

El 50% de las camisetas vendidas son de Torres

Los aficionados rojiblanco han adquirido más de 3.000 en los primeros cuatro meses de vida del Templo del Fútbol. El Niño arrasa en todas las ventas

JUAN GATO / MADRID

El Niño arrasa en el Templo del Fútbol. Con efectos mucho menos dañinos que los provocados por el fenómeno atmosférico del Océano Pacífico, el huracán Fernando Torres ha multiplicado la venta de camisetas y más de la mitad de las adquiridas en total llevan su nombre y el 9 a la espalda. Más de 3.000 camisetas han sido adquiridas por los seguidores rojiblanco en los primeros cuatro meses de vida del Templo de Fútbol.

El Niño marca la diferencia en el Atlético y su magnífica trayectoria ha impulsado todavía más la adquisición no sólo de camisetas sino de cualquier otro producto en los que el delantero aparece: fotos, pósters, chándals, etc... "Fernando Torres es lo que más se lleva", aseguran los encargados del megastore que Nike ha montado en la Gran Vía madrileña.

Los responsables rojiblanco se frotan las manos ante los ingresos generados por el efecto del Niño y la inmejorable campaña del Atlético. Eso sí, los números se guardan celosamente.

El tirón provocado por Fernando Torres se ha visto incentivado por la presencia habitual del jugador en el Templo para adquirir productos. Se ha convertido en santo y seña del Atlético en el retorno a Primera, pero

no es el único que mueve a la afición rojiblanca.

Diego Alonso, Correa, Aguilera o García Calvo son otros de los jugadores que más calado tienen entre la afición atlética, que demanda con insistencia sus camisetas. La céntrica ubicación del Templo ha facilitado, además, que muchos aficionados extranjeros se decidan a adquirir productos del Atlético en esta macro tienda.

La azulgrana. De hecho, el Templo del Fútbol no sólo está dedicado en exclusividad al Atlético, sino que hay espacio para una amplia gama de productos que Nike tiene extendidos por otros grandes equipos y selecciones: Barcelona, Valencia, Inter, Brasil, Holanda, Portugal... La camiseta más demandada en el Templo tras la rojiblanca es la del Barça, lo que evidencia la pluralidad de clientes que a diario visitan este recinto.

El éxito del Templo lo ha provocado en mayor medida la confirmación del efecto Fernando Torres, pero hay otros aspectos que también ayudan. Por ejemplo, el acierto en la elección de la tercera equipación, la amarilla, que agotó las 500 camisetas puestas a la venta en sólo diez días.

El Templo no llega al medio año de vida, pero el Atlético ya disfruta de los beneficios que le reporta gracias, principalmente, al Niño.



FELIPE SEVILLANO

ESTRELLA. Torres es la gran estrella del equipo rojiblanco y así lo entienden sus aficionados.



UN ÉXITO. Las 500 camisetas amarillas se agotaron en apenas diez días.

Centro de reunión y foro rojiblanco

La firme intención de los responsables del Atlético y de Nike es que el Templo del Fútbol no sólo sea una tienda en la que se vendan productos oficiales del Atlético y de otros equipos a los que viste la firma americana, sino en un

centro de reunión para todos los rojiblanco y un foro de actualidad del club atlético. En la inauguración del pasado mes de noviembre ya se dejó claro que el objetivo del Templo es convertirse en un centro de atención del Atlético y para ello se

tiene previsto celebrar de forma periódica coloquios, presentaciones, conferencias de prensa, proyección de partidos gracias a la completa instalación multimedia del Templo: pantallas de video, DVD, conexión TV y satélite, etc...