PALCO23

CLUBES

El Athletic ficha a un ex del Atleti y Adidas para acelerar su negocio

El club vizcaíno ha incorporado a Pablo García Sampedro, hasta ahora responsable de retail del equipo colchonero, como director de negocio, un puesto de nueva creación en el organigrama.

M.Menchén
5 sep 2019 - 04:59



El Athletic Club cuenta con uno de los negocios de venta de artículos deportivos más importantes de LaLiga, y su objetivo es ir a más. La entidad vizcaína ha fichado a Pablo García Sampedro como director de negocio, un cargo hasta ahora inexistente en el organigrama y que refleja la decisión de la nueva junta de aumentar los ingresos ordinarios, según ha podido saber *Palco23*. El ejecutivo llega procedente del Atlético de Madrid, donde ha trabajado el último año y medio como responsable de retail y *merchandising*.

Su entrada en el club *colchonero* se produjo por la salida de Rubén Benseny, que también decidió cambiar de aires tras apenas año y medio en el Atleti para volver al FC Barcelona como director de licencias y *merchandising*. Previamente, García Sampedro trabajó en Adidas entre 2014 y 2018 como responsable senior del negocio de comercio minorista del Real Madrid. A diferencia de muchos profesionales del sector, que históricamente han estado relacionados con el deporte, García había desarrollado

https://www.palco23.com/clubes/el-athletic-ficha-a-un-ex-del-atleti-y-adidas-para-acelerar-su-negocio

El presente contenido es propiedad exclusiva de Palco23 Ediciones, SL, sociedad editora de Palco23.com (www.palco23.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

previamente toda su carrera en el sector de la moda en marcas como Panama Jack, Levi Strauss, Zara y Ralph Lauren.

Se desconoce cuáles serán sus funciones en esta nueva etapa, pues el club no ha realizado ningún comentario sobre este fichaje. Actualmente, los departamentos donde él se ha manejado en la industria del fútbol dependen del área comercial, cuya dirección fue asumida por el ex de Nike German Mugueta en junio de 2017. Esa incorporación coincidía en el tiempo con la decisión del equipo de fútbol de no continuar con la marca estadounidense para aliarse con New Balance.

> **El Athletic Club ha incorporado a Pablo García Sampedro, que antes de trabajar en Adidas y Atleti pasó por el mundo de la moda**

En el primer año de esta nueva etapa, la entidad deportiva se ha consolidado como el cuarto miembro de LaLiga que más factura por la explotación de su retail, con 7,03 millones de euros en 2017-2018, una mejora interanual del 17,8% más. Estas cifras sólo son superadas por FC Barcelona y Real Madrid, cuyas ventas brutas superan los 65 millones de euros anuales, y el Atlético de Madrid, que ya supera los nueve millones de euros.

“Las licencias juegan un papel importante, ya que gracias a ellas somos capaces de incorporar a los catálogos ya existentes nuevos productos demandados por nuestra clientela”, señala el club en la memoria anual de 2017-2018, sobre un listado de socios entre los que figuran desde fabricantes de toallas hasta productores de vinos. Además, desde hace años cuenta con su propia marca textil, AC, que tiene líneas de prendas para adulto e infantil, y que en 2018 complementó con *One Club Man*, que agrupa prendas con mensajes “que reivindiquen una manera distinta de entender el fútbol, más como deporte que como industria del espectáculo”.

El Athletic dispone de tres tiendas oficiales en el centro de Bilbao, que complementan el establecimiento principal de San Mamés. El estadio es precisamente la otra gran fuente de ingresos al margen de la actividad puramente futbolístico, después de que en estos cuatro años se haya completado su oferta de servicios con el nuevo museo y una potente oferta gastronómica que ha facilitado la captación de eventos. “Está posicionado como sede singular para eventos en el mercado territorial y abriéndose al mercado internacional gracias a la celebración de eventos de prestigio mundial”, señala la dirección encabezada por Jon Berasategi sobre el recinto, que a lo largo de 2017-

El presente contenido es propiedad exclusiva de Palco23 Ediciones, SL, sociedad editora de Palco23.com (www.palco23.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

2018 acogió a 15.000 personas para eventos.

El Athletic Club cerró 2017-2018 con un crecimiento del 2,9% de su negocio ordinario, hasta 125,28 millones de euros

Aitor Elizegi alcanzó la presidencia en enero de 2019 con el compromiso de profundizar en estas líneas de negocio, así como las habituales de patrocinio y venta de entradas, donde sí tiene algo más de influencia el contexto general de LaLiga. Durante la campaña electoral, el dirigente aseguró que se propone ampliar los ingresos derivados de la explotación de la marca Athletic, incluida una mayor monetización de sus activos publicitarios. Y para conseguirlo esta no es la primera incorporación que hace: el pasado mayo fichó a Iñaki Etxebarria Lekanda para liderar el nuevo área de innovación y negocio digital.

Actualmente, sólo están comercializados el patrocinio técnico con New Balance y el principal con KutxaBank, mientras que soportes como la manga o el pantalón no tienen ninguna marca asociada. Además, su lista de patrocinadores está muy limitada a grandes corporaciones del País Vasco pese al interés global que ha adquirido el fútbol español.

El Athletic Club cerró 2017-2018 con un crecimiento del 2,9% de su negocio ordinario, hasta 125,28 millones de euros. La televisión aportó un 3,1% más y supone más de la mitad de su facturación. El área que más creció es la de competiciones, con un alza del 6,4% gracias a los mayores pagos de la Uefa en Europa League. Por el contrario, la recaudación por socios cedió un 0,5%.

El área comercial facturó un 5% más, con avances tanto en patrocinio como en la explotación del espacio San Mamés VIP Area. La venta de *merchandising*, recogida en otros ingresos, aportó un millón más y compensó la ausencia de la ayuda al descenso que el filial recibió en 2016-2017.

https://www.palco23.com/clubes/el-athletic-ficha-a-un-ex-del-atleti-y-adidas-para-acelerar-su-negocio

El presente contenido es propiedad exclusiva de Palco23 Ediciones, SL, sociedad editora de Palco23.com (www.palco23.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.