

CLUBES

El Barça vuelve a ponerse el traje: firma con el diseñador neoyorquino Thom Browne

El club, que durante la última temporada no tuvo proveedor oficial de moda, ha alcanzado un acuerdo con la firma neoyorquina para los tres próximos años.

Palco23
17 jul 2018 - 15:40

El Barça vuelve a ponerse el traje: firma con la americana Thom Browne

El FC Barcelona vuelve a tener un socio en el segmento de la moda. El club ha firmado un acuerdo de patrocinio global con la firma estadounidense Thom Browne, que vestirá a los jugadores del primer equipo masculino durante los próximos tres años. Los términos económicos no se han hecho públicos, pero este tipo de socios no abonan menos de tres millones de euros por temporada.

Este contrato supone ocupar una categoría de producto que quedó vacía el pasado verano, después de que la italiana Replay no renovara su contrato. Anteriormente, el Barça vistió los trajes de marcas como Sacoor Brothers. “Este nuevo acuerdo supone un paso importante en el crecimiento previsto en el plan estratégico aprobado por la junta directiva”, defiende la entidad deportiva.

Thom Browne, cuyos trajes superan los 2.000 dólares, nació en 2001 en Nueva York y hoy sus prendas se venden en cuarenta países. En total tiene 31 tiendas propias entre Nueva York, Londres, Milán, Tokio, Hong Kong, China, Singapur y Corea del Sur, pero aún no ha aterrizado en España. El diseñador ha señalado sobre esta alianza que “los deportistas de primer nivel son ejemplos excepcionales y esperamos que la confianza y la resiliencia que ellos proyectan vestidos con nuestra ropa inspiren a generaciones futuras”.

El presidente del Barça, Josep Maria Bartomeu, también se ha felicitado por un patrocinio que apuntala los ingresos de márketing, que en 2017-2018 ya debían suponer más de 300 millones de euros. Los principales socios en este ámbito son Nike, que paga 105 millones de euros al año; Rakuten, que luce en la camiseta y paga

55 millones fijos por curso, y Beko, que en 2018-2019 pasa a pagar 19 millones por la manga de la camiseta y la ropa de entrenamiento.

En un segundo nivel están Gillette, CaixaBank y Konami, mientras que en el tercer escalafón, donde se ubicará Thom Browne, hay otras diez marcas: Estrella Damm, Audi, Oppo, Gatorade, Milo, Betfair, Stanley Black & Decker, Lassa Tyres, Allianz y Canon Medical Systems. A continuación figuran la veintena de socios regionales que activan la asociación en determinados territorios.

En total, el club facturó 914 millones de euros en 2017-2018, un 2% más de lo previsto y un 29,1% superior a la obtenida en el ejercicio anterior. Se trata de la cifra de ingresos más alta de la historia y un 1,9% superior a la prevista el pasado verano, pero el resultado neto es el más bajo desde la temporada 2011-2012 e inferior al presupuestado.