

COMPETICIONES

2018: el toque ‘british’ en los sueños de una Euroliga que dobla ingresos

El año 2018 en la Euroliga ha estado marcado por las iniciativas de negocio y por la consolidación del formato de competición que se estrenó en la temporada 2015-2016. Desde entonces, la asociación ha duplicado sus ingresos.

Palco23
24 dic 2018 - 04:59

Euroliga found or type unknown

Apenas han pasado tres temporadas desde que la Euroliga renovó su formato de competición para crear una liga en la que todos los participantes compitieran contra el resto. Fue un movimiento que no sólo perseguía aumentar su atractivo deportivo, sino también el negocio. La fase de grupos, en la que cada equipo jugaba cinco partidos como local, se convirtió en una liga de todos contra todos en la que se garantiza que cada pabellón abra sus puertas un mínimo de quince ocasiones por temporada.

El nuevo formato ha favorecido una Euroliga más competitiva. Los *sponsors* del torneo y de los equipos tienen más visibilidad, los derechos audiovisuales se han revalorizado y la asistencia es más alta. El resultado es que la entidad propietaria de los clubes participantes ha duplicado su facturación hasta 60 millones de euros respecto a la campaña 2015-2016.

El resultado económico es tanto o más importante que el deportivo, una creencia que ha llegado a la competición a crear un *hub* para compartir información entre los clubes que forman parte de la competición. “Los accionistas de la Euroliga son los once clubes fundadores de la competición. Compiten dentro de la pista, pero fuera de ella son socios”, explica Jordi Bartomeu, sobre una estrategia que busca compartir estrategias de negocio para generar más ingresos.

La Euroliga rozó los 60 millones de facturación en 2017-2018

De ahí que este año haya creado un consejo de directores de negocio, que contará con el asesoramiento de expertos en *ticketing* como Marshall Glickman que ha trabajado con franquicias de la NBA y LaLiga. El alza de los ingresos también pasa por dar entrada a equipos de países donde la Euroliga está interesada en crecer. Este año ha otorgado *wildcards* al Bayern de Múnich y al Asvel de Lyon.

Tampoco es baladí que Bertomeu esté buscando inversores en Estados Unidos, donde el baloncesto es uno de los deportes más seguidos, para impulsar la creación de un equipo en Londres. Desde la asociación entienden que las oportunidades de negocio en el futuro pasan por aterrizar en la capital británica, que también es sede de la NBA y la NFL en Europa.

Abrir la puerta en Reino Unido es sinónimo de ofrecer a los patrocinadores visibilidad en el mercado más grande e internacional del Viejo Continente, lo que elevaría los ingresos comerciales del torneo, que a cierre de 2017-2018 superaron los 15 millones de euros. Ahora bien, la posible entrada de un equipo británico supondrá la salida de otro equipo, ya que el torneo ha fijado en 18 el número máximo de participantes para convivir con las competiciones nacionales y no sobrecargar el calendario.

Esta es la cruz de la moneda que los equipos están dispuestos a pagar para competir en la élite del baloncesto europeo. “Buscamos elevar el estándar, apostar por la calidad y no por la cantidad”, reafirma Bertomeu. Una educación en la que aún no ha resuelto la variable de las ventanas Fiba. ¿Logrará la competición aumentar el interés hacia el torneo?