

LA HISTORIA DEL CIRCUITO DE CALDES (VII)

La visita al circuito Paul Ricard

Directivos de la Cámara de Comercio se entrevistaron ayer con el director deportivo del mismo, François Chevalier



Paul Ricard nos recibió cubierto de nieve.

JORDI XARGAYÓ
ENVIADO ESPECIAL

Directivos de la Cámara de Comercio de Girona visitaron ayer el circuito francés Paul Ricard para conocer la gestión y el funcionamiento del mismo. Se desplazaron a la localidad francesa de Castellet los señores Roger Galisteo, Miquel Oliveras, Josep Carreras, Jordi Pallàs y Josep Maria Giralt. Con ellos viajó también LOS SITIOS-Diari de Girona, que estuvo presente en todos los interesantes contactos que realizaron los directivos de la Cámara de Comercio. En el circuito Paul Ricard, que nos recibió totalmente cubierto de nieve, se entrevistaron con François Chevalier, director deportivo del mismo desde que el 19 de abril de 1970 fuese inaugurado. François Chevalier ofreció todo tipo de detalles sobre la gestión, financiación, desarrollo de las pruebas, cuestiones técnicas, etcétera.

Situación del circuito

El objetivo de los directivos de la Cámara de Comercio era, lógicamente, conocer los detalles del funcionamiento del Paul Ricard para contrastarlos con el proyecto de circuito de Caldes de Malavella.



Una cuestión fundamental era la situación del circuito, entre Marsella (un millón de habitantes) y Toulon (trescientos mil habitantes). François Chevalier consideraba que «es un error construir un circuito cerca de un gran núcleo urbano. Es interesante sólo si se realizan dos o tres pruebas al año como sucede en Montecarlo o sucedía en Montjuïc. Pero no si se constituye un circuito permanente».

En torno al de Paul Ricard se lamentaba de «los malos accesos que existen»; datos que pudimos constatar. Y alabó la ubicación de Caldes de Malavella: «Es muy importante que los accesos sean asequibles al público. Estar entre una autopista y una carretera nacional facilita la comodidad de los espectadores». Destacó también «la presencia de un aeropuerto, porque así se evita que luego surjan problemas de ecologistas para la construcción del circuito». François Chevalier es psicólogo, lleva quince años como director deportivo de Paul Ricard, ha visitado muchos circuitos del mundo entero y, con anterioridad, fue piloto de velocidad: «Recuerdo perfectamente Montjuïc. Era un circuito muy bonito», explicaba a los direc-

tivos de la Cámara de Comercio que estuvieron en Paul Ricard, al propio tiempo que recordaba: «En Bélgica quisieron construir un circuito al lado mismo de Bruselas y fue un fracaso. La ubicación que me explican de Caldes es muy apropiada. A la hora de tener público no tiene nada que ver que esté a 70 kilómetros de Barcelona».

El circuito de Paul Ricard tiene una superficie de 370 hectáreas, aunque debe unirse a esta cifra de velódromo colindante. Cerca del circuito está instalado un camping, un parque infantil y un club hípico.

El tema crematístico

Uno de los aspectos que más interesaban era conocer la gestión y financiación del circuito. François Chevalier dejó muy claro que «es un total error dejar la gestión a un club privado. Una solución mixta es la más apropiada. En nuestro caso, las carreras las organiza un club privado, mientras que la gestión corre a cargo de la Société Ricard», empresa de prestigio mundial que fabrica un conocido pastís. La Société Ricard es quien corre a cargo de las pérdidas que comporta el circuito: «Yo pienso que publicitariamente es rentable para Ricard. Hay unos cinco millones de francos franceses (cien millones de pesetas) de pérdidas anuales. Pero, hemos de considerar, por ejemplo, que a Ricard le cuesta cuatro millones y medio de pesetas la publicidad de la París-Dakkar».

Cuando en una prueba de Fórmula-1 trabajan un total de 700 personas en el circuito Paul Ricard. Sin embargo, el personal fijo asciende a sólo catorce personas: «Antes éramos unos veinte, pero se redujo la cifra». Actualmente, trabajan ocho personas de mantenimiento de pista, dos secretarías, dos responsables de pista, un director y un director deportivo: «No es suficiente —explicaba François Chevalier— pues faltarían más para cuidar el mantenimiento de la pista y algún responsable comercial y de promoción».

También señalaba que «nunca se ha equilibrado el presupuesto». Las pérdidas corren a cargo de la Société Ricard, aunque supone un beneficio publicitario.

En el presupuesto anual de gastos se incluyen cuatro millones de francos que la Société Ricard para Paul Ricard como amortización del circuito, dos millones de francos por el personal y tres millones de francos por el mantenimiento. Los gastos, pues, ascienden a unos diez millones de francos (doscientos millones de pesetas). Y los ingresos se reducen a manifestaciones deportivas, alquiler de pista, etcétera cuyo importe asciende a unos tres millones de francos y otros dos millones en concepto de publicidad fija y escuela de pilotaje. Ello arroja un déficit de unos 5 millones de francos franceses al año.

Un Gran Premio de Fórmula-1

Uno de los temas importantes a abordar era el quehacer de todo lo que engloba el circuito ante un Gran Premio de Fórmula-1. François Chevalier explicó que «uno de los puntos importantes es el referente a los accesos para los aficionados. Nosotros lo tenemos bastante mal. La gente entra con su coche por tres puertas distintas. Paga un peaje y luego hay las taquillas. Los aparcamientos deberían ser fuera del circuito y lo idóneo es que la entrada de los aficionados se produzca a través de muchas puer-

tas como sucede, por ejemplo, en los campos de fútbol».

La organización de una prueba del mundial de Fórmula-1 asciende a unos trece millones de francos (260 millones de pesetas): «Tenemos que pagar un millón de dólares (unos 180 millones de pesetas) a Bernie Ecclestone para obtener la organización de la carrera. La organización asciende a los tres millones de francos (60 millones de pesetas). Y después tenemos los gastos de promoción, aunque, en su mayor parte, van sufragados por casas comerciales».

Los ingresos suelen ascender a unos diez millones de francos: «Habitualmente son unos 30.000 los espectadores que presencian un Gran Premio. Si tuviéramos 50.000 sería rentable. En concepto de entradas recogemos unos seis millones de francos». El promedio por entrada es de unos 200 francos (4.000 pesetas). Otro apartado de ingresos es la publicidad «por la cual obtenemos unos dos millones de francos». Ello presenta el déficit de tres millones de francos, «pero publicitariamente es rentable para Ricard».

Altamente interesante resultó la entrevista que los directivos de la Cámara de Comercio sostuvieron con François Chevalier, director deportivo del circuito de Paul Ricard y más en un día histórico «porque es la segunda vez que se encuentra totalmente cubierto de nieve», explicaba François Chevalier.



François Chevalier explicó todo lo concerniente al circuito a los directivos de la Cámara de Comercio y a nuestro enviado especial.