

El Olympique de Lyon convierte su estadio en un 'escape room'

Palco23

22 dic 2016 - 15:22

El Olympique de Lyon quiere rentabilizar al máximo sus instalaciones fuera de los días de partido. El club de la Ligue-1 ha lanzado al mercado una actividad innovadora que hasta ahora sólo se ofrecía en inmuebles de viviendas. La entidad empezará a ofrecer *escape rooms* en algunas de las salas del Parc OL, conocido también como Stade des Lumières.

Se trata de una iniciativa que ha ido cogiendo fuerza en los últimos años como actividad para las empresas, ya que se encierra en un habitación a un grupo de seis personas que tienen que escapar en una hora resolviendo una serie de pistas. "Sólo la lógica y un gran espíritu de equipo ayudarán a cada participante a salir de una habitación llena de misterios, con la familia, amigos o compañeros de trabajo", ha comentado el club.

La entidad también ha explicado que este juego está abierto a todo el mundo porque no hay necesidad de conocer la historia del club de Lyon ni de tener conocimiento en torno al fútbol en general. Estas actividades empezarán el próximo 10 de febrero por un precio de 25 euros por persona.

En lo que va de temporada, el verdadero motor del conjunto francés está siendo el Parc OL, que ha permitido elevar las ventas de entradas y abonos en un 78%, hasta 5,7 millones en su primer trimestre. Ello debido a dos motivos: el aumento de la asistencia media respecto al curso anterior, de 29.345 a 38.113 espectadores, y el aumento del precio habitual de las entradas, que se ha doblado hasta 34 euros respecto a Gerland.

Además, el nuevo equipamiento ha generado ya 2,3 millones de euros gracias a su explotación más allá de los días de partido. El club ha percibido estos ingresos gracias al arrendamiento del mismo, tanto para una de las semifinales de la Uefa Euro 2016 como para el concierto de Rihanna el 19 de julio. También han acogido encuentros corporativos, como seminarios o presentaciones, y para lo que resta de curso tienen asegurado un espectáculo de Coldplay y la final de Copa.

El Olympique de Lyon, que dobló sus ingresos esta pasada campaña, cuenta con una cartera de patrocinadores que encabezan sus socios *premium* Veolia y Hyundai, y su patrocinador técnico Adidas. Tras ellos, empresas como Groupama, Intermarché, MDA , Alila y Orange, entre otros, han empujado al conjunto lionés a alcanzar los 218 millones de euros en ingresos, que deja un beneficio neto en el club de 9,8 millones de euros.