

COMPETICIONES

Cláusulas anti-Covid y mucho Messi: el fútbol se la juega ante el nuevo trienio de televisión

Las ligas europeas inician una temporada de transición en la que el mayor objetivo es preservar su valor ante los operadores audiovisuales antes que renegociar sus mayores contratos televisivos con vistas al trienio de 2022-2023 a 2024-2025.

Marc Romero / Christian De Angelis
14 sep 2020 - 04:53



El fútbol, como el ser humano, ha descubierto que no es invencible. El Covid-19 ha metido el miedo en el cuerpo a las cuentas de este deporte al ver peligrar en la pasada temporada unos ingresos televisivos de los que es dependiente. Ahora, las grandes ligas europeas inician una temporada clave para apaciguar a los operadores audiovisuales, que exigirán espectáculo y (también) nuevas salvaguardas contractuales ante la pandemia.

Tras haber obligado a paralizar las grandes ligas europeas en la temporada 2019-2020, que en el caso de Francia no pudo ni siquiera volver a reanudarse, la principal preocupación de los gigantes europeos del fútbol es que la pandemia no devalúe los contratos audiovisuales en sus próximas renovaciones.

Aunque no será hasta la temporada 2021-2022 cuando la mayoría de las grandes ligas iniciarán el proceso para adjudicar el siguiente trienio de derechos audiovisuales en su ámbito nacional, en muchos casos existen negociaciones ya abiertas para comercializar estos derechos en otros ámbitos geográficos, es decir, fuera de sus países.

La venta de los derechos internacionales se han convertido en el 60% de los ingresos de LaLiga

Mientras en España y Reino Unido tanto LaLiga como la Premier han tenido la suerte de tener adjudicados sus derechos en el ámbito local (que representan el 40% de sus ingresos en el caso de la liga española) hasta la temporada 2021-2022, en otros ámbitos las negociaciones para la comercialización de estos derechos son mucho más inminentes.

¿Cómo puede preservar el fútbol europeo de alta competición su valor ante los *broadcasters* tras los parones de la temporada 2019-2020? Según los expertos, las nuevas salvaguardas contractuales serán el gran cambio que aportará la pandemia, que no ha afectado al valor real de este deporte como espectáculo televisivo.

José Bonal, profesor de gestión deportiva la Universidad Europea de Madrid, señala en declaraciones a Palco23 que “dudo que a Movistar no le haya salido rentable el Covid-19”, dado que los datos de audiencia durante la pandemia “pueden haber sido iguales o aún mayores” que en la pasada temporada. Bonal recuerda en este sentido que el primer partido de la Bundesliga tras el parón fue el más visto de esta competición en España en toda la historia.

Según Javier Ferrero, socio de la firma especializada en el ámbito deportivo Senn Ferrero Sports&Entertainment, “tendría más impacto en los derechos audiovisuales españoles que no esté Messi que un nuevo parón”.

Por otro lado, Ferrero apunta que lo que seguro cambiará a partir de ahora son la amplitud de los contratos y los requisitos que pondrán los operadores para asegurarse que la pandemia no les coja por sorpresa y dispare la litigiosidad en el sector. En Francia, Bein Sports y Canal+ se negaron a pagar 243 millones de euros, después de que el Gobierno francés obligara a suspender el final de la Ligue-1.

Por este motivo, Ferrero apunta que mientras “el valor de los derechos no se verá afectado, seguro que se van a poner precauciones contractuales para el caso de que no haya competición”. Esto abre la puerta no sólo a unas posibles compensaciones para los operadores propietarios de los derechos, sino también a una serie de exigencias hacia las ligas para prevenir posibles contagios que puedan modificar el calendario.



“El coronavirus nos cogió por sorpresa y pensamos que es transitorio, pero lo que está claro es que a partir de ahora se tendrá en cuenta”, añade Ferrero, licenciado en Derecho por la Universidad de Navarra y con una amplia trayectoria en derecho deportivo.

Hasta ahora ya se han producido algunos movimientos relevantes en el mercado audiovisual del fútbol europeo. De hecho, LaLiga acaba de abrir el proceso para adjudicar sus derechos en Alemania, Austria, Bélgica, Francia y Mónaco, Grecia, Italia y Polonia. Por su parte, la Bundesliga tuvo que paralizar la venta de derechos en marzo por la pandemia y terminó adjudicándolos en junio a Sky, Dazn y a la televisión en abierto.

Francia también tiene las negociaciones del próximo trienio cerradas, mientras que España e Inglaterra se encuentran todavía lejos de la nueva gran negociación por sus

derechos locales, una vez finalice la temporada 2021-2022.

En el caso de Italia, la pandemia ha golpeado al país cuando los clubes todavía no han adoptado la venta centralizada de derechos. La semana pasada, todos los clubes aprobaron la creación de una nueva empresa que gestionará esta venta centralizada, que ha impulsado el negocio audiovisual de ligas como la británica, la española, la alemana o la francesa

España, pendiente de Messi

Por lo que respecta a los derechos televisivos, LaLiga se prepara para abrir las negociaciones para el próximo trienio. El actual contrato, por valor de 3.421 millones de euros, le otorgó a Mediapro cinco de los ocho lotes, mientras que Telefónica se quedó con los otros tres.

Cuando esté finalizando la temporada 2021-2022, la patronal del fútbol español tendrá que renegociar el primer contrato en el que, posiblemente, no podrá contar con su gran activo: Leo Messi. Si se confirma que a final de campaña el argentino abandona el FC Barcelona, los derechos televisivos del fútbol español sí que podrían sufrir una devaluación.

Javier Ferrero: “tendría más impacto en los derechos audiovisuales españoles que no esté Messi que un nuevo parón”

No obstante, LaLiga sí se enfrenta a otras negociaciones en el mercado internacional, con un calendario que varía en cada territorio. El organismo cuenta con una red de delegados que se encargan de la negociación en cada territorio: la semana pasada, LaLiga anunció la firma de sendos contratos para transmitir en mercados como Groenlandia y Mongolia.

El desarrollo internacional es, de hecho, uno de los grandes éxitos que ha tenido el fútbol español tras la adopción, en 2015, de la venta centralizada de derechos. Tanto Bonal como Ferrero señalan que es un modelo comercial que se ha demostrado ganador, ya que aumenta los ingresos y competitividad de los clubes más modestos sin afectar a los grandes, y con el que LaLiga se acerca a la Premier en penetración internacional.

La Premier, la que mejor reparte

El gran experto en el área de los derechos televisivos es el fútbol inglés. Siendo una de las primeras ligas en centralizar los derechos es, de largo, la que más dinero reparte

entre sus clubes.

Actualmente, Sky Sports, BT Sports, Amazon Prime y la BBC cuentan con los derechos nacionales de la competición, con un contrato que seguirá en vigor hasta la finalización de la temporada 2021-2022 y que se adjudicó por 5.000 millones de libras. En el ámbito internacional, sólo en la temporada 2018-2019 los clubes británicos se repartieron un total 2.456 millones de libras.

Igual que en España, la clasificación final del club en la liga británica marca parte del reparto de los derechos entre los clubes. En 2018 el campeón de la liga, el Manchester City, se llevó 150 millones de libras, sólo 54 millones más que el Huddersfield Town, último equipo de la tabla, que se embolsó 96 millones. La vocación es evitar equipos muy poderosos en ligas poco competitivas y, por tanto, poco atractivas para los espectadores.

Canal+ se queda sin el fútbol francés

Tras la última negociación, tres de los siete lotes audiovisuales de la Ligue 1 para las temporadas 2020-2021 hasta la 2023-2024 se adjudicaron a la compañía española Mediapro en asociación con la televisión pública francesa TF1. Por su parte, Bein se llevó los otros cuatro, recuperando un lote más que en su anterior contrato, mientras que Canal+ se quedó sin ningún derecho tras una larga tradición en el fútbol galo.

En total, se vendieron los derechos por un valor de 1.153 millones de euros, lo que representó un 60% más que en el antiguo contrato. La entrada de Mediapro en el fútbol francés no ha estado exenta de polémica: un diputado de la Asamblea Nacional del país puso en duda, en una carta enviada a la LFP francesa, la viabilidad económica de la empresa.

El Covid-19 coge a contrapié a la Bundesliga

La liga más afectada hasta ahora por el impacto del coronavirus en sus ingresos audiovisuales ha sido la Bundesliga. La pandemia cogió a los dirigentes del fútbol alemán en plena negociación y les obligó a suspender la venta de derechos. La gestora del fútbol profesional del país decidió parar las negociaciones ante el riesgo de que la crisis sanitaria afectara a las ofertas de los operadores.

La negociación para el ciclo que empieza en 2021-2022 y se alargará hasta la 2024-2025 se retomó en junio, cuando la Bundesliga acabó adjudicándolos a Sky, Dazn y a la televisión en abierto por valor de 4.400 millones de euros. La cifra final implica una rebaja de 240 millones de euros en los derechos televisivos respecto al ciclo anterior.

La Bundesliga fue una de las ligas más afectadas

por el Covid-19, que le pilló en plena negociación por los derechos

El primer lote, adquirido por Sky Alemania, consta de 200 partidos anuales todos los sábados, así como otros que se disputen en martes o miércoles. El segundo paquete se lo adjudicó Dazn, que ofrecerá 106 partidos en exclusiva los viernes por la noche y las tardes de los domingos en Alemania, Austria y Suiza. Finalmente, la televisión en abierto ProSiebenSat.1 se aseguró los derechos de nueve partidos en directo por temporada, incluyendo la Bundesliga 2.

Italia se moderniza

Por último, la Serie A está en plena revolución. Un acuerdo firmado la semana pasada entre todos los clubes de la liga permitió centralizar la venta de los derechos por primera vez. Este paso, que se dio en 2015 en España tras la publicación de un Real Decreto, supone un nuevo hito para el fútbol en Italia, que hasta ahora permitía que cada club negociara de forma individual sus derechos.

Según los expertos consultados, este modelo permite dar mucha más fuerza a los pequeños clubes y aumentar los ingresos globales, consiguiendo que la liga suba de nivel gracias a que los conjuntos dispondrán de mayores cantidades para invertir.

Según *Reuters*, el fútbol italiano negocia con las gestoras de capital riesgo CVC y Bain Capital la venta del 10% de la sociedad que gestionará sus derechos audiovisuales durante los próximos diez años, un paquete que estaría valorado en unos 1.600 millones de euros. De esta forma, el fútbol italiano cifraría en 16.000 millones sus derechos televisivos en la próxima década, a razón de una media de 1.600 millones por año. Paolo Dal Pino, presidente de la Serie A, señaló la semana pasada que confía en concluir las negociaciones en las próximas dos o tres semanas.