

COMPETICIONES

La TV impulsa un 13,5% el negocio de la Serie A en 2018-2019, hasta 2.720 millones de euros

La temporada 2018-2019 marcó el inicio de un nuevo ciclo audiovisual en Italia de la mano de Sky y Dazn, que abonan 1.440 millones de euros anuales.

Palco23

27 mar 2020 - 13:39

Los ingresos audiovisuales son clave en el negocio de toda competición deportiva y, en el caso de la Serie A, ayudaron a que la facturación total subiera un 13,5% interanual en 2018-2019. La liga italiana de fútbol finalizó la pasada temporada con una facturación de 2.720 millones de euros debido al inicio del nuevo ciclo audiovisual, que le permitió facturar 1.440 millones de euros. Se trata de un avance el 57% en la última década.

Las cifras, que han sido publicadas por *Gazzetta dello Sport*, muestran que los ingresos comerciales de los clubes, incluidos los acuerdos de patrocinios, aumentaron en 100 millones de euros, hasta 650 millones. Los ingresos por día de partido se mantuvieron estables en 285 millones de euros, mientras que la categoría de otros ingresos se situó en 350 millones de euros.

La principal partida de ingresos fue la televisión. En Italia, los derechos los tienen Sky y Dazn, que acordaron aportar 973 millones de euros por temporada. Los derechos internacionales de televisión se dispararon hasta 380 millones de euros aportados por su socio IMG, encargado de revender esos derechos en otros países. Es un importe que prácticamente dobla lo que venía aportando MP&Silva durante el ciclo audiovisual anterior.

Durante la última década, los ingresos de la Serie A han aumentado un 57%

La Juventus de Turín fue el equipo con más ingresos, generando 494,4 millones de

PALCO23

euros, por delante del Inter de Milán (376,9 millones de euros) y la AS Roma (250,9 millones de euros). El Empoli, por su parte, fue el que menos facturó con 44,3 millones. Los gastos de los clubes se dispararon a mayor ritmo que las ventas, puesto que crecieron un 18,3%; hasta 3.550 millones de euros.