Unió Esportiva Olot

Esports | 20-07-2022 | 08:46



Acord Unió Esportiva Olot i Caixabank

CaixaBank i la Unió Esportiva Olot han signat l'acord de renovació del patrocini que uneix l'entitat financera i el club català per a la propera temporada 2022-2023. Ambdues entitats mantenen l'acord de patrocini des de l'any 2009 i, mitjançant aquesta renovació, CaixaBank esdevé partner oficial i soci financer del club olotí.

El president de la Unió Esportiva Olot, Joan B. Agustí, i el director de Banca d'Institucions de CaixaBank a la direcció territorial Catalunya de CaixaBank, Joaquim Macià, han signat aquest nou acord, que vincularà ambdues entitats per a la propera temporada 2022-23.
Joan B. Agustí ha manifestat que "aquesta renovació del patrocini reforça la vinculació entre les nostres entitats i ens enforteix mútuament". Per la seva banda, el director de banca d'institucions de CaixaBank, Joaquim Macià, també ha destacat la importància d'aquest acord gràcies al qual "l'entitat recolzarà la Unió Esportiva Olot una nova temporada. Aquest patrocini suposa un impuls a l'estratègia de CaixaBank, que manté ferma la seva aposta per l'esport i per Girona".

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 #ElFutboldetots, l'ha convertit en patrocinador oficial del 80% d'equips de fútbol professional masculí, ja que compta amb 15 equips de Primera Divisió i 15 de Segona Divisió. A més, l'entitat financera és patrocinador de 7 dels 16 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 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 a 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.

Autor: Redacció