COMPETICIONES

LaLiga busca un nuevo socio audiovisual en Reino Unido para el ciclo 2019-2022

La competición ha abierto una nueva licitación en este mercado después de los problemas que ha tenido Eleven para garantizar la visibilidad de los partidos hasta 2021-2022.

Palco23
12 jul 2019 - 16:58

LaLiga busca un nuevo socio audiovisual en Reino Unido e Irlanda. La competición ha abierto una nueva licitación en estos mercados para el ciclo 2019-2022, después de que la alianza con la plataforma OTT Eleven Sports no haya funcionado como esperaban. Se desconocen los términos económicos de un contrato que, cuando estuvo en manos de Sky, rondaba los 20 millones de euros anuales.

El paquete de derechos incluye toda LaLiga Santander y los seis partidos de la promoción de ascenso a esta categoría. Además, se ha apostado por preparar distintos paquetes debido a "la preferencia cada vez mayor por la visualización de los partidos a través de nuevas tecnologías". De esta manera, los operadores podrán apostar por tener la exclusiva o no en la televisión de pago, e incluso compartir con un operador en abierto que emita un encuentro por jornada.

Esta distribución potencial permitiría replicar el esquema actual, por el que Eleven continúa incluyendo el fútbol español en su suscripción en el canal OTT, al tiempo que la cadena privada en abierto ITV y la de pago Premier Sports ofrecen un encuentro por jornada. "Estamos encantados", señaló el presidente de LaLiga, Javier Tebas, cuando se anunció la entrada de estas dos nuevas cadenas.

El objetivo de la competición es que el socio en la televisión de pago tenga los mejores encuentros. Para ello, el licitador en abierto sólo podrá emitir veinte partidos (diez por vuelta) en los que participe uno de los cinco mejores equipos con coeficiente Uefa y nunca que enfrente a dos de ellos. Se trata de Real Madrid, FC Barcelona, Atlético de Madrid, Sevilla FC y Valencia CF, que podrán aparecer individualmente en un máximo de cuatro citas.