CLUBES

El Real Madrid busca socios para abrir cafeterías en EEUU

Palco 23
16 feb 2015 - 05:00

El Real Madrid inauguró en junio de 2014 su primera cafetería más allá de las que tiene en el Santiago Bernabéu. La ubicación escogida fue entonces Jumeirah Beach Residence, una de las zonas más exclusivas de Dubai. Se trata del emirato árabe más dinámico a nivel económico y el que acoge la sede de Emirates, su principal patrocinador. El club presidido por Florentino Pérez optó por aliarse con un socio local, Ginza Holdings, y es la fórmula que se baraja para seguir extendiendo este concepto por todo el mundo.

"Esta primera y exitosa apertura hace augurar otras nuevas en diferentes localizaciones en los Emiratos Árabes Unidos (EAU), Oriente Medio y Estados Unidos en los próximos meses", aseguran desde las oficinas de Concha Espina. Mientras que la actividad del club blanco en la península arábiga se ha incrementado en los últimos meses por los compromisos publicitarios con Emirates, el mercado estadounidense ha sido el escogido en las giras veraniegas.

"Son zonas de interés para la expansión internacional del club, por su alto potencial económico y su creciente interés por el fútbol", admite el club en la memoria anual de la temporada 2013-2014. El concepto Real Madrid Café debe permitir a la entidad mantener viva su imagen de marca en estos países a los que sólo acostumbra acudir de forma puntual. Por ahora se desconoce los ingresos que suponen para el club la cesión de su marca para estas franquicias.

Además de la zona de restauración, el diseño de estos establecimientos contempla un espacio para la comercialización de productos oficiales del equipo liderado por Cristiano Ronaldo. En el caso de la cafetería de Dubai, la capacidad alcanza los 375 clientes que pueden degustar una selecta carta al tiempo que siguen los principales partidos del Real Madrid y el resto de grandes equipos de Europa.

Las cafeterías no son la única fórmula de internacionalización que contempla Florentino Pérez. El presidente blanco presentó hace unos meses un acuerdo con el grupo petrolero Ipic para realizar exposiciones sobre el Real Madrid por todo el mundo. Se trata de la primera fase del acuerdo con la multinacional de Abu Dhabi, que en realidad aspira a poner su nombre al Santiago Bernabéu a cambio de sufragar parte del coste

| de una cobra que se estima en 400 millones de euros.