

## COMPETICIONES

# La Premier League vende los derechos en China a iQiyi Sports a mitad de precio

La plataforma de transmisión se convierte en socio de los derechos audiovisuales de la liga inglesa en China en un acuerdo de cuatro temporadas.

Palco23  
23 jul 2021 - 10:10



La Premier League se posiciona de nuevo en China. La Liga inglesa ha firmado un acuerdo *low cost* con iQiyi Sports, que ha adquirido los derechos del campeonato tras poner fin de manera anticipado a su acuerdo con de 600 millones con Pptv, del Grupo Suning, el pasado septiembre y el final de la alianza con Tencent al final de la 2020-2021. Los términos del acuerdo no se han hecho oficiales, pero está valorado en la mitad de lo que abonaba su anterior socio, de acuerdo a *The Times*.

La plataforma ofrecerá cobertura en directo de todos los partidos de cada temporada, sin publicidad, en alta definición y con comentarios en varios idiomas, a un precio anticipado de treinta euros aproximadamente.

iQiyi Sports es una empresa conjunta lanzada en 2018 por la agencia de marketing y medios deportivos Super Sports Media e iQiyi, la plataforma de transmisión de video más grande de China. Super Sports Media es propiedad del inversor en deportes y entretenimiento Ddmc Group, mientras que iQiyi es propiedad de Baidu, el motor de

búsqueda más grande de China. Posee también los derechos de LaLiga y de la Confederación Asiática de Fútbol, y emitió la Euro 2020.

## La Premier League encuentra socio audiovisual en China tras romper de manera anticipada su acuerdo con Pptv

El pasado septiembre, la Premier League puso fin a uno de sus acuerdos más lucrativos. La liga inglesa rompió el acuerdo de derechos audiovisuales en China con la plataforma de *streaming* Pptv. El contrato tenía una duración de tres años, hasta 2022, y estaba valorado en alrededor de 550 millones de libras (más de 600 millones de euros).

La decisión de la liga inglesa se produjo después de que Pptv, a través de su propietario Suning Holdings (que controla también el Inter de Milan), no hiciera frente a la cuota de marzo de unos 160 millones de libras. La plataforma intentó negociar el contrato a la baja y ampliarlo por otras tres temporadas por el impacto del Covid-19 en la temporada de la Premier League y, por tanto, también en su negocio.

La pérdida de los ingresos derivados del acuerdo con Pptv fue un duro golpe para la Premier League. Ese contrato era uno de los mayores de la liga inglesa en el área de los derechos audiovisuales, junto con el de la estadounidense NBC (de alrededor de mil millones de dólares por seis años) o el de Beln Sports para Oriente Próximo.

Apenas dos semanas después, la Premier encontró una solución temporal a la pérdida de su socio audiovisual en China. Cerró un acuerdo de un año con Tencent para poder emitir en su plataforma de *streaming* los partidos de la temporada 2020-2021.

La facturación de los equipos de la liga inglesa cayó por primera vez en la temporada 2019-2020 como consecuencia de las consecuencias derivadas de la crisis del coronavirus. Las pérdidas antes de impuestos se dispararon a poco menos de 1.000 millones de libras (1.160 millones de euros) según Deloitte, casi cinco veces más que en la campaña anterior.