

## COMPETICIONES

# Amazon irrumpe en el fútbol europeo y compra 20 partidos de la Premier League en Reino Unido

El gigante estadounidense apuesta por primera vez por contenidos *premium* y se ha hecho con uno de los paquetes de la liga británica de fútbol, que incluye veinte encuentros anuales de las tres próximas temporadas. Además, la Premier aprueba un cambio del modelo de reparto de ingresos.

Palco23  
7 jun 2018 - 14:00

Amazon irrumpe en el fútbol europeo y compra 20 partidos de la Premier League

Amazon sube su apuesta por el deporte. El gigante de comercio electrónico, que hasta ahora había realizado pequeñas incursiones en las retransmisiones televisivas, se ha adjudicado parte de la Premier League en Reino Unido. La competición le ha vendido el lote F, que incluye veinte partidos anuales durante las tres próximas temporadas. Los términos económicos no se han hecho públicos.

El servicio online tiene los derechos para retransmitir una jornada entre semana en diciembre y otra en festivo, prevista para el *Boxing Day* (26 de diciembre). El paquete con el que se ha hecho Amazon incluye el derecho, por primera vez en Reino Unido, de emitir una jornada íntegra de la Premier League en televisión, ya que hasta ahora la emisión de los partidos de los sábados a las tres de la tarde estaba prohibido para motivar la asistencia a los campos.

En esta misma ronda de licitaciones, BT Sport se ha hecho con otro de los lotes, que incluye 32 partidos en sábado y otros quince entre semana. “Estamos encantados de que Sky Sports, BT Sport y Amazon han invertido en estos derechos y todos perciben la Premier League como una parte vital de su oferta deportiva”, apuntó Richard Scudamore, presidente de la Premier.

**Amazon podrá retransmitir, por primera vez, una**

## **jornada completa de partidos de la Premier**

Con este proceso concluye la licitación de la Premier, que en una primera fase pinchó y tuvo que rebajar el precio de los primeros cinco lotes (160 partidos por temporada) hasta 4.464 millones de libras (5.032 millones de euros), frente a los 5.126 millones de libras (5.787 millones de euros) del ciclo anterior.

No es la primera vez que Amazon invierte en deporte. El gigante estadounidense tiene los derechos de emisión de un partido a la semana de la NFL y del US Open en Reino Unido. Asimismo, ha firmado un acuerdo con el Real Madrid ahora distribuir sus contenidos audiovisuales, y con la Fórmula 1 para crear una OTT.

Está por ver si el grupo también pujará en la subasta iniciada por LaLiga para adjudicar sus retransmisiones en España entre 2019 y 2022. Pese a que no hay ningún pequeño lote, no sería el primer operador no tradicional que apuesta por la competición española, ya que en Reino Unido sus derechos han sido vendidos a la OTT Eleven Sports.