En el marco de la jornada ‘Comunicación, fútbol y gestión deportiva’

El 75% de los equipos de LaLiga están patrocinados por casas de apuestas

Alberto Eljarrat, CEO de Sportium: “el sector está jugando un papel clave en la rentabilidad del fútbol español”

**3 de octubre de 2017**.- [Sportium](http://sports.sportium.es/es), la Casa de Apuestas nº1 en España, ha celebrado hoy en Madrid la jornada ***‘Comunicación, fútbol y gestión deportiva’*.** El evento, que ha reunido a distintas autoridades y personalidades del entorno deportivo, ha tenido como foco de debate la gestión deportiva, su impacto económico y social, la gestión de patrocinio deportivo en la industria del fútbol o la integridad en las competiciones.

La jornada ha contado con el discurso de apertura de **José Ramón Lete**, **Secretario de Estado de Deportes**. Seguidamente, **Alberto Eljarrat**, **CEO de Sportium**, ha comentado la creciente importancia de las casas de apuestas en la industria del fútbol español. Según su opinión, la publicidad de estas compañías en torno a los partidos de fútbol juega un papel clave en el crecimiento de este deporte. “*La industria del fútbol, solo con los patrocinios, genera más de 600 millones por temporada. Concretamente, el 75% de los equipos de La Liga cuentan con una casa de apuestas entre sus patrocinadores*”, ha remarcado.

En este sentido, para **Eljarrat** este beneficio se le añade a las televisiones que se encargan de comprar los derechos audiovisuales de LaLiga y los rentabilizan a través de la venta y comercialización. Según ha explicado, *“en las retransmisiones de los partidos, un elevado porcentaje de la publicidad en torno a ellos es a cargo de las casas de apuestas”.*

**Regulación estable y fomento del juego responsable**

**Eljarrat** también ha señalado la conveniencia de una normativa estable y a largo plazo que regule la publicidad de las apuestas en los medios en España. *‘Actualmente, existe un proyecto de ley que va a regular y limitar la publicidad en torno a las casas de apuestas,* ha declarado.

Por último, el CEO ha añadido que cualquier iniciativa que promueva o facilite el consumo responsable y, por consiguiente, la sostenibilidad del sector, será positivo. En este sentido ha señalado que Sportium trabaja desde el comienzo para evitar prácticas desleales en el deporte. Aparte de su colaboración con LaLiga en este ámbito, la compañía forma parte de la ESSA, organismo que trabaja por la integridad del deporte a nivel internacional y que cuenta con una extensa red de operadores líderes a nivel mundial, sirviendo a más de 40 millones de consumidores en la UE. *‘creemos en las políticas de responsabilidad, sostenibilidad y transparencia del negocio’,* ha concluido.

La jornada ha acabado con una mesa redonda con ponentes como **Emilio Butragueño**, director de Relaciones Institucionales del Real Madrid; **Alfredo Lorenzo,** el director de Seguridad e Integridad de LaLiga; **Rubén de la Red**, ex jugador de fútbol; **Carlo Cutropia**, CEO de 380 Around Marketing y **Nacho Martínez Trujillo**, experto en gestión disruptiva de marca. Todos ellos han incidido en la necesidad de un juego responsable.

Burson-Marsteller

Santiago Esteban /Joana Sánchez

santiago.esteban@bm.com/ joana.sanchez@bm.com

Tel. 91 384 67 01