

CLUBES

El Barça rentabilizará la imagen de sus exjugadores con FCB Legends

M.M.A.
10 feb 2016 - 15:59

Uno de los principales interrogantes en la carrera profesional de un futbolista es qué sucederá cuando se vea obligado a colgar las botas. El FC Barcelona no es ajeno a esta problemática, y en un movimiento muy similar al de La Liga con su red de embajadores, ha presentado hoy FCB Legends. Se trata de un programa con el que principalmente quiere "rentabilizar la carrera del futbolista" después de su retirada.

En el proyecto participan exjugadores históricos, como el capitán del *Dream Team*, José Mari Bakero, o el lateral Juliano Belletti, que marcó el gol de la victoria en la final de Champions League contra el Arsenal en 2006. Pero la iniciativa se extiende a todos los miembros de la Agrupació Barça Jugadors (ABJ), que ha trabajado con la junta directiva en el desarrollo del proyecto. "Los jugadores deben ser los reales embajadores del Barça. Este debe ser un proyecto cohesionador que dote de continuidad las carreras de los jugadores", ha indicado el vicepresidente primero, Jordi Cardoner.



El Barça contará con exjugadores para todo tipo de eventos comerciales e institucionales.

En virtud de esta iniciativa, el Barça podrá iniciar "la comercialización de todo tipo de eventos con la participación de ex jugadores en todo el mundo", ya sea mediante su participación en partidos de fútbol de veteranos como en otros actos de carácter comercial, como la presentación de un patrocinador, actos de la Fundación y la FCB Escola, o la representación de la entidad en un determinado evento. Por ejemplo, el brasileño José Edmilson ya se ha convertido en embajador global de la red de escuelas.

FCB Legends también prevé facilitar que los exjugadores completen su formación, a través de su asistencia a jornadas en calidad de ponentes y conferenciantes para las que previamente deberían ser instruidos. "El jugador podrá construir su marca personal y podrá completar su formación. Nuestros sueños se están convirtiendo en realidad y aspiramos a ser más que una Agrupación", ha celebrado Ramón Alfonseda, presidente de la ABJ.

Con este acuerdo, el departamento comercial del Barça también obtiene nuevos activos con los que apoyar la globalización de la marca Barça. Es una de las ambiciones del equipo que lidera el ejecutivo Francesco Calvo, consciente de la necesidad de reducir la dependencia que el club tiene hoy de los jugadores del primer equipo para darse a conocer en el resto del mundo.

Por esta razón, en el plan estratégico que parcialmente desveló Palco23 también se apunta a la posibilidad de crear franquicias en Estados Unidos para participar en la liga femenina de fútbol y en la competición de fútbol sala que empezará a andar el próximo año, y a la que el club ya ha sido invitado.