

CLUBES

El Fiac Joventut se pasa al 'crowdfunding' para captar más de 125.000 euros y preservar su modelo formativo

Marc Menchén
3 sep 2015 - 11:27

La crisis económica ha afectado a la industria del deporte en general, pero en España se ha cebado con deportes menos mediáticos como el baloncesto o el balonmano. El Fiac Joventut ha sido una de las víctimas de la recesión en España, pero el club de la ACB ha encontrado una fórmula imaginativa para preservar su modelo formativo: una campaña de *crowdfunding* en portal Indiegogo con la que espera captar más de 125.000 euros en un plazo de sesenta días.

"Esperamos doblar el objetivo inicial", han matizado hoy tras la presentación de la campaña, en la que han participado varios personajes famosos, como el ex de la Peña y hoy en la NBA, Ricky Rubio, las nadadoras Mireia Belmonte y Ona Carbonell, o estrellas de la televisión como Jorge Javier Vázquez y la reputada cocinera Carme Ruscalleda. El lema del proyecto es *We believe in basketball, we save #joventutmodel*, y es que el dinero se destinará íntegramente a que el "modelo de club y su trabajo de formación deportiva y humana de jóvenes jugadores continúe un año más".

"La SAD ya no puede seguir aportando dinero", ha recordado el presidente y mito de la Peña, Jordi Villacampa, sobre las dificultades del club para seguir destinando una parte de su presupuesto a la escuela de formación. No obstante, ha admitido que volverán a inyectar capital pese a que ello suponga "obligar a la SAD a ir coja". Desde 2008, y con la presentación y levantamiento de un concurso de acreedores de por medio, ha visto cómo su presupuesto se desplomaba un 50% en siete años y actualmente se sitúa en cuatro millones de euros.

"Estamos en vía de extinción; intentamos cumplir nuestro plan de viabilidad y no se trata de decir que no podemos afrontar pagos, pero nos adelantamos a lo que puede

pasar en el futuro", ha advertido Villacampa sobre lo que puede suceder si no logran este dinero y el Gobierno no establece un sistema de mecenazgo que favorezca la captación de dinero por clubes con un fuerte componente formativo como la Peña. En este sentido, el directivo sí ha avanzado que pronto podrían concretarse dos nuevos acuerdos de patrocinio similares al de Bimbo.

En rueda de prensa, el club verdinegro ha explicado que esta campaña de recaudación de fondos debe ser puntual para esta temporada, ya que en los próximos meses confían en dar un nuevo impulso a su estructura de ingresos con los citados acuerdos comerciales que se ultiman y la posibilidad de cerrar contratos para exportar su modelo de formación a China, un país que está haciendo esfuerzos por promover este tipo de prácticas saludables.

"Hacemos un servicio social; cada año tenemos aquí a 600 niños para fomentar el deporte y hábitos saludables", ha recordado Villacampa para, después, dar un tirón de orejas a la Generalitat, los ayuntamientos y las diputaciones por su falta de implicación a la hora de financiar estas actividades. Eso sí, en ningún caso habrá peticiones de rescates: "no queremos que venga una administración a salvarnos, no es nuestro modelo", ha zanjado para justificar por qué lanzan esta llamada de auxilio.



El presidente del Fiatc Joventut, Jordi Villacampa, junto a jóvenes de la cantera del club.

Villacampa, que llegó a la presidencia de la Peña tras una exitosa carrera como jugador, ha recordado que cuando dejó las pistas se encontró con un club que vivía de sus ingresos recurrentes, mientras que otros equipos como FC Barcelona, Real Madrid o Valencia Basket disponen de mayores presupuestos gracias a sus accionistas o secciones. También ha criticado a aquellos que reciben importantes subvenciones públicas, como los equipos de Canarias o el País Vasco.

"Es una liga de mentiras, se sostiene no por los ingresos que recaudan, sino por clubes con ingresos extraordinarios", ha criticado el directivo, coincidiendo con el análisis de un informe del Consejo Superior de Deportes (CSD) en el que se constata que los equipos de la ACB pierden 70 millones de euros por temporada, como publicó *Palco23*.

"No somos un club comprador, somos un club formador", ha recordado el dirigente, quien ha rechazado las críticas de que cada año vendan a sus principales promesas. En este sentido, ha recordado que el club tiene unas obligaciones que afrontar con sus acreedores a raíz del convenio acordado en su momento, mientras que sus rivales deportivos tienen mayor capacidad económica para seducir a sus jugadores y cada vez lo hacen más pronto.