

CLUBES

El Chelsea FC y Liverpool FC firman alianzas globales con 1xbet y MG Motor

El club londinense ha firmado como patrocinador a la casa de apuestas que también eligió al Barça, mientras que los *Reds* han ampliado a todo el mundo su acuerdo con la automovilística con MG Motor.

Palco23
16 jul 2019 - 15:46



Nuevas alianzas comerciales en la Premier League. El Chelsea FC ha aprovechado el **rally** inversor de la casa de apuestas 1xbet para firmar un patrocinio global con el que relevar a William Hill, de manera que se suma al FC Barcelona. El Liverpool FC, por su parte, ha ampliado a todo el mundo el acuerdo que inicialmente restringió a China con la empresa automovilística MG Motor. Los términos económicos no se han hecho públicos.

El club londinense ha elegido a esta compañía de origen ruso porque “es una de las empresas con un desarrollo más rápido en la industria de las apuestas y esperamos apoyarla en su esfuerzo por aumentar el conocimiento de la marca en el Reino Unido y en todo el mundo”, según su director comercial, Chris Townsend.

El Chelsea FC, que en 2017-2018 obtuvo el beneficio neto más alto de su historia con 62 millones de libras (69 millones de euros), facturó un 27% más por el área comercial ese año, hasta 140 millones de libras (155,6 millones de euros). Sus dos principales patrocinadores son Nike y Yokohama Tyres, que aparecen en la equipación de juego junto a Hyundai, mientras que Carabao luce en la ropa de entrenamiento.

El Liverpool FC, por su parte, ha logrado ampliar su alianza con MG para apoyar su expansión en el resto de mundo a través de presencia en la U televisiva y el uso de la imagen de los futbolistas del primer equipo en sus campañas. “Ha sido un socio valioso del club durante las últimas tres temporadas”, ha apuntado el director comercial de los *Reds*, Billy Hogan.

El club de Anfield cerró la temporada 2017-2018 con unas ganancias de 125 millones de libras (140 millones de euros), una cifra jamás alcanzada por ningún otro equipo de fútbol. En términos de facturación, cerró la temporada con unas ventas de 455 millones de libras (518,5 millones de euros), un 25% más, de los que 154 millones de libras (175,5 millones de euros) correspondieron a patrocinios.