

CLUBES

El AC Milan ficha como CEO a un ex de Juventus, Nápoles e Inter

Palco23

11 ago 2016 - 13:38

Veteranía para el cargo de consejero delegado. La nueva propiedad del AC Milan ha anunciado la contratación de Marco Fassone como nuevo consejero delegado del club, en una etapa marcada por la salida de Fininvest. Hasta ahora, el cargo estaba en manos de Bárbara Berlusconi, hija del ex primer ministro, Silvio Berlusconi, que se ha embolsado 520 millones de euros con la venta de sus acciones.

Fassone llega al club después de dos años ocupando la dirección del Inter de Milán, que a su vez también ha cambiado de propietario este año. Sin embargo, el grueso de su carrera profesional en la industria del fútbol la ha desarrollado en la Juventus de Turín. En 2003 se incorporó a la *Vecchia Signora* como responsable de ventas y marketing del estadio y a partir de ahí fue ascendiendo, hasta que en noviembre de 2009 asumió el cargo de director de operaciones. No estuvo mucho tiempo, ya que en agosto de 2010 le fichó el SSC Nápoles como director general, cargo que desempeñó hasta junio de 2012.



Marco Fassone llegó a la industria del fútbol en 2003, como ejecutivo de la Juventus. /Eurosport

"Creemos que en la industria del deporte es crucial un equipo gestor experimentado", indica en su comunicado Sino-Europe Changxing Sports Investment Management, la mercantil a través de la que un consorcio de inversores chinos ha comprado el club. Junto a Fassone, también se ha incorporado a la estructura ejecutiva Han Li, exfutbolista y licenciado por la escuela de negocios CEIBS, quien además lideró las negociaciones de la compraventa.

El reto de ambos directivos será reposicionar la marca del AC Milan, deteriorada en los últimos años por la ausencia de títulos deportivos y la escasa repercusión mediática de la Serie A fuera de Italia. Además, deben reequilibrar el balance y la cuenta de resultados de una organización que acumula importantes pérdidas, para lo que el nuevo dueño ha comprometido 350 millones de inversión en los próximos tres años.

La facturación del club se situó en 219,7 millones de euros, casi treinta millones menos que un año antes. La dirección atribuye la caída del negocio a los menores ingresos percibidos por no disputar la Champions League, con un impacto de 12 millones, y la menor afluencia de seguidores al estadio, con una merma de 7,5 millones. A nivel comercial, la facturación se habría mantenido relativamente estable gracias a las aportaciones que recibe de sus patrocinadores principales, entre los que figuran Adidas, Emirates y la propia Mediaset. En todo el año 2015, los gastos de personal aumentaron en 9,4 millones, hasta 163,9 millones.