

Infront Group se refuerza en Italia con la compra de dos agencias de marketing deportivo

M.Menchén
4 sep 2015 - 12:07

Infront Sports & Media recibió un fuerte respaldo económico con su venta al multimillonario chino Wang Jianlin y ha empezado a exhibir ese músculo financiero. La agencia de marketing deportivo ha cerrado la compra de dos agencias del sector en Italia, con el objetivo de reforzar su cuota de mercado en el país. Se trata de Gsport y Sport09, que se integrarán en la estructura de la filial transalpina de Infront y cambiarán de marca tras haber desembolsado una cuantía económica que no ha sido desvelada.

"Las adquisiciones son parte de la estrategia de crecimiento de Infront a largo plazo que incluye la ampliación de sus capacidades de marketing y ventas en Italia", indica la compañía en un comunicado. Gsport está especializada en la gestión de derechos comerciales en la Serie A, como publicidad en las vallas LED de los estadios o la contratación de servicios de *hospitality*. Sport09, por su parte, se centra en la realización de campañas en el mundo del deporte y ha trabajado para empresas como Mediaset, Dolce & Gabbana y clubes como AC Milan o FC Barcelona.

La plantilla de ambas empresas pasarán a formar parte de Infront Italia, que creará un "centro de excelencia" especializado en fuerza de ventas. "Nos permitirá aumentar significativamente los servicios y el impacto en el mercado de patrocinio deportivo italiano", defiende la compañía controlada a su vez por Wanda Group.

El hecho de contar con un equipo especializado en este país debería permitir a la agencia presidida por Philippe Blatter "implementar programas hechos a medida para cada tipo de necesidad y cliente; ambas compañías están bien establecidas en todo el país con una sólida trayectoria en la atracción de marcas territoriales locales y regionales".

"Estamos convencidos de que estas importantes adquisiciones traerán beneficios inmediatos a nuestros clubes de fútbol asociados y a las marcas que quieren asociarse a los mismos con propiedades superiores", comenta Giuseppe Ciocchetti, director general de Infront Italia. "Sentimos la necesidad de aumentar nuestra fuerza de ventas

interna con una amplia presencia en todo el país para estar más cerca de una cartera cada vez mayor de socios interesados [7] en el logro de una cobertura nacional amplia a través de múltiples asociaciones de club", añade.

Aunque se desconoce el incremento de plantilla que suponen las dos compras, Infront sí ha aclarado que al frente de los dos negocios seguirán Natale Bellati, consejero delegado de Sport09, Roberto Aliprandi, director de operaciones de Sport09, y Alessandro Giacomini, director general de Gsport. Ellos reportarán directamente a Ciocchetti de Infront Italia. Ambas empresas se marcaron de nuevo bajo la identidad Infront.

Según explicó Jianlin en un encuentro reciente con accionistas, Infront Sports & Media aportará una facturación de 670 millones de euros en el segundo semestre, con un crecimiento interanual del 10%. Sin embargo, el empresario confía en que gracias a su integración en Wanda y su expansión por Asia esa tasa se sitúe en un 20% o un 30%. "La única manera con la que Wanda puede obtener recursos globales de la industria es participar en fusiones y adquisiciones, y la de Infront nos dio los derechos audiovisuales del Mundial de Fútbol en Asia y de los principales eventos de deportes de nieve", ejemplificó.