

TAU CERÁMICA CONTINÚA DANDO NOMBRE A LOS CHALLENGER DE WORLD PADEL TOUR EN 2022

- TAU Cerámica sigue en su apuesta por el pádel y renueva su contrato de patrocinio principal 'naming' con Ultimate Padel Company (UPC), para la temporada 2022 de las pruebas WPT Challenger.
- La marca líder en el sector cerámico da así su confianza a UPC para seguir elevando la calidad y compromiso por el crecimiento de los Challenger, pruebas pertenecientes al calendario World Padel Tour, que este año visitarán Getafe, Albacete, Mallorca, Calanda, Valencia y Córdoba.

Valencia, 2 de marzo de 2022. Las pruebas Challenger del circuito profesional World Padel Tour seguirán llevando un año más el nombre de TAU Cerámica, gracias al acuerdo de renovación de patrocinio 'naming' y/o principal alcanzado entre la empresa de referencia mundial en el sector cerámico y Ultimate Padel Company (UPC).

El acuerdo de renovación firmado entre el director ejecutivo de TAU Cerámica, Mariano Sebastiá, y el presidente ejecutivo de UPC, Jesús Ferrer, consolida la apuesta que la firma castellanense, con una arraigada e histórica vinculación con el deporte, hizo el pasado año por vincularse al mejor pádel del mundo, el de World Padel Tour, único circuito profesional a nivel mundial.

En palabras de Mariano Sebastiá, "el patrocinio de las pruebas WPT Challenger, después del primer año, está más que nunca alineado con nuestros valores de liderazgo, empatía e ilusión, y con nuestra manera de entender el negocio". "A lo largo de 2021, comprobamos en los/as participantes de los Challenger una competitividad sana y un claro espíritu de lucha y superación" -aseguró el director ejecutivo de TAU Cerámica- "El mismo esfuerzo de superación que hemos percibido y constatado en los organizadores de las pruebas que han cumplido con su palabra de renovación y mejora de los Challenger".

Así, tras analizar el crecimiento cualitativo del actual formato Challenger de World Padel Tour y el aumento exponencial del pádel como deporte, "seguimos empeñados en vincular nuestros objetivos estratégicos al deporte de la pala y poder seguir transmitiendo lo que TAU Cerámica es como marca", afirmó Sebastiá.

Por su parte, Jesús Ferrer, se mostró muy satisfecho por la renovación del convenio para 2022. Hizo hincapié en que "seguir caminando de la mano de una marca como TAU Cerámica con la que UPC comparte tantos valores (calidad, profesionalidad, compromiso, juventud, frescura, etc.), es un seguro para proseguir en nuestro proyecto de mejora continua de los WPT Challenger".

"El año pasado, conseguimos hacer evolucionar el formato Challenger. Y para este 2022, queremos que los Challenger ganen en visibilidad, notoriedad y reconocimiento dentro y fuera del mundo del pádel, para lo cual era básico volver a contar con el apoyo principal de TAU Cerámica", afirmó el presidente ejecutivo de UPC.

NOTA DE PRENSA

Desde sus inicios, hace ya más de 50 años, TAU Cerámica ha estado vinculada al deporte. Patrocinó durante 23 años (1986-2009) al TAU Vitoria, convirtiéndose en el patrocinador más antiguo de la ACB de baloncesto. Desde 2017, la marca sigue vinculada al deporte de la canasta con el patrocinio al Club TAU Castelló.

En 2004-2005, con la colaboración del actor Antonio Banderas, TAU Cerámica patrocinó regatas deportivas. Mientras, su incursión en el mundo del ciclismo fue de la mano de Melchor Mauri, campeón de la Titán Desert, y Marga Fullana, campeona de pruebas de la Copa del Mundo. Y en cuanto al fútbol, desde la adquisición de la compañía por Fernando Roig, TAU Cerámica es uno de los principales patrocinadores del Villarreal Club de Fútbol.

Por lo que respecta al pádel profesional, su aproximación no podía hacerse de otra manera que por la puerta grande y cómo patrocinador principal y 'naming' de los WPT Challenger. Pruebas pertenecientes al calendario World Padel Tour y que, este año 2022, comenzarán a finales de marzo en Getafe, con grandes novedades como un mayor número de partidos emitidos a través de World Padel Tour TV y del canal oficial de Youtube de World Padel Tour, más puntos en juego y mayor dotación económica de los premios a repartir, así como una mejora en la 'hospitality' de los jugadores/as que disputen los cuadros finales Challenger.