

COMPETICIONES

IMG y la Euroliga aseguran a los clubes un mínimo de 380 millones en diez años

Guillermo G. Recio
11 nov 2015 - 17:47

La Euroliga ha puesto punto y final a la disputa de la máxima competición europea. Tras la reunión de este martes donde los clubes propietarios presentaron de la mano de IMG un plan de negocio para relanzar el torneo, se ha sabido que con la nueva propuesta los clubes recibirían un mínimo garantizado de 36,3 millones de euros por temporada.

Esta cifra está por encima de la propuesta de la Fiba, que aseguraban 30 millones de euros a repartir entre los clubes y un modelo de cogestión. Así pues, con este proyecto, que implica gestionar todo el negocio comercial y de televisión junto a la multinacional de marketing deportivo durante los próximos diez años, parece que la federación no conseguirá su objetivo de crear la Basketball Champions League.

El presidente del CSKA de Moscú, Andrei Vatutin, ya ha dado los detalles del plan de negocio, donde los ingresos totales garantizados estarían en 630 millones de euros, que podrían incrementarse a 759 millones en un contexto optimista. También ha confirmado que, de este dinero, un 60% iría a los clubes y un 40% a la propia organización, por lo que los conjuntos contarían con 380 millones en diez años.

Asimismo, el mínimo que obtendrían los clubes sería de 36,3 millones de euros con un máximo de 49,2 millones en el mejor de los casos. No obstante, en la industria creen que el pastel a repartir entre los clubes puede ser incluso superior. Para obtener estos niveles de retorno, la estrategia de IMG pasa por darle mayor atractivo comercial a la Euroliga al proponer pasar de 24 a 16 equipos participantes.

De éstos, once plazas estarían reservadas a los propietarios (la Fiba quería limitarlas a ocho) y sólo quedarían cinco plazas para los mejores clubes europeos en competiciones nacionales. Esta nueva liga europea empezaría en la temporada 2016-2017, contaría con 30 jornadas entre los 16 equipos, en lo que vendría a ser una liga supranacional. Una vez concluida esta fase se disputarían, como hasta ahora, los cruces de cuartos de final y la Final Four.

Este nuevo modelo de competición propone el mismo número de partidos pero con cruces mucho más atractivos que, según fuentes de la industria, garantizarían un

mayor nivel de audiencia en todos los países y podrían sacar mayores rendimientos económicos de los derechos de televisión. Esto significaría más notoriedad mediática del torneo, lo que derivaría a mayores ingresos por patrocinios.

Como ya dijo la directora de desarrollo de negocio de la Euroliga, Roser Queraltó, a *Palco23*, pretenden que los acuerdos comerciales tengan mayor peso en la estructura de ingresos, que actualmente representan un 35% del total con 10,5 millones de euros. La directiva destacó la importancia de dar más importancia al área de marketing, porque el presupuesto de las retransmisiones “es muy volátil y depende de los gobiernos y el marco legislativo”.

Actualmente la compañía IMG solamente tenía los derechos para conseguir patrocinadores regionales de casas de apuesta, además de vender los derechos audiovisuales en España, Italia, Rusia y Asia. Ahora, con este acuerdo, la Euroliga se podrá beneficiar de toda la red de la multinacional para cerrar acuerdos televisivos y comerciales.