

CLUBES

Pagos fijos, royalties y 'e-commerce': todas las claves del acuerdo Barça-Nike por 155 millones al año

M.Menchén
29 oct 2016 - 17:06

El FC Barcelona se ha asegurado, por el momento, el mayor contrato de patrocinio en la historia del fútbol. El club ha desvelado hoy todos los detalles del nuevo acuerdo con Nike, que ya supone un salto cuantitativo hasta 2018, año en el que vence el actual vínculo, y que supondrá un auténtico hito a partir de entonces: 155 millones de euros por temporada, según se ha apuntado hoy en la asamblea de compromisarios.

El encargado de desgranar los detalles ha sido Manel Arroyo, vicepresidente responsable del área de marketing, quien ha enfatizado que se trata del “acuerdo número uno de la historia”. Ello, gracias a la mejora de los pagos que la marca de artículos deportivos realiza por el patrocinio, pero también por la recuperación de la gestión de las tiendas, que acumula ya una red de trece establecimientos, y el negocio de licencias, creciente en todo el mundo. Nike, por su parte, seguiría controlando la explotación del comercio electrónico, que ya está operativo en 32 países.



La Megastore del Camp Nou es una de las tiendas de Nike que más factura en todo el mundo.

En la memoria anual se apunta que en 2016-2017 y 2017-2018, “el importe garantizado por temporada es variable. Se encuentra en torno a los 40 millones de euros sujetos a determinados aspectos contingentes. Adicionalmente, el club recibirá un ingreso en concepto de *royalty* con un mínimo garantizado de 24 millones de euros por temporada”. En total suponen 64 millones de euros asegurados, pero fuentes internas confían en que los variables permitan alcanzar los 85 millones por curso hasta que entre en vigor los nuevos términos.

A partir de 2018-2019 se pondrá en marcha el nuevo contrato, momento en el que, como se ha dicho se recuperan dos negocios que hoy gestiona Nike a través de la mercantil FC Barcelona Merchandising que, según se explica en la memoria, “fue galardonada por sexto año consecutivo como la mejor empresa licenciataria en la Península Ibérica”. Esta empresa factura unos 50 millones de euros anuales, que el club no contabiliza en su cuenta de resultados, ya que la multinacional sólo le paga un canon en función de ventas, que está en torno a los 24 millones.

“El primer año del acuerdo el FC Barcelona ingresaría 155 millones de euros”, asegura la entidad, aunque no dan detalles sobre cómo se repartiría y qué importe exactamente pagaría la marca y cuál correspondería a la venta de productos oficiales, ya sean de Nike o de terceros a los que se permite vender productos oficiales. Este importe no es fijo, ya que el club admite que “puede variar según el éxito deportivo del equipo y de la capacidad del FC Barcelona para la explotación de las FCBotigues y de Nike para el *e-commerce*”.

Arroyo ha puesto en valor la importancia de seguir trabajando con el grupo de artículos deportivos más importante del mundo en términos de facturación, aunque otras marcas hayan podido sondear la posibilidad de un cambio. También ha pesado la larga relación con la compañía, que alcanzará los treinta años una vez cumpla el nuevo contrato, que al haber sido ratificado se ha ampliado automáticamente de 2023 a 2028.

Durante todo este tiempo, Nike no sólo se encargará del diseño de las equipaciones y toda la ropa del Barça, sino que además tiene derecho a estampar su logo en una de las gradas y la fachada del Camp Nou, así como en los banquillos, los videomarcadores y la U televisiva tanto del estadio como del Palau Blaugrana.