

Arenas nos EUA viram "Disney" da balada

Investimento em casas noturnas sofisticadas muda cara dos centros esportivos americanos e atrai turistas. Por **Nadja Brandt**, da Bloomberg

Sam Nazarian, que é proprietário de restaurantes e hotéis de Los Angeles, pretende abrir a casa noturna Hyde na AmericanAirlines Arena, do time de basquete Miami Heat, num momento em que espaços de jogos esportivos aumentam suas ofertas de entretenimento. E espera-se que esse fenômeno americano de usar as arenas esportivas como centro de boates e restaurantes sofisticados atraia cada vez mais os brasileiros que vão de férias para os Estados Unidos — principalmente em Miami. Seria quase que uma "Disney balada" para os turistas com mais de 25 anos.

O SBE Entertainment Group de Nazarian, controlador dos restaurantes Katsuya e das redes de hospedagem de luxo SLS, prevê inaugurar a casa em parceria com o Heat Group a tempo de capitalizar o movimento da próxima temporada da Associação Nacional de Basquete (NBA, pelas iniciais em inglês). A casa terá vários bares, áreas de estar, televisores de tela plana e uma sala de jantar reservada.

O SBE, que recebeu uma injeção de US\$ 35 milhões da Colony Capital, do bilionário Thomas J. Barrack Jr., no ano passado, está em negociações com outros espaços de jogos esportivos, num momento em que um número maior de campos de torneios esportivos tentam aumentar a receita pela ampliação de sua atratividade.

O novo estádio de beisebol Marlins Park, de US\$ 634 milhões, também em Miami, tem uma casa noturna chamada Clevelander e dois aquários de 1,7 mil litros embutidos na parede atrás da base do batador.

"Os ginásios e estádios querem introduzir o próximo nível de experiência, como por exemplo um componente de vida noturna", disse Nazarian, fundador e principal executivo do SBE. "Antigos locais de eventos esportivos, como o Madison Square Garden ou o Dodger Stadium, estão tentando se reinventar. As pessoas procuram mais do que só cachorros-quentes e pizzas."

Danny Elmaleh, chef executivo dos restaurantes Cleo e Mercato di Vetro, na área de Los Angeles, vai desenvolver o cardápio da Hyde AmericanAirlines Arena, e uma equipe de mixologia criará coquetéis com ingredientes como pimentão vermelho, alguns preparados com o uso de nitrogênio líquido.

A casa, de 465 metros quadrados, terá entrada própria e capacidade para acomodar 200 pessoas, disse Nazarian.

O ingresso será gratuito para



AmericanAirlines Arena, em Miami: palco dos jogos do time de basquete Miami Heat quer atrair turistas que, além de interessados em esporte, querem restaurantes e casas noturnas sofisticadas



Sam Nazarian, do SBE: investimento em boates e restaurantes em arenas

frequentadores de jogos e de shows, e os clientes desprovidos de ingressos para eventos pagarão uma taxa, disse ele. O espaço poderá ser alugado para ocasiões especiais, quando o ginásio estiver ocioso.

"Sob certo aspecto, o Hyde será uma nova amenidade para os nossos melhores clientes", disse Eric Woolworth, presidente de divisões comerciais do Miami Heat. "Ele dá um certo toque de modernidade e brilho, e é também mais um espaço que podemos comercializar para festas e eventos particulares."

Nazarian, cuja empresa opera quatro hotéis Hyde nos EUA, prevê captar negócios de fornecimento de serviços de casa noturna ou de alimentos e bebidas em não menos de 15 espaços esportivos até 2016, e criou uma nova divisão, chamada SBELive, para encabeçar esse esforço.

A empresa está em negociações com o Madison Square Garden, de Nova York, o Cowboys Stadium, de Dallas, e o Angel Stadium, de Anaheim, na Califórnia, entre outros espaços es-

portivos, disse ele. "Nem todo espaço esportivo é como o Staples Center, com 270 eventos anuais", disse Nazarian, que abriu o Hyde nesse ginásio de Los Angeles em 2008. "Alguns têm apenas de 30 a 50 eventos de verdade ao ano. Eles querem maximizar seus negócios."

O SBE também está negociando com o Los Angeles Dodgers, num momento em que os proprietários desse time da Primeira Divisão de Beisebol — um grupo encabeçado pelo principal executivo do Guggenheim Partners, Mark Walter, e Earvin "Magic" Johnson, ex-atleta do Los Angeles Lakers — estudam transformar os imóveis que cercam o ginásio a fim de gerar receita adicional, disse Nazarian.

As ambições da empresa poderão esbarrar em dificuldades, porque muitos novos espaços esportivos incorporaram opções modernizadas de alimentação e entretenimento em seus projetos, usando prestadores de serviços como a Centerplate, de Stamford, Connecticut, e a Aramark, de Filadélfia, disse Richard Krezwick, dire-

tor-geral do Prudential Center de Newark, em Nova Jersey.

Entre as atrações do espaço, que abriga os Devils, da Liga Nacional de Hóquei, e os Nets, da NBA, estão um restaurante chique e um clube privado, disse ele. "Para operadoras de clubes e de provedores de alimentos e bebidas, o problema pode ser o que já existe", disse Krezwick.

As limitações de espaço, como as da AmericanAirlines Arena, poderão atrapalhar também os planos de expansão do SBE, disse Woolworth, do Miami Heat. "Não sei se algum dia poderemos ter qualquer dos restaurantes da empresa no espaço", disse ele.

O SBE, que tem um investimento de e uma participação na receita de 50% no Miami Heat, prevê que um aumento da demanda da parte dos frequentadores de jogos contribuirá para seu futuro crescimento.

"As pessoas querem socializar quando vão a um jogo ou a um espetáculo, mas não há lugar para se reunirem", disse Nazarian. "Com a Hyde, elas terão oportunidade de ficar", disse ele.