

Entre el modelo USA y Tottenham Stadium: cómo imagina el Barça su futuro estadio

El club blaugrana apostará por un nuevo Camp Nou con 5G, una pantalla de 360 grados y experiencias. Además, la entidad apuesta por aumentar la interacción con el público joven y ofrecer una amplia oferta de actividades prepartido.



El FC Barcelona tiene como objetivo aumentar la experiencia centrada en el deporte.

Miquel López-Egea 02 dic 2021 - 05:00

El FC Barcelona encara el reto de recuperar al socio joven con el que será su nuevo estadio, que planea situar a medio camino entre el modelo estadounidense y el estadio tradicional del fútbol europeo. El club blaugrana, que invertirá un máximo de 1.500 millones de euros en su nuevo complejo deportivo y su nuevo estadio, quiere con ello, no sólo que **el público joven vuelva al estadio**, sino también captarlo y monetizarlo.

“Sabemos que la aprobación del referéndum representará un legado para nuestros hijos, hijas, nietos y nietas”, aseguró ayer Joan Laporta, presidente del club. Pero el club también sabe que deben captar el interés de los que hoy son sus aficionados más jóvenes.

Actualmente, los socios del club tienen una media de más de cincuenta años. En este contexto, el club propone **un nuevo concepto de estadio que pasa por ofrecer la tecnología disponible en el nuevo Camp Nou, como 5G o una pantalla de 360 grados**. En este mismo sentido, el club ya ha impulsado recientemente su sección de eSports, comprando una plaza en la Superliga de League of Legends.

El Tottenham Hotspur Stadium es uno de los ejemplos a seguir por los responsables del Espai Barça

El FC Barcelona tiene como objetivo **aumentar la experiencia**, siempre centrada en el deporte, y que vaya más allá con una mayor interacción con el público. La estrategia pasará por aumentar las actividades en el prepartido y superar el modelo puramente deportivo actual. No obstante, según explicó ayer Ferran Reverter, consejero delegado del club, no se quiere llegar al

modelo estadounidense, donde a veces, lo menos importante es lo que ocurre en el terreno de juego.

Este plan pasa por tener siempre como eje central el deporte. Aunque el club ha estudiado detalladamente el modelo de los estadios americanos, que se caracterizan por tener un *hospitality* muy potente, prefiere huir de este modelo, en el que el deporte pasa incluso a un plano secundario. Según explicaron ayer los directivos del club, en Estados Unidos los aficionados se centran más en las actividades pre y post partido que en el espectáculo deportivo en sí, en el que el alcohol también influye, y no siempre de una manera positiva.

El Tottenham Hotspur Stadium es uno de los ejemplos a seguir por los responsables del Espai Barça, aunque con ciertas diferencias porque, por ejemplo, la capacidad, de 62.062 espectadores, es mucho menor que la que se prevé en el Camp Nou. El FC Barcelona también quiere gastarse menos dinero: el coste del estadio del Tottenham fue de unos de mil millones de libras, en una obra, que dio lugar a un estadio capaz de acoger partidos de la NFL o conciertos.

Asimismo, el estadio del club británico cuenta con sesenta bares y restaurantes, una fábrica propia de cerveza y un espacio de conferencias, además de una tienda oficial. En este caso, como el FC Barcelona, la tienda es uno de los puntos fuertes de la instalación.