

CLUBES

El Real Madrid negocia con Turismo de Turquía por la ropa de entrenamiento

El club blanco ultima un contrato para las próximas temporadas que le aseguraría unos ingresos adicionales de 12 millones de euros al año por un activo que hoy usa Emirates.

Palco23
5 dic 2019 - 10:27



El Real Madrid está un paso más cerca de comercializar uno de los activos que tenía en cartera. Se trata de la ropa de entrenamiento, que históricamente había comercializado junto a la equipación oficial y donde próximamente pasará a lucir Turismo de Turquía. El acuerdo rondaría los 12 millones de euros anuales, aunque se desconoce el número de temporadas y qué impacto tendrá en el contrato con Emirates, que ha explotado este soporte desde su llegada en 2012.

Las negociaciones, desveladas por *Marca*, permitirán al club presidido por Florentino Pérez estar de nuevo al frente del ránking por valoración de activos. De no haber ninguna cláusula que automáticamente baje el precio, la aerolínea de Dubái renovó hasta 2022 por 70 millones de euros al año a cambio del patrocinio principal, que le asegura frontal de la camiseta y una presencia destacada en el Santiago Bernabéu y la Ciudad Deportiva.

A este importe hay que añadir los algo más de 100 millones de euros fijos que abona Adidas desde este año, a los que hay que sumar la recuperación de la gestión directa del retail. Tal y como adelantó *Palco23*, el equipo de fútbol ha decidido tomar el control de este negocio y encargar su explotación a *Fanatics*, uno de los principales operadores de *merchandising* en la industria del deporte.

Ahora, se le sumarán los 12 millones que abonaría Turismo de Turquía, una cantidad en línea con la que vienen percibiendo otros equipos. Ahora bien, la comparativa es difícil, pues por ejemplo el FC Barcelona cobra 19 millones de euros por su contrato con *Beko*. En su caso, se incluye presencia en la parte frontal y a posterior de la ropa de entreno, así como la manga izquierda de la camiseta de juego. Cuando sólo lucía en la manga y compartía *training kit* con Qatar Airways, el precio era de 9 millones.

Este acuerdo supone un balón de oxígeno para el Real Madrid y su departamento comercial, puesto que los ingresos por patrocinio y licencias apenas subieron un 0,4%, hasta 240,6 millones de euros, y todo el departamento se quedó estancado en 295,2 millones de euros, como ya adelantó este diario.

Fue un frenazo que contrasta con la tendencia alcista que han seguido las grandes propiedades, y que explica la reestructuración vivida por el departamento durante el último año. La entrada de nuevos perfiles en el equipo comercial ha sido constante, especialmente desde la llegada del canadiense Dave Hopkinson. El ejecutivo es una pieza clave dentro de la alianza con el fondo Providence, que ha presionado al club para acelerar los ingresos de patrocinio tras apostarse 200 millones en este negocio.

Este acuerdo de cuenta participación, adelantado por *Palco23*, dejaba claro que los principales activos quedaban en manos del club y no se compartía. “Considera todos los territorios y categorías de patrocinio, con la excepción de los patrocinios deportivo y comercial de la camiseta y de *los naming rights* del estadio y campos de entrenamiento”, puntualiza la junta directiva en la memoria anual de 2017-2018.

Tras asegurarse la venta de la ropa de entrenamiento, el club dirigido por José Ángel Sánchez tiene aún libre la manga de la camiseta, el nombre de la Ciudad Real Madrid, así como todos los activos del Real Madrid Femenino, una vez se complete la integración del CD Tacón en su estructura. Por no hablar del océano infinito que supone el mercado de los patrocinios regionales. Por el contrario, Hopkinson se ha mostrado contrario a la comercialización de los *title rights* del Bernabéu, debido a la fuerza que ya tiene la marca.

El negocio del Santiago Bernabéu no ha dejado de crecer desde 2013-2014, y el último año alcanzó 175 millones de euros entre socios, taquilla y explotación de los

PALCO23

negocios que hay alrededor. El plan de negocio asociado a la remodelación contempla poder doblar prácticamente este negocio, con 150 millones adicionales si se cumplen objetivos.