

Opta retiene la explotación estadística de la Premier League hasta 2019

Palco23

4 ago 2015 - 10:43

Opta seguirá tres temporadas más como proveedor oficial de datos de la Premier League. Perform Group, propietario de la compañía de análisis y explotación estadística, ha renovado hasta el final de la temporada 2018-2019 el acuerdo que mantenía desde la 2013-2014 con Football Dataco. Se trata de la empresa creada en 2001 por la élite del fútbol inglés, la asociación que agrupa al resto de categorías del país y la liga escocesa. Los términos económicos del acuerdo no han trascendido.

El contrato no sólo implica que Opta facilitará la base de datos actualizada al minuto para la Premier League y el resto de medios de comunicación. Perform Group también se encargará de proveer los datos oficiales para el mercado de las casas de apuestas; en este caso, el acuerdo se formaliza a través de RunningBall, la sociedad a través de la que articula este negocio con una red de 1.100 observadores a pie de campo que, aseguran, permiten transmitir la información en directo mucho más rápido que si fuera por televisión.

Ross MacEacharn, consejero delegado de la división Perform Content, asegura estar "muy entusiasmado con la posibilidad de continuar" trabajando con las tres asociaciones. En su opinión, "Opta y RunningBall son reconocidos como líderes del mercado en sus sectores de actividad, respectivamente en medios de comunicación y las apuestas".

David Folker, consultor de Football Dataco, añade que "los acuerdos actuales tienen una temporada más de recorrido, pero queríamos dar una prueba a nuestros clientes sobre quiénes se ocuparán en el futuro" de la explotación estadística de los torneos en Inglaterra y Escocia. "Este ha sido un proceso de licitación muy competitivo, lo que refleja la continua popularidad de los datos de los partidos que rodean algunas de las competiciones de fútbol más populares del mundo", añade.

Junto a Perform Group, una de las compañías que más fuerte ha apostado por esta actividad es Stats. La compañía estadounidense, adquirida por Vista Equity Partners a Fox Sports y Associated Press, intentó abrir mercado en Reino Unido con la compra de Prozone, una empresa que trabaja con clubes como Arsenal, Chelsea o Aston Villa.

En España, Mediapro está tratando de consolidarse como el principal proveedor estadístico. Para conseguirlo, ha desarrollado de la mano de La Liga una aplicación propia que está disponible para todos los clubes de Primera División y Segunda División. Mediacoach, como se conoce esta herramienta, cuenta con una versión más básica accesible para los aficionados, y el objetivo de la multinacional que dirige Jaume Roures es abrir mercado en otras competiciones europeas.