

CLUBES

El Chelsea FC cambia de patrocinador principal: la 'teleco' Three relevará a Yokohama

Yokohama, que finaliza su acuerdo este año, extenderá su relación con el club inglés, aunque no continuará luciendo en el frontal de la camiseta. Su lugar lo ocupará la empresa británica, que aportará 47 millones anuales.

Palco23
24 ene 2020 - 18:13



Cambio de cromos en el frontal de la camiseta del Chelsea FC. La marca japonesa de neumáticos Yokohama, que acababa su contrato en julio de 2020, ha anunciado que renovará su acuerdo con el club inglés, aunque degradará su estatus como espónsor. El testigo lo recogerá la teleco británica Three, que tendrá presencia en las equipaciones del primer equipo masculino y femenino, así como en los de las academias.

El nuevo acuerdo será por una cantidad similar a la que hasta ahora aportaba Yokohama, en torno a 40 millones de libras anuales (47,4 millones de euros), según informa *The Athletic*. Es un importe similar al que perciben otros clubes como el

Liverpool y el Arsenal y ligeramente inferior al del Manchester City (45 millones de libras con Etihad, al cual relevará al final de esta temporada), y el United (65 millones de libras con Chevrolet), según el citado diario.

El Chelsea, que no ha especificado la duración del acuerdo con Three, sí que ha indicado que el operador también se encargará de implantar la tecnología 5G en Stamford Bridge y que tendrá presencia en los soportes físicos y digitales. “Retransmitiremos por *streaming* los partidos del femenino y de las canteras, así como los *highlights* del primer equipo masculino”, ha indicado Guy Laurence, consejero delegado del club.

El Chelsea ha relevado a Yokohama por Three como patrocinador principal por 40 millones de libras

Yokohama, por su parte, seguirá vinculada al Chelsea, aunque no se ha especificado qué estatus tendrá respecto a otros patrocinadores. Ambas entidades han estado unidas desde 2016, con un acuerdo de cinco años que finaliza esta temporada y que incluía a todas las secciones del club, incluida la femenina y la cantera. Chris Townsend, director comercial del Chelsea, ha asegurado que “estamos encantados de extender nuestra relación con Yokohama alrededor del mundo”.

El Chelsea cerró la temporada 2018-2019 con unas pérdidas de 96,6 millones de libras (113,8 millones de euros). Es la primera vez en tres años que el equipo abandona la sostenibilidad económica, después de un ciclo de dos años superando de forma consecutiva su récord de beneficios. El club, en previsión de la sanción de la Fifa, que inicialmente le prohibía realizar fichajes durante las dos próximas ventanas, gastó 212 millones de libras (250 millones de euros) para atar a jugadores como Kepa, Pulisic, Kovacic y Jorginho.

Sus ingresos ordinarios sí que aumentaron hasta 446,7 millones de libras (522,3 millones de euros), un 0,7% más. La actividad comercial se incrementó en 14,5 millones de libras debido a la renovación o el fichaje de empresas como Hyundai, Vitality, MSC Cruises, Unilever, Beats, Millennium, Copthorne Hotels y 1xbet.