

CLUBES

El Barça pagará 3,5 millones hasta 2025 por la exclusiva del fútbol en el Aeropuerto de Barcelona

El club es el único que ha presentado oferta para gestionar la tienda destinada a un equipo de LaLiga, que dejó libre un franquiciado de los blaugranas tras ir a concurso.

M.Menchén

20 ene 2020 - 04:57



El FC Barcelona vuelve a embarcar en la Terminal 1 del Aeropuerto de Barcelona-El Prat. El club blaugrana ha sido el único que ha presentado oferta en el concurso abierto por Aena para adjudicar la gestión de una tienda dedicada específicamente a un club de LaLiga. La formalización del contrato será en los próximos días, mientras que el punto de venta tardará algo más en subir la persiana.

La entidad presidida por Josep Maria Bartomeu ha garantizado unos ingresos mínimos de 3,5 millones de euros para el gestor aeroportuario durante los próximos seis años, con un canon anual creciente, que irá de 560.044 euros en 2020 a 618.525 euros en 2025. Se preve que el alquiler que abone finalmente el club pueda ser algo superior,

pues el canon está sujeto a un porcentaje de las ventas anuales.

Esta adjudicación permite al Barça no perder uno de sus establecimientos en la principal terminal del Aeropuerto de Barcelona, después de que su franquiciado, United Labels, presentara concurso de acreedores en España y cerrara los dos locales, el situado en la zona de las puertas de embarque y el que había antes del control de pasajeros. El segundo permanece cerrado y su explotación no ha salido aún a concurso, por lo que el equipo de fútbol podría ver limitado su negocio respecto al que tenía hasta 2019.

El Barça podrá gestionar de forma directa un negocio de casi cinco millones de euros al año tras la quiebra de United Labels

El club blaugrana avanza así en su ambición de recuperar la gestión de todo su negocio de retail, un plan que en el caso de Aena ya ha cumplido tras previamente hacerse con la explotación del local que ya ocupaba su tienda oficial en la Terminal 2. Este punto de venta también estaba gestionado por United Labels, que entonces vio cómo el Barça acudía a la licitación en solitario y señalaba a Aena por carta que nadie más estaba autorizado a explotar su negocio de merchandising. En el caso de la T-1, además, ha evitado que algún otro club como el Real Madrid pudiera abrir mercado en la principal puerta de llegada de turistas a la capital catalana.

Está por ver qué sucederá con los 19 empleados que tenían las dos Barça Store de la T-1, pues pertenecían al franquiciado y el club no tiene ningún tipo de obligación para subrogar sus contratos. En cuanto al efecto que pueda tener el cierre temporal de estos negocios a las puertas de la campaña de Navidad, las fuentes consultadas indican que el impacto será mínimo, pues el periodo fuerte de ventas se inicia con la Semana Santa.

A Aena le urge que, sobre todo, pueda reabrir lo antes posible el local ubicado en el lado aire, es decir, una vez los pasajeros superan el filtro de control y ya pueden acceder a la puerta de embarque. Allí se encuentra un espacio de 205,78 metros cuadrados en pleno Sky Center, por donde millones de pasajeros transitan cada año antes de coger su avión. Además, dispondrá de un almacén 65,2 metros en el sótano de la terminal.

El club blaugrana aspira a que su negocio de retail alcance unas ventas de 86 millones de euros en 2019-2020

Se desconoce si Aena también sacará a concurso bajo las mismas condiciones el local ubicado en la zona de tierra, junto a la puerta de llegadas. Tampoco está claro si el Barça tendría interés en mantener dos establecimientos en la infraestructura o considera que con el principal bastaría. La decisión en el pasado de tener dos puntos de venta correspondió a United Labels, que en 2017 también ambicionó llevar la marca blaugrana a Madrid-Barajas.

En cualquier caso, esta situación ayudará al club a cumplir su objetivo de que la filial de retail aumente su facturación en 2019-2020, de 63 millones a 86 millones de euros. La razón es que ahora computará todos los ingresos que generaba el negocio aeroportuario en manos de su franquiciado en lugar del fee que cobraba por la licencia de marca. En total, serían unos cinco millones de euros.

Otra de las bazas con las que cuenta el área liderada por Joan Carles Raventós es la nueva flagship store ubicada en Las Ramblas, un establecimiento de 1.900 metros cuadrados en el que se estrena un nuevo concepto de local y que permitirá abordar aún más al turista internacional. En él se han invertido 2,6 millones de euros.

La nueva Barça Store será la segunda más grande del club, sólo superada por la Megastore del Camp Nou, que también es una de las tiendas vinculadas a Nike que más factura en todo el mundo. Junto a estos dos buques insignia, en la capital catalana hay otras siete Barça Store gestionadas por franquiciados, una de ellas en la Estación de Sants. Su red en Cataluña se completa con un outlet en La Roca Village y tres franquicias en la Costa Brava, además de tener socios en Ibiza y Palma de Mallorca.