

Giovedì 26 febbraio, Yokohama e il Chelsea Football Club hanno firmato quello che risulta essere il secondo più importante accordo di sponsorizzazione del calcio inglese. Secondo il Telegraph infatti, l'affare vale quasi 40 milioni di sterline l'anno, cifra superata solo dalla partnership tra il Manchester United e Chevrolet. Il produttore di pneumatici ha firmato con il Chelsea FC per un periodo di cinque anni, a partire dal mese di luglio 2015, e oltre al logo stampato sulle maglie indossate dalla squadra, Yokohama Rubber sarà presente nello stadio e nel materiale pubblicitario e promozionale e coinvolgerà direttamente i giocatori della squadra e l'allenatore José Mourinho per attività di comunicazione.

L'accordo è stato formalmente concluso quando il presidente e Ceo di Yokohama Rubber, Tadanobu Nagumo, è arrivato da Tokyo per comparire nella foto ufficiale con Jose Mourinho e il capitano John Terry. Parlando con Chelsea TV, canale televisivo dedicato del club, Tadanobu Nagumo ha dichiarato di essere "molto felice ed emozionato. Questo è il più grande contratto di sponsorizzazione della nostra storia e vorremmo far conoscere il nostro nome nel mondo. Mi aspetto che questo accordo ci aiuti a raggiungere questo obiettivo. Questa è una partnership fantastica e sono molto eccitato."

"E' un vero piacere accogliere Yokohama come nostro nuovo partner ufficiale di maglia e non vediamo l'ora di iniziare un rapporto di successo con loro" ha detto il presidente del Chelsea Bruce Buck. "Chelsea e Yokohama sono un mix perfetto. Entrambi sono organizzazioni globali con un focus sulle performance e sull'innovazione, oltre ad avere una grande ambizione e una cultura imbattibile di successo. Riteniamo che Yokohama avrà un ruolo fondamentale per aiutarci a guidare la nostra espansione globale nei mercati internazionali, come gli Stati Uniti, dove opera da molti anni, oltre ovviamente al Giappone" ha aggiunto Buck. "Siamo inoltre entusiasti di lavorare con Yokohama sui nostri progetti comunitari in tutto il mondo attraverso la Chelsea Foundation, dove possiamo usare insieme il potere dello sport come forza per fare del bene."

✖ Yokohama Rubber sostituisce Samsung come sponsor di maglia. "Vorrei anche esprimere la mia sincera gratitudine a Samsung, con la quale abbiamo avuto un rapporto di successo e gratificante dal 2005" ha detto il presidente del club. "Il Chelsea ha dimostrato attraverso dieci anni di partnership che può giocare un ruolo critico nell'aiutare i partner a raggiungere gli obiettivi di crescita prefissati a livello globale. Ci auguriamo di poter avere un successo simile con Yokohama."

Un investimento storico

Un accordo del valore complessivo di circa 200 milioni di sterline è un investimento significativo, e Tadanobu Nagumo osserva che questo rappresenta una nuova direzione per

la società. “Per Yokohama Rubber, finora la maggior parte degli investimenti era rappresentata dalla costruzione di fabbriche o la creazione di nuove imprese” ha detto a Chelsea TV. “Questa è la prima volta che abbiamo fatto un così grande investimento di marketing. Si tratta di una nuova avventura e un investimento storico per noi.”

Il presidente e Ceo, ha dichiarato: “Il Chelsea FC è una squadra molto forte e molto popolare. Stiamo cercando di rendere la nostra società più forte e il Chelsea si adatta bene a questo scopo. Abbiamo bisogno di vincere le nostre battaglie e sostenere una forte squadra di calcio come il Chelsea è molto importante.”

✖ Hideto Katsuragawa, che è stato nominato presidente di Yokohama Rubber per il business dei pneumatici all’inizio di quest’anno, ha commentato che la partnership con il Chelsea FC “ci aiuterà ad aumentare la nostra brand awareness” supportando il produttore di pneumatici nel suo tentativo di raggiungere gli obiettivi fissati nella quarta fase del suo piano di gestione a medio termine Grand Design 100. “Se è possibile, in futuro ci piacerebbe andare oltre i cinque anni dell’accordo, ci piacerebbe avere una lunga relazione con il Chelsea Football Club” ha detto. Tadanobu Nagumo ha aggiunto che “vediamo la nostra partnership con il Chelsea come parte integrante dei nostri piani di espansione globale, dal momento che entriamo nella Fase IV del nostro piano Grand Design 100. Non vediamo l’ora di lanciare la nostra fantastica nuova maglia del Chelsea Yokohama questa estate.”

La scorsa stagione il Chelsea FC è stata la squadra di Premier League più vista in televisione in tutto il mondo, con più di 31.000 ore di trasmissione. Il Chelsea è oggi uno dei marchi più riconosciuti e influenti dello sport in tutto il mondo, con più di 500 milioni di fan. In una dichiarazione, il Chelsea FC, ha detto che il suo accordo con Yokohama Rubber “lancia il club in una nuova era di partnership commerciali innovative” e che l’accordo “sosterrà la strategia del Chelsea per essere uno dei principali club calcistici europei, con un modello di auto-finanziamento, che è pienamente conforme alle regole UEFA sul Fair Play finanziario.”





