

CLUBES

El Manchester City lanza una OTT de pago a nivel global

El club ha creado un servicio de suscripción que costará en torno a dos euros mensuales, en los que se combinarán documentales propios con partidos en diferido y algunos en directo.

Palco23
16 jul 2019 - 15:57



El Manchester City también quiere monetizar su constante generación de contenidos. El club ha anunciado el lanzamiento de su propia plataforma OTT, que tendrá un precio mensual de 1,99 libras (2,2 euros) y que aglutinará la producción de vídeos propios con la emisión de todos sus partidos en diferido. Como gancho, será el canal a través del que se emitan en directo sus partidos de pretemporada en Hong Kong y Yokohama.

El servicio operará bajo el nombre Man City for TV, en el que también se incluirán todos los partidos completos del City masculino y femenino una vez transcurran 24 horas desde el pitido final. El catálogo se complementará con un listado de partidos históricos, así como reportajes que el club no revenderá a terceros, de manera que sean el único punto de acceso.

El documental con el que esperan captar el mayor número de altas posibles consta de cuatro episodios que recogen desde dentro los últimos treinta días de 2018-2019, en

los que el equipo entrenado por Pep Guardiola ganó la Premier League. Es una filosofía similar a la que siguió el proyecto desarrollado con Mediapro y Amazon, que se convirtió en un contenido deportivo muy reclamado por los aficionados.

“Está diseñada para proporcionar acceso exclusivo a contenidos sobre el Manchester City antes de que sean publicados en otros canales”, señala la entidad, convencida de que esa es la fórmula para que los usuarios acaben pagando por su visionado. Por otro lado, se espera que el seguimiento del fútbol femenino y las categorías inferiores también incentive algunas altas.

Nuria Tarré, directora de marketing de City Football Group (CFG), ha defendido este proyecto porque “queremos proporcionar a nuestros aficionados de alrededor del mundo una forma nueva y flexible de ver nuestro contenido”. “A través de aglutinar todos los contenidos sobre el Manchester City en un mismo lugar, queremos que Man City for TV revolucione el consumo de contenidos deportivos”, ha añadido.

El club de la Premier League cerró 2017-2018 con unos ingresos de 539 millones de libras, un 6,2% más que en el ejercicio anterior y que, al cambio actual, supone rebasar por primera vez la barrera de los 600 millones de euros. Además, el beneficio neto se multiplicó por diez y alcanzó 10,4 millones de libras (11,7 millones de euros). El grupo *citizen*, que incluye a todas las franquicias, cerró la última temporada con unos números rojos de 52,5 millones, pese a facturar un 13,8% más, hasta 684,9 millones de euros.