**Sierra Nevada 2017 y RFEDI se lanzan a la búsqueda de patrocinio para el Campeonato del Mundo**

**de Snowboard y Freestyle Ski**

* La estación granadina y la RFEDI, con el aval del CSD y el Gobierno   
  andaluz, congregan en Madrid al sector empresarial interesado en patrocinar el evento
* Las empresas colaboradoras en Sierra Nevada 2017 podrán acogerse a los beneficios fiscales derivados de su apoyo al Mundial

Sierra Nevada 2017 presentó anoche en Madrid el programa de patrocinio e incentivos fiscales del campeonato del Mundo de Snowboard y Freestyle Ski a decenas de empresas susceptibles de incorporarse como patrocinadoras del evento, en un acto conjunto apoyado por el Consejo Superior de Deportes, la Junta de Andalucía y la Real Federación Española de Deportes de Invierno (RFEDI).

             El acto “Estación 360. Nieve, marcas y comunicación” contó con la participación del secretario de Estado para el Deporte, Miguel Cardenal, quien subrayó el apoyo del gobierno central al Mundial de Sierra Nevada a través de la aplicación de beneficios tributarios a los patrocinadores que colaboren con el evento de 2017, tal y como queda recogido en los Presupuestos Generales del Estado de 2016.

El programa de apoyo a Sierra Nevada 2017, que se apoyará en la Ley 49/2002 de Incentivos Fiscales al Mecenazgo, abarca desde 1 de enero 2016 hasta 31 de diciembre de 2018, recordó Cardenal, quien añadió que “invertir en patrocinio deportivo es la mejor opción posible para las empresas españolas, y hacerlo en los deportes de invierno lo es doblemente. Por un parte, se apoya a las estaciones de esquí, que son motores económicos de muchas comarcas de montaña y, por otro lado, se trata de deportes emergentes y con muchas posibilidades de crecimiento, entre otros factores, gracias a la gestión de la RFEDI. Lucas es un buen ejemplo de cuánto rendimiento de imagen puede obtener una compañía que decida apostar por este deporte”.

Por su parte, el secretario general para el Deporte de la Junta de Andalucía, Antonio Fernández, animó a las empresas asistentes a que liguen su nombre de marca a Sierra Nevada y al de Andalucía, y reiteró el compromiso del Gobierno andaluz con la estación invernal y el campeonato del mundo, “que será el evento deportivo más importante en la comunidad autónoma andaluza en 2017”

“Invertir en patrocinio en los Campeonatos del Mundo de Sierra Nevada 2017 es una oportunidad que las empresas que ustedes representan deberían aprovechar, porque sus marcas saldrán reforzadas y así lo apreciarán sus departamentos de marketing; y porque las deducciones fiscales que genera la inversión en este evento serán aún más apreciadas por sus departamentos financieros”, aseguró Fernández.

En ese sentido, Jesús García, director general Servicios Especializados Dentsu Aegis Network –agencia encargada de la gestión de patrocinadores-, explicó a los representantes empresariales el valor estratégico que para sus marcas tiene el territorio nieve en general, el Mundial de Sierra Nevada como eventual singular y a los esquiadores y snowboarders de la RFEDI como nuevos referentes de los deportes de invierno.

Detalló las distintas posibilidades de patrocinio que ofrece Sierra Nevada 2017, desde pequeños a grandes sponsors a través de distintos paquetes de activos publicitarios y promocionales ligados al evento, así como a los deportistas de alto nivel de los equipos nacionales de la RFEDI

Uno de esos atletas, probablemente el de mayor impacto del momento en los deportes de invierno, el rider vasco Lucas Eguíbar –ganador del globo de cristal 2014/15 en snowboard cross-, defendió la creciente presencia de las disciplinas de snowboard y freestyle en los medios de comunicación, especialmente los digitales.

“Nuestro deporte es un auténtico espectáculo”, proclamó Eguíbar, quien, tras subrayar su máximo objetivo la próxima temporada es, precisamente, el campeonato del Mundo de Sierra Nevada, animó a los empresarios y ejecutivos a invertir en los deportes de invierno.

Precisamente, la deportista española con más triunfos en copa del Mundo (seis en eslalon gigante de esquí alpino), María José Rienda, actual directora de Promoción Deportiva de la Junta de Andalucía, también participó en el evento “Estación 360. Nieve, marcas y comunicación” y, tras recordar su experiencia como corredora profesional, detalló el enorme esfuerzo organizativo que implica un campeonato del mundo de cualquier deporte de invierno.

“En Sierra Nevada 2017 está prevista la participación de más de 700 deportistas de todo el mundo y unos 600 miembros de equipos. Algunos de estos deportistas tienen legiones de seguidores en sus blogs, canales de video y redes sociales; entre equipos de competición, FIS, patrocinadores y prensa se van a generar más de 10.000 alojamientos… El impacto será tremendo”, añadió Rienda.

En esa línea, la consejera delegada de Cetursa Sierra Nevada, María José López, añadió el compromiso de la estación con los deportes de invierno como lo demuestra el hecho d que en una temporada se organicen en las pistas granadinas entre 25 y 30 competiciones oficiales, desde alevines de 6 años hasta profesionales”.

“Hemos organizado una decena de pruebas de Copa del Mundo de alpino, de snowboard y de freestyle. Y ahora vamos a por nuestros segundos campeonatos del mundo. Los primeros, los del 96, transformaron la estación en un centro mundial de referencia; los de 2017 nos han ayudado a distribuir mejor nuestro espacio esquiable y a crear instalaciones para todos los públicos”, describió López

Por su parte, el presidente de RFEDI, May Peus España, expuso la nueva marca con la que los deportes de invierno españoles se han agrupado esta temporada. Con *Spainsnow*, la federación está difundiendo los deportes de invierno tanto en el mercado español a través de los diferentes circuitos de esquí alpino, fondo o snowboard, como internacionalmente a través de los deportistas españoles de élite que compiten en todo el mundo”.

El presidente de la RFEDI también expuso los cambios experimentados en RFEDI desde que él fue elegido presidente hace dos años con mejoras en la gestión federativa así como en la difusión y promoción de los deportes de invierno. El máximo dirigente de los deportes de invierno españoles destacó “el buen entente que hay entre la federación y ATUDEM con el objetivo de organizar competiciones y eventos en las estaciones de la península y la alta satisfacción de los patrocinadores que forman parte del pool de marcas de RFEDI”.