

COMPETICIONES

La Premier League y Barclays rompen tras quince años

Palco23

2 abr 2015 - 11:46

La Premier League se ha convertido en un imán de atracción de ingresos y quiere compartir el pastel con más patrocinadores. La principal liga de Europa por ingresos ha trasladado a los clubes su intención de poner fin al acuerdo comercial con Barclays cuando expire al final de la temporada 2015-2016, por el que la entidad financiera da nombre al torneo desde hace quince años y por que el actualmente paga 40 millones de libras por temporada (55 millones de euros, al cambio actual).

Barclays tampoco estaría por la labor de renovar el patrocinio y ya lo ha comunicado a su plantilla, según el británico *Daily Mail*, ante lo que podría suponer un nuevo incremento de la inversión después de la exitosa colocación de los derechos de televisión, con un récord de 5.136 millones de libras por tres temporadas. *Sky News*, medio controlado por Rupert Murdoch, añade que la Premier League estaría explorando también un único acuerdo con Guinness, la marca de cerveza del grupo Diageo, y con un fabricante de automóviles cuya identidad no ha trascendido.

El mismo medio indica que los propios clubes habrían trasladado a la patronal que debería plantearse seriamente la posibilidad de no contar con un único socio principal y establecer un programa de patrocinio abierto a distintas categorías para maximizar los ingresos. A día de hoy, además del acuerdo con Barclays, la Premier League también mantiene relaciones comerciales con Nike, EA Sports, Carlsberg y Topps, una empresa norteamericana de cromos y coleccionables que ya ha conseguido arrebatarse a Panini su acuerdo con la Uefa.