

Yokohama Rubber ha siglato un accordo pluriennale di partnership con il Chelsea Football Club della Premier League inglese, diminuendo significativamente l'investimento da sponsor della maglia a 'title sponsor'. Il nuovo accordo entrerà in vigore a partire da luglio 2020, dopo che scadrà quello attuale, firmato nel 2015 per 200 milioni di sterline in 5 anni, che prevede il logo del produttore di gomme sulla maglia del Chelsea FC.

Nonostante Yokohama abbia deciso di non essere più visibile sulle maglie, il nuovo accordo le consentirà di continuare la relazione con manager e giocatori e di utilizzare il logo della squadra nelle sue attività promozionali, nel materiale di marketing e negli eventi speciali.

La sponsorizzazione della maglia passa invece alla compagnia telefonica Three.

Il bilancio del primo quinquennio di partnership è decisamente positivo per Yokohama, che ha potuto incrementare la popolarità del brand in mercati per lei strategicamente importanti, come l'Europa e l'Asia.