

COMPETICIONES

Bertomeu (Euroliga): "No estamos preparados para un modelo cerrado como la NBA"

Guillermo G. Recio / Marc Menchén
13 oct 2016 - 05:00

"La calidad del producto". Es una frase que Jordi Bertomeu repetirá en más de una ocasión a lo largo de esta entrevista con *Palco23*, una expresión con la que el presidente de la Euroliga defenderá los cambios introducidos en la competición, que este miércoles volvió a lanzar el balón al aire con un Real Madrid-Olympiacos. Es el mismo encuentro que hace 16 años inauguró la máxima competición europea creada por los propios clubes y que hoy se presenta de distinto modo. "El salto que damos ahora es conceptual, pero una evolución más del modelo original", recalca en este encuentro, celebrado en su despacho el pasado viernes.

El principal cambio es que la competición ahora cuenta con sólo 16 equipos en un formato de liga con un mínimo de 30 partidos y el objetivo de "crear un producto de máxima calidad para que el consumidor compre el máximo". ¿Idea casual? No. En 2011, un grupo de representantes de los equipos, que a su vez son los dueños de la Euroliga, se reunieron para trazar la hoja de ruta de los próximos años, con "la preocupación por la sostenibilidad" como principal escollo a resolver. "Se fijaron 80 puntos y ya habíamos cumplido 79, el último se cumple esta temporada", comenta.



Jordi Bertomeu en las oficinas de la entidad en Barcelona./
Euroleague

Ahora bien, tan importante es la definición del producto como su presentación, de ahí que se haya sellado una alianza a largo plazo con IMG, que asegurará un mínimo de 380 millones de euros para los clubes durante los próximos diez años. "Hemos evolucionado en la producción televisiva, que ahora pasamos a controlar, y habrá más cámaras y más personas", asegura. Es un paso necesario para seguir atrayendo a nuevos patrocinadores, a los que no sólo atraiga la seguridad de que estarán los mejores, sino de que seducirá también al consumidor. "El elemento de estabilidad ligado a las grandes marcas siempre ha estado ahí", enfatiza.

Por el momento, los cambios ya introducidos permitirán elevar el presupuesto de la gestora de Euroliga y Eurocup a 51 millones de euros, frente a los 30 millones de la campaña anterior. Otro ejemplo del crecimiento económico de la competición es que la televisión, pese a que en algunos mercados ha triplicado sus ingresos para este nuevo

ciclo, ha pasado de representar el 95% de la facturación en el 2000 a sólo el 55% en 2015-2016.

La captación de patrocinadores ha sido constante en los últimos meses, especialmente en Turquía, donde la importancia del baloncesto ha sido creciente y cuyas grandes corporaciones han visto en la Euroliga una plataforma para tener visibilidad en su país y en el resto de Europa.

En la actualidad, la Euroliga cuenta con una veintena de patrocinadores, y no se cierra la puerta a nuevos. Eso sí, Bertomeu admite que "hay que optimizar la generación de recursos por cada uno de los activos que tenemos". De momento, la competición controla el 40% de los soportes que se ven ante cámara y cada club el 60% restante en su pabellón, pero no se descarta que se acabe centralizando el 100% si existen opciones reales de negocio.

Este aumento también repercutirá a los equipos, cuyos ingresos directos pasarán de 20 millones a 30 millones de euros. El sistema de reparto es el siguiente 54% en función de los resultados deportivos (37.000 euros por victoria en fase regular y 70.000 euros en eliminatorias) y el negocio que generen por televisión (46%). Además, este año el campeón se llevará un premio extra de un millón de euros, lo que aumentará la competitividad por ser el número uno.



El escudo de cada club lucirá en el centro de la pista por primera vez sustituyendo al logotipo de la Euroliga./ RM

Bertomeu admite que la referencia para ellos durante muchos años ha sido el de la Uefa con la Champions League, pero el propio ejecutivo admite que "sería absurdo"

que se puede replicar al 100% en el baloncesto. En su opinión, la élite de este deporte en el Viejo Continente sólo tiene dos alternativas: un modelo piramidal, que tenga en cuenta los resultados deportivos, o un sistema como el de la NBA, en el que la liga acepta o no a las franquicias únicamente bajo criterios económicos. "¿Estamos preparados para tener un modelo cerrado? ¿Somos capaces? Yo creo que no", asevera.

Desde hace tiempo él aboga por un punto intermedio entre ambos sistemas: un sistema basado en establecer tres niveles de competición: Euroliga, Eurocup y torneos domésticos, en el que se vayan produciendo ascensos y descensos. "Sigue siendo el único modelo válido para la sostenibilidad del baloncesto europeo", insiste.

Consciente de que federaciones y otros estamentos se han posicionado en contra, Bertomeu recuerda que en los últimos años, y pese a no haberse blindado las plazas, prácticamente han jugado la Euroliga los mismos equipos, mientras que los que lograron estar puntualmente y al año siguiente se quedaron fuera tuvieron serios problemas económicos. "Las ligas nacionales perderían peso, sí, pero para un club/empresa/inversor saber que un año puedes jugar la Euroliga y otro año sólo estar en ACB significa no tener certeza de continuidad", argumenta.

Otro de los aspectos por los que la Euroliga quiere diferenciarse de otros formatos de competición es la apuesta por los clubes, a su vez los máximos accionistas del torneo. Una muestra más en este sentido es el rediseño del parqué que se va a utilizar en los partidos, en el que "desaparece el logotipo con publicidad en el centro de la pista, ya que ahora lucirá el escudo de cada equipo", señala Bertomeu. "Esto es lo que nos diferencia de la NBA; allí la importancia de marca la tiene la organización y el jugador, mientras que nuestro modelo va de abajo a arriba, ya que la marca de los clubes son potentes por ellas mismas", asegura.

El desafío de poder contar con una franquicia en Londres

El modelo de competición implantado no ha convencido a todos por igual, como demuestra el hecho de que los equipos franceses ahora sólo jugarán la Basketball Champions League, el torneo creado por la Fiba tras no llegar a un acuerdo con la Euroliga. "El único mercado en el que no tenemos ningún equipo y es por decisión nuestra es Francia; tienen una liga muy competitiva, como evidencia que cada año gana un equipo diferente, pero desde 2006 ningún equipo francés ha llegado a los Playoffs", argumenta.

Lo mismo sucede en Reino Unido, donde el baloncesto no es uno de los deportes más

seguidos y apenas hay talento. "Tuvimos durante dos años un equipo en Londres, pero tenía un nivel muy bajo, ya que su liga nacional no está a la altura". Sin embargo, Bertomeu admite que sí es un mercado en el que les gustaría estar, y confían en que con el nuevo formato sí sea posible. "Antes le decíamos a un inversor que creara un equipo para jugar sólo cinco partidos en casa. Ahora podemos decirle a un inversor que monte un equipo en Londres porque jugará más de 15".

Una franquicia en Inglaterra no se vislumbra en el corto plazo, como tampoco será instantánea la consolidación de este nuevo proyecto, en el que los grandes clubes han depositado sus esperanzas para poder seguir siendo competitivos y evitar las constantes fugas de talento hacia la NBA. El camino será largo, pero el convencimiento de los clubes es absoluto. El desafío más inmediato, por ahora, alcanzar la *Final Four*, que esta temporada será en Estambul.