



Nace 'The Beat Challenge', el proyecto de entretenimiento de LaLiga y PortAventura World

El proyecto se canaliza a través de una joint venture y tiene como objetivo aportar un contenido nuevo e innovador a los más de 5,2 millones de clientes anuales de PortAventura World así como a los más de 115 millones de fans de La Liga.

The Beat Challenge consta en una primera fase de un juego virtual a nivel nacional y un restaurante, tienda y centro digital tematizado dentro de PortAventura World

Madrid, 14 de septiembre de 2020.- LaLiga y PortAventura World han anunciado hoy la constitución de una joint venture para la creación de 'The Beat Challenge', una experiencia de entretenimiento única para disfrutar tanto dentro como fuera de PortAventura World.

Se trata de un acuerdo estratégico que busca ligar fútbol y entretenimiento a través de varias experiencias, digitales y físicas. Un proyecto innovador que abre un nuevo camino en el mundo del entretenimiento deportivo y los parques y resorts temáticos, un referente del nuevo entretenimiento digital.

Es un proyecto ambicioso y a largo plazo entre dos compañías referentes españolas, el cual cobra especial protagonismo en un momento de crisis económica, en donde tan importante es la dinamización de actividades como el turismo, la restauración, el entretenimiento, etc.

Contará con una inversión a tres fases. Una primera, que cuenta con una inversión de 10 millones de euros, engloba la experiencia digital y un restaurante tematizado dentro del resort, y estará lista durante la temporada de fútbol 2021/22. La segunda fase incluirá el diseño y desarrollo de una nueva atracción tematizada de LaLiga y una inversión de 40 millones. En una última fase está planificada la creación de un parque temático de LaLiga dentro del resort de PortAventura World con una inversión de 100 millones de euros.

En paralelo, la joint venture firmará un acuerdo de licencia con PortAventura World para el uso de la marca de LaLiga y de la app desarrollada. Este acuerdo de licencia tendrá una vigencia de 15 años y tendrá exclusividad para PortAventura World en Europa y Rusia.

Con esta joint venture, LaLiga ofrece a sus clubes: reforzar su presencia en el mercado del entretenimiento, aumentar el volumen de ingresos, incrementar el posicionamiento de marca entre el público en general, conectar con un público joven y desarrollar un formato de entretenimiento replicable en el mercado internacional. Por otro lado, los aficionados de LaLiga tendrán acceso a contenidos y promociones exclusivas para disfrutar de esta experiencia única dentro de PortAventura World.

PortAventura World es uno de los mayores destino de vacaciones familiares de Europa. Con esta alianza, la compañía refuerza su marca y su posición de liderazgo en el sector de los parques temáticos a través de una experiencia de entretenimiento única. Este proyecto supone una oportunidad de crecimiento



estratégico y de diversificación de las líneas de negocio de PortAventura World, permitiendo conectar con nuevos y diferentes públicos de perfil internacional.

“LaLiga es sinónimo de entretenimiento. Con esta joint venture junto a un referente del ocio como es PortAventura World reforzamos este concepto y brindamos a nuestros clubes la oportunidad de amplificar sus marcas a un público joven y familiar de forma global para ofrecer ventajas en PortAventura World”, afirmó Oscar Mayo, Director de Negocio, Marketing y Desarrollo Internacional.

“Cada temporada, PortAventura World busca nuevas formas de ocio, cada vez más digitales, para completar la experiencia de los clientes, principalmente familias, durante sus vacaciones y *short breaks*. La Liga siendo un referente en el mundo del ocio y digital es un partner perfecto para conseguir nuestro objetivo de ofrecer experiencias digitales innovadoras a nuestros clientes. ‘The Beat Challenge’, no solo une a PortAventura World con un líder en el ámbito de los eventos deportivos y el entretenimiento, sino que llevará a PortAventura World más allá del resort, llegando a las casas, ciudades y estadios de fútbol de todos los puntos de la geografía española. Además, el acuerdo incluye la posibilidad de exportar el proyecto a otros países, como modelo de excelencia en el ámbito de la tecnología, el entretenimiento deportivo y el turismo”, afirmó David García, Director General de Negocio de PortAventura World.

The Beat Challenge

El nombre del proyecto será ‘The Beat Challenge’, el cual combinará dos facetas básicas: juego (app), restauración y tienda. Una experiencia multidisciplinar vertebrada alrededor de un storytelling único hará de la experiencia un solo producto de entretenimiento. De esta manera, los seguidores de La Liga podrán acceder a PortAventura World de forma digital a través del juego y contarán con ventajas en su visita al resort.

La app estará diseñada para ofrecer entretenimiento más allá del día de la visita al parque. Una experiencia de entretenimiento que desbordará los límites físicos del parque y que se desarrollará en varias dimensiones, la digital y la física. Un entretenimiento singular que maximiza el potencial de LaLiga y el fútbol durante todos los días del año.

El restaurante en PortAventura Park, será un lounge tematizado de LaLiga donde no solo disfrutar de la mejor gastronomía, sino donde descubrir nuevos retos y productos de LaLiga en su tienda.

En resumen, dos experiencias que se complementan para formar un único producto de entretenimiento para todos los públicos.

Para más información:

LaLiga

Departamento de Comunicación
prensa@laliga.es / T +34 912 055 000 / M +34 616 035 335

PortAventura World

Roca Pujol
roca.pujol@portaventura.es
Tel.: [+34 977 779 000](tel:+34977779000) / [+34 659 598 152](tel:+34659598152)

Sandra Pérez
sperez@webershandwick.com
Tel: [+34 91 745 86 62](tel:+34917458662) / [+34 628 671 821](tel:+34628671821)



Acerca de LaLiga

LaLiga es una organización global, innovadora y socialmente responsable, líder en el sector del ocio y entretenimiento. Es una asociación deportiva de carácter privado, integrada por los 20 Clubes/SAD de fútbol de LaLiga Santander y los 22 de LaLiga SmartBank, responsable de la organización de las competiciones futbolísticas de carácter profesional y ámbito nacional. En la temporada 2018/2019 LaLiga llegó a más de 2.700 millones de personas en todo el mundo. Con sede central en Madrid (España), está presente en 55 países a través de 11 oficinas y 46 delegados. La asociación realiza su acción social a través de su Fundación y es la primera liga de fútbol profesional del mundo que cuenta con una competición para futbolistas con discapacidad intelectual: LaLiga Genuine Santander.

Acerca de PortAventura World Parks & Resort

PortAventura World Parks & Resort es uno de los mayores destinos de vacaciones y ocio familiar de Europa y a lo largo de sus 25 años de historia ha recibido más de 90 millones de visitas. Con una ubicación privilegiada y próxima a Barcelona, el resort opera 5 hoteles temáticos de 4 estrellas y 1 hotel de 5 estrellas (PortAventura Hotels), superando las 2.200 habitaciones, y un centro de convenciones (PortAventura Convention Centre) con capacidad para hasta 6.000 personas. En su oferta comercial se incluyen también 3 campos de golf (dos de ellos diseñados por Greg Norman) y un beach club con acceso directo a la playa. PortAventura World Parks & Resort cuenta también con un parque temático, un parque Ferrari Land de 70.000 m2 exclusivo en Europa y un parque acuático de 50.000m2 líderes en Europa con una oferta de atracciones de referencia mundial. www.portaventuraworld.com www.portaventuraevents.com www.fundacioportaventura.com