

COMPETICIONES

La Euroliga se suma a MotoGP y la Premier League y vende sus derechos audiovisuales a Dazn

La OTT se ha hecho con el torneo de baloncesto, que este último año se emite en exclusiva en Telefónica a cambio de unos más de 10 millones de euros anuales. Su paso a Dazn podría suponer también su regreso parcial al abierto. La plataforma ha adquirido los derechos en España durante cuatro temporadas.

M.M.A.
27 nov 2018 - 13:02



Dazn demuestra una vez más que tiene intención de ser un *player* relevante en España. La plataforma OTT de contenidos deportivos ha firmado un acuerdo con Euroliga para los próximos años, por el que el torneo de baloncesto se emitirá en exclusiva para sus suscriptores. Los términos económicos del acuerdo no se han hecho públicos, aunque Telefónica ha pagado más de diez millones de euros por estos derechos audiovisuales para 2018-2019.

La OTT emitirá en exclusiva en España los partidos de la Euroliga y la Eurocup a partir de la temporada 2019-2020 y hasta la campaña 2022-2023, es decir, durante las

próximas cuatro temporadas. Los contenidos estarán disponibles a través de Internet, Smart TV, *smarthpones*, tablets y consolas. Aunque los partidos sólo estarán disponibles en España, la plataforma opera en otros territorios, como Alemania, Austria, Suiza, Japón, Canadá, Italia y Estados Unidos.

El acuerdo de Dazn con la Euroliga provoca que la plataforma de emisión de partidos de la competición, Euroleague TV, deje de estar disponible en España. Será a través de Dazn por donde se emitirá toda la jornada al completo, un servicio que hasta ahora venía ofreciendo el canal de la liga europea, que sí que estará disponible en el resto de países.

Euroliga ha conseguido que sus derechos de televisión en España valgan 10 millones de euros

La temporada 2018-2019 ha sido primera en la que la máxima competición europea de la canasta se ha emitido únicamente en la televisión de pago. Antes, la organización presidida por Jordi Bertomeu había combinado la presencia de los mejores partidos en Movistar+ con la sublicencia a TV3, la cadena de televisión pública de Cataluña que pagaba en torno a dos millones de euros por poder ofrecer sobre todo los encuentros del Barça Lassa.

A la espera de que se desvelen todos los detalles, la apuesta de Euroliga por Dazn podría suponer su regreso a las emisiones en abierto. Es la estrategia que la OTT británica implantará con MotoGP, de la que también ha adquirido la exclusiva para el ciclo 2019-2022 y con la que buscará captar más suscriptores reservando dos carreras para canales en abierto. Otra de las apuestas de la compañía ha sido ofrecer al resto de plataformas la opción de sublicenciar los canales que se creen para compartir riesgos.

Este nuevo proyecto pone de relieve el papel que está adquiriendo Dazn en España, donde está adquiriendo todos aquellos contenidos consideramos *premium* que hasta ahora tenía Telefónica, y por los que ha decidido dejar de apostar ante la elevada inversión que ha comprometido para tener toda LaLiga y la Uefa Champions League durante los próximos tres años. En el caso del baloncesto, Movistar+ sí ha prolongado hasta 2021 su alianza con la ACB este verano, mientras que hace un año se aseguró tres temporadas más de NBA.

“Nos estamos expandiendo a un ritmo increíble y nuestro enfoque único está dando un

nuevo impulso a deportes con un largo y distinguido historial y audiencias crecientes”, señalaba hace unas semanas Simon Denyer, consejero delegado de Dazn Group. Un crecimiento que tiene un fuerte respaldo de sus accionistas, que le han dado el músculo financiero necesario para comprometer 3.802 millones de libras (4.344 millones de euros) en derechos deportivos.



Dazn emitirá en exclusiva en España la Euroliga y la Eurocup a partir de la próxima temporada.

Para Euroliga, esta alianza le permitiría mantener la senda de crecimiento que emprendió hace dos años con el cambio de formato de la competición. Una renovación que le ha permitido doblar sus ingresos entre 2015-2016 y 2017-2018, hasta alcanzar los 58,8 millones de euros en la última temporada.

Y los derechos audiovisuales han sido determinantes, con un avance del 103% y 32,3 millones de euros, más de la mitad de todo el negocio. La audiencia televisiva acumulada en partidos en directo a nivel global alcanzó los 50,6 millones de personas en 2017-2018, un 9% más que en la temporada anterior, según Nielsen.

Al valorar este acuerdo, el presidente y consejero delegado de la Euroliga, Jordi Bertomeu, ha señalado que “Dazn es una plataforma revolucionaria de emisión de partidos que comparte con la Euroliga su ADN innovador. Desde la competición queremos llevar lo digital a todas nuestras competiciones, lo que nos permite aumentar nuestra audiencia en España”.

Dazn emitirá los partidos de la Euroliga en España

durante el ciclo 2019-2023

Por su parte, el director comercial de Dazn, Jacopo Tonoli, ha asegurado que “nos encanta asociarnos con los titulares de derechos que abrazan el cambio en la manera en que los aficionados consumen deporte”.

Por otro lado, los ingresos por patrocinio han acumulado un 49,9% en este periodo, hasta 15,7 millones de euros. El socio principal es Turkish Airlines, cuyo contrato finaliza en 2020 y que actualmente paga más de siete millones al año. También destaca la venta de los *naming rights* de la Eurocup a Chipita 7 Days, además de la renovación con Adidas y los nuevos acuerdos con Bwin, Lottery.com y Tadim.