

COMPETICIONES

El Tour de Francia vuelve a la normalidad, pero compitiendo más que nunca por la audiencia

El año pasado, pese a celebrarse en septiembre, multiplicó su audiencia en France 2 y France 3: 40 millones de telespectadores siguieron la carrera en estas cadenas, siete millones de espectadores más que en 2019.

M. L-E.
25 jun 2021 - 04:48



El Tour vuelve a la normalidad. Del 26 de junio al 18 de julio, se celebrará la 108 edición de la ronda gala, pero con las fechas adelantadas a causa de los Juegos Olímpicos. Después de haber tenido que retrasar la prueba a septiembre del año pasado por el Covid-19, la prueba se celebrará con salida en Brest, pasando por Andorra y con la llegada a los Campos Elíseos de París. Tadej Pogacar, Primož Roglič, Richard Carapaz, Geraint Thomas, Superman López o Simon Yates son algunos de los candidatos a llevarse la victoria.

Este año, el principal reto de la carrera es mantener la audiencia y la atención ante los otros grandes eventos deportivos puesto que la carrera llega en paralelo a la Eurocopa

y procede a los Juegos Olímpicos, que empiezan seis días después de la llegada de los ciclistas a París. “Compartiremos la actualidad”, aseguró hace unos días Christian Prudhomme, director de la carrera, a *AFP*. El año pasado, la carrera, pese a celebrarse en septiembre, multiplicó su audiencia en France Television: 40 millones de telespectadores siguieron la carrera en France 2 y France 3, siete millones de espectadores más que en 2019.

Además, la carrera consiguió aumentar audiencia entre los más jóvenes, por lo que 3,8 millones de jóvenes de entre 15 y 24 años vieron la carrera en televisión, suponiendo el 55% de la audiencia de esta franja de edad en France 2 y France 3. En 2019 sólo el 30% de esta franja de edad siguió la carrera.

El Tour se disputará con las limitaciones de la pandemia, que implican celebrarse en una burbuja, aforos limitados y tests obligatorios.

La carrera se disputará con las limitaciones de la pandemia, que implican celebrarse en una burbuja, aforos limitados y tests obligatorios. De hecho, la organización dedica una unidad exclusiva de 60 sanitarios a hacer tests. Además, se tuvo que aplazar la salida que estaba prevista desde Copenhague a 2022. “El avance de la vacunación nos da más tranquilidad”, recordó Prudhomme, satisfecho por tener cuatro etapas íntegras en territorio bretón, región insignia del ciclismo francés. Además, el directivo recordó que la carrera se celebra en un buen momento porque “la bicicleta ha recuperado un lugar en la sociedad que no tenía desde hace 100 años” y que “el Tour es la locomotora para fomentar la práctica del ciclismo”.

Organizada por Amaury Sport Organisation (ASO), la entidad tiene en el Tour el principal pilar de su negocio, que comprende la organización de otras pruebas como el Dakar, el Maratón de París o la Titan Desert. Si bien no existen datos oficiales, se estima que ASO factura en torno a 180 millones de euros al año, y el Tour de Francia genera dos tercios de este negocio. Se estima que entre un 55% y un 60% de los ingresos de la prueba proceden de los derechos televisivos. De hecho, France Television tiene un acuerdo por valor de 25 millones por año para los derechos de la carrera.

El 40% de los ingresos proceden del patrocinio. En una edición normal, las marcas pagan entre 250.000 euros y 600.000 euros para estar presentes en la caravana publicitaria de 150 vehículos en la que se reparten hasta 15 millones de artículos entre los aficionados que se encuentran en las cunetas. Asimismo, también hay publicidad

en los maillots de líderes. LCL tiene un acuerdo por 12 millones de dólares al año para lucir en el **maillot** amarillo y Skoda paga cuatro millones de dólares al año para el **maillot** verde. También hay varias empresas que patrocinan el evento con otro tipo de acciones.

El 55% de los ingresos proceden de los derechos televisivos

Asimismo, se estima que entre un 5% y un 10% de los ingresos proceden del *fee* que pagan las ciudades para albergar una llegada o una salida. De hecho, Bilbao ha invertido 10 millones de euros para acoger la salida del Tour de 2023. El Tour afirma que el gasto económico de cada visitante es de entre veinte y treinta euros, a lo que hay que añadir el gasto de los equipos, que entre directivos, técnicos y deportistas genera una caravana de 5.000 personas.

En cuanto a premios, el Tour repartirá este año 2,23 millones de euros. Los premios se reparten a partes iguales entre los corredores de la escuadra, mientras que los técnicos y los auxiliares también se reparten otra parte. El vencedor del Tour, a parte de los acuerdos y las primas que pueda tener en su contrato, recibe 500.000 euros de premio, el segundo clasificado 200.000 euros y el tercero, 100.000 euros.

Los ganadores de la clasificación de la montaña y la regularidad reciben 25.000 euros, y el mejor joven 20.000 euros. El mejor equipo ingresa 50.000 euros y el corredor más combativo 20.000 euros. Entre las clasificaciones finales de cada etapa se repartirán un total de 28.650 euros cada día, 11.000 euros para el vencedor. Por otro lado, Los pasos por el Port d'Envalira y por el Col du Tourmalet tendrán un premio especial de 5.000 euros para el ciclista que corone en primera posición sus cimas.

Los equipos participantes son Bahrain-Victorious, UAE Team Emirates, AG2R Citroën, Jumbo-Visma, Movistar Team, Bora-Hansgrohe, Ineos, Lotto-Soudal, Deceuninck-QuickStep, EF Education, Groupama.FDJ, Israel Start-Up Nation, Intermarché Wanty-Gobert, Team DSM, Aplecin.Fenix, Team Total-Energie, Arkéa-Samsic y B&B Hotels.

El presupuesto medio de un equipo World Tour es de 16 millones de euros, sin embargo, Ineos Grenadiers, equipo patrocinado por el gigante de la industria petroquímica liderada por Jim Ratcliffe, un empresario que maneja un negocio de 90.000 millones de dólares, designó un presupuesto de 53 millones de euros para el año del Covid-19. Por su parte, UAE Team Emirates tiene un presupuesto de alrededor

de 30 millones de euros.