

Preacuerdo Barça-Qatar Airways: 60 millones al año hasta 2020

Marc Menchén
9 jun 2015 - 17:37

El FC Barcelona ha logrado que su camiseta vuelva a ser la más cotizada del mundo entre las marcas comerciales. El club ha alcanzado un preacuerdo con Qatar Airways, por el que la aerolínea doblará su oferta hasta los 60 millones de euros por temporada hasta la 2019-2020. La propuesta no ha sido aún firmada y debe ser ratificada por la junta entrante, ya que hoy mismo se dará inicio al proceso por el que se celebrarán elecciones a la presidencia a mediados de julio.

Este acuerdo sitúa nuevamente al Barça en la cima de los patrocinios deportivos, igualando los 60 millones que Chevrolet aceptó pagar al Manchester United. También se situaría por encima de los 55 millones que Yokohama pagará a partir de la próxima temporada al Chelsea FC, y percibirá el doble que el Real Madrid, con 30 millones de Fly Emirates. Una de las claves ha sido la internacionalización del club en los últimos años, así como el regreso a lo más alto en el plano deportivo con la consecución del triplete (Liga, Copa y Champions League).



Qatar Airways y Nike son las marcas más visibles en la camiseta blaugrana.

El club ha dejado sin firmar el contrato con Qatar Airways, consciente de las críticas que ha generado la relación comercial con el emirato y de que, en caso de que Josep Maria Bartomeu no sea elegido presidente, la junta entrante podría no estar de acuerdo. Sin embargo, lo cierto es que el Barça contrató a la consultora IMG para sondear el mercado y la oferta de la aerolínea es la más alta que se ha recibido.

El actual contrato se firmó en 2010 y estará en vigor hasta el final de la campaña 2015-2016. El primer año del acuerdo, la camiseta lució el logo de Qatar Foundation tras relegar a Unicef a la parte posterior. Sin embargo, al ejercicio siguiente se relevó esta marca por la de Qatar Airways alegando que el emirato se reservó el derecho de cambiarlo cuando considerara. En cualquier caso, el contrato establecía un aumento progresivo de los pagos hasta los 34 millones de euros de esta temporada, más cinco millones por la victoria en la Champions League.

Una vez solucionada esta cuestión, todo apunta a que será la futura junta directiva la que deberá culminar la negociación del nuevo contrato con Nike. La relación actual se extiende hasta 2018, pero el club también quiere actualizar la cifra que actualmente percibe. La multinacional estadounidense está pagando unos 54 millones por temporada (35 millones por la camiseta y 19 millones en *royalties* por la gestión de toda la mercadotecnia), una cifra que está por debajo de los 90 millones que ha arañado el Manchester United a Adidas o de los 70 millones que ha logrado de esta misma marca el Bayern de Munich.

Ampliación del acuerdo con Coca-Cola

En la última reunión de la actual junta directiva, el club también ratificó el acuerdo de patrocinio con Lassa Tyres, por el que la empresa turca de neumáticos dará nombre a las cuatro secciones profesionales. A su vez, se dio el visto bueno a la incorporación de la firma china OPPO como socio oficial en la categoría de dispositivos móviles. Por último, acordaron renovar un año más la alianza comercial con Coca-Cola, cuyo negocio en España está controlada por los Daurella, la familia de la mujer de Carles Vilarrubí, vicepresidente con Bartomeu.