

CLUBES

Kappa y Nike, el derbi de Sevilla ya tiene camisetas para 2018-2019

El Real Betis negocia con Adidas la rescisión de su contrato para volver a vestir la enseña italiana, mientras que la marca estadounidense relevará a New Balance en el Sevilla FC.

M.M.A./G.G.R.

28 mar 2018 - 04:59

Kappa y Nike, el derbi de Sevilla ya tiene camisetas para 2018-2019

El derbi andaluz por excelencia tendrá nuevos diseñadores la próxima temporada. La inestabilidad continúa siendo una de las tónicas en la indumentaria de Real Betis y Sevilla FC, que han decidido cambiar de proveedor para el próximo ciclo. Según ha podido saber *Palco23*, el conjunto verdiblanco tiene un preacuerdo con Kappa a la espera de rescindir su vinculación con Adidas, mientras que su rival ya ha decidido que vestirá Nike a partir de 2018-2019.

La multinacional estadounidense logra así devolver el golpe a New Balance, que el pasado verano se hizo con el contrato del Athletic Club, uno de los clubes que más factura por venta de *merchandising* y que más implantación tiene a nivel social, en este caso Bilbao y la provincia de Vizcaya. Aunque los términos económicos no se han hecho públicos, fuentes de la industria indican que el equipo hispalense se habría asegurado más de dos millones de euros al año por estampar el *swoosh* en su camiseta.

Con este contrato, Nike 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 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.

El Sevilla FC se ha asegurado más de dos millones

de euros al año por Nike, que había perdido al Athletic Club en LaLiga

El aumento de presencia por parte de Nike contrasta con Adidas, cuya estrategia global pasa por concentrarse en grandes alianzas como la que tiene con el Real Madrid . En LaLiga, la marca ha podido retener al RC Celta hasta 2021, según explican fuentes del club gallego, pero no ha llegado a acuerdos de renovación con Real Sociedad, que se ha pasado a Macron, y CA Osasuna, que ha firmado con Hummel.

A esta *lista negra* se le podría sumar próximamente el Real Betis, que quiere negociar una rescisión amistosa y sellar el preacuerdo que tiene con Kappa. El deseo del club verdiblanco se basa principalmente en un trato más personalizado, algo que con la vuelta de la marca italiana estaría garantizado. Según fuentes del club, en las tiendas se agotaron ediciones especiales de la camiseta con motivo del Día de Andalucía o el Día de la Mujer, por lo que consideran que con diseños más exclusivos podrían vender más.

Además, con el nuevo contrato, el Betis aspira a aprovechar su masa social para ser uno de los cinco clubes que más cobren por el patrocinio técnico. El club pretende elevar su facturación por todos los patrocinios hasta los doce millones de euros, lo que supondría prácticamente duplicar este importe respecto al pasado año.

El Espanyol cambiará Joma por Kelme y la Real Sociedad dejará Adidas para pasarse a Macron

El movimiento de piezas está siendo constante en el arranque de 2018, con múltiples actores implicados en el segmento de los patrocinadores técnicos. El RCD Espanyol ha decidido firmar con Kelme, que se comprometía a una mayor aportación económica de la que venía realizando Joma gracias al músculo económico de su accionista chino. Por su parte, Macron ha ampliado presencia con la Real Sociedad, que se unirá a Levante UD y RC Deportivo.

Tal y como publicó *Palco23*, los tres factores que los clubes tienen en cuenta a la hora de decidir proveedor son el diseño, el material consumido por la cantera y los pagos en metálico, que cada vez son mayores. Por su parte, las marcas cada vez priorizan clubes con una verdadera exposición de marca para que haya contraprestación

económica. Si no, en muchos casos las alianzas quedan circunscritas a la entrega gratuita de material económico o una pequeña aportación que se acaba compensando con obligaciones de compra de material.