



RCDE STADIUM

MOLCAWORLD

EL ESTADIO DEL REAL CLUB DEPORTIVO ESPANYOL (RCDE) DE BARCELONA SE RENUEVA TAN SOLO 10 AÑOS DESPUÉS DE HABERSE INAUGURADO, BUSCANDO NUEVAS OPORTUNIDADES DE MARKETING. EL ARTÍFICE DEL PROYECTO, MOLCAWORLD, NOS EXPLICA CÓMO CREÓ EL CONCEPTO INTEGRAL DE REVITALIZACIÓN PARA EL CORAZÓN DEL ESTADIO (EL VESTUARIO Y EL TÚNEL DE JUGADORES), SIEMPRE RESPETANDO EL ADN DEL CLUB, CON ASPECTOS TAN ARRAIGADOS COMO SU MASCOTA, EL PÁJARO QUE AL MISMO TIEMPO DA NOMBRE A SU AFICIÓN: "LOS PERIQUITOS".

EL PROYECTO

El RCDE siempre ha tenido clara la importancia del estadio en la estrategia comercial y de marca del club. Por eso fue el primer gran equipo español en construir un nuevo estadio en el siglo XXI. La inauguración del RCDE Stadium marcó un hito en el fútbol español, pero también a nivel global. De hecho, fue considerado mejor recinto deportivo mundial del año 2010 en Stadium Business Awards.

“Después del extraordinario impulso que supuso la inauguración del estadio hace 10 años, actualmente el recinto está atravesando una lógica y paulatina disminución en cuanto a repercusión mediática y entre los mismos aficionados”, explican desde Molcaworld. “Esta fue la causa para que el mismo equipo de profesionales del Espanyol que trabajó durante la inauguración del estadio, decidiera que era el momento de dar un nuevo impulso al RCDE Stadium. El recinto, con sólo una década de utilización, tenía una estructura y funcionamiento correctos, por lo que el proyecto se centró en ejecutar una revitalización, buscando la máxima repercusión con una inversión contenida”.

Para ello, El RCD Espanyol de Barcelona confió en Molcaworld, una de las más reconocidas compañías en Sport Branding, con gran experiencia en estadios como Mestalla (Valencia CF), Sánchez Pizjuán (Sevilla FC), Wanda Metropolitano (Atlético de Madrid), Benito Villamarín (Betis), Son Moix (Mallorca), el Alcoraz (Huesca), Balaídos (Celta de Vigo) etc.

CÓMO SE HIZO

El trabajo de Molcaworld es 360°. Además del concepto y el diseño, también se ocupa de la fabricación e instalación de todos los componentes de la revitalización, así como del Project Management. Una vez el club estuvo de acuerdo con el concepto, los profesionales de Molcaworld diseñaron las tres áreas principales del proyecto con un gran sentido de la espectacularidad.

1-El vestuario se diseñó en círculo, con la mascota iluminada presidiendo el techo. Se buscó una imagen que dotara de prestigio al club y que invitara a los jugadores a pertenecer al Espanyol, tanto los actuales como los futu-



» LA MASCOTA ILUMINADA PRESIDE EL VESTUARIO, DISEÑADO EN CÍRCULO.

>> APLICACIÓN:

Revitalización del interior
RCDE Stadium.

>> PRODUCCIÓN:

Molcaworld.

>> TECNOLOGÍA:

- Señalética: impresión directa sobre composite de 3mm.
- Textil giratorio a dos caras: sublimación.
- Arcos túnel de jugadores: estructura de aluminio, textiles impresos por sublimación encajados en forma de arco. Retroiluminado con luz giratoria a través de un eje móvil central.
- Impresión lenticular 3D en pasillo de acceso. Impresión digital a 12 tintas.
- Resto: textiles impresos por sublimación.

>> MATERIALES:

- Arcos: textil impreso en perfil aluminio encastrado con tornillería. 495 X1495mm.
- Impresión lenticular 3D. Efecto de cambio de tres imágenes para ser visto al pasar. 3,3mm de grosor. 465x1495mm.

“

UN GRAN IMPACTO DE LA MARCA DEL CLUB GRACIAS A UNA REVITALIZACIÓN QUE ASEGURA UN RETORNO DE LA INVERSIÓN INFERIOR A UN AÑO ”

ros fichajes. De este modo, el primer fichaje de invierno del Espanyol fue presentado en el vestuario, con una imagen que atrajo la atención del planeta fútbol. Y todo con una iluminación dinámica, acompañada de música, diseñada para el tour del estadio y el fan engagement.

2-Efecto en el pasillo de acceso hacia el túnel de vestuarios: se instaló una interesante innovación que permite ver a los jugadores de la plantilla vestidos con los distintos uniformes del club a medida que se avanza caminando. Un efecto para la motivación de los jugadores siendo un elemento visual y muy atractivo para los visitantes al tour del estadio.

3- El túnel de acceso al terreno de juego ha sido tal vez el escenario que más elogios ha recibido: 10 anillos de luz dinámica acompañan a los jugadores hasta el campo. 25 metros de luz

que la televisión convirtió en un espectáculo global durante el partido del Espanyol contra el FC Barcelona. Un gran impacto de la marca del club gracias a una revitalización que asegura un retorno de la inversión inferior a un año gracias a ser un elemento clave en el tour del estadio, y convertirse en una zona comercializable para eventos de empresas.

La revitalización del corazón del estadio, ejecutado en sólo 2 semanas de trabajo, ha vuelto a situar el RCDE Stadium en las portadas de periódicos y programas deportivos de todo el mundo. Un claro ejemplo de la conveniencia de una continua actualización de la imagen de los estadios, independientemente de su año de construcción, para favorecer un aumento del ROI de los patrocinadores del club, los ingresos adicionales, la implicación de los jugadores y el orgullo de los aficionados. ^{APé}

WWW.MOLCAWORLD.COM



» ACCESO AL TÚNEL DE VESTUARIOS CON IMÁGENES DE LOS JUGADORES CON DIFERENTES EQUIPACIONES DEL CLUB.