

COMPETICIONES

La ACB vende sus derechos audiovisuales en Argentina y Chile a TNT Sports

La liga española de baloncesto ha alcanzado un acuerdo con el operador televisivo controlado por el grupo Turner para emitir los partidos de liga regular, *playoff* y Copa del Rey de esta temporada.

Palco23
29 nov 2019 - 11:00



La ACB sigue trabajando para mantener su huella internacional. TNT Sports, la cadena perteneciente al grupo Turner, ha alcanzado un acuerdo con la asociación para que la liga regular, los *playoff* y la Copa del Rey se emitan en Argentina.

Se desconocen los términos económicos del acuerdo, que estará vigente durante la presente temporada. De este modo, TNT Sports toma el testigo de FOX Sports Latam, que ha emitido la Liga Endesa en el país austral durante las últimas temporadas.

Cabe recordar que esta temporada hay una amplia representación de jugadores argentinos en la liga, por lo que este país es uno de los territorios clave a nivel de audiencias. En ella se encuentran Facundo Campazzo, Nico Laprovíttola y Gabriel Deck (Real Madrid), Patricio Garino y Luca Vildoza (Kiolbet Baskonia), Nicolas Brussino

(Casademont Zaragoza) y Nico Richotti (Montakit Fuenlabrada).

Turner también se ha hecho con los derechos audiovisuales de la competición en Chile, que retransmitirá la ACB a través de la cadena local CDF. El operador, que tiene tres canales en abierto, también emite el campeonato chileno de fútbol y otros torneos deportivos internacionales.

A finales de septiembre la ACB inició una nueva etapa en materia de comercialización de derechos audiovisuales, asumiendo de forma directa tanto las negociaciones como la gestión de los operadores de los diferentes territorios. Hasta entonces era la multinacional MP&Silva la que se encargaba de realizar este proceso.

Esta temporada la Liga Endesa se ve en 140 territorios y, según apunta la entidad, la mayoría de los nuevos contratos se extienden hasta 2020-2021. La liga tiene presencia en Estados Unidos, Latinoamérica, Oriente Medio, diferentes países y África y gran parte de Europa, para lo que se ha asociado a diferentes *partners* audiovisuales.

La patronal del baloncesto español prevé cerrar la temporada con una facturación de 32,9 millones de euros, un 2,1% más que en la campaña anterior, y casi el doble que hace seis años. A falta de la aprobación de las cuentas de 2018-2019, la organización espera volver a superar los treinta millones de euros en volumen de negocio por segunda vez en su historia, y prevé lograrlo gracias a los acuerdos comerciales y de televisión, que generan el 87,7% del negocio de la ACB.