

Estadios para disparar los ingresos

El Real Madrid muestra el nuevo Santiago Bernabéu, con hotel de lujo, zona comercial y más asientos VIP.

Victor M. Osorio, Madrid

El Real Madrid enseñó ayer lo que Florentino Pérez definió como "el Santiago Bernabéu del siglo XXI". El recinto del club blanco, que en pocos meses cumplirá 67 años, sufrirá una espectacular reforma hasta 2017, cuando se inaugurará el nuevo estadio. La remodelación total, cuyo coste aproximado ascenderá a 400 millones de euros, forma parte de la política de Florentino Pérez de modernizar las instalaciones del equipo y convertir al Santiago Bernabéu "en un icono de vanguardia". Pero hay un fin todavía más importante. "El nuevo estadio nos ayudará a impulsar la economía del club y de la ciudad. Ganaremos en fortaleza y solidez porque servirá para generar nuevos ingresos y potenciar nuestra marca", señaló el presidente del Real Madrid. En concre-

to, el club estima que la obra supondrá un aumento del 30% en los ingresos de explotación del estadio: el Santiago Bernabéu genera ahora unos 40 millones anuales en ingresos, que podrían convertirse en más de 53 millones.

¿Cómo lo hará? El recinto contará con una nueva zona comercial en el paseo de la Castellana, incluirá un hotel de lujo con unas 150 habitaciones, algunas con vistas al terreno de

Los ingresos de explotación del Bernabéu pasarán de 40 a 53 millones con el nuevo recinto

Los nuevos proyectos presentados por el Barcelona pretenden aumentar los ingresos en 30 millones

juego, y se mejorarán las zonas VIP. Además, se ampliará una grada, lo que aumentará el aforo en unos 5.000 asientos.

El proyecto ha sido encargado al estudio alemán GMP Arquitectos, con una amplia experiencia en el desarrollo de instalaciones deportivas en Europa, Brasil y Sudáfrica, junto a los españoles L35 y Ribas. "Queremos que personas que nunca se habían planteado visitar el estadio quieran venir ahora a él", aseguró Volkwin Marg, fundador de GMP. Para conseguirlo, además de toda la oferta mencionada, se ha buscado un diseño espectacular que incluye una cubierta capaz de cerrar el campo en sólo 15 minutos, una membrana exterior con tecnología LED en la que se podrán mostrar imágenes o una mejora en la zona del Tour del Bernabéu, el cuarto museo más visitado de Ma-



Real Madrid.com

drig, que estará en la parte superior del recinto.

Una tendencia que crece

El caso del nuevo Santiago Bernabéu no es un ejemplo aislado. Los principales clubes de fútbol españoles han decidido olvidar la crisis y proyectar nuevos estadios con un objetivo claro: disparar los ingresos asociados a éstos. La cuestión no es menor, cuando la

asistencia a los estadios no deja de bajar y se prevé un nuevo reparto de derechos de televisión en el que los grandes equipos podrían salir perdiendo. Y todo, en un momento en el que las nuevas reglas de *fair play* financiero tendrán bajo lupa las cuentas de los clubes para asegurar su viabilidad.

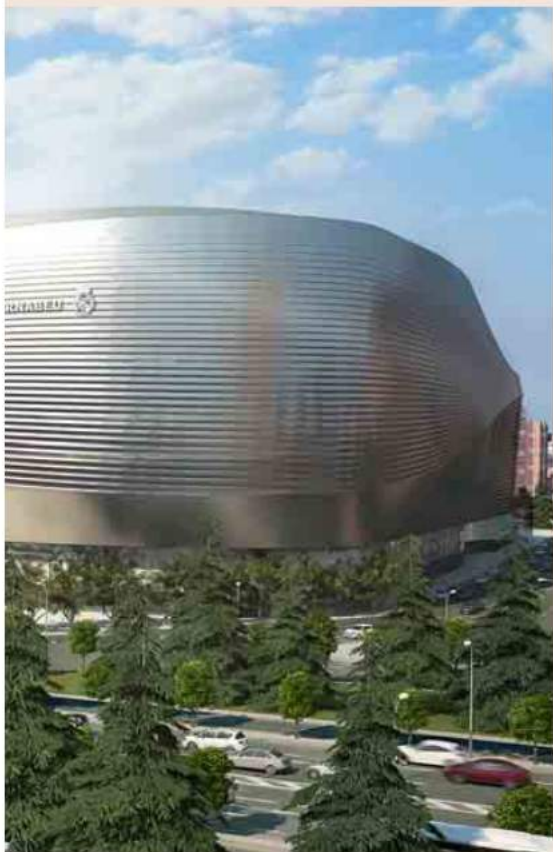
El Athletic Club ha abandonado el desarrollo de nuevas instalaciones con la inaugura-

ción esta temporada del nuevo estadio de San Mamés, pero el FC Barcelona, el Valencia y el Atlético de Madrid también cuentan con millonarios planes de desarrollo para los próximos años. La duda que subyace en la mayoría de los casos es cómo pretenden los clubes financiar dichos proyectos. Ese es su gran reto para después convertir los estadios en máquinas de generar dinero.



FC Barcelona, un proyecto de 600 millones a la espera de aprobación

La directiva del FC Barcelona presentó el 20 de enero un proyecto que asciende a 600 millones de euros: 420 para la remodelación del Camp Nou; 90 para construir un nuevo Palau Blaugrana y otros 90 para otras instalaciones. Las obras –que deben aprobar los socios en un referéndum a principios de abril– se empezarán en 2017 y acabarían en 2021. La financiación se obtendrá principalmente de recursos propios, lo que incluye la búsqueda de un patrocinador que ponga apellido al estadio (a cambio de 150 millones por 20 o 25 años); 50 millones que generarían las concesiones de nuevos espacios comerciales y hoteleros; 200 millones de un crédito sindicado y otros 200 que saldrían de lo que el Barça denomina "financiación interna". Entre las obras, destaca la del nuevo Camp Nou, con un aforo ampliado a 105.000 espectadores y 3.500 nuevos asientos VIP. Además, se mejorará la oferta de restauración y se cambiará la ubicación de la cámara central de televisión para poder instalar una segunda línea de publicidad a pie de césped. Por su parte, el Palau Blaugrana ocupará los terrenos del Miniestadi y será un recinto para 12.000 espectadores. En el proyecto han colaborado varias empresas (ISG, AEG, ICON Venue Group y Ryder Levett), especializadas en la gestión de proyectos deportivos para obtener un mayor rendimiento económico. El Barcelona espera que todas las acciones aumenten los ingresos del club en 30 millones de euros anuales.



EL NUEVO BERNABÉU.

Las imágenes del proyecto muestran la futurista imagen que tendrá el estadio a partir de 2017, cuando terminarán las obras. Florentino Pérez (sobre estas líneas) fue el encargado de presentar el nuevo estadio, que contará con un hotel y un gran centro comercial (a la izquierda) en los terrenos ocupados ahora por aparcamientos que dan al paseo de la Castellana. Además, habrá una pasarela en la zona superior del recinto que ofrecerá grandes vistas sobre Madrid y acogerá al Tour del Bernabéu.

LAS CLAVES DE LAS REFORMAS

● CENTROS DE OCIO

La intención de estos proyectos es convertir los estadios en centros de ocio para que su actividad no se limite a los días de partido.

● GASTO POR VISITA

Se quiere copiar el modelo de EEUU, donde el consumo por aficionado en el estadio (sin contar la entrada) asciende a 10 euros, diez veces más de la media de España.

● EXPLOTACIÓN COMERCIAL

Una tercera derivada de las reformas son más espacios para hoteles, comercios y restauración, lo que equivale a mayores ingresos por la cesión de estos espacios.

● MÁS ZONAS VIP

Las zonas VIP generan grandes ingresos: hay palcos de Santiago Bernabéu y del Camp Nou que superan los 100.000 euros al año. Por eso han crecido estas áreas en todos los estadios y por eso lo seguirán haciendo.

● MÁS PATROCINIOS

Es algo poco habitual en España, pero los patrocinios de estadios son comunes en otros países. Allianz paga 180 millones por el 'naming right', durante 30 años, del recinto donde juega el Bayern de Múnich. Barça y Real Madrid buscan apellido comercial para sus estadios.

● ATRAER TURISMO

Nueve millones de personas visitaron España en 2012 por motivos relacionados con el deporte, según el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. El fútbol es un gancho y las ciudades lo saben. Por eso, no ponen impedimentos a estos desarrollos urbanísticos.



San Mamés Barria, una 'catedral' de 150 millones

El Athletic Club inauguró su nuevo estadio el 16 de septiembre, poniendo así colofón a un proyecto que empezó en mayo de 2010 y que ha costado más de 150 millones de euros (como curiosidad, el antiguo San Mamés, inaugurado en 1913, supuso un desembolso de 89.000 pesetas). Cuando se termine la tribuna sur, la nueva 'catedral' acogerá a 53.332 personas, con unos 3.000 asientos VIP y contará con una superficie total de 39.715 metros cuadrados construidos. El aumento de aforo permitirá al club vasco aumentar en casi 7.000 personas su número de socios.



UN MESTALLA MÁS BARATO. El Valencia presentó en noviembre un cambio de proyecto para el nuevo estadio de Mestalla, cuya construcción ha sufrido una larga lista de problemas. Hay dos objetivos: reducir costes y aumentar los ingresos que generará el recinto. Los cambios afectarán a la estructura, al aforo (se reducirá de 75.000 a 61.500 localidades) o a los servicios. El coste de terminar el estadio pasará de 160 a 90 millones (ya llevan gastados casi 100).



DEL CALDERÓN A 'LA PEINETA.' El Atlético de Madrid también quiere mudarse del Vicente Calderón a un nuevo estadio donde ahora está 'La Peineta' en la temporada 2016/2017. El recinto supone pasar de 30.000 a 88.150 metros cuadrados y aumentar el aforo de 55.000 a 70.000 personas. Además, habrá más salas VIP y palcos privados y tendrá mejores zonas comerciales y restauración para generar más ingresos. ¿Coste? Unos 160 millones de euros.