

COMPETICIONES

LaLiga declara desierta la subasta de sus emisiones en Reino Unido, a la espera de la Premier

La patronal española, que en otros países ha logrado mejoras de más del 30%, declara desierto el concurso en Reino Unido, después de que Sky presentara una propuesta inferior respecto a la actual. Entre los motivos estaría la subasta de las emisiones del fútbol británico, cuyo plazo de presentación de ofertas acaba hoy.

Marc Menchén
9 feb 2018 - 05:00

Sky ofrece un 50% menos a LaLiga en Reino Unido por la presión de la Premier League

La Premier League espera protagonizar un nuevo récord en la industria del fútbol, y LaLiga ya asume que probablemente será una víctima colateral en Reino Unido. La patronal presidida por Javier Tebas decidió declarar desierta la licitación de sus retransmisiones en el país, a la espera del desenlace de esa subasta. De momento, fuentes de la industria señalan a *Palco23* que Sky presentó una oferta un 50% inferior respecto a lo que venía pagando hasta ahora. Pese a que algunas fuentes cifran el valor del contrato actual por encima de los 20 millones, fuentes próximas a la asociación niegan esa cifra.

“Todo el mundo está esperando a ver qué pasa con la Premier”, añaden, sobre un *deadline* que acaba hoy para la presentación de propuestas. El torneo británico, que ya ha dejado claro que ambiciona un incremento porcentual de doble dígito respecto al anterior ciclo, en el que se aseguró 5.136 millones de libras (5.787 millones de euros al cambio actual) en tres años sólo en su país. Entonces, la competencia entre Sky y BT Sport supuso una mejora del 70%, aunque algunos profesionales del sector creen que el mensaje que se está lanzando al mercado es de que no pondrán mucho más dinero sobre la mesa.

Para asegurarse este continuo crecimiento, la asociación presidida por Richard Scudamore ha decidido ampliar el número de partidos que se podrán retransmitir en directo. En concreto, se pasará de 168 a 200 encuentros por temporada, preservando

todavía que entre las 15:00 horas y las 17:00 horas no se emita nada para “fomentar la asistencia y la participación en los niveles tradicionales de fútbol en todo el país”.

LaLiga declaró desierta la subasta, después de que Sky ofreciera un 50% menos respecto a los 20 millones de euros que paga ahora

La dirección ha diseñado siete lotes, cinco de los cuales están formados por 32 partidos y dos por una veintena de ellos, con la ambición de rebasar los 6.000 millones de libras. Las bases del concurso establecen que los operadores podrán optar a más de un paquete, siempre que no se hagan con más de 148 partidos en total. En todos los casos se incluyen encuentros de las tres jornadas intersemanales y en el periodo vacacional conocido como *Bank Holiday*. No obstante, sólo uno de ellos asegura ocho eventos en la nueva franja de *prime time* del sábado a las 19:45 horas.

Sky y BT Sport parten con ventaja, tanto porque en el último ciclo han controlado 126 y 42, respectivamente, como por la penetración de sus plataformas de pago. Sin embargo, en la industria lleva tiempo especulándose sobre cuál podría ser el rol de gigantes como Facebook y Amazon en esta nueva etapa. La respuesta podría estar en el lote del “casi-directo”, con 180 partidos para ofrecerlos bajo demanda, así como resúmenes de los 380 partidos a través de Internet.

Por el momento, la BBC ha podido retener la exclusiva de los resúmenes con solo una mejora del 3,6%, hasta 211,5 millones de libras (240 millones de euros) entre 2019-2020 y 2021-2022. Ello, debido a que la cadena pública deberá asumir que en redes sociales y otro tipo de soportes digitales habrá otro operador con estos derechos.

La Premier League ha creado un lote de derechos digitales con partidos en semidirecto, que encajaría para Facebook o Amazon

En cuanto a LaLiga, está por ver si su estrategia será por buscar un aliado en estos entornos digitales que le ayude a cuidar el producto. En Reino Unido, Amazon ya ha dado pasos dirigidos a ofrecer deportes que no generan suficiente interés entre los operadores

, como por ejemplo todos los Masters1000 y los ATP500 del circuito profesional de tenis.

Pese al contratiempo en este país, la competición española confía en lograr su objetivo de obtener un 30% más por sus derechos internacionales y que alcancen los 1.000 millones de euros. En algunos mercados se ha rebasado con nota este objetivo, e incluso en algunos países de Europa han logrado ese ritmo de crecimiento. Por ahora, han firmado con IMG para buscar socios en Balcanes y países nórdicos, mientras que MP&Silva se encargará de cinco territorios: Albania, Kosovo, República Checa, Eslovaquia y Bulgaria.

En Francia ya se ha renovado con beIN Sports, que pasará de 26 millones a 30 millones de euros por temporada (+15%). Se espera que la plataforma catarí también continúe en países estratégicos como Estados Unidos y Australia, pero también en todo Oriente Medio y algunos territorios del Sudeste Asiático. En total, el negocio audiovisual generó 1.566 millones de euros distribuidos de la siguiente manera: 911,4 millones en España y 167,1 millones en el resto de Europa; 212,3 millones en América; 122,6 millones en Asia y Oceanía; 75 millones de euros en Oriente Medio y Norte de África, y 47,6 millones en el resto del continente africano.