

## CLUBES

# El Chelsea paga a Adidas más de 40 millones para romper su patrocinio en 2017

---

Palco23

11 may 2016 - 19:02

El Chelsea FC tiene manos libres para negociar un nuevo contrato de patrocinio técnico. Adidas ha anunciado hoy que ha llegado a un acuerdo amistoso con el club londinense para anticipar la rescisión del contrato que firmaron hasta 2023, por el que pondrán fin a su relación cuando concluya la temporada 2016-2017. A cambio, la multinacional de las tres bandas "recibirá un pago en 2017" que "tendrá un impacto en el beneficio neto en el rango medio del doble dígito", lo que supondría entre 40 millones y 70 millones de euros.

El fabricante de artículos deportivos ya avanza que los *blues* están negociando "un nuevo contrato de equipación con un competidor", aunque no ha dado pistas sobre de qué marca se trata. El Chelsea FC tampoco ha dicho con qué grupo está tratando, aunque por el volumen de ingresos que exigirá como compensación todo podría reducirse a Nike, Puma, New Balance o Under Armour.



La rescisión anticipada llega la misma semana en la que se ha presentado la nueva equipación.

La compañía ha querido quitar hierro al hecho de perder uno de sus principales contratos en la Premier League, ya que desde hace un año tiene al Manchester United, que a efectos comerciales tiene mucho más tirón fuera de Reino Unido. Además, considera que esta rescisión les permitirá "seguir aplicando nuestra estrategia de patrocinio deportivo", que, explican, consiste en "asociarse con un menor número de activos a nivel de equipo".

El club controlado por Roman Abramovich firmó en 2013 una renovación de contrato con Adidas, con la que trabajaba desde 2006, por el que elevaba el pago anual a unos 30 millones de libras por curso (38 millones de euros). Está por ver cuáles son ahora las pretensiones económicas de la entidad, aunque es probable que quiera situarse por encima de los 50 millones de euros que, como mínimo, ya están cobrando sus rivales en la élite del fútbol europeo.

Además, se trata de también actualizar el valor de un activo que ya se revalorizó a principios de 2015, cuando se vendió el patrocinio de la camiseta al fabricante japonés de neumáticos Yokohama Rubber Company, que paga unos 50 millones de euros por temporada, frente a los 25 millones que le abonaba Samsung.