

## CLUBES

# El AC Milan estrena canal en el Youtube chino

Palco23

20 jul 2015 - 11:21

El negocio digital será determinante para el crecimiento económico de los clubes europeos y la presencia en todo tipo de redes sociales ya es casi obligatoria. Cada vez acostumbran a ser más habituales los rankings de clubes en función de sus seguidores en Internet, y el AC Milan quiere liderar al menos una de estas listas. Es la referente a Youku, una plataforma que vendría a ser el Youtube de China y con la que el canal milanista quiere llegar a sus dos millones de seguidores en el gigante asiático.

El conjunto controlado por la familia Berlusconi asegura que Youku es "la mayor red de vídeo de China" y a través de ella difundirán "contenidos exclusivos para el mercado chino, proporcionando vídeos subtítulos", aseguran en un comunicado. El canal se ha estrenado con un mensaje de bienvenida del nuevo entrenador, Siniša Mihajlović, y algunos de los vídeos ya acumulan más de medio millón de visualizaciones en apenas una semana.

El lanzamiento de este nuevo canal de comunicación llega sólo siete días después de que el AC Milan relanzara su cuenta oficial en Sina Weibo, una de las principales redes sociales de China. La renovación de los contenidos en esta plataforma ha permitido ganar nuevos seguidores, que ya ascienden a 2,3 millones y sitúan a la entidad como la más importante de la Serie A en el gigante asiático.

"AC Milan refuerza su presencia en China, aumentando cada vez más su oferta digital y reduciendo la brecha con los aficionados de todo el mundo, gracias a una pasión compartida por los colores *rossoneri*", defiende Bárbara Berlusconi, consejera delegada del club.

El anuncio de estas novedades no es casual que se realice ahora, ya que coincide con la visita que en los próximos días realizará el equipo a China. Allí participará en la International Champions Cup, un torneo en el que se enfrentará al Inter de Milan el 25 de julio, en Shenzhen, y ante el Real Madrid el 30 de julio, en Shanghái.

La estrategia de impulsar la presencia del conjunto italiano en Asia también llega en un momento en el que la implantación de la misma será más sencilla. Y es que Silvio Berlusconi firmó en junio un principio de acuerdo con un consorcio de inversores de

distintos países de Asia para vender el 48% del AC Milan. El empresario italiano, propietario del grupo Fininvest, ingresará en torno a 500 millones de euros en esta operación. Los nuevos accionistas están representados por el tailandés Bee Taechaubol.

A diferencia del Milan, otros clubes han optado por concentrar toda su actividad en las redes de Tencent, como el caso del FC Barcelona. "Tenemos una fuerte alianza y lo hacemos todo a través de ellos", indican sobre una fórmula que a día de hoy les ha permitido tener 3,96 millones de seguidores en China. El Real Madrid también escogió esta plataforma para estar presente en las redes sociales del país, donde tiene 2,73 millones de aficionados. El Bayern de Munich acumula 3,17 millones de seguidores en este mismo canal, por los 5,23 millones del Manchester United.