

CLUBES

El Madrid firma a Mastercard para su museo itinerante, un negocio de hasta 100 millones de euros

La empresa de servicios de pago será el patrocinador de la primera parada de este espacio temático, que se estrenará en Melbourne y recorrerá otras catorce ciudades en cinco años.

Palco23
21 mar 2018 - 12:47



El Real Madrid viajará a Australia antes de lo previsto, pero no será ni con el primer equipo ni para participar en una gira estival. El club estrenará el 9 de junio el World of Football Experience, el proyecto de museo itinerante que ha puesto en marcha junto a las agencias IEC Exhibitions! y TEG. La primera parada es Australia, a la que seguirán otras catorce ciudades en cinco años. Mastercard será el patrocinador oficial de esta parada del tour.

El espacio ocupará una superficie de 1.500 metros cuadrados, distribuidos en cuatro zonas en plena plaza del centro de Melbourne donde se ubican los museos. El recorrido empieza en una sala de exhibición donde se repasan los principales títulos del club blanco con proyecciones audiovisuales. Además, por primera vez se exhibirán

fuera de Madrid trofeos obtenidos por la entidad como la Champions League o los balones y botas de oro de sus futbolistas.

Tras esta zona más estándar de museo, los visitantes pasarán a una sala de cine 360 grados que permite vivir la experiencia de un partido; a continuación, habrá una zona de habilidades también con un alto componente tecnológico e incluso videoconsolas promovida por EA Sports, para concluir con una tienda en la que comprar *merchandising*.

Los promotores ya han puesto las entradas a la venta, con un precio de entre 19,5 dólares y 35 dólares; de este importe, se desconoce qué porcentaje cobrará el equipo de fútbol en concepto de derecho de uso de la marca. Tampoco está claro que se mantengan los mismos precios en todos los países, debido a las diferencias de poder adquisitivo que pueden existir. Los promotores confían en alcanzar los 3,5 millones de visitantes durante todo el periodo, por lo que la facturación por entradas podría alcanzar los 100 millones de dólares.