

Les entitats esportives aposten pel màrqueting com a eina bàsica

El màrqueting esportiu va moure l'any passat més de 500 milions d'euros

FOTO: DAMIÁN LLORENS

REDACCIÓ

El passat 4 de desembre la Facultat de Ciències Jurídiques i Econòmiques de l'UJI va acollir la primera edició del Seminari de Màrqueting Esportiu, un esdeveniment organitzat pel Club de Màrqueting de Castelló en col·laboració amb l'UJI, i clubs esportius com ara el CD Castelló, el Vila-real CF, el Playas de Castelló i el Benicarló FS. Tot això en el marc del 85 aniversari del CD Castelló i amb el patrocini de Port Castelló.

El I Seminari de Màrqueting Esportiu va comptar amb la presència d'importants professionals, esportistes i directius de clubs de primer nivell de la província, com ara Luis Miguel López, experiodista i fill del mític Chenchó, qui després d'haver treballat a TVE, actualment és director general del BM Ciudad Real.

L'objectiu d'aquesta jornada, que va tenir una gran assistència de públic, era reflexionar, amb professionals de primer nivell, sobre l'impacte, l'evolució i la situació actual del màrqueting esportiu, una eina molt important avui en dia per a les empreses per la seua capacitat d'aconseguir notorietat i proximitat.

El gerent del Playas de Castelló Fútbol Sala, Manuel Pseudo, va comentar al seminari la importància del màrqueting esportiu: "Molts periòdics fan jornades de màrqueting i fins i tot hi ha clubs que s'han



▲ Professionals del màrqueting i l'esport van reflexionar en aquesta jornada.

convertit en referents quant a la subsistència mitjançant el màrqueting".

Les competicions esportives són en l'actualitat un gran aparador que permet a les marques comercials un contacte directe amb el públic i una gran cobertura o presència en els mitjans de comunicació, difícil d'aconseguir mitjançant les campanyes publicitàries tradicionals i a un cost menor. A més, fins i tot les xicotetes i mitjanes empreses han trobat en aquestes activitats un instrument poderós per a donar-se a conèixer i potenciar la seua imatge d'una forma eficaç i més econòmica que la publicitat convencional; una eina, la del màrqueting esportiu, que l'any passat va moure 500 milions d'euros.

El rector de l'UJI, Francisco Toledo, durant l'acte d'inauguració del seminari, va parlar sobre la dependència mútua d'empreses i entitats esportives: "Grans anunciant, pimes i altres institucions han trobat en l'esport una eina considerable per a donar-se a conèixer i aconseguir un rendiment no tan sols comercial, sino també un dels principals valors intangibles, la imatge".

Els dirigents de les entitats i els clubs esportius que van estar representats al I Seminari de Màrqueting Esportiu de l'UJI van destacar que es veuen beneficiats per l'auge d'aquesta eina, ja que en moltes ocasions constitueix la base de la seua estabilitat econòmica.

El Servei de Llengües obri una campanya per promoure l'ús del valencià

M. CARMEN APARISI

El Servei de Llengües i Terminologia de la Universitat Jaume I ha iniciat una campanya de difusió dels serveis que ofereix amb unes accions lúdiques de coneixement de les seues dependències, ubicades al Rectorat (primera planta) i al Centre d'Autoaprenentatge de Llengües (planta baixa de l'edifici Biblioteca).

La campanya per promoure l'ús del valencià contempla la distribució de diferents obsequis que s'ofereixen al PDI i al PAS. Així, doncs, totes aquelles persones que passen pel Servei de Llengües i Terminologia obtindran un davantal que porta el lema "és cosa de tots", i que combina una reivindicació de gènere amb la pròpia de la llengua; i un ventall per donar aire i impuls al valencià. Per a aquelles persones que visiten el CAL s'ha preparat un CD titulat *El disc dels músics i cantants en valencià 2007*, amb les cançons més actuals de 25 músics i cantants valencians (com ara Obrint Pas, Feliu Ventura, Al Tall, Miquel Gil, etc.). Tot això fins exhaurir les existències.

L'UJI assumeix un compromís irrenunciable amb la normalització plena del valencià a la comunitat universitària, fet que comporta una actuació decidida per l'extensió de l'ús i la consolidació com a llengua pròpia i oficial de la Universitat, amb el que això significa de vehicle quotidià d'expressió en tots els àmbits universitaris: l'administratiu, el docent i l'investigador. És en aquesta línia que el Servei de Llengües i Terminologia treballa per donar resposta a les necessitats multilingües de la comunitat universitària.

FOTO: A. PRADAS

Un equip de Vila-real guanya el II torneig de pilota de l'UJI

M. CARMEN APARISI

L'equip format per Pablo i Josep de Vila-real ha sigut la parella guanyadora del II Campionat de Pilota Valenciana Amics de la Universitat Jaume I que va finalitzar el passat 15 de desembre a les instal·lacions esportives del campus del Riu Sec amb les partides corresponents a semifinals i final. Els finalistes van ser Santi i Bagan de Borriana.

El torneig, organitzat per segon any consecutiu per la SAUJI (Societat d'Amics i Antics Alumnes de la Universitat Jaume I) i el Club Pilota Valenciana de Borriana amb la col·laboració del Servei d'Esports de la Universitat, es va iniciar el passat 10

d'octubre i ha comptat amb una nombrosa assistència per part de jugadors i d'aficionats de diverses poblacions, que s'han donat cita en les diferents jornades que ha durat el torneig. D'aquesta manera, iniciaven la competició vuit equips de clubs de Borriana, Xilxes, Almassora, Castelló, Vila-real, Moncofa i Atzeneta.

L'entrega dels trofeus va comptar amb la participació del rector de la Universitat, Francisco Toledo; el president de SAUJI, José M. Arquimbau, i el director del Servei d'Esports, Carlos Hernando.

Des de l'organització del torneig s'ha mostrat satisfacció per com ha



▲ Els guanyadors del II Torneig de Pilota Valenciana Amics de l'UJI, junt al rector.

transcorregut aquesta competició i es destaca la labor d'aquests tornejos "que faciliten les relacions entre les persones

aficionades a aquest esport autòcton i es fomenta la sana competició, per a la millora d'aquesta modalitat esportiva".