COMPETICIONES

Doblete histórico de La Liga en China: coloca los derechos a PPTV y venderá productos en las tiendas de Suning

Palco23
5 ago 2015 - 12:28

La Liga acaba de cerrar uno de los acuerdos internacionales más importantes sobre los derechos de televisión. Como ayer adelantó *Palco23*, la patronal de clubes ha vendido las retransmisiones para los próximos cinco años a la plataforma de televisión por Internet PPTV, que pagará unos 64 millones de euros por temporada y podrá sublicenciar algunos paquetes a la televisión pública CCTV. La empresa controlará las emisiones en China, Macau y Taiwán.

Pero el acuerdo no se acaba ahí, ya que también incluye la venta de productos oficiales de la competición a través de la red de 1.600 establecimientos de Suning, un grupo de distribución de electrónica de consumo y que también es el principal accionista de PPTV y patrocinador del FC Barcelona. "Va a ser clave para llegar a todos los fans en China. Suning y PPTV van a hacer que la Liga española esté dentro de los hogares chinos, que disfruten con las victorias de sus equipos y que sufran con sus derrotas. Que, en definitiva, sientan La Liga", ha indicado hoy Javier Tebas, presidente de la patronal, en la presentación del acuerdo.

"Hoy podemos presentar un acuerdo que ofrece un salto cualitativo. Vamos a arraigar el fútbol español en China. No se trata solo de que la gente pueda vernos por TV en sus hogares sino de que nos podamos acercar a ellos en nuestro día a día", ha asegurado Jaume Roures, presidente de Mediapro, que actúa como agente internaconal de La Liga. El contrato se ha rubricado aprovechando la gira asiática del Atlético de Madrid en el marco de la LFP World Challenge. Se trata del programa creado por la asociación de clubes junto a Mediapro para promocionar el torneo en todo el mundo y sacar el máximo rendimiento comercial, como demuestra este nuevo acuerdo de televisión.

https://www.palco23.com/competiciones/doblete-historico-de-la-liga-en-china-coloca-los-derechos-a-pptv-y-vendera-productos-en-las-tiendas-de-suning

El presente contenido es propiedad exclusiva de Palco23 Ediciones, SL, sociedad editora de Palco23.com (www.palco23.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

Zhijun Fan, presidente de PPTV, entre Javier Tebas, presidente de La Liga, y Jaume Roures, de Mediapro.

Una de las claves ha sido el cambio de algunas franjas horarias, siempre pensando en elevar la exposición internacional, ya sea en Reino Unido o en Asia. "No solo Real Madrid y Barcelona jugarán en horario de sábado por la noche en China, esta temporada habrá otro partido el domingo por la noche en hora China en el que se podrá ver a otros equipos importantes como Valencia o Sevilla, para que estos equipos tengan más relevancia en China", explicó ayer Tebas en un encuentro con periodistas del gigante asiático.

Mientras que la televisión pública ya controlaba los derechos anteriormente y su red de distribución alcanza los 1.000 millones de chinos, la opción de PPTV tiene un claro objetivo estratégico: por un lado, adaptarse a los nuevos formatos de consumo y a los más jóvenes; por el otro, lograr una mayor difusión de los contenidos audiovisuales de La Liga a través de las redes sociales."Transmitirá los partidos a través de sus entornos digitales", señala La Liga.

No es una cuestión menor, si se tiene en cuenta las previsiones de clientes de televisión bajo demanda que habrá en China a través de Internet. La consultora londinense Pyramid Research elaboró un informe en marzo en el que se estimaba que en 2016 habría unos 28,3 millones de consumidores de *video on demand* (VOD), una cifra que prácticamente triplica el número de suscriptores de televisión de pago que existen en España.

https://www.palco23.com/competiciones/doblete-historico-de-la-liga-en-china-coloca-los-derechos-a-pptv-y-vendera-productos-en-las-tiendas-de-suning

El presente contenido es propiedad exclusiva de Palco23 Ediciones, SL, sociedad editora de Palco23.com (www.palco23.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.