



TXOSTEN OFIZIALA

MEMORIA OFICIAL

2025-2026





OINARRI-FUTBOLEKO EHUN ZELAIK OSPATU ZUTEN IV. EUSKAL NON-LEAGUE DAY

Athletic Club Fundazioak, beste urte batez, martxoan antolatu zuen formakuntza-futbola aitortu eta babesteko urteroko jaia. #DenaHastenDenLekuan lelopean, Euskal Herriko hitzartutako Euskal Herriko 100 klubek bat egin zuten LaLigan aitzindari den ekimen honekin.

Parte hartu zuten klubek gogotsu ospatu zuten Euskal Non-League Day eta hainbat jarduera antolatu zituzten euren partiden inguruan. Herri-bazkariak egin zituzten, pintxoak saltzeko karpak jarri zituzten, harmailak apaindu zituzten, taldeen desfileak eta banderen igoserak antolatu zituzten, baita puzgarriak eta jolasguneak ere, jaia ahalik eta familiartekoena izan zedin.

Gainera, Athletic Clubek parte hartu zuten klubekin elkarlanean aritu zen oinarri-futbolaren aldeko zozketa

erakargarriak antolatzen. Horrela, hitzartutako klubek Non-League Day partidetara bertaratu ziren zaleek txartelak erosi eta sari garrantzitsuak irabazteko aukera izan zuten.

Zehazki, 2026/27 denboraldian gozatu ahal izango diren lau sari (hiru orokor eta parte hartu zuen hitzartutako klub bakoitzarentzako sari bana), IV. Euskal Non-League Day dela medio zozketatutakoak, honako hauek izan ziren:

- Gizonezkoen lehen taldearekin LaLigako kanpoko partida batera joateko bi pertsonentzako sarrera bikoitza, bidaia eta egonaldia; Kanboko Izarra klubak irabazi zuen.
- Bigarren saria Hiriburuko Ainhara klubarentzat izan zen: San Mameseko Players Zone VIP gunerako sarrera bikoitza.



CIEN CAMPOS DE FÚTBOL BASE CELEBRARON EL IV EUSKAL NON-LEAGUE DAY

La Fundación Athletic Club organizó un año más en el mes de marzo la fiesta anual de reconocimiento y apoyo al fútbol formativo. Bajo el lema #DenaHastenDenLekuan, #DondeTodoEmpieza, 100 clubes convenidos de Euskal Herria se sumaron a esta iniciativa pionera en LaLiga.

Los clubes participantes se volcaron en la celebración del Euskal Non-League Day y organizaron diferentes actos en torno a la disputa de sus partidos. Así, programaron comidas populares, instalaron carpas para la venta de pintxos, engalanaron las gradas, organizaron desfiles de equipos e izadas de banderas o montaron hinchables y zonas de juegos para que la fiesta fuera lo más familiar posible.

Además, el Athletic colaboró con los clubes participantes en la organización de atractivos sorteos en favor del

fútbol base. De esta manera, los aficionados y aficionadas que acudieron a los partidos de los clubes convenidos Non-League Day tuvieron la oportunidad de comprar boletos y ganar premios importantes.

En concreto, los cuatro premios (tres generales y uno propio para cada club convenido participante) que se podrán disfrutar durante la temporada 26/27 y que se sortearon con motivo del IV Euskal Non-League Day fueron los siguientes:

- Entrada doble, viaje y estancia para dos personas junto al primer equipo masculino a un partido de LaLiga a domicilio, ganado por el Kanboko Izarra.
- El segundo premio correspondió al Hiriburuko Ainhara, consistente en una entrada doble para Players Zone VIP en San Mamés.

- Hirugarren saria Ibaiondo Nerbioi Erreka FK klubari egokitu zitzaion: emakumezkoen lehen taldearekin Lezaman egingo den meet & greet bikoitza.

MUNDUKO LEHEN FUTBOL KLUBAK, SHEFFIELD FC-K, ETA ATHLETICEK BAT EGIN ZUTEN 2026KO NON-LEAGUE DAY OSPAKIZUNEAN

Futbolaren historiako bi klub berezienetako bik, “munduko lehenak” eta “munduko bakarrak”, loturak estutu zituzten Non-League Day ospakizunean, profesionala ez den futbolari omenaldia egiteko. Hori dela eta, Klubeko batzordekide Gorka Cubes, Mr. Pentland peñako ordezkariekin batera, Sheffield FC taldearen partida ikustera joan zen martxoaren 28an, The Home of Football estadioan.

Lankidetza hau Athletic Cluben Euskal Non-League Day ekimena eta haren jatorrizko bertsio britaniarra lotu dituzten aurreko ekimenen jarraipena da, eta Athletic

Clubek kirol honen historiari dion errespetu sakonaren erakusgarri ere bada.

Azken finean, Athletic Clubek Euskal Herrian jaio edo hezitako futbolariekin soilik lehiatzeko duen filosofiak lotura zuzena du Sheffield FCk hain modu esanguratsuan irudikatzen duen futbolaren jatorrizko espirituarekin.

Jatorrizko espirtu hori ordezkaritzaaren printzipioan oinarritzen zen: klub guztiek elkarren aurka jokatzen zuten, baina bakoitzak bere komunitatea ordezkatzuz. Lurralde bat, unibertsitate bat, lantegi bat, sindikatu bat edo, Sheffield FCren kasuan bezala, tokiko komunitate bati zerbitzua emateko sortutako klub bat ordezkatzeko zuten jokalariek osatutako taldeak ziren.

Athletic Clubek eta Sheffield FCk gaur egun maila oso desberdinetan lehiatzen badute ere, biek ala biek harrotasun berarekin eusten diote futbolaren hastapenetan sortu zen espirtu aitzindari hari.



- El tercer premio le tocó al Ibaiondo Nerbioi Erreka FK.: un “Meet and greet” doble en Lezama con el primer equipo femenino.

EL PRIMER CLUB DE FÚTBOL DEL MUNDO, EL SHEFFIELD FC, Y EL ATHLETIC, SE UNIERON POR EL NON-LEAGUE DAY 2026

Dos de los clubes más singulares de la historia, el “Primero del mundo” y el “Único en el mundo”, estrecharon lazos como homenaje al fútbol no profesional durante el Non-League Day. Así, el directivo del Club, Gorka Cubes, acompañado de la peña Mr. Pentland, asistieron al partido del Sheffield FC en el estadio The Home of Football el 28 de marzo.

Esta colaboración es la continuación de iniciativas anteriores que vinculan el Euskal Non-League Day del Athletic Club con la original versión británica, y supone una

muestra del profundo respeto del Athletic por la historia de este deporte.

A fin de cuentas, el motivo por el que el Athletic solo compite con futbolistas nacidos o formados en la tierra que representa, Euskal Herria, guarda relación con el espíritu fundacional del fútbol que simboliza de manera tan genuina el Sheffield FC.

Un espíritu fundacional basado en el principio de representación, cuando todos los clubes jugaban contra todos, pero cada cual con lo suyo. Equipos formados por jugadores que representaban un territorio, una universidad, una fábrica, un sindicato o, como el Sheffield FC, fundado para servir a una comunidad local.

Aunque Athletic y Sheffield compitan a muy diferentes niveles, ambos clubes siguen encarnando con idéntico orgullo aquel espíritu pionero del fútbol con el que comenzó todo.



2024KO ETA 2025EKO JASANGARRITASUN TXOSTENAK: 2024KO 21 M€-TIK 2025EKO 24 M€-RA FUNDAZIOAREN GIZARTE-BALIOAN

Aurreko denboraldian, Athletic Club Fundazioak gardentasunarekin, kontuak ematearekin eta bere jardueraren profesionalizazioarekin duen konpromisoa berretsi du, eta jasangarritasunari buruzko bi txosten egin ditu, 2024 eta 2025 urteei buruzkoak. Lehenengoa 2025eko azaroan argitaratu zen, eta bigarrena, 2026ko irailean argitaratua, 2025eko datuak biltzen dituena da.

Txostenak, LKS Next aholkularitza-enpresak prestatuta, Kontabilitate Sozialaren metodologiaren arabera egin dira, eta erakundeak sortutako gizarte-inpaktua zorrotz neurtzeko aurrerapausoa dira. Horretarako, jarduera ekonomikoa ez ezik, Fundazioak gizarteari egiten dion ekarpenaren balioa ere ebaluatzeko aukera ematen duten tresna aurreratuak txertatu dira.

Horrela, bi txostenek Fundazioak gardentasunarekin, kontuak ematearekin eta etengabeko hobekuntzarekin duen konpromisoa indartzen dute.

FUNDAZIOAREN GIZARTE-BALIOA: 2024KO 21 M€-TIK 2025EKO 24 M€-RA

Lehen txostenaren arabera, Athletic Club Fundazioak 21 milioi euro inguruko Gizarte Balio Integratua sortu zuen 2024an. 2025eko Jasangarritasun Txostenean, berriz, kopurua 24 milioi eurora igo da. Horrek aurreko ekitaldiarekiko bilakaera positibo argia erakusten du, eta hazkunde-joera sendotzen du. Joera horrek agerian uzten du Fundazioak bere ekintzen irismena zabaltzeko eta bere ingurunean gero eta balio handiagoa sortzeko duen gaitasuna.

2024an Athletic Club Fundazioak jasotako finantzaketa-euro bakoitzeko 3,5 euroko eragina sortzen bazituen, 2025ean eragin hori 3,78 eurora iritsi da euro bakoitzeko: urtez urte, gure gizarte konpromisoaren irismena handituz doa.

GIZARTE-INPAKTUA. FUTBOLA DENA DA FUTBOLA DENA EZ DENEAN

Gizarte Balio Integratuaren kalkuluak Fundazioaren jardueraren eta hornitzaileekiko harremanaren bidez sortutako eta mobilizatutako balio ekonomikoa hartzen du kontuan, baita hezkuntzaren, inklusioaren, osasunaren, kirolaren edo komunitate-garapenaren arloetan garatutako ekimenen ondoriozko gizarte-inpaktua ere. Bi faktoreen baturak Athletic Club Fundazioak gizarteari egiten dion benetako ekarpenaren ikuspegi globala eskaintzen du.

Bi txostenetan bereziki nabarmentzen dira osasunarekin, kirolarekin, ingurumenarekin eta Hitzartutako Klub sareari emandako laguntzarekin lotutako ekimenak, Fundazioaren jardueraren oinarritzko zutabeak baitira. Izan ere, futbola dena da futbola dena ez denean.

DATU EGIAZTAGARRIETAN OINARRITUTAKO KUDEAKETA PROFESIONALA

Txosten hauek argitaratuta, Athletic Club Fundazioa kirolaren arloko erakunde aurreratuenean artean kokatzen da inpaktuari neurketari, jasangarritasunari eta gobernu onari dagokienez. Era berean, datu egiaztagarrietan oinarritutako kudeaketa profesionalarekiko konpromisoa indartzen dute. Horri esker, erabakiak hartzeko prozesuak hobetu eta gizarteari bere gizarte-lanaren benetako irismenari buruzko informazio argia, objektiboa eta egiaztatua eskaintzeko aukera dago.

Zifretatik harago, txostenek agerian uzten dute sortutako inpaktuarien zati handi bat inklusioan, ongizatean, gizarte-kohesioan eta garapen pertsonalerako aukeretan izandako hobekuntzetan gauzatzen dela. Horrela, Athletic Club Fundazioak komunitate osoarentzat balioa sortzeko duen xedea sendotzen du.

INFORMES DE SOSTENIBILIDAD 2024 Y 2025: DE 21 M€ EN 2024 A 24 M€ DE VALOR SOCIAL DE FUNDAZIOA EN 2025

Durante esta pasada temporada, la Fundación Athletic Club ha reafirmado su compromiso con la transparencia, la rendición de cuentas y la profesionalización de su actividad y ha realizado dos informes de sostenibilidad, referidos a los años 2024 y 2025. El primero se publicó en noviembre de 2025 y, el segundo, publicado en septiembre de 2026, es el que recoge los datos del año 2025.

Se trata de informes elaborados por la consultora externa LKS Next, bajo la metodología de la Contabilidad Social y suponen un paso adelante en la medición rigurosa del impacto social generado por la entidad, incorporando herramientas avanzadas que permiten evaluar no solo la actividad económica, sino también el valor que la Fundación aporta a la sociedad.

De esta manera, ambos informes refuerzan el compromiso de Fundazioa con la transparencia, la rendición de cuentas y la mejora continua.

VALOR SOCIAL DE FUNDAZIOA: DE 21 M€ EN 2024 A 24 M€ EN 2025

El primero de los informes concluía que la Fundación Athletic Club había generado durante 2024 un Valor Social Integrado de alrededor de 21 millones de euros. En el Informe de Sostenibilidad de 2025, la cifra asciende hasta los 24 millones de euros, mostrando una clara evolución positiva respecto al ejercicio anterior y consolidando una tendencia de crecimiento que evidencia la capacidad de la Fundación para ampliar el alcance de sus acciones y generar un valor cada vez más relevante para su entorno.

Si en el 2024 fueron 3,5€ los que distribuía Athletic Club Fundazioa por cada euro de financiación recibido, en 2025 el

impacto llega hasta los 3,78€ por cada euro: año a año ampliando el alcance de nuestro compromiso social.

IMPACTO SOCIAL. EL FÚTBOL ES TODO CUANDO NO TODO ES FÚTBOL

El cálculo del Valor Social Integrado contempla tanto el valor económico generado y movilizado a través de la actividad de la Fundación y su relación con proveedores, como el impacto social derivado de iniciativas desarrolladas en ámbitos como la educación, la inclusión, la salud, el deporte o el desarrollo comunitario. La suma de ambos factores ofrece una visión global de la contribución real de Athletic Club Fundazioa a la sociedad.

En ambos informes destacan especialmente las iniciativas relacionadas con la salud, el deporte, el medioambiente y el apoyo a la red de Clubes Convenidos, pilares fundamentales de la actividad de la Fundación. Porque el fútbol es todo cuando no todo es fútbol.

GESTIÓN PROFESIONAL BASADA EN DATOS VERIFICABLES

La publicación de estos informes sitúa a la Fundación Athletic Club entre las organizaciones más avanzadas del ámbito deportivo en materia de medición de impacto, sostenibilidad y buen gobierno. Asimismo, refuerzan su compromiso con una gestión profesional, basada en datos verificables, que permite mejorar la toma de decisiones y ofrecer a la sociedad información clara, objetiva y contrastada sobre el alcance real de su labor social.

Más allá de las cifras, los informes ponen de manifiesto que gran parte del impacto generado se traduce en mejoras en la inclusión, el bienestar, la cohesión social y las oportunidades de desarrollo personal, consolidando la misión de la Fundación Athletic Club de generar valor para toda la comunidad.



ATHLETIC FUNDAZIOAK ENPRESA GEHIAGO BATZEN JARRAITZEN DU

Athletic Fundazioak erreferente izaten jarraitzen du hazkunde ekonomikoak eta gizarte-konpromisoak elkarrekin aurrera egin behar dutela uste duten enpresentzat.

Enpresek aldaketaren eragile gisa duten zereginaren garrantzia inoiz baino argiago duten testuinguru honetan, gero eta erakunde gehiagok bilatzen dute beren inguruan eraginpositiboa eta iraunkorra sortzea. Athletic Fundazioak benetako protagonismoa hartzen du, enpresek konpromiso hori pertsonen bizi kalitatea hobetuko duten eta Bizkaiko gizarte-sarea indartuko duten benetako proiektu bihurtzeko asmoa egia bihur dezaten.

Athletic eta bere armariaren indarra kirol-erakunde hutsa baino askoz gehiago dira. Bizkaian sakon errotutako erakundea da, gizartea mobilizatzeko, inspiratzeko eta eraldatzeko gaitasun aparta duena. Horregatik, Klubak Fundazioaren presentzia ingurunean handitzeko apustua sendotzen jarraitzen du, bi helburu nagusirekin: batetik, Fundazioak egiten duen lan bikaina eta sortzen duen eragina ezagutaraztea; eta, bestetik, erakunde, enpresa eta instituzio berriak konbentzitzea elkarrekin ondare iraunkorra eta mundu hobea eraiki ditzakegula.

Aurreko denboraldian zehar, Fundazioak goi-mailako hogeikitaldi baino gehiagotan parte hartu zuen, lan guztia pasioz zabaltzeko. Era berean, hamar ekitalditik

gora antolatu zituen, bere proiektuen gizarte-eragin handia eta hori posible egiten duten pertsona guztien -Athleticen taldeko kideen, boluntarioen, senideen eta erabiltzaileen- lana balioan jartzeko.

Ahalegin horren bidez, gero eta gehiago dira indarrak batzearen eta helburu komun hori lortzen laguntzearen alde egiten duten tokiko enpresak. Adibidez, Arteche sartu berri da, nazioarte mailan bere sektorean liderra den enpresa, baina tokiko konpromiso handia duena. Beraz, Fundazioaren proiektuarekin bat egin du.

Hala, 2025/26 denboraldian, Fundazioak presentzia handiagoa izan zuen enpresa-esparruan, lankidetzaren formula berriak bultzatuz eta etorkizuneko ikuspegi bera duten enpresekiko harremanak indartuz. Hazkunde horrek Fundazioaren finantzaketa-gaitasuna handitzeaz gain, jarduteko gaitasuna ere gehitzen du, eta pertsona gehiagorengana iristea, proiektu berriak garatzea eta Bizkaiko gizarte-erronkei anbizio handiagoz erantzutea ahalbidetzen du.

Ikuspegi partekatu horren ondorioz, itunak egiten dira, eta, horiei esker, gizarteratze-, hezkuntza-, aukeraberdintasun-, osasun-, kirol- eta gizarte-kohesio-programak gara daitezke, eta ekimenen irismena biderkatu egiten da, erakunde publiko, pribatu eta sozialen baterako konpromisoari esker.

LA FUNDACIÓN ATHLETIC SIGUE SUMANDO EMPRESAS

La Fundación Athletic continúa consolidándose como un referente para aquellas empresas que entienden que el crecimiento económico y el compromiso social deben avanzar de forma conjunta.

En un contexto en el que las empresas entienden más que nunca la importancia de su rol como agente de cambio, son cada vez más las organizaciones que buscan generar un impacto positivo y duradero en su entorno. La Fundación Athletic adquiere un protagonismo real como agente que posibilite a las empresas hacer realidad su propósito de convertir ese compromiso en proyectos reales que mejoren la calidad de vida de las personas y fortalezcan el tejido social de Bizkaia.

El Athletic y el poder de su escudo es mucho más que una entidad deportiva. Se trata de una institución profundamente arraigada a Bizkaia y con una capacidad infinita de movilizar, inspirar e impactar en la sociedad. Es por ello por lo que, desde el Club, se sigue fortaleciendo la apuesta por seguir ampliando la presencia de la Fundación en el entorno, con un doble objetivo: en primer lugar, dar a conocer su gran labor e impacto, y, en segundo lugar, convencer a nuevas organizaciones/empresas/instituciones de que juntos podemos construir un legado y un mundo mejor.

A lo largo de la pasada temporada, la Fundación estuvo presente en más de veinte eventos de altura transfiriendo con pasión toda su labor, y a su vez, organizó más de diez eventos que sirvieron como altavoz para poner en valor el gran impacto social de sus proyectos, así como la gran labor que realizan

todas las personas (miembros del equipo Athletic, voluntarios, familiares, usuarios...) que hacen posible que eso suceda.

Mediante este esfuerzo, cada vez son más las empresas locales que apuestan por sumar fuerzas y contribuir a ese propósito común. Sirva como ejemplo, la incorporación de Arteche, empresa líder en su sector a nivel internacional, pero con gran compromiso local y que se suma al proyecto de Fundación.

Así, durante la temporada 2025/26, la Fundación intensificó su presencia en el ámbito empresarial mediante el impulso de nuevas fórmulas de colaboración y el fortalecimiento de las relaciones con empresas que comparten una misma visión de futuro. Este crecimiento no solo incrementa la capacidad de financiación de la Fundación, sino que amplía su capacidad de actuación, permitiendo llegar a más personas, desarrollar nuevos proyectos y responder a los retos sociales de Bizkaia con mayor ambición.

Esta visión compartida se traduce en alianzas que permiten desarrollar programas de inclusión, educación, igualdad de oportunidades, salud, deporte y cohesión social, multiplicando el alcance de las iniciativas gracias al compromiso conjunto de entidades públicas, privadas y sociales.

Seguir fortaleciendo esta red de alianzas constituye uno de los principales retos estratégicos del Club. Porque cuando empresas, instituciones y sociedad civil unen esfuerzos alrededor de los valores del Athletic, el impacto trasciende cualquier colaboración individual.



EUSKARAREKIKO ATXIKIMENDUA AREAGOTU DA

Euskararen Plan Estrategikoa beste bi urtez luzatzea erabaki zuen Athleticeko Euskara Batzordeak, eta horregatik 2025/26 denboraldi osoan orain arteko erronken baitan jarraitu zen lanean. Lau erronka ditu Athleticeko Euskararen Plan Estrategikoak, eta horien baitan hainbat ekintza martxan jarri edo bideratu ziren.

LANGILEEN EUSKARAREN EZAGUTZA ETA ULERMENA HANDITZEA

- Azken denboraldian San Mameseko langileentzat mintzasaioak jarri ziren berriz martxan.

ERAKUNDEAN EUSKARAREN ERABILERA HANDITZEA

- Bazkideentzako arreta eta gizarte arloko lantaldeetan eguneroko hizkuntza praktiketarik abiatuta, euskararen erabilerari buruzko hausnarketa egin eta lehentasunak adostu ziren.

ATHLETICEN BARRUKO ZEIN KANPOKO PERTSONEK EUSKARAREKIKO ATXIKIMENDUA AREAGOTZEA

- Euskararen astea antolatu zen lehen aldiz Athleticen. Honen baitan, besteak beste, langile guztiei euskarari lotutako pilulak bidali zitzaizkien, bazkideei Athleticen harremanetarako hizkuntza euskarara aukeratzeko gonbidapena bidali zitzaien eta

hitzartutako klub guztiei Athleticeko harrera hiztegia bidali zitzaien.

- Athleticek Korrikaren 24. edizioan parte hartze handia izan zuen (langileen kilometroa, Zuzendaritza-Batzordearen kilometroa, eta Jose Angel Iribarri omenezko aldian egin zion antolakuntzak...).

EUSKARA PLANA ATHLETICEKO EGITURAN TXERTATZEA

- Athleticeko Hizkuntza Politika sail gehienetan aurkeztu zen (AC Fundazioan eta Negozio, Digitala, Legedia, Finantza eta Komunikazio sailetan) eta ezartzen hasteko lehen urratsak egin ziren. Horren adibide da athletic-zaleekin eta, oro har, herritarrekin, harremana izango duten enpresek kontratatzeko lizitazio handietan lehen aldiz hizkuntza klausulak sartu izana.
- Lezaman euskara plana ezartzeko lantalde bat sortu zen.
- Athleticen lanean hasi ziren langile guztiei egin zitzaien harrera linguistikoa.
- Athleticeko euskara planari jarraipena egiteko adierazleak zehaztu ziren.

Azken denboraldian urrats sendoak eman ziren hizkuntza politikaren sozializazioan. Horrek ahalbidetuko du datozen denboraldietan estrategikoak izango diren lan ildoak identifikatu eta martxan jartzeko.



AUMENTA LA ADHESIÓN AL EUSKERA

La Comisión de Euskera del Athletic decidió prorrogar dos años más el Plan Estratégico del Euskera, por lo que durante toda la temporada 2025/26 se siguió trabajando en el marco de los retos hasta ahora planteados. Cuatro son los retos a los que se enfrenta el Plan Estratégico del Euskera del Athletic, dentro del cual se pusieron en marcha o se orientaron diversas acciones.

AUMENTAR EL CONOCIMIENTO Y LA COMPRENSIÓN DEL EUSKERA DE LOS TRABAJADORES

- En la última temporada se reactivaron las sesiones prácticas para la plantilla de empleados de San Mamés.

AUMENTAR EL USO DEL EUSKERA EN LA INSTITUCIÓN

- A partir de las prácticas lingüísticas cotidianas en los grupos de trabajo sociales y de atención al socio y a la socia, se reflexionó sobre el uso del euskera y se acordaron las prioridades.

AUMENTAR LA ADHESIÓN AL EUSKERA DE PERSONAS TANTO DE DENTRO COMO DE FUERA DEL ATHLETIC

- Se organizó por primera vez la semana del euskera en el Athletic. En este marco, entre otras cuestiones, se enviaron píldoras relacionadas con el euskera a todos los trabajadores, se invitó a los/as socios/as a elegir el euskera como lengua de contacto del Athletic y se envió el diccionario de acogida del Athletic a todos los clubes convenidos.

- El Athletic tuvo una gran participación en la 24ª edición de la Korrika (kilómetro de la plantilla, kilómetro de la Junta Directiva y homenaje a José Ángel Iribar a cargo de la organización...).

INTEGRAR EL PLAN DE EUSKERA EN LA ESTRUCTURA DEL ATHLETIC

- Se presentó en la mayoría de los departamentos la Política Lingüística del Athletic (Fundación AC y departamentos de Negocio, Digital, Legal, Finanzas y Comunicación) y se dieron los primeros pasos para su implantación. Un ejemplo de ello es la introducción por primera vez de cláusulas lingüísticas en grandes licitaciones para contratar a empresas que vayan a tener contacto con aficionados al Athletic y a la ciudadanía en general.
- Se creó un grupo de trabajo para la implantación del plan de euskera en Lezama.
- Se hicieron recepciones bilingües a todo el personal que empezó a trabajar en el Athletic.
- Se definieron indicadores para el seguimiento del plan de euskera del Athletic.

En la última temporada se dieron pasos firmes en la socialización de la política lingüística. Ello permitirá identificar y poner en marcha líneas de trabajo estratégicas en las próximas temporadas.





“FUTBOLA DENA DA, DENA FUTBOLA EZ DENEAN”

2026an, Athletic Club Fundazioak komunikazio-plataforma berri bat aurkeztu du **“Futbola dena da, dena futbola ez denean”** lelopean. Kanpaina honek aurrerapauso garrantzitsua dakar Fundazioaren nortasuna sendotzeko eta gizartean duen posizionamendua indartzeko. Helburu nagusia futbola gizartea eraldatzeko, kultura sustatzeko eta inklusioa bultzatzeko tresna gisa duen balioa azpimarratzea izan da, kirola lehiatik eta emaitzetatik harago doala erakutsiz.

Ekimenaren abiapuntua ideia argi bat da: futbola kirola baino askoz gehiago dela. Topagunea da, hizkuntza unitertsala eta inklusioa, kultura eta komunitatea sortzeko gaitasuna duen elementua.

Kanpainaren pieza nagusia Athleticeen komunitatearen aniztasuna ordezkatzeko duten benetako pertsonen osatzen dute: gizarte- eta kultura-proiektuetako parte-hartzaileek, mugikortasun urriko gazteek, Athletic Genuine taldeko kideek, zaleek, eta Klubeko jokalariek zein ikurrek, hala nola Iñaki Williams, Bibi Schulze eta Jose Angel Iribarrek.

Ekimena Fundazioaren jardura definitzen duten hiru ardatz estrategikoren inguruan egituratzen da: **komunitatea, inklusioa eta kultura**. Ardatz horien bidez, Fundazioaren proiektuek sortzen duten eragina azaltzen da, eta haren gizarte-lanari ikusgarritasun handiagoa ematen zaio.

Markaren ikuspegitik, kanpainak Athletic Club Fundazioaren posizionamendua indartzen laguntzen du, hurbileko, konprometitutako eta nortasun propioa duen erakunde gisa. Era berean, Athletic Cluben balioekin eta **“Unique in the World”** kontzeptuarekin duen lotura sendotzen du, pertsonengan eta ingurunearekiko konpromisoan oinarritutako irudi koherentea proiektatuz.

Azken batean, kanpaina honek ez du soilik Fundazioak egiten duena erakusten; zergatik egiten duen eta zein den haren xedea ere azaltzen du. Ikuspegi horri esker, Fundazioaren ezagutza areagotzen, haren ospea sendotzen eta futbola gizartea eraldatzeko tresna gisa erabiltzen duten erakundearen artean erreferente gisa finkatzen laguntzen ari da.

“EL FÚTBOL ES TODO CUANDO NO TODO ES FÚTBOL”

La Fundación Athletic Club ha lanzado en 2026 una nueva plataforma de comunicación bajo el lema **“El fútbol es todo cuando no todo es fútbol”**, una campaña que supone un importante paso adelante en la consolidación de su identidad y posicionamiento social. Su objetivo principal ha sido poner en valor el papel del fútbol como herramienta de transformación social, cultural e inclusiva, reforzando la idea de que el deporte va mucho más allá de la competición y los resultados.

La iniciativa nace con el objetivo de recordar que el fútbol es mucho más que un deporte: es un espacio de encuentro, un lenguaje común y un elemento capaz de generar inclusión, cultura y comunidad.

La pieza principal de la campaña está protagonizada por personas reales que representan la diversidad de la comunidad athleticale: participantes de proyectos sociales y culturales, jóvenes con movilidad reducida, integrantes del Athletic Genuine, aficionados y aficionadas, además de jugadores y leyendas del Club como Iñaki Williams, Bibi Schulze o José Ángel Iribar.

La iniciativa se articula en torno a tres pilares estratégicos que definen la actividad de la Fundación: **comunidad, inclusión y cultura**. A través de ellos se explica el impacto que generan sus proyectos y se da mayor visibilidad a su labor social.

Desde el punto de vista de marca, la campaña está contribuyendo a reforzar el posicionamiento de la Fundación Athletic Club como una entidad cercana, comprometida y con identidad propia. Además, fortalece su vinculación con los valores del Athletic Club y con el concepto de **“Unique in the World”**, proyectando una imagen coherente basada en el compromiso con las personas y el entorno.

En definitiva, esta campaña no solo comunica lo que hace la Fundación, sino que explica por qué lo hace y cuál es su propósito. Gracias a este enfoque, está ayudando a aumentar su notoriedad, reforzar su reputación y consolidarla como un referente en el uso del fútbol como herramienta de transformación social.



KULTURA, GIZARTEAREN ZERBITZURA

Athletic Club Fundazioak kulturarekin duen konpromisoa sendotzen jarraitzen du, gizartea eraldatzeko tresna ahaltsua baita, herritar guztientzako topaketa-, gogoeta- eta ikaskuntza-guneak sortzeko gai dena. Bertsoderbia, Thinking Football Film Festival edo Letrak eta Futbola proiektuen bidez, erakundeak futbolak kirol esparrua gaindi dezakeela erakusten du, kulturaren sustapena, gizartearen kohesioa eta balioen transmiziorako tresna bihurtzeko.

Apustu hori Fundazioaren kultura-estrategiaren parte da, kultura pentsamendu kritikoa sustatzeko, talde-nortasuna indartzeko eta belaunaldi, sentsibiltate eta jatorri desberdinetako pertsonen arteko elkarriketa bultzatzeko tresnatzat hartzen baitu. Hori dela bide, proiektu horietako bakoitzak kirolaren eta gizartearen arteko harremanari buruzko ikuspegi desberdina eskaintzen du.

Testuinguru horretan, Bertsoderbiak 2026an ospatu zuen bere hogeita bosgarren edizioa, eta munduan futbolarekin lotutako kultur ekimen berezietako bat dela

berretsi zuen. Ekitaldiak Athletic Clubekin eta Realarekin lotura duten bertsolariak bildu zituen, ahozko tradizioa, sormena eta kirol lehia uztartzen dituen formatuan, errespetutik eta elkarbizitzatik abiatuta. Bertsolaritza publiko berrietara hurbiltzeko aukera ematen du ekimenak, eta euskara sorkuntzarako eta komunikaziorako hizkuntza gisa sustatzen laguntzen du.

Bestalde, 2025eko edizioan, Thinking Football Film Festivalek zinemak futbolaren bidez gizarte-errealitatea aztertzekeo tresna gisa duen ahalmena erakutsi zuen. Jaialdiaren hamahirugarren edizioan, zazpi egunez, sei herrialdeetatik iritsitako hamaika film luze, bi film ertain eta lau film labur programatu ziren. Hori dela eta, Bilbo futbol-kulturaren nazioarteko topagune bihurtu zen. Proiektzioekin batera, solasaldiak eta topaketak izan ziren futbol eta kultura munduko zuzendari, gidoilari eta pertsona ospetsuekin, eta eztabaida eta ideien trukea bultzatu zen publikoarekin. Bi mila pertsona baino gehiago bertaratu ziren aste osoan zehar.

LA CULTURA COMO HERRAMIENTA SOCIAL

La Fundación Athletic Club continúa consolidando su compromiso con la cultura como una poderosa herramienta de transformación social, capaz de generar espacios de encuentro, reflexión y aprendizaje para toda la ciudadanía. A través de proyectos como Bertsoderbia, Thinking Football Film Festival o Letras y Fútbol, la entidad demuestra que el fútbol puede trascender el ámbito deportivo para convertirse en un vehículo de promoción cultural, cohesión social y transmisión de valores.

Esta apuesta forma parte de la estrategia cultural de la Fundación, que entiende la cultura como un instrumento para fomentar el pensamiento crítico, fortalecer la identidad colectiva y favorecer el diálogo entre personas de diferentes generaciones, sensibilidades y procedencias. Bajo esta premisa, cada uno de estos proyectos ofrece una perspectiva distinta sobre la relación entre el deporte y la sociedad.

En este contexto, Bertsoderbia celebró en 2026 su vigésimo quinta edición, consolidándose como una de las

iniciativas culturales más singulares vinculadas al fútbol en el mundo. El evento reunió a bertsolaris vinculados al Athletic Club y la Real Sociedad en un formato que combina tradición oral, creatividad y rivalidad deportiva desde el respeto y la convivencia. La iniciativa permite acercar el bertsolarismo a nuevos públicos y contribuye activamente a la promoción del euskera como lengua de creación y comunicación.

Por su parte, en su edición de 2025 Thinking Football Film Festival volvió a demostrar el potencial del cine como herramienta para analizar la realidad social a través del fútbol. La decimotercera edición del festival programó durante siete días un total de once largometrajes, dos medietrajes y cuatro cortometrajes procedentes de seis países, consolidando a Bilbao como punto de encuentro internacional para la cultura futbolística. Las proyecciones estuvieron acompañadas por coloquios y encuentros con directores, guionistas y destacadas personalidades del mundo del fútbol y la cultura, favoreciendo el debate y el intercambio de

Bere dimentsio zinematografikotik harago, Thinking Football ekimenak gizarte orientazio nabarmena du. Zinemaldiak ikastetxeetarako saio zehatzak gehitzen ditu, eta zinema baliabide pedagogiko gisa erabiltzen du hainbat gai jorratzeko, hala nola genero-berdintasuna, giza eskubideak, inklusioa, aniztasuna eta osasun mentala. Horrela, futbola abiapuntu bihurtzen da gizarte garaikideari zuzenean eragiten dioten gaiei buruz hausnartzeko.

Filosofia berak inspiratzen du Letrak eta Futbola, San Mames idazleen, kazetarien, musikarien, sortzaileen eta zaleen arteko elkarrizketa gune bihurtzen duen jaialdia. Hamazazpigarren edizioak kultur panoramako pertsona ezagunak bildu zituen hainbat jardunalditan, hala nola Irvine Welsh, Enrique Vila-Matas, David Trueba, Amets Arzallus, Marta San Miguel, Javier Aznar edo Diego Ibañez. Jaialdiak proposatutako elkarrizketetan literaturarekin, identitatearekin, memoriarekin, umorearekin, arte-sorkuntzarekin eta kirolaren gizarte-eginkizunarekin lotutako gaiak jorratu ziren. Horiek guztiek futbolak kontakizun partekatutak sortzeko eta hainbat kultur adierazpenen arteko topagune izateko duen gaitasuna izan zuten ardatz.

Letrak eta Futbolaren irismena aparteko ibilbide batean islatzen da: sortu zenetik, 190 egilek, kazetarik, idazlek eta sortzailek baino gehiagok parte hartu dute beren jardueretan, eta Estatuko erreferentzia bihurtu da kirolari lotutako kultura-hausnarketaren esparruan.

Era berean, 2026ko edizioak hezkuntza-zentroei zuzendutako jarduerak eta argitalpen berri baten aurkezpena ere hartu zituen barne. Athletic Club Fundazioak doan banatuko du argitalpena hezkuntza-zentroetan. 'Boise. Diasporako hiru ipuin' liburua da, Nerea Ibarzabalek, Onintza Enbeitak eta Xabi Payak idatzia; gazteenen artean irakurzaletasuna, literatur sorkuntza eta kulturaren hedapena sustatzeko konpromisoa indartzen da helburua.

Oro har, Bertsoderbia, Thinking Football Film Festival eta Letrak eta Futbola ekimenek kultura ulertzeko hiru modu osagarri ordezkatzan dituzte: hitz inprobisatuaren bidez, zinema-irudiaren bidez eta literaturaren zein pentsamenduaren bidez. Hiru ekimenek helburu bera partekatzen dute: kultura erabiltzea gizarte kritikoagoa, irekiagoa eta parte-hartzaileagoa eraikitzeko.



con el público, más de dos mil personas a lo largo de toda la semana.

Más allá de su dimensión cinematográfica, Thinking Football mantiene una marcada orientación social. El festival incorpora sesiones específicas para centros educativos y utiliza el cine como recurso pedagógico para abordar temas como la igualdad de género, los derechos humanos, la inclusión, la diversidad o la salud mental. De este modo, el fútbol se convierte en un punto de partida para reflexionar sobre cuestiones que afectan directamente a la sociedad contemporánea.

La misma filosofía inspira Letras y Fútbol, un festival que transforma San Mamés en un espacio de conversación entre escritores, periodistas, músicos, creadores y aficionados. La decimoséptima edición reunió durante varias jornadas a reconocidas figuras del panorama cultural como Irvine Welsh, Enrique Vila-Matas, David Trueba, Amets Arzallus, Marta San Miguel, Javier Aznar o Diego Ibañez. Las conversaciones propuestas por el festival abordaron cuestiones relacionadas con la literatura, la identidad, la memoria, el humor, la creación artística y el papel social del deporte. Todas ellas tuvieron como hilo conductor la capacidad

del fútbol para generar relatos compartidos y servir como punto de encuentro entre diferentes expresiones culturales.

El alcance de Letras y Fútbol queda reflejado en una trayectoria excepcional: desde su creación han participado en sus actividades más de 190 autores, periodistas, escritores y creadores, convirtiéndolo en una referencia estatal en el ámbito de la reflexión cultural vinculada al deporte.

Asimismo, la edición de 2026 incorporó actividades dirigidas a centros educativos y la presentación de una nueva publicación que la Fundación Athletic Club repartirá en centros educativos de manera gratuita. Se trata del libro 'Boise. Diasporako hiru ipuin', escrito por Nerea Ibarzabal, Onintza Enbeita y Xabi Paya, reforzando así su compromiso con la promoción de la lectura, la creación literaria y la divulgación cultural entre los más jóvenes.

En conjunto, Bertsoderbia, Thinking Football Film Festival y Letras y Fútbol representan tres formas complementarias de entender la cultura: desde la palabra improvisada, desde la imagen cinematográfica y desde la literatura y el pensamiento. Las tres iniciativas comparten un mismo objetivo: utilizar la cultura para construir una sociedad más crítica, abierta y participativa.



GARRANTZITSUA DENA DEFENDATZEN DUGU: HAURTZAROA JOKOAN

2025/26 denboraldia ATERPErentzat, Athletic Clubeko Haurrak eta Nerabeak Babesteko Programarentzat, bere jarduera-ildoetan aurrera egiteko eta indartzeko aroa izan zen. Aldi horretan, espazio seguruak eta babesleak sustatzeko ekimenak eta tresnak garatzen jarraitu zen, gure haur guztien zaintza oinarrituta, eta kirol-eremua azpimarratuz. Klubari lotutako arloetako profesionalen zuzendutako prestakuntza-ekintzak egin ziren, babesaren kultura indartzen jarraitzeko. Horrekin batera, jokalariek guztiei haurren aurkako indarkeriaren arloko prestakuntza eman zitzaion, ondo sentiarazten ez zituzten egoerarik ba ote zegoen aitor zezaten.

ATERPEk infografiak diseinatu eta jarri zituen Lezamako kirol instalazioetan, langileei, jokalariei eta bisitariei zuzenduta, haurrak babesteko kultura sustatzeko, haurren eta nerabeen kirol-jardueraren inguruko eragile guztiak sentsibilizatuz.

Lan horren barruan, esparru akademikoko eta kirolko erakundeekiko lankidetzak bultzatu zituzten. Ekintza horien artean, 'Durango Babesgune' programaren barruko jardunaldi batean parte hartu izana nabarmendu zuen, kirol-guneetan egon daitezkeen arrisku-egoeren aurrean prebentzioan eta esku-hartzean oinarritutako ekimena.

Haurren Munduko Eguna zela eta, Athletic Clubek ekintza sinboliko eta kolektiboa egin zuen haurren eskubideen defentsarekin duen konpromisoa ikusarazteko. Klubaren talde guztiek, harrobitik hasi eta lehen taldeetaraino, 'Garrantzitsua dena defendatzen dugu, haurtzaroa jokoan' lelodun besokoa erabili zuten lehiaketetan.

DEFENDEMOS LO QUE IMPORTA: LA INFANCIA EN JUEGO

La temporada 2025/26 supuso para ATERPE, el programa de Protección a la Infancia y la Adolescencia del Athletic Club, una etapa de avance y fortalecimiento de sus líneas de actuación. Durante este periodo se siguieron desarrollando iniciativas y herramientas destinadas a promover espacios seguros y protectores, basados en el cuidado de todos y todas nuestros niños y niñas, haciendo hincapié en el ámbito deportivo. Se llevaron a cabo acciones formativas dirigidas a los profesionales de las distintas áreas vinculadas al Club, con el fin de seguir reforzando la cultura de la protección. Junto a ello, se formó a todos los jugadores y jugadoras en materia de violencia contra la infancia, con el objetivo de que reconociesen si existían situaciones que no les hacían sentir bien.

Desde ATERPE, se diseñaron e instalaron infografías en las instalaciones de Lezama dirigidas a personal, jugadores/as y visitantes, con el objetivo de promover la cultura de la protección a la infancia, sensibilizando a todos los agentes que rodean la práctica deportiva de niños, niñas y adolescentes. Dentro de esta misma labor, se impulsó la colaboración con entidades del ámbito académico y deportivo. Entre estas acciones destacó la participación en una jornada enmarcada en el programa 'Durango Babesgune', una iniciativa enfocada en la prevención y la intervención ante posibles situaciones de riesgo en espacios deportivos.

Con motivo del Día Mundial de la Infancia, el Athletic llevó a cabo una acción simbólica y colectiva para visibilizar su compromiso con la defensa de los derechos de la infancia. Todos los equipos del Club, desde la cantera hasta los primeros equipos, participaron en sus competiciones con un brazalete con el lema 'Garrantzitsua dena defendatzen dugu, haurtzaroa jokoan' / 'Defendemos lo que importa, la infancia en juego'.



BI MILA LAGUN ATHLETIC MARTXAN

Bi mila pertsona inguruk hartu zuten parte Athletic Martxaren hirugarren edizioan 2026ko ekainaren 14an, Lezama eta San Mames arteko hiru ibilbideen artean, Athletic Club Fundazioak antolatutako kirol eta familia ekimen hau sendotuz. Pertsonak batzeko eta kirolaz, komunitateaz eta ongizateaz ingurune paregabe batean goatzeko pentsatutako jardunaldia izan zen.

Goiza giro ezin hobean hasi zen. Julen Axpek bertso batekin eman zion hasiera martxari, eta ondoren ia mila parte-hartzaile ausartek beroari aurre egin zioten Lezama eta San Mamesen arteko 14,7 kilometroak osatzeko. Artxandako gainean, Athletic Martxara bigarren taldea batu zen; hirugarrena, berriz, Salve zubiaren parean, Guggenheim Museoren ondoan. San Mameseko zabaldegiak eman zion amaiera ezin hobea mendi-zaletasuna eta familia-giroa uztartu zituen jardunaldiari. Iribarren estatuaren inguruan jolasak, puzgarriak eta jolaserako ateak zain zeuden parte-hartzaileentzat, ibilaldia modu atseginean amaitzeko. Martxa arautu eta lehiarik gabeak parte-hartzaile guztiek beren erritmoan egiteko moduan diseinatu zen, bakoitzaren egoera fisikoa edozein izanik ere.

DOS MIL PERSONAS EN ATHLETIC MARTXA

Cerca de dos mil personas tomaron parte en la tercera edición de la Athletic Martxa el 14 de junio de 2026, entre sus tres recorridos, entre Lezama y San Mamés, consolidando esta iniciativa deportiva y familiar organizada por la Fundación Athletic Club. Fue una jornada pensada para unir personas y disfrutar del deporte, la comunidad y el bienestar en un entorno inigualable.

La mañana amaneció animada, con Julen Axpe dando el pistoletazo de salida a la caminata con un bertso. A continuación, cerca de mil valientes desafiaron al calor para completar el recorrido completo: los 14,7 kilómetros que separan Lezama y San Mamés. En el alto de Artxanda se unió a la Athletic Martxa el segundo grupo de participantes y, el tercero, ya lo hizo a la altura del puente de La Salve, junto al Guggenheim Museoa. La explanada de San Mamés puso la guinda a una caminata tan mendizale como familiar. Junto a la estatua de Iribar, esperaban juegos, hinchables, porterías para jugar... para rematar la travesía de la mejor manera posible. La marcha regulada y no competitiva tuvo un trayecto diseñado para que todo el mundo pudiera participar a su ritmo, independientemente de su nivel de condición física.

ADISKIDETASUNA ETA BALIOAK HEDATU ZIREN CHAMPIONSEN

#FollowSomethingUnique lelopean, Athletic Club Fundazioak gizarte-ekimen bat bultzatu zuen UEFA Champions Leagueko liga faseko kanpoko partidak baliatuz, erakundea bereizten duten balioak nazioartean zabaltzeko: errespetua, bizikidetzatza, nortasuna, aniztasuna eta kiroltasuna. Kirol-emaiztatik harago, bidaia bakoitza zaleen arteko loturak estutzeko eta futbola topagune eta adiskidetasunerako espazio ere izan daitekeela erakusteko aukera bihurtu zen.

Ekimena denboraldiko Europako lau joan-etorrietan garatu zen, **Dortmunden, Newcastlen, Bergamon eta Pragan** egindako jarduerekin, talde aurkariaren eta tokiko agintarien erabateko parte-hartzearekin.

Helmuga bakoitzean, **Walking Football** partida bat antolatu zen Athletic Clubeko eta etxeko taldeko zaleen artean, parte-hartzea, kultura-trukea eta herrialde desberdinetako jarraitzaileen arteko bizikidetzatza sustatzeko. Topaketa horietan, gainera, Klubaren eta haren balioen enbaxadore izan ziren hainbat legenda zuri-gorrik parte hartu

zuten: **Carlos Gurpegui** Dortmunden, **Gontzal Suances** Newcastlen, **Gorka Iraizoz** Bergamon, eta **Gaizka Toquero** eta **Eli Ibarra** Pragan.

Topaketa bakoitzaren oroigarri iraunkor gisa, **Gernikako Arbolaren** kimu bat landatu zen, oroitzapenezko plaka batekin eta **“Aurkari gisa ezagutu genuen elkar, lagun gisa goaz”** mezuarekin batera. Esaldi horrek kanpaina osoa inspiratu zuen espiritua islatu zuen. Hori dela eta, Athletic Clubek aztarna ukigarria utzi zuen bisitatutako hiri bakoitzean, komunitateen arteko loturak sendotuz eta futbola ulertzeko modu berezia nazioartean zabalduz: zelaian lehiakorra, baina zelaitik kanpo errespetuan, adiskidetasunean eta partekatutako balioetan oinarritua.

Proposamenaren originaltasunak eta tradizioa, gizarte-partaidetza eta futbolaren kultura uztartzeko izan zuen gaitasunak oihartzun handia izan zuen estatuko zein nazioarteko hedabideetan. Horri esker, Athletic Cluben filosofiarenean irismena handitu zen, eta kirolaren bidez balioak sustatzeko erreferentziatzko erakunde.



UNA CHAMPIONS PARA SEMBRAR AMISTAD Y VALORES

Bajo el lema **#FollowSomethingUnique**, la Fundación Athletic Club impulsó durante los desplazamientos de la fase de liga de la UEFA Champions League una iniciativa social destinada a trasladar al ámbito internacional los valores que distinguen a la entidad: respeto, convivencia, identidad, diversidad y deportividad. Más allá del resultado deportivo, cada viaje se convirtió en una oportunidad para estrechar lazos entre aficiones y demostrar que el fútbol puede ser también un espacio de encuentro y amistad.

La iniciativa se desarrolló en los cuatro desplazamientos europeos de la temporada, con actividades celebradas en **Dortmund, Newcastle, Bérgamo y Praga**, con la plena participación del equipo rival y las autoridades locales.

En cada destino se organizó un partido de **Walking Football** entre aficionados y aficionadas del Athletic Club y del equipo anfitrión, favoreciendo la participación, el intercambio cultural y la convivencia entre seguidores de diferentes países. Estos encuentros contaron además con la presencia de leyendas rojiblancas que ejercieron como embajadoras del Club y de sus valores: **Carlos Gurpegui** en Dortmund,

Gontzal Suances en Newcastle, **Gorka Iraizoz** en Bérgamo, y **Gaizka Toquero** y **Eli Ibarra** en Praga.

Como símbolo permanente de cada encuentro, se llevó a cabo la plantación de un retoño del **Árbol de Gernika**, acompañado de una placa conmemorativa y del mensaje **“Vinimos como rivales y nos vamos como amigos”**, reflejo del espíritu que inspiró toda la campaña. De este modo, el Athletic Club dejó una huella tangible en cada ciudad visitada, fortaleciendo los vínculos entre comunidades y proyectando internacionalmente una manera singular de entender el fútbol: competitiva sobre el terreno de juego, pero basada en el respeto, la amistad y los valores compartidos fuera de él.

La originalidad de la propuesta y su capacidad para unir tradición, participación social y cultura futbolística generaron además una notable repercusión en medios de comunicación estatales e internacionales, amplificando el alcance de la filosofía del Athletic Club y contribuyendo a reforzar su reputación como una institución referente en la promoción de valores a través del deporte.



ATHLETICEK BRITAINIAR UHARTEKIN BAT EGIN DU

Athleticen nazioarteko markak gora egiten jarraitzen du. 2025/26 denboraldian zehar, hainbat ekimenen bidez, Klubak bere nazioarteko presentzia indartu eta bere balioak zale berrien artean ezagutarazi zituen, bereziki Britainiar Uharteetan. Denboraldiko kolaborazio deigarrienetako bat Galesko Newport Countyrekin batera egindako proiektua izan zen. Two League lehiaketan (Ingalaterrako Laugarren Maila) jokatzeko duten 'erbesteratuek' marra gorri eta zuriko kamiseta jantzi zuten iragan denboraldian bigarren ekipamenduko kamisetan, Newport hirira heldu ziren Gerra Zibileko 56 euskal haur errefuxiatuetan inspiratuta. Bertan Basque Boys FC izeneko futbol taldea osatu zuten. Kamisetak ospe handiko komunikabideen arreta erakarri zuen, hala nola The Athletic, BBC Wales eta Sky Sports News; izan ere, Galesko taldearen elastiko zuri-gorriari buruzko

erreportajeak argitaratu zituzten. Elkarlanari amaiera emateko, Eluned Morgan Galesko lehen ministro ohiak Ibaigane Jauregia bisitatu zuen, Euskadira egindako bidaia ofizialaren baitan.

Denboraldi egiten den bezala, Klubak Euskal Non-League Day ekimena Erresuma Batuko haren aitzindariarekin lotzea zuen helburu. Aurten, Klubak Sheffield FCrekin elkartu zen; futbol talde aktiboen artean munduko zaharrena da, haren sorrera 1857koa baita. Ingalaterran bizi den athleticzale talde batek, Mister Pentland Club peñakideek, Sheffieldera bidaiatu zuen Gorka Cubes orduko Athletic Clubeko Zuzendaritza-Batzordeko kidearekin batera, Sheffield FC eta Tadcaster FC taldeen arteko Non-League Day partida ikusteko.

Athletic Clubek 2025/26ko Champions Leaguen parte hartu izanak aukera eman zion Klubari bere baloreak oihartzun



EL ATHLETIC CONECTA CON LAS ISLAS BRITÁNICAS

La marca internacional del Athletic sigue creciendo. A lo largo de la temporada 2025/26 varias iniciativas permitieron al Club ampliar su alcance global y difundir sus valores entre nuevos aficionados, especialmente en las Islas Británicas. Una de las colaboraciones más llamativas de la temporada fue un proyecto conjunto con el club galés Newport County. Los 'exiles', que juegan en la League Two (Cuarta División inglesa), lucieron la temporada pasada una camiseta a rayas rojas y blancas como equipamiento de visitante, inspirada en los 56 niños vascos refugiados de la Guerra Civil que acabaron en la ciudad de Newport, donde formaron un equipo de fútbol llamado Basque Boys FC. La camiseta atrajo la atención de medios de comunicación de prestigio como The Athletic, BBC Wales y Sky Sports News, que publicaron reportajes sobre la elástica rojiblanca del

equipo galés. La colaboración culminó con la visita al Palacio de Ibaigane de la ex primera ministra galesa, Eluned Morgan, en el marco de un viaje oficial a Euskadi.

Al igual que cada temporada, el Club buscó vincular la iniciativa del Euskal Non-League Day con su predecesor en el Reino Unido. Este año, el club se asoció con el Sheffield FC, el equipo de fútbol en activo más antiguo del mundo, cuya existencia se remonta a 1857. Un grupo de athleticzales afincados en Inglaterra, pertenecientes a la peña Mister Pentland Club, viajó a Sheffield junto al entonces miembro de la Junta Directiva del Athletic Club, Gorka Cubes, para asistir al partido de Non-League Day que disputaron el Sheffield FC y el Tadcaster FC.

Por otro lado, la participación del Athletic Club en la Champions League 2025/26 ofreció al Club la oportunidad

handiz zabaltzeko. Europa osoko hainbat komunikabide ospetsuk, batez ere Erresuma Batukoak, talde zuri-gorriaren partidak aprobetxatu zituzten gure erakundearen historiari eta filosofiari buruzko erreportaje sakonak argitaratzeko.

Newcastle Uniteden aurka St. James' Parken jokaturako partidaren aurreko egunetan, Athletic Clubek BBC Sport, The Athletic, Sky Sports News, The Guardian eta The Rest is Football bezalako hedabideekin elkarlanean aritu zen, Klubaren balioek Erresuma Batuan oihartzun zabala izan zezaten partidaren aurreko egunetan. Esaterako, BBCk produkzio-talde bat bidali zuen Bilbora, Athletic Cluben arrakasta definitzen duten 'leialtasuna eta kideztza-sentimendua' ardatz zituen dokumental labur bat grabatzeko.

Gainera, Athleticen Komunikazio sailak *networking* ekitaldi pribatuak antolatu zituen San Mameseko kazetari bisitariekin Champions Leagueko liga faseko partiden bezperan, Arsenal FC eta PSG taldeen aurka. Bilera horietan, Klubeko hainbat sailen aurkezpenak egin ziren, hala nola Marketina eta Gizarte Arloa, eta aukera eman zen kazetariak ezagutzeko eremu tradizionaletatik kanpo, hala nola prentsa aretotik kanpo, baita Athleticen tradizioak eta balioak zuzenean azaltzeko ere. Saihoek harrera ona izan zuten nazioarteko erreportariaren artean, eta prentsan ere aipamenak jaso zituzten; esaterako, BBC Radio 5 Liven, Erresuma Batuko kirol-irratir nagusienean.



de dar a conocer sus valores a gran alcance. Varios medios de comunicación de prestigio de toda Europa, especialmente del Reino Unido, aprovecharon los partidos del equipo rojiblanco para publicar reportajes en profundidad sobre la historia y la filosofía de nuestra entidad.

En los días previos al enfrentamiento con el Newcastle United en St. James' Park, el Athletic colaboró con medios como BBC Sport, The Athletic, Sky Sports News, The Guardian y The Rest is Football para garantizar que los valores del Club recibieran una amplia cobertura en el Reino Unido en los días previos al partido. Por ejemplo, la BBC envió un equipo de producción a Bilbao para grabar un breve documental sobre la 'lealtad y el sentido de pertenencia' que definen el éxito del Athletic Club.

Además, el departamento de Comunicación del Athletic organizó eventos privados de *networking* con los periodistas visitantes en San Mamés la noche anterior a los encuentros de la fase de liga de la Champions League contra el Arsenal FC y el PSG. Estas reuniones incluyeron presentaciones de diferentes departamentos del Club, como Marketing y Area Social, y dieron la posibilidad de conocer a los periodistas fuera de ámbitos tradicionales como la sala de prensa, así como de explicarles de primera mano las tradiciones y los valores del Athletic. Las sesiones tuvieron una buena acogida entre los reporteros internacionales y recibieron menciones en la prensa, por ejemplo, en BBC Radio 5 Live, la emisora de radio deportiva más destacada del Reino Unido.



GARATHUZ: PRESTAKUNTZAREN BIDEZ IKASI ETA HAZI

Athleticentzat formakuntza ez da taktika eta teknika bakarrik. Ikastea da, haztea da.

Athletic Cluben formakuntza-eskaintza osatzea da, harrobiko talde bakoitzaren garapen egoerari esperientzia ezberdinak gehituz. Athletic harrobitik bizi dutenek zelai barruan zein kanpoan garatu behar dute.

2025/26 denboraldiari ekitean, aurreko denboraldietako lana errepasatu zenean, Garathuz prestakuntza osoko proiektuari buruz atera zen ondorioetako bat izan zen harre-ra ona eta sendotze-maila handia izan zituela, kontzeptuari zein edukiei zegokienez.

Programaren gauzatze-mailari dagokionez, 96 jarduera egin ziren eta talde bakoitzak batez beste ia zazpi jardueratan parte hartu zuen. Egia da denboraldi hasieran talde bakoitzeko hamar jarduerako programa osatzea zela asmoa, baina kalitatea kantitatearen aurretik jartzeko erabakia hartu zen, eta baliteke etorkizunean ere horixe izatea jarraituko den ildo.

Futbolari izateko bidea aberastu eta sendotzen duen programa da: jokalararen begirada zabaltzeak, gizartearekiko konpromisoa lantzeak eta pertsona gisa hazteak haren kirol-garapena ere elikatzen dutelako.

Jarduera horietako batean, Ohorezko Gazte Mailako eta emakumezkoen C taldeko jokalariek Katedralean bertatik bertara ezagutu zuten Athletic Cluben partida bat jokatu ahal izateko atzean dagoen lan guztia. Lezaman prestakuntza osoko prozesuaren barruan bizi izan zituzten esperientziei gehitu zitzaizkien jarduera hau. Zehazki, aipatutako taldeetako

jokalaria Real Madrid eta Levante taldeen aurka jokaturako partidetara joan ziren, eta neurketaren esperientzia hainbat ikuspegi berri eta ezberdinetatik bizitzeko aukera izan zuten. Jarduerak berak eskainitako prestakuntza-esperientziaz gain, partida-egunean San Mamesera egindako bisitak futbola-ren munduarekin lotura izan dezaketen hainbat lanbidetara hurbiltzeko aukera ere ematen die jokalariei.

Athletic Clubentzat funtsezkoa da harrobiko futbolari- en prestakuntza osoa izatea, kirol-ikaskuntzaz gain, ikaskuntza akademikoa eta pertsonala ere landuz, guztiak hazkunde-prozesu beraren parte gisa.

Bestalde, proiektuaren osasun-egoera ona eta hainbat elkarterekin egindako lankidetzak emaitza baliotsuak utzi zituen. Horren erakusgarri da, besteak beste, ONCE erakunde-ko Gizarte Taldeak Athletic Clubi emandako saria, haur mailako jokalariekin egindako ekintza-sortaren harira. Sari Solidarioak ONCE Euskadik ematen duen sari gorena dira, eta haien helburua da beren eragin-eremuan elkartasunaren aldeko lanagatik nabarmendu diren pertsona eta erakundeak aitortzea.

Epaimahaiak adierazi zuenez, Garathuz proiektuak “futbolaren ikuspegi holistikoa ordezkatzen du; helburua ez da futbolariak bakarrik prestatzea, baizik eta balioak, hezkuntza eta kontzientzia soziala dituzten pertsonak hezte. Garathuzen helburu nagusia da gazte futbolariak kirol-esparrutik harago pertsona gisa garatzea”.

2026/27an Garathuz erabat sartu nahi da Lezamako gara-pen integrealean.

GARATHUZ: CUANDO LA FORMACIÓN ES APRENDIZAJE Y CRECIMIENTO

Para el Athletic, la formación no es solo táctica y técnica. Es aprendizaje, es crecimiento. Supone completar la oferta formativa añadiendo experiencias educativas para cada una de las etapas madurativas que comprenden los equipos del Club. Quienes viven el Athletic desde la cantera deben desarrollarse dentro y fuera del campo.

Al comenzar la temporada 2025/26, cuando se repasó el trabajo de temporadas anteriores, una de las conclusiones a las que se llegó en torno al proyecto de formación integral Garathuz fue su buena acogida y el alto grado de consolidación tanto conceptual como de contenidos. En cuanto al grado de ejecución del programa, se realizaron 96 actividades y cada grupo participó en casi siete actividades de media. La idea a principio de temporada era completar un programa de diez actividades por equipo, pero se tomó la decisión de anteponer la calidad a la cantidad, y en el futuro será esa la línea a seguir.

Se trata de un programa que enriquece y consolida la vía para ser futbolista: porque ampliar la mirada del jugador, trabajar el compromiso con la sociedad y crecer como persona también alimentan su desarrollo deportivo.

En una de esas actividades, las plantillas del Juvenil de División de Honor y del equipo femenino C vivieron en La Catedral todo el trabajo que hay detrás de la celebración de un partido del Athletic Club. Una experiencia que se sumó a las vividas en Lezama como parte de su proceso de formación integral. En concreto, los jugadores y jugadoras de los equipos mencionados asistieron a los encuentros

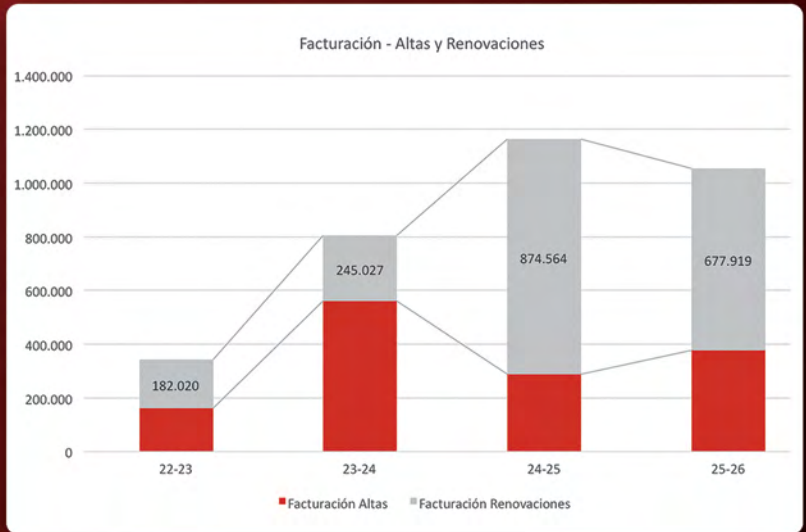
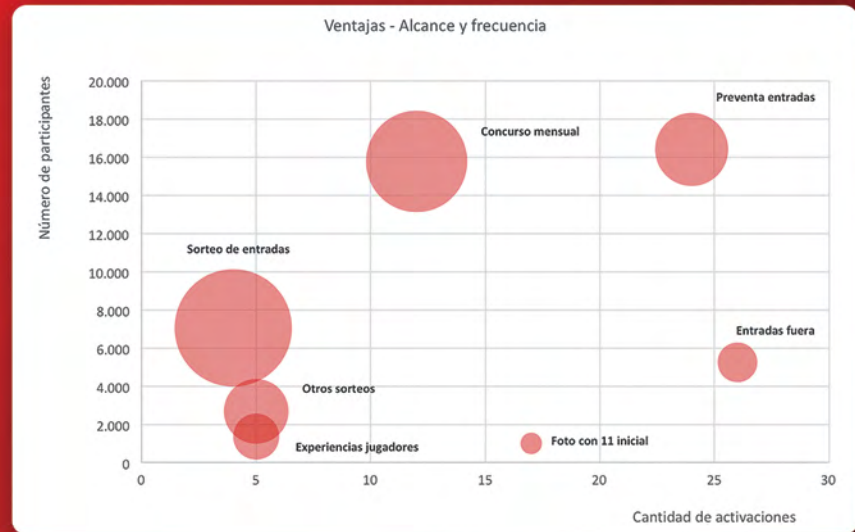
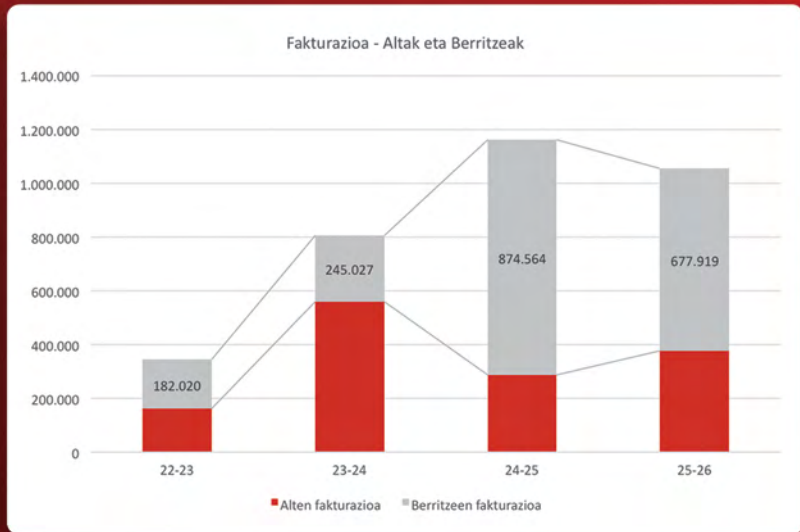
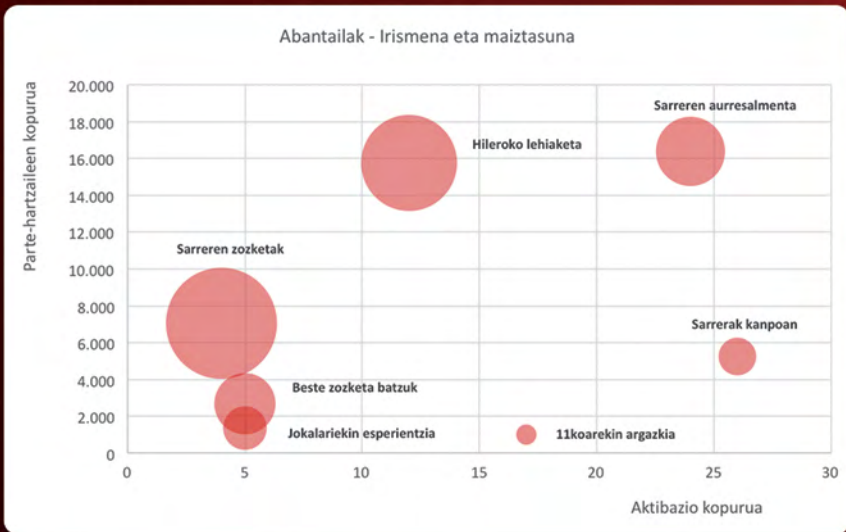
disputados contra el Real Madrid y el Levante y tuvieron la oportunidad de vivir la experiencia de partido desde diversas y novedosas perspectivas. Además de la experiencia formativa derivada de la actividad, la visita a San Mamés en un día de partido sirve para acercarlos a los jugadores y jugadores a distintas profesiones que también pueden estar vinculadas al mundo del fútbol.

Para el Athletic Club es fundamental que los futbolistas de la cantera se formen de manera integral, incidiendo en el aprendizaje no solo deportivo, sino académico y personal, como parte de un mismo proceso de crecimiento.

Por otro lado, el buen estado de salud del proyecto y la colaboración con diferentes asociaciones dejó valiosos resultados. Prueba de ello es, entre otros, el Premio Solidario 2026 otorgado por el Grupo Social ONCE al Athletic Club con motivo de su ronda de acciones con jugadores de categoría infantil. Estos premios Solidarios son la máxima distinción que concede ONCE Euskadi, cuyo objetivo es reconocer a las personas físicas o jurídicas que destaquen por su labor solidaria en su entorno de influencia.

Tal y como recogió el jurado, el proyecto Garathuz “representa una visión holística del fútbol, donde el objetivo no es solo formar futbolistas, sino personas con valores, educación y conciencia social. Garathuz tiene como objetivo principal que los jóvenes futbolistas se desarrollen como personas más allá del ámbito deportivo”.

En 2026/27 se pretende incluir a Garathuz plenamente dentro del desarrollo integral de Lezama.



CLUB ATHLETIC, HAZTEN ARI DEN KOMUNITATEA

Club Athletic-ek 2025/26 denboraldian Aurrera Planean jasotako hazkunde- eta garapen-helburuei egiten dien ekarpenari eutsi zion. Jarraitzaileen profil desberdinei zuzendutako balio-proposamenaren bidez, proiektuak athleticzaleen komunitatea indartzen eta Klubarekiko loturarako aukera berriak sortzen jarraitu zuen.

1. ATHLETIC CLUB FUNDAZIOA: EKARPEN BAKOITZAREN HELMUGA

Club Athletic eta Athletic Club Fundazioaren arteko loturak proiektuaren funtsezko osagaietako bat izaten jarraitzen du. Club Athletic eta Club Athletic Premiumeko kideek egin-dako ekarpenen bidez, athleticzaleen komunitateak Fundazioak sustatutako gizarte-eragineko ekimenen garapenean laguntzen du. Joan den denboraldian zehar, proiektu horien komunikazioa indartzen jarraitu zen, jarraitzaileei beren ekarpenaren helmuga eta gauzatutako ekimenen bidez sortutako balioa hurbilduz.

2. ATHLETICZALE GUZTIENTZAKO KOMUNITATEA

Club Athletic-ek Athletic Cluben jarraitzaileen komunitate global gisa sendotzen jarraitzen du, athleticzaleen profil ezberdinetara egokitutako kidesun-modalitateak eskainiz eta Klubarekiko lotura indartuz

- **Club Athletic Premium**, esperientzia osatuago eta eskusiboago batez gozatu nahi dutenentzat, Klubaren kirol- eta erakunde-jarduerarekin lotutako sustapen, esperientzia eta abantailetarako lehentasunezko sarbidea eskainiz.
- **Club Athletic**, jarraitzaileei abantaila eskusiboak eskuratzeko, zozketetan eta sustapenetan parte hartzeko eta Klubarekiko harremana indartzen duten eduki eta esperientziez gozatzeko aukera ematen diena.

- **Athleticzale**, modalitate digital eta doakoa, zale berriak komunitate zuri-gorrian sartzea errazten duena. Horri esker, Klubaren gaurkotasunarekin etengabeko harremana mantendu eta kolektibo honentzat berariaz diseinaturako ekimenetan parte har daiteke.

Hiru proposamen horien bidez, Club Athletic-ek profil, adin eta bizileku desberdinetako athleticzaleekin konektatzeko gaitasuna zabaltzen jarraitzen du, familia zuri-gorriaren parte izatearen sentimendua indartuz.

3. ABANTAILEN SENDOTZEA ETA AKTIBAZIOA

2025/26 denboraldian, Club Athletic-en beste lehentasunetako bat izan zen bere kideekiko lotura indartzen jarraitzea, kidezari lotutako abantaila-proposamena sendotuz eta haren maiztasuna eta parte-hartzeko gaitasuna handituz.

2025/26 denboraldian, Club Athleticek 93 aktibazio zuzen egin zituen bere kideentzat, eta horiek 49.483 parte-hartze izan zituzten. Sarreraren aurretiko salmentak eta hileko lehiaketa parte-hartze gehien izan zuten proposamenen artean kokatu ziren; Champions Leagueko eta Kopako partidetak sarrerezozketek, berriz, deialdirako gaitasun handia nabarmendu zuten aktibazio bakoitzean.

Era berean, gehien baloratutako ekimenen artean lehen taldeetako gizonezkoen eta emakumezkoen jokalariekin egin-dako aktibazioak daude. Horien bidez, kide ugari Athletic Clubeko kirol-erreferenteekin topaketetan, ekitaldietan eta gertuko esperientzietan parte hartzeko aukera izan zuten.

Escort Kids bezalako programek athleticzale gazteei partida-egunetako esperientzia barrutik bizitzeko aukera eskaini zieten, taldeekin batera une bereziki esanguratsuetan egonez.

Sarreraren salmentari dagokionez, Club Athletic-eko kideek abantaila espezifikoek gozaten jarraitu zuten; besteak beste, Iparraldeko Beheko Tribunako sarrera erabilgarrietarako

CLUB ATHLETIC, UNA COMUNIDAD EN CRECIMIENTO

Club Athletic mantuvo durante la temporada 2025/26 su contribución a los objetivos de crecimiento y desarrollo contemplados en el Plan Aurrera. A través de una propuesta de valor dirigida a diferentes perfiles de simpatizantes, el proyecto continuó fortaleciendo la comunidad athleticzale y generando nuevas oportunidades de conexión con el Club.

1. ATHLETIC CLUB FUNDAZIOA: EL DESTINO DE CADA APORTACIÓN

La vinculación entre Club Athletic y Athletic Club Fundazioa sigue siendo un elemento esencial del proyecto. A través de las aportaciones realizadas por los miembros de Club Athletic y Club Athletic Premium, la comunidad athleticzale contribuye al desarrollo de iniciativas con impacto social impulsadas por la Fundación. A lo largo de la pasada temporada se siguió reforzando la comunicación de estos proyectos, acercando a los simpatizantes el destino de su aportación y el valor generado por las diferentes acciones llevadas a cabo.

2. UNA COMUNIDAD PARA TODOS LOS ATHLETICZALES

Club Athletic continúa consolidándose como la comunidad global de simpatizantes del Athletic Club, ofreciendo diferentes modalidades de pertenencia adaptadas a los distintos perfiles de athleticzales y fortaleciendo el vínculo con el Club.

- **Club Athletic Premium**, dirigido a quienes desean disfrutar de una experiencia más completa y exclusiva, con acceso preferente a promociones, experiencias y ventajas relacionadas con la actividad deportiva e institucional del Club.
- **Club Athletic**, que permite a los simpatizantes acceder a beneficios exclusivos, participar en sorteos y promociones, así como disfrutar de contenidos y experiencias que fortalecen su relación con la entidad.

- **Athleticzale**, modalidad digital y gratuita que facilita la incorporación de nuevos aficionados y aficionadas a la comunidad rojiblanca, permitiendo mantener una conexión permanente con la actualidad del Club y acceder a iniciativas específicas dirigidas a este colectivo.

A través de estas tres propuestas, Club Athletic continúa ampliando su capacidad para conectar con athleticzales de distintos perfiles, edades y lugares de residencia, reforzando el sentimiento de pertenencia a la familia rojiblanca.

3. CONSOLIDACIÓN Y ACTIVACIÓN DE VENTAJAS

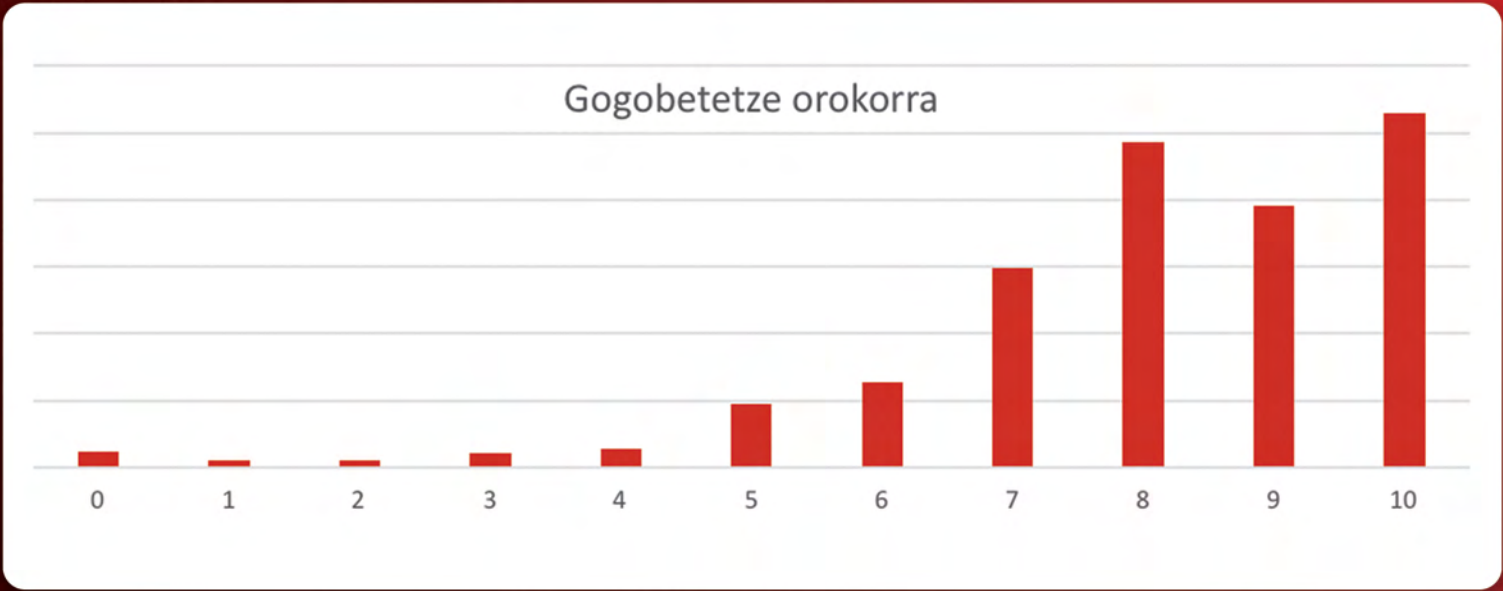
Otra de las prioridades de Club Athletic durante la temporada 2025/26 fue seguir reforzando la vinculación con sus miembros, consolidando la propuesta de ventajas asociadas a la membresía y aumentando su frecuencia y capacidad de participación.

Durante la temporada 2025/26, Club Athletic generó 93 activaciones directas para sus miembros, que registraron 49.483 participaciones. Las preventas de entradas y el concurso mensual se situaron entre las propuestas de mayor participación, mientras que los sorteos de entradas para Champions y Copa destacaron por su elevada capacidad de convocatoria en cada activación.

Asimismo, entre las iniciativas más valoradas se encuentran las activaciones con jugadores y jugadoras de los primeros equipos masculino y femenino, que permitieron a numerosos miembros participar en encuentros, eventos y experiencias de proximidad con sus referentes deportivos del Athletic Club.

Programas como los Escort Kids brindaron a jóvenes athleticzales la oportunidad de vivir desde dentro la experiencia de los días de partido, acompañando a los equipos en momentos especialmente significativos.

En el ámbito de la venta de entradas, los miembros de Club



lehenetasunezko sarbidea izan zuten. Horrela, komunitateko kide izateari lotutako balio erantsia indartu zen.

4. CLUB ATHLETIC PLAY

2025/26 denboraldian, Club Athletic Play sendotzen jarraitu zuen komunitatea Klubaren gaurkotasunarekin eta jarduerarekin konektatuta mantentzeko funtsezko tresna gisa.

Ekitaldian zehar, kideentzako eduki eskusiboen eskaintza indartu zen. Besteak beste, lehen taldeetako jokalariekin egindako elkarrizketa pertsonalak, erreportaje bereziak eta ikus-entzunezko piezak eskaini ziren, zaleak Athletic Cluben eguneroko errealitatera hurbiltzeko.

Horrez gain, harrobiko taldeen partiden emankizunek —jarraipen handia duten lehiaketak barne, hala nola Gazteen Kopa eta UEFA Youth League— interes handia piztu zuten ikus-entzule digitalen artean. Horri esker, plataformaren irismena zabaltu eta harrobi zuri-gorriko futbolaren ikusgarritasuna indartu zen.

Ekimenak izandako harrera onak eta komunitatearen ikus-entzunezko kontsumo-ohituren hazkundeak irismen handiagoko proiektua garatzeko oinarriak ezarri zituzten: Athletic Play, Athletic Cluben streaming plataforma berria. Plataforma horren helburua Klubaren berezko edukien eskaintza zabaltzen jarraitzea eta athleticzaleekiko lotura digitala indartzea da.

5. INKESTAK ETA BALORAZIOAK

Club Athletic-en etengabeko hobekuntzarekiko konpromisoa bere komunitateari etengabe entzutean oinarritzen da. Aldizkako inkesten bidez, jarraitzaileek eskaintzen diren zerbitzu, eduki eta esperientziei buruz egiten duten balorazioa jasotzen da. Lortutako emaitzek proiektuaren inguruko pertzepzio oso positiboa erakusten dute: inkestatutako pertsonen %70ek 8ko edo hortik gorako puntuazioa eman zioten gogobetetze orokorrari, 10etik.

6. EMAITZAK ETA EBALUAZIOA

Komunitatearen hazkundera: aurreko ekitaldian harpi-

dedunen oinarrian izandako %20ko hazkundearen ondoren, Club Athletic-ek harpidedunen oinarria mantentzea lortu du denboraldi honetan. Gaur egun, kolektibo honek 20.703 jarraitzaile biltzen ditu guztira.

Club Athletic Premium-ek proiektuari egiten dion ekarpena indartu du: aurreko denboraldian abian jarri ondoren, Club Athletic Premium-ek jarraitzaileen komunitatearen barruan sendotzen jarraitzen du. Modalitate horrek 304.398 euroko fakturazioa izan du, Club Athletic-en urteko diru-sarreraren %27. Bestalde, Club Athletic txartelak proiektuaren diru-sarreraren egituraren nagusitasuna izaten jarraitzen du, urteko fakturazioaren %73 biltzen baitu.

Diru-sarreraren hazkundera: Club Athletic-ek Klubaren diru-sarreraren iturri gisa sendotzen jarraitzen du, jarraitzaile berrien harpidetzen eta berritzeen bidez. 1,1 milioi eurotik gorako fakturazioa lortu da, aurreko denboraldian izandako hazkundera eutsiz eta Klubaren negozio-zifraren hazkundera lagunduz.

Presentzia nazioartean: Club Athletic-ek gure mugetatik harago duen presentzia sendotzen jarraitzen du. 2025/26 denboraldian, 662 nazioarteko jarraitzaile izan ditu guztira. Kopuru hori aurreko ekitaldikoaren antzekoa bada ere, proiektuak Athletic Club-ekin konprometitutako komunitate orokor egonkor bati eusteko duen gaitasuna erakusten du. Erresuma Batuak (%17) eta Frantziak (%14) jarraitzen dute nazioarteko jarraitzaileen artean ordezkaria handiena duten herrialdeak izaten. Atzetik dituzte Alemania (%10), Herbehereak (%8), Ameriketako Estatu Batuak (%7) eta Irlanda (%6). Datu horiek komunitate zuri-gorriaren dibertsifikazio geografikoa gero eta handiagoa dela berresten dute.

Ondorio gisa, Club Athletic-ek Athletic Cluben jarraitzaileen komunitate gisa sendotzen jarraitzen du, Klubarekiko lotura eta kide izatearen sentimendua indartuz. Aurrerantzean ere, balio-proposamena eboluzionatzeko eta athleticzaleekin dugun lotura sendotzeko lanean jarraituko da.



Athletic siguieron disfrutando de ventajas específicas, incluyendo el acceso preferente a las entradas disponibles de Tribuna Norte Baja, fortaleciendo así el valor añadido asociado a la pertenencia a la comunidad.

4. CLUB ATHLETIC PLAY

Club Athletic Play continuó consolidándose durante la temporada 2025/26 como una herramienta clave para mantener conectada a la comunidad rojiblanca con la actualidad y la actividad del Club.

A lo largo del ejercicio se reforzó la oferta de contenido exclusivo para miembros, incluyendo entrevistas personales con jugadores y jugadoras de los primeros equipos, reportajes especiales y piezas audiovisuales diseñadas para acercar a los aficionados a la realidad cotidiana del Athletic Club.

Además, la retransmisión de partidos de los equipos de cantera, incluyendo competiciones de gran seguimiento como la Copa Juvenil y la UEFA Youth League, despertaron un importante interés entre la audiencia digital, ampliando el alcance de la plataforma y fortaleciendo la visibilidad del fútbol formativo rojiblanco.

La buena acogida de esta iniciativa y el crecimiento de los hábitos de consumo audiovisual entre la comunidad sirvieron de base para el desarrollo de un proyecto de mayor alcance: Athletic Play, la nueva plataforma de streaming del Athletic Club, concebida para seguir ampliando la oferta de contenidos propios y reforzar la conexión digital con los athleticzales.

5. ENCUESTAS Y VALORACIONES

El compromiso con la mejora continua de Club Athletic se apoya en la escucha permanente de su comunidad. A través de encuestas periódicas, se recaba la valoración de los simpatizantes sobre los servicios, contenidos y experiencias ofrecidos. Los resultados obtenidos reflejan una percepción muy positiva del proyecto, ya que el 70% de las personas encuestadas calificaron su satisfacción general con una puntuación de 8 o superior sobre 10.

6. RESULTADOS Y EVALUACIÓN

Crecimiento de la comunidad: tras el crecimiento del 20% en la base de suscriptores logrado en el ejercicio anterior, Club Athletic ha conseguido mantener la base de suscriptores esta temporada. Actualmente, este colectivo suma un total de 20.703 simpatizantes totales.

Club Athletic Premium refuerza su aportación al proyecto: tras su lanzamiento la temporada anterior, Club Athletic Premium continúa afianzándose dentro de la comunidad de simpatizantes. Esta modalidad generó una facturación de 304.398 euros, lo que representa el 27% de los ingresos anuales de Club Athletic. Por su parte, el carnet Club Athletic mantiene un papel predominante en la estructura de ingresos del proyecto, concentrando el 73% de la facturación anual.

Incremento en ingresos: Club Athletic continúa consolidándose como una fuente de ingresos para el Club a través de la suscripción tanto de nuevos simpatizantes como de renovaciones. Se superó el 1,1 M € de facturación, manteniendo el crecimiento logrado la temporada anterior, contribuyendo al crecimiento de la cifra de negocio del club.

Presencia internacional: Club Athletic continúa consolidando su presencia más allá de nuestras fronteras, alcanzando durante la temporada 2025/26 un total de 662 simpatizantes internacionales. Aunque esta cifra se mantiene en niveles similares a la del ejercicio anterior, refleja la capacidad del proyecto para sostener una comunidad global estable y comprometida con el Athletic Club. Reino Unido (17%) y Francia (14%) siguen siendo los países con mayor representación entre los miembros internacionales, seguidos de Alemania (10%), Países Bajos (8%), Estados Unidos (7%) e Irlanda (6%), confirmando la creciente diversificación geográfica de la comunidad rojiblanca.

Como conclusión, Club Athletic continúa consolidándose como la comunidad de simpatizantes del Athletic Club, reforzando el vínculo y el sentimiento de pertenencia al Club. Se seguirá trabajando para evolucionar la propuesta de valor y fortalecer esta conexión con los athleticzales.

