

COMPETICIONES

El fútbol japonés se abraza a Dentsu para ganar exposición global

La J.League ha encargado la explotación de sus derechos audiovisuales y comerciales en el extranjero al grupo de marketing, que también es accionista de Dazn.

Palco23
8 oct 2019 - 12:15

La J.League ha recibido en los últimos meses a futbolistas de talla mundial como Andrés Iniesta, y la competición quiere aprovecharlo para ganar visibilidad fuera de Japón. Por eso, la máxima competición del fútbol japonés ha alcanzado un acuerdo con Dentsu para que continúe siendo su socio en el extranjero.

El acuerdo deja fuera Japón y China, por lo que el foco de la venta de los derechos audiovisuales se centrará sobre todo en el resto de Asia y Europa, entre otros. En este sentido, cabe recordar que Dentsu es accionista de Dazn, la plataforma OTT que actualmente emite la liga en países como España.

La liga nipona está formada por 18 equipos, entre los que destacan el Yokohama Marinos, que es propiedad de Nissan y el City Football Group (CFG), o el Vissel Kobe, donde juega Iniesta y es propiedad de Rakuten.