

## COMPETICIONES

# Un ex de Televisa dirigirá la ‘joint venture’ de LaLiga y Relevent en EEUU

La competición española ha cedido la explotación de su negocio en el gigante norteamericano al dueño de la International Champions Cup (ICC), proyecto que dirigirá el colombiano Boris Gartner.

Marc Menchén  
16 ago 2018 - 12:01

Un ex de Televisa dirigirá la ‘joint venture’ de LaLiga y Relevent en EEUU

LaLiga da un paso de gigante en su expansión internacional. La competición ha formalizado hoy su alianza con Relevent Sports, por el que la compañía estadounidense se encargará de la explotación del negocio del fútbol profesional español en Estados Unidos y Canadá. Para ello se creará una *joint venture* al 50% que ejercerá de agente exclusivo durante los próximos quince años, tal y como adelantó *Palco23*. En este periodo, se buscarán patrocinios, acuerdos que aumenten la visibilidad del torneo e incluso organizar allí un partido de LaLiga Santander.

Al frente de esta nueva compañía estará Boris Gartner, que llega procedente de Televisa, de la que fue director de operaciones y estrategia durante el último año y medio. Antes, el ejecutivo colombiano también trabajó durante cuatro años en Univision liderando una filial de creación de contenidos bilingües. De él, la organización presidida por Javier Tebas destaca su “gran experiencia en el mercado hispano y latinoamericano en EEUU”.

Nico García, que ha asumido la dirección de la oficina de LaLiga en Nueva York, ejercerá de vicepresidente de la nueva sociedad conjunta con el dueño de la International Champions Cup (ICC). Junto a ambos, se va a confeccionar un equipo de trabajo específico para “desarrollar la marca y lograr nuevas oportunidades comerciales” en un territorio donde se espera un fuerte crecimiento del fútbol tras adjudicarse junto a México la sede del Mundial de 2030.

**Boris Gartner estará al frente de la *joint venture* de**

## LaLiga y Relevent

El desarrollo de negocio busca alcanzar al público joven y, como viene siendo habitual, combinando las acciones de puro entretenimiento con las de desarrollo de este deporte. En un comunicado, las dos entidades avanzan que, junto al deseo de llevar un partido oficial al otro lado del Atlántico y varios amistosos, se promoverán “escuelas infantiles, formación de entrenadores de fútbol base, acuerdos de marketing, activaciones de marca con consumidores”, entre otros.

El objetivo de la nueva compañía también será el de apoyar la internacionalización de los clubes españoles, muchos de los cuales han intentado abrirse camino en solitario con la apertura de academias en alianza con socios locales. Por el momento, no han trascendido más detalles sobre cómo será esa colaboración con los equipos de Primera y Segunda División.

En la puja por este contrato también han estado IMG y Wasserman, aunque Tebas ha justificado la elección de Relevent por su trabajo con la ICC y, especialmente, la exitosa organización de *El Clásico* en Miami hace un año. “Ahí se conoció personalmente con Stephen Ross y empezó a labrarse esta alianza”, señalan fuentes conocedoras de la negociación.

## Alcanzar un público joven e apoyar la internacionalización de los clubes españoles son dos de los objetivos de esta alianza

Ese evento supuso la entrada de LaLiga como patrocinador del torneo estival en el que juegan los grandes clubes europeos, y un mayor conocimiento sobre las herramientas que le podían ofrecer. “Se diferencia por su capacidad para producir programación de base para LaLiga en EEUU, además de crear oportunidades de marca importantes a nivel cultural por medio de eventos exclusivos, ocio y personas influyentes”, valora la patronal.

La importancia de Ross en la industria deportiva norteamericana también asegura una opción de poder realizar acciones cruzadas con las grandes ligas del país, como la NFL, la NBA o la MLB, así como beneficiarse de su “estrecha relación con famosos, artistas y atletas a los que podemos recurrir para promocionar varios eventos de

LaLiga". De cara a la búsqueda de patrocinios, precisan, "tiene relaciones muy estrechas con empresas y marcas de gran relevancia cultural en los ámbitos de los deportes, el ocio y el estilo de vida, marcas y empresas a las que no es fácil acceder".

Tebas ha calificado de "revolucionario acuerdo" el sellado con la compañía creada por el dueño de los Miami Dolphins, de la que ha recordado: "Ha llenado estadios en todo Estados Unidos con la International Champions Cup; estamos encantados de colaborar con ellos en esta misión conjunta por promover el fútbol en Norteamérica". Ross, por su parte, ha confiado en que "Esta relación única creará nuevas oportunidades para que millones de aficionados al fútbol norteamericanos experimenten el fútbol más apasionado, emocionante y de más alto nivel del mundo".

Danny Sillman, director general de Relevent, considera que la fórmula escogida para desarrollar este proyecto "agilizará el crecimiento y la popularidad del fútbol y la marca global de LaLiga en Norteamérica", puesto que actualmente la oficina de Nueva York tenía un rol mucho más institucional y siempre se apoyaba en la sede central de Madrid o socios locales para ejecutar sus proyectos. "Es un gran hito en nuestra estrategia de expansión internacional", ha enfatizado Mayo, confiado en que "este acuerdo garantiza no solo un brillante futuro para el fútbol en Norteamérica, sino también para LaLiga y nuestros clubes".

Tanto Sillman como Mayo, que se ha encargado de liderar la negociación desde su nombramiento como director internacional, estarán en un consejo de administración del que también formarán parte Ross, Tebas y Gartner. De manera que habrá dos representantes por cada organización y un quinto, Gartner, que es quien tomará las riendas del día a día. En la operación, LaLiga ha contado con el asesoramiento de los despachos Garrigues y O'Melveny & Myers, mientras que Relevent se ha apoyado en Paul Hastings.