

## COMPETICIONES

# La francesa Nicecactus ficha a un ex de LaLiga e instala en Barcelona un 'hub' de eSports

La compañía ha creado un espacio de 1.500 metros cuadrados pensado para formar a jóvenes, celebrar competiciones y ser utilizado como estudio de producción audiovisual. Acaba de fichar a Grégory Bolle, responsable global de marketing entre 2016 y 2019.

M. Menchén  
7 may 2020 - 05:00



Nicecactus busca hacerse un hueco en el panorama de los eSports, y en ese objetivo Barcelona tiene un papel importante. La compañía francesa ha abierto un espacio de 1.500 metros cuadrados en una nave industrial del distrito tecnológico 22@, al que aspira a convertir en un **hub** de formación de jóvenes **gamers**, celebración de competiciones y producción de contenidos específicos, según explican fuentes de la empresa a *Palco23*.

El complejo cuenta con una zona de producción audiovisual con 450 metros cuadrados, así como una **arena** de 300 metros cuadrados para celebrar torneos en los que podría haber hasta 80 personas presentes. La nave se completa con una zona polivalente de

160 metros cuadrados que se puede reconvertir para encuentros con medios, formación de *gamers* o bar. En total, da trabajo a una decena de personas y se espera sumar nuevos profesionales en el medio plazo.

El encargado de buscar fórmulas para rentabilizar este proyecto es Grégory Bolle, que se incorporó a la empresa en febrero como director de ingresos. El ejecutivo galo llegó procedente de LaLiga, donde fue responsable de alianzas y marketing internacional entre 2016 y 2019; previamente, trabajó en el Manchester City durante dos años en busca de negocio en Oriente Medio y África.

## Nicecactus ha alquilado una nave de 1.500 metros cuadrados cerca de la playa de la Barceloneta y dará trabajo a diez personas

Nicecactus va dirigido al segmento *b2b*, de ahí que el perfil de Bolle les encaje tras una carrera enfocada a gestionar la relación de marcas con propiedades deportivas. “Más aún, a medida que el sector de los deportes electrónicos se orienta cada vez más hacia el público general, especialmente en términos de cobertura de los medios”, señalan desde la compañía.

El ejecutivo señala que una de las ventajas del proyecto es que se dirige a los millones de jugadores amateurs, lo que les permite crear torneos personalizados a las marcas que tengan interés en impactar dentro del público joven.

El estudio también será importante en la fórmula para definir cómo se asigna el millón de euros con el que ha dotado un fondo para apoyar la carrera de *gamers* aficionados y semiprofesionales. Para decidir quién se beneficia de estas ayudas (15.000 euros por jugador), la empresa ha creado programas de entrenamiento que monitorizará para elegir a los más prometedores.

El primer grupo de aspirantes ya ha sido seleccionado para hacer ese campus en Barcelona. En opinión de Jordan Savelli, director de eSports en Nicecactus, “esta instalación abarca todo lo que los jugadores necesitan para mejorar sus habilidades y rendir al máximo”. “Jugar una etapa final de torneo en una arena, en condiciones similares a las que enfrentan los jugadores en torneos importantes, representa el objetivo final”, añade.

Mike Hessabi, cofundador y primer ejecutivo de la compañía, señaló recientemente que

---

# PALCO23

---

aspira a que su proyecto pueda considerarse como la Masia o el Clairefontaine de los deportes electrónicos, en referencia a los centros formativos de FC Barcelona y la Selección de Francia. Actualmente, la plataforma asegura contar con un millón de jugadores registrados que participan mensualmente en más de 2.000 torneos de 15 videojuegos distintos.