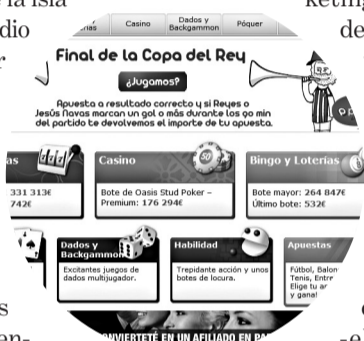


# Paf usa el azar para su política de RSC

LA WEB FINLANDESA DE JUEGOS DEDICA EL 100% DEL BENEFICIO A ACCIONES SOCIALES

F. RODRÍGUEZ  
MADRID

Puede parecer mentira, pero no lo es: Paf, una web de póker y otros juegos de azar constituida por el municipio finlandés de la isla de Aland como medio para financiar obras sociales, dedica el 100% de su beneficio neto a esta actividad. ¿Vicio y altruismo en el mismo paquete? «No, somos una empresa de entretenimiento y no un casino o una casa de apuestas. Queremos que nos perciban como una empresa que desarrolla el aspecto social del juego. Si ganas dinero, fenomenal, pero nuestra orientación es el juego responsable. No queremos fomentar la ludopatía, de hecho, hay niveles de juego en los que congelamos las cuentas», explica Helena Rico, marketing manager Spain de Paf. Sea cuál sea el enfoque, España



es el lugar ideal para las casas de juego y apuestas de nueva generación -Miapuesta.com, Bwin, Unibet o Betfair...-, ya que se calcula que este negocio mueve al año alrededor de 350 millones de euros, una cifra que, según dice el marketing manager Spain de Paf, «aquí no hay tradición de juego online, pero en España ya hay programas de televisión y revistas de póker. Es de los mercados europeos que más crecen -el año pasado, el 20%- y esperamos que siga creciendo a este ritmo». Según Rico, el perfil medio del jugador español es el de una persona preferentemente de Levante -el 20/25% de sus clientes son de este área geográfica-, entre 26 y 30 años -el 90% son hombres jóvenes-, de nivel adquisitivo «medio tirando a bajo», con una apuesta media de 25 euros por juego. Paf, que entró en marzo de 2009 en España, facturó el ejercicio pasado 6 millones



CUATRO JUGONES. J. Svahnström (Paf), D. Forlán (Atlético de Madrid), A. Wiklund (Paf) y John Heitinga (Atlético de Madrid)

## Las cifras

**6,6 mil €**

Es la cifra de facturación que pretende lograr la compañía en España en 2010, alrededor del 20% más que en el ejercicio anterior.

**35.000**

Es el número de usuarios registrados que juegan con Paf, aunque activos -que hayan jugado los últimos tres meses- son el 10%.

de euros, cifra que pretende elevar hasta los 6,6 millones de euros este año. Ya tiene registrados 35.000 jugadores, de los cuales, están activos -es decir, han jugado alguna vez los últimos tres meses-, el 10%. Paf, que ha ido formando esta cartera a razón de 300 clientes al día el ejercicio pasado, quiere aumentar el ritmo a 500 al día en 2010, lo que le llevaría a los 50.000 jugadores.

**RESPONSABILIDAD SOCIAL.** Aunque Paf no ha ganado dinero en España por el momento, ha iniciado su actividad de responsabilidad social mediante un acuerdo con el Atlético de Madrid -los clubes son el soporte masivo y popular favorito de las casas de juego y apuestas para promocionarse- para la construcción de un colegio en Rosario (Argentina). «El Atleti era el club que quedaba libre,

es internacional, genera simpatías y cuadraba con nuestras cifras», dice Rico. En este caso, la apuesta le ha salido bien a Paf, ya que, aunque la marca ocupa un modesto espacio en el pantalón, el club rojiblanco está haciendo un 'campañón' este año, tanto en Europa como en España.

Paf destina el 100% de su beneficio neto a causas sociales en los países en los que opera -además de España, en Finlandia, en Suecia y en Estonia-.

En España, Paf colabora, además de con la Fundación del Atlético de Madrid, con futbolistas como Leo Messi -del Barça-, aunque a partir del mes de julio, serán los clientes quienes podrán elegir a qué proyectos destinan las ganancias. En otros países, Paf ha unido su nombre a la Cruz Roja o a Save the Children. ■

FACTURARÁ 2 MILLONES EN 2010

# Evento Plus estudia entrar en Latinoamérica y Asia

F. RODRÍGUEZ  
MADRID

Eventoplus, uno de los principales grupos de medios para profesionales del sector de eventos corporativos -reuniones, congresos, convenciones, incentivos, eventos promocionales y comunicación-, se plantea «una mayor expansión en mercados emergentes de la América latina, como Brasil» y contempla «también los mercados en Asia», según un portavoz de la empresa.

La compañía, que facturó 1,6 millones el año pasado y tiene la previsión de aumentar las ventas hasta los 2 millones de euros en 2010, ya está presente en España, Portugal, México y Argentina, con una planti-

lla total de 40 personas, de las cuáles una veintena opera en nuestro país. «Nuestro éxito es fruto de la labor llevada a cabo en nuestras seis actividades principales: El primer portal de eventos en España (eventoplus.com), la revista profesional del sector

PROYECTA UN GRAN EVENTO PARA QUE SU PROPIO SECTOR PUEDA DEBATIR

(eventos magazine), los únicos Premios a los mejores eventos del año en España y Portugal (Premios eventoplus), la gran feria del sector (evento Days), los cursos profesionales de formación para eventos (evento Learning) y la web de empleo del



LOS SOCIOS. Eric Mottard, Lynn Wong y José García Aguero

sector de eventos (eventojobs)», dice un portavoz de la compañía. Según la empresa, el principal proyecto de futuro de Eventoplus es la organización de «una gran conferencia formativa de alto nivel para la profesionalización de los profesionales (organizadores y proveedores) y un escenario para el networking y el intercambio de opiniones e ideas». Con ella, Evento plus quiere «implicar a las principales asociaciones del sector y a las instituciones públicas con la intención de montar una gran 'Meeting Week' para el mercado Ibérico. Será otra acción pensada y lanzada por Grupo Eventoplus creada para la participación e implicación de todos los actores del mercado de eventos». ■