

En economia esportiva, cal tenir seny

Josep Maria Gay de Liébana, convidat de luxe al programa 'Canya Roig-i-negra'

L'olor de vi que desprèn el Vermut Rofes només entrar convida a un setantena d'assistents a escoltar la sisena edició del 'Canya Roig-i-negra', programa esportiu radiofònic coproduït per LANOVA Ràdio i Reusdigital.cat, i dedicat en aquesta ocasió a l'economia aplicada al món del futbol. I quin millor convidat que el professor Josep Maria Gay de Liébana, un expert en aquest àmbit. També es compta amb la presència del regidor d'Esports, Jordi Cervera, i el president del CF Reus Deportiu, Xavier Llastarri. Després de l'ascens del CF Reus a la Segona Divisió i adquirir així l'etiqueta de professionalització, pren sentit aquesta xerrada. Conduïxen l'acte els periodistes Marc Busquets i Josep Gallofré.

Jordi Cervera és el primer a prendre la paraula, agraeix el paper de LANOVA Ràdio en els seus dotze anys apropant tota l'actualitat del club roig-i-negre a la societat. Arriba el torn del president del Reus, Xavier Llastarri, qui afirma que "el futbol no és només cultura, espectacle, associació, sinó també és economia". "És importantíssim l'impacte econòmic que hi ha al darrera", sentència Llastarri, per després fer un balanç de les últimes tres temporades: conversió en Societat Anònima Esportiva (SAE) a la 2014-2015 disputant el play-off d'ascens fallit; la 2015-2016 assolint l'apreciat ascens a la categoria de plata, i la 2016-2017 (actual), qualificada de molt positiva gràcies a dades com un pressupost aprovat de 7 milions d'euros (350% més que l'anterior campanya) i l'augment dels socis xifrat en 3.000.

El president roig-i-negre també considera rellevant l'augment del personal de l'entitat valorat en un 20%, o el gran gir en la qüestió del 'merchandising': "Hem passat de no tenir gairebé cap producte, a tenir una botiga al centre de la ciutat".

Torn per al convidat. Josep Maria Gay de Liébana parla amb convenciment, se sent segur de si mateix arreu on va. Bromeja tot just iniciar el seu monòleg. "Ara només falten uns puntets eh president". És cert, només en faltarien 10 per assolir la permanència del CF Reus. "N'estic segur que arribaran", conclou l'expert. "És bo mantenir-se a la categoria, agafar experiència, la Segona Divisió A és una competició duríssima, però adequada per una ciutat com Reus". I seguidament Gay de Liébana se centra en el bon model econòmic que ha de seguir un club professional com el Reus: "les inversions s'han de fer amb cap", i recorda històrics equips que no van fer una bona gestió monetària i van acabar enfonsats o desapareixent, com és el cas de la UD Salamanca. Gay de Liébana també creu que el futbol no només és un partit d'onze contra onze, sinó una ciència que engloba molts factors com ara la marca o identitat d'una ciutat: "donar a conèixer el nom de Reus arreu del món és molt positiu", especialment, en termes turístics. "Aplega aficionats rivals cada dues setmanes i repercuteix a gran escala a hotels, restaurants, i tot tipus de serveis", argumenta l'economista. Com que el CF Reus potència la marca de la ciutat, el ponent creu que l'Ajuntament ha de fer un pas endavant ajudant i posant facilitats com ara que el club de futbol pagui un lloguer simbòlic per al seu ús.

Gay de Liébana sustenta el seu discurs amb el suport d'unes diapositives que fan més entenedores les grans quantitats de dades que ofereix. Dades econòmiques com el total actiu; recursos propis; patrimoni net; total passiu, etcètera. Apte per experts. Per fer arribar el seu discurs i que el públic ho entengués, deixa anar frases com: "un equip no pot estirar més el braç que la màniga", no pot gastar el que no té acumulant deute. "El Saragossa (històric de primera), va formar una plantilla per jugar a Europa, va gastar molts diners en jugadors i no va aconseguir el seu objectiu, va baixar a Segona". "Ara es troben amb un gran dèficit", apunta el mestre Liébana. L'economista també ha parlat dels ingressos que rep un equip de futbol: els 'matchday' o ingressos els dies de partit, la televisió (la que oxigena les arques dels clubs) o el patrocini. Sobre la publicitat, creu que "sí fa falta, s'omple tota la camiseta". "President, i al culet no porteu res", bromeja altre cop Liébana.

Finalment, el president del CF Reus, Xavier Llastarri ha fet una crida a l'afició per el partit de



diumenge davant de l'Oscà: "han de ser el número 12". L'acte ha acabat amb el tradicional torn de preguntes al ponent i amb el desitjat i emocionant sorteig habitual dels 'Canya Roig-i-negra'. Dos aficionats marxen a casa obsequiats, un amb una bufanda i l'altre amb una camiseta del CF Reus Deportiu. L'economia hi és present a tot arreu, i se n'ha de fer un bon ús de tots els recursos. Cal tenir seny.