

Adidas renueva su patrocinio con 'La Roja' hasta 2026

M.Menchén
8 sep 2015 - 11:40

Adidas ha conseguido retener a una de las selecciones que mayores éxitos le ha brindado en los últimos años. La multinacional alemana de equipamiento deportivo ha renovado su acuerdo de patrocinio con la Real Federación Española de Fútbol (Rfef) hasta 2026.

Los términos económicos del acuerdo no han trascendido, aunque la memoria económica de la organización presidida por Ángel María Villar revela unos ingresos anuales de 18 millones de euros por la vinculación con Adidas (23 millones en 2012, tras los premios por ganar la Eurocopa). El acuerdo no solo incluye a la Selección absoluta, sino al resto de categorías (incluido el femenino y el fútbol sala) y el estamento arbitral.

"Estamos muy orgullosos y entusiasmados; [...] Adidas es líder global en fútbol y la Selección Española es uno de los equipos más fuertes del mundo, lo que convierte este patrocinio en un acuerdo perfecto", ha indicado Herbert Hainer, consejero delegado de la multinacional deportiva, sobre una relación que se inició hace más de 35 años.



Iniesta y Pedro celebran un gol este fin de semana, en el partido

frente a Eslovaquia. /Rfef

Villar, por su parte, ha recordado que "nuestra intensa vinculación con dicha marca no es solo fruto de acuerdos comerciales positivos para ambos, sino el resultado de un entendimiento que la ha hecho posible durante un largo período de tiempo". En este sentido, ha recordado que antes de que llegaran el Mundial y dos Eurocopas, Adidas "ha estado en los momentos más difíciles".

Adidas es la principal fuente de ingresos de la Rfef a nivel de patrocinio. Por debajo están Cruzcampo, Iberdrola y Movistar, con pagos que rondan los 3,5 millones. El grupo de telecomunicaciones, además, se convierte en patrocinador de la Selección femenina. Banesto, que también figuraba en este grupo, rompió con La Roja tras su integración en Banco Santander, que prioriza el patrocinio de la Fórmula 1.

En un nivel inferior, Sanitas y Continental pagan entre 500.000 euros y un millón de euros al año por figurar como colaboradores, categoría en la que también aparecen LG, Cabreiroá, ONCE, ASM e Iberia. En la categoría de socios oficiales, donde se ha producido la mayor fuga, tan sólo queda la aseguradora Pelayo, con pagos de en torno a 1,5 millones de euros anuales.

En total, y según las últimas cuentas de la Rfef hechas públicas en su web, la publicidad y los derechos de imagen supusieron unos ingresos de 34,96 millones de euros en 2013, mientras que los ingresos por competición (participación en torneos y partidos amistosos) generaron otros 32 millones. Los derechos audiovisuales supusieron 11,7 millones de euros, lejos de los 28,4 millones de 2012 y que estuvieron muy influenciados por el hecho de ser año de Eurocopa.