

# Unicaja sella su apoyo al Pompidou

Entra como patrocinador principal con una aportación de 1.250.000 euros en cinco años

El alcalde, que suscribe también el acuerdo con Italcementi, expresa su «certeza» en que el centro atraerá el respaldo de nuevos mecenas

REGINA SOTORRÍO

**MÁLAGA.** Mañana será el día de los aplausos y las felicitaciones en la esquina del Muelle Uno. Pero ayer tocaba jornada de apretones de manos y agradecimientos en el Salón de los Espejos. A falta de horas para que el Cubo se convierta en la primera sede del Pompidou fuera de Francia, el Ayuntamiento materializaba dos importantes acuerdos para el futuro de la institución cultural con dos entidades privadas: Unicaja, que se incorpora como patrocinador principal, e Italcementi.

La entidad financiera sella su compromiso de apoyo al Pompidou con la aportación de 250.000 euros anuales durante cinco años, un total de

1.250.000 euros. Una apuesta por un «proyecto histórico para la ciudad» que, en palabras de Braulio Medel, presidente de la Fundación Bancaria Unicaja, completa una «larga y fecunda trayectoria» de colaboración de la entidad financiera con el Ayuntamiento y en el terreno cultural.

Medel enumeró el papel de la entidad en el nacimiento del CAC, en la puesta en marcha del Museo Picasso y en la apertura de su propio museo, el de Artes y Costumbres Populares. «Málaga se está convirtiendo en una ciudad de referencia no sólo en España, sino a es-



De la Torre con el consejero delegado de FYM. :: SUR

cala internacional, y es la envidia de otras muchas ciudades de nuestro país», resaltó Medel, convencido de que

una sociedad «sin cultura es un pueblo vacío». Recordó además que Unicaja forma parte también de este «hito» que supone el Pompidou por «vía indirecta», con una participación importante en la concesionaria

del Muelle Uno del Puerto.

Con esa inyección económica durante un periodo de cinco años, Unicaja entra como patrocinador principal, «de primera línea y división», puntualizó el alcalde de Málaga, Francisco de la Torre, que agradeció «el esfuerzo» de la entidad, a la que definió como «eficaz, ejemplar y de vanguardia». «Para Málaga ha sido motivo de satisfacción ver cómo Unicaja es de las pocas entidades que en esta etapa de crisis financiera ha resistido muy bien», apostilló. Unicaja comparte de esta forma rango de patrocinio con Heineken-Fundación Cruzcampo, que destinará a la sede del centro francés en Málaga 1.175.000 euros en cinco años.

Una hora antes, en esa misma sala, De la Torre recibía al consejero delegado de FYM, filial en España de Italcementi Group, Matteo Rozzanigo, para firmar otro acuerdo de colaboración. En este caso, la aportación de la compañía se concreta en 136.000 euros en especie; es decir, en hormigón translúcido.

Para el alcalde de Málaga esto es solo el principio. De la Torre expresó su «certeza» en que habrá más empresas interesadas en unir su marca con el Centro Pompidou de Málaga «una vez abra y sea conocido su contenido», al igual –indica– que sucederá con el Museo Ruso. «Yo también lo creo», apostilló Medel.