

COMPETICIONES

La Serie A vuelve a ‘pinchar’ en la venta de sus partidos en Italia

La liga de fútbol aspiraba a obtener 1.050 millones de euros con la venta de distintos lotes, pero ninguna de las seis ofertas cumplía con sus ambiciones económicas.

Palco23
23 ene 2018 - 10:33

La Serie A no ha conseguido cumplir con sus ambiciones económicas. La competición ha anunciado que nuevamente ha decidido no aceptar ninguna de las seis ofertas que había recibido por sus derechos de televisión en Italia. Su objetivo era alcanzar un mínimo de 1.050 millones de euros anuales en el nuevo ciclo, cifra que no conseguía con el sumatorio de las distintas propuestas.

La asociación de clubes optó ayer por la noche “por unanimidad no aceptar ninguna oferta y proceder a la negociación privada”, de manera que ahora podría adjudicar los lotes a menos operadores siempre y cuando pueda pasar el corte de las autoridades de competencia. “El objetivo es obtener nada menos que el precio mínimo global ya previsto en la licitación correspondiente”, indica en un comunicado.

La competición indica que recibió cinco ofertas de operadores audiovisuales y una de un intermediario independiente, aunque no precisa si se trataría de la propuesta que realizó un banco de Qatar y que incluía una importante línea de financiación. Es más, medios italianos señalan que se refieren a una propuesta de 990 millones de euros por parte de Mediapro.

Eso sí, advierte: “Debe recordarse que si las negociaciones privadas no tienen éxito, la Liga se reserva el derecho de evaluar la oferta presentada por el intermediario independiente”.

En la primera licitación, ni Mediaset ni Vivendi decidieron presentar oferta, mientras que Sky unió fuerzas con la británica Perform Group para optar por cuatro de los cinco paquetes, incluido el de las retransmisiones en *streaming* que ayudarían a potenciar el papel de la plataforma DAZN en este mercado. No obstante, sólo ofrecieron 230 millones (30 millones más del mínimo) por el paquete A, que aseguraba los partidos de ocho equipos, los más importante, en satélite, y 210 millones (frente a los 400 millones previstos) por el paquete D, que cubre a los otros 12 equipos.