

COMPETICIONES

Competencia de Reino Unido propone emitir más partidos de la Premier en TV

Palco23

9 ago 2016 - 10:28

Una de las particularidades de la Premier League es que no todos sus encuentros se retransmiten por televisión e incluso hay franjas horarias vetadas a las cámaras. El objetivo es favorecer la asistencia a los estadios, pero Ofcom, el regulador del sector de las comunicaciones en Reino Unido, ha abierto la puerta a rebajar el número de partidos afectados por esta política, con la intención de reducir los riesgos de monopolio en el mercado de los derechos audiovisuales.

"Creemos que se necesita un equilibrio necesario entre los beneficios potenciales de la liberación de más partidos para la emisión en directo y la posible alteración para los aficionados que van a los partidos por la reprogramación de los mismos fuera del período cerrado", indica el organismo, sobre la franja horaria que va de las 14:45 horas a las 17:15 horas del sábado.

El margen existe, ya que en Reino Unido sólo se retransmiten por televisión 168 de los 380 encuentros que se disputan durante toda la temporada, es decir, ni siquiera alcanza el 50% del total. Una política que incentiva la asistencia al campo, ya que no siempre podrá seguirse a un equipo a través de la pantalla, pero que también hace más valiosos los lotes que se ponen en el mercado. Por ejemplo, Sky y BT Sport pagarán conjuntamente 5.136 millones de libras (6.050 millones de euros) en las tres próximas campañas por sólo ofrecer la mitad de la competición.

Esta situación es la que llegó a Virgin Media a solicitar una investigación, por si se estuviera vulnerando las normas de competencia o se estuviera restringiendo la misma. Sin embargo, Ofcom ha decidido poner fin al procedimiento dando por buenas las alegaciones de la Premier League, en tanto que se introducirán cambios de cara a la licitación de los derechos para el ciclo que arrancará en 2019-2020.

En concreto, la competición elevará a un mínimo de 190 encuentros por curso los que podrán retransmitirse en televisión. Se trata de un incremento del 13%, pero que aún les sitúa lejos de La Liga, Serie A, Bundesliga o Ligue-1, que prácticamente ponen en el mercado el 100% de la competición. También se introducirá la regla de "no un sólo comprador", para que al menos 42 choques queden en manos de un segundo licitador, algo que de facto ya pasa con Sky siendo el gran dueño y BT Sport

conformándose con un segundo paquete menor.

"Como el único proveedor de televisión que ofrece todos los partidos disponibles, nos complace que después de una campaña de dos años la Premier League haya acordado ofrecer más juegos de televisión", ha indicado Tom Mockridge, consejero delegado de Virgin Media.

En la decisión definitiva pesará mucho la afición, de ahí que la investigación haya incluido una encuesta. De la misma se desprende que una quinta parte de los seguidores quieren ver más partidos en televisión, mientras que un porcentaje similar están satisfechos con la actual oferta a nivel cuantitativo, pero preferirían una selección de partidos distinta. Por otro lado, "un alto porcentaje dijo que el día de la semana y la hora de comienzo era de gran importancia, con más de dos tercios de este grupo que identifican el *apagón* de las 15:00 horas del sábado como su hora preferida para asistir".