

CLUBES

El Olympique de Lyon profundiza su apuesta por eventos para facturar 400 millones en 2024

El club de la Ligue-1, que facturó 168,4 millones de euros en el primer semestre de 2018-2019, planea construir un auditorio anexo al estadio, que ya es sede de importantes eventos.

Palco23
14 feb 2019 - 15:33

El Olympique de Lyon profundiza su apuesta por eventos para facturar 400 millones en 2024

El Olympique de Lyon ha conseguido crecer año a año gracias a las plusvalías por traspasos de sus canteranos, pero el club quiere basar su futuro en proyectos más sólidos. Por esta razón, su plan para los próximos cinco años contempla profundizar en su estrategia de convertir el Groupama Stadium en uno de los mayores complejos de entretenimiento de Francia. Sólo así, apuntan, podrán conseguir su objetivo de facturar 400 millones de euros en 2024.

“El grupo pretende seguir una estrategia de crecimiento basada en un concepto de entretenimiento completo centrado en su negocio principal, el fútbol, y también en el desarrollo y la diversificación de su programa de eventos”, señala la dirección. Por ello, la construcción de un gran auditorio adicional le permitiría “albergar conciertos durante todo el año, así como seminarios a gran escala, ferias comerciales y posiblemente a un club deportivo residente”.

El equipo galo cerró el primer semestre de 2018-2019 con una facturación de 168,4 millones de euros, lo que supone una mejora interanual del 14%. El beneficio neto se triplicó, hasta 14,8 millones de euros, debido también a una mayor contención en los costes. Los salarios subieron un 10%, con 64,8 millones, y los costes operativos apenas subieron en un millón.

El regreso del club a la Champions League ha permitido compensar las menores plusvalías por traspasos, que retrocedieron un 41%, hasta 38,1 millones, en comparación con el verano récord de 2017. Por el contrario, los derechos de televisión

se dispararon un 122%, hasta 82,1 millones de euros. Las mejoras también se extendieron al área de *ticketing*, con un alza del 24% y 21,2 millones de euros, y a la de patrocinios, que generó 15,3 millones entre julio y diciembre, un 9% más.

Por el contrario, y debido al diferente calendario de los conciertos, el departamento de eventos facturó un 47% menos, hasta 3,2 millones. En este sentido, asegura que para la segunda mitad de la temporada hay programados cinco eventos que ayudarán a mejorar, y que los ingresos por la visita al estadio y otros actos han subido un 68%.