

CLUBES

El Sevilla FC confirma el cambio de New Balance por Nike

El club hispalense vestirá las prendas del fabricante estadounidense, que gana fuerza en LaLiga y ya viste a FC Barcelona, Atlético de Madrid y Málaga CF, entre otros. El contrato ronda los dos millones de euros anuales.

Palco23
22 may 2018 - 10:10

El Sevilla FC confirma el cambio de New Balance por Nike

El Sevilla FC hace oficial su alianza con Nike. El club hispalense ha anunciado que la marca estadounidense se convertirá en su nuevo proveedor técnico, tal y como ya avanzó *Palco23*. En su caso, y a diferencia de New Balance, la compañía tendrá la condición de socio global. Aunque los términos económicos del acuerdo no se han hecho públicos, fuentes del sector lo cifran en una contraprestación de dos millones de euros anuales.

La alianza estará en vigor durante todo el próximo ciclo audiovisual de la Uefa, es decir, entre 2018-2019 y 2020-2021. El equipo de fútbol confía en mantener su presencia ininterrumpida en competiciones europeas como hasta ahora, ya sea en la Champions League, como ha hecho este curso, o en la Europa League, donde volverá a competir la próxima campaña.

Más allá de los pagos económicos por la explotación de su imagen, Nike “aportará al club equipaciones especializadas para la práctica del fútbol, además de una colección muy completa para todos los segmentos de la afición sevillista”. Está por ver cómo se gestiona el comercio electrónico, ya que hasta ahora lo gestionaba la entidad directamente y la multinacional ha apostado más porque ese negocio se integre dentro de sus portales de venta directa para ganar difusión.

En cualquier caso, será la primera vez que el Sevilla FC vista con Nike en toda su línea oficial. Con este contrato, la marca del *swoosh* se asegura el control de tres equipos con presencia recurrente en competiciones europeas, además del Málaga CF, con el que ha renovado hasta 2022. Su principal activo es el FC Barcelona, al que pagará 105 millones de euros anuales a partir de la próxima temporada, además de devolverle la

PALCO23

gestión de todo el negocio de *merchandising*. El acuerdo con el Atlético de Madrid, por su parte, supera los nueve millones de euros por ejercicio e incluye su logotipo en uno de los fondos del Wanda Metropolitano, como ya sucedía con el Camp Nou.