

CLUBES

El Barça rechazó 300 millones de Mediapro por el 'naming' del Camp Nou

El club decidió no continuar con las negociaciones tras exigir al grupo audiovisual que retirara la demanda contra Sandro Rosell y uno de sus empleados por espionaje industrial.

Palco23
25 oct 2018 - 22:37

El Barça rechazó 300 millones de Mediapro por el 'naming' del Camp Nou

El FC Barcelona ha rechazado una de las primeras ofertas serias por los *title rights* del Espai Barça. Mediapro llegó a ofrecer el pasado verano una cifra cercana a los 300 millones de euros por el apellido del Camp Nou durante veinte años, pero la operación se frustró por una de las peticiones de la junta directiva: la retirada de la demanda que el grupo audiovisual interpuso contra su expresidente Sandro Rosell, por un caso de espionaje industrial.

El importe ofrecido por la empresa que lideran Jaume Roures y Tatxo Benet alcanzaba la nueva cifra a la que aspiraba la entidad. Hace unos meses, el actual presidente blaugrana, Josep Maria Bartomeu, cifraba en esos 300 millones de euros anuales el valor que podía tener este contrato. No es una cuestión menor, pues son 100 millones más de lo que se planteó en el plan de negocio original, lo que permitiría recurrir a menos endeudamiento.

“Tuvimos negociación con el club durante un par de meses con ese objetivo. De golpe y porrazo eso rompió y apareció esa exigencia que estaba fuera de lugar”, señaló ayer por la noche Roures, tras la información avanzada por *El País*. No aclaró qué nombre se habría utilizado, si el de Mediapro o Imagina, pero lamentó que no saliera adelante. “¿Qué defiende el club la financiación del estadio u otros intereses?”, cuestionó ayer.

La misma información incide en que desde el Barça consideran que “no era la oferta que se buscaba”, pues quieren que el futuro patrocinador avance todo el dinero del contrato en el momento de la firma. De esta forma, dispondrían de la tesorería necesaria para ir abonando los costes de las obras del Camp Nou y el nuevo Palau Blaugrana.

“Es cierto que hubo contactos con Mediapro, pero no llegamos a tener ni tan solo una propuesta por escrito, porque los requisitos que el club plantea para cualquier empresa que quiera hacerse cargo de los *naming rights* del estadio no se daban”, ha comentado hoy Josep Vives, portavoz de la entidad azulgrana.

En cualquier caso, estas negociaciones se están alargando más de lo esperado por la junta, que hace un año aspiraba a poder convocar una asamblea extraordinaria en el primer semestre de 2018 para aprobar el nuevo patrocinador. Sin embargo, el retraso en los permisos del Ayuntamiento de Barcelona para el proyecto también frenó cualquier tipo de negociación.

En paralelo a la búsqueda de la marca que pague por los *title rights*, la junta ha encargado a Goldman Sachs que diseñe el plan de financiación de todo el proyecto. El Barça necesita un máximo de 200 millones de euros de deuda y otros 200 millones de recursos propios, según el plan original, pero se desconoce cuál será el mix final. De momento, la asamblea ya ha rechazado que la junta firme operaciones de crédito superiores a los 100 millones de euros sin antes recibir autorización de los socios.