

COMPETICIONES

LaLiga: cuenta atrás para el nuevo contrato de la TV en el peor momento de mercado

En el mes de junio de 2018 LaLiga adjudicó los derechos de televisión nacionales para el ciclo de 2019 a 2022. En los próximos meses, la patronal prepara la subasta para el próximo ciclo, con la incógnita del impacto del coronavirus y un as en la manga.

Javier Trullols
22 mar 2021 - 04:48



LaLiga confía en incrementar sus ingresos audiovisuales. La patronal del fútbol español espera mantener la senda del crecimiento en la subasta de los derechos a partir de la temporada 2022-2023, aumentando los 2.118 millones de euros por temporada que ingresa por este concepto. El mercado está frenando la tendencia al alza como lo demuestran las subastas de derechos de la Premier League o la Bundesliga, aunque LaLiga espera que la posibilidad de ampliar el número de temporadas del ciclo vaya a su favor.

El actual ciclo de los derechos de televisión nacionales de LaLiga vence al final de la temporada 2021-2022, y se espera que a mediados de este año se produzca la licitación del próximo, la principal fuente de los ingresos audiovisuales del campeonato.

Con Movistar y Mediapro como grandes aliados hasta el momento, LaLiga abre la puerta a la irrupción de nuevos actores para maximizar sus ingresos. Y lo hace enfrentándose al dilema de cuál es la duración óptima de los futuros acuerdos ahora que la ley ya no los limita a una duración de tres años, siendo necesario para los clubes contar con la garantía de los ingresos audiovisuales, que representan cifras superiores al 70% de los ingresos totales en algunos casos.

En febrero de 2018, la Premier League se enfrentó al estancamiento del negocio audiovisual. Sky y BT Sport se hicieron con los principales paquetes de la competición para el ciclo de las temporadas 2019-2020, 2020-2021 y 2021-2022 por 4.464 millones de libras (5.032 millones de euros), un 13% menos que en el anterior periodo de tres temporadas. Y hace un mes, El director de BT Sport, Simon Green, anticipó un ajuste de precios en los derechos de televisión de cara a la próxima subasta de la liga inglesa, prevista para diciembre.

En Alemania se produce la misma situación. El pasado junio, Sky, Dazn y la televisión en abierto se hicieron con los derechos de la Bundesliga por 4.400 millones para el ciclo 2021-2025. La liga alemana de fútbol esperaba igualar los 4.640 millones de euros del anterior contrato de televisión, tras fragmentar aún más los paquetes audiovisuales, pero acabó aceptando una rebaja de 240 millones de euros.

En los últimos meses, competiciones como la Primeira Liga portuguesa han optado por cambios en el proceso de venta de sus derechos de televisión, apostando por la venta centralizada a partir de la temporada 2027-2028, siguiendo el modelo español. Mientras que la Ligue 1 se ha enfrentado al abismo de encontrarse sin televisión al romper el contrato con Mediapro tras solicitar la productora una rebaja del 25% del valor del contrato esta temporada, salvando la situación con un acuerdo *in extremis* con Canal + hasta final de curso.

La patronal del fútbol español no es ajena a esta realidad. “El año que viene (2022) termina el contrato de los derechos audiovisuales y estamos hablando con todos los actores del mercado”, reconoció Javier Tebas, presidente de LaLiga, a principios de mes. “En Inglaterra el año pasado fue a la baja, en Alemania también”, recordó, aunque manteniendo el optimismo, asegurando que “nuestras expectativas son subir algo, pero no vamos a subir los dobles dígitos históricos”. “Las *over-the-top* (OTT) son una nueva ventana y a lo mejor es el momento de que lleguen fórmulas más disruptoras”, advirtió.

La reducción de los ingresos de la Premier League y la Bundesliga pone a LaLiga sobre aviso

LaLiga logró una revalorización de sus derechos del 25% para el ciclo 2019-2022, hasta 2.118 millones de euros por temporada sumando los derechos nacionales e internacionales. Superar esa cifra, aunque sea en base a un crecimiento de un dígito, es el gran objetivo de LaLiga de cara a la próxima licitación de los derechos.

Telefónica acordó pagar 980 millones de euros anuales entre 2019-2020 y 2021-2022 por los derechos de la Primera División, mientras que Mediapro se comprometió a abonar 160 millones por el negocio de bares. Al mismo tiempo, la compañía española dirigida por Jaume Roures y Tatxo Benet mantuvo el contrato de agente internacional de LaLiga, asegurando 4.485 millones de euros entre 2019 y 2024 por los derechos en el extranjero, a razón de 897 millones de euros por temporada, un 30% más.

Roures, cofundador y socio de Mediapro, que recientemente ha aportado 30 millones de euros para que la directiva de Joan Laporta alcanzar el aval para presidir el FC Barcelona, avisó a LaLiga. En declaraciones realizadas a principios de mes, aseguró que “todo el universo económico del fútbol está en revisión y eso incluye los derechos de televisión pero al mismo tiempo el desarrollo tecnológico y nuestro trabajo y el de LaLiga ha creado marca y un universo alrededor de LaLiga importante que no tienen otras ligas, salvo la inglesa”. En cualquier caso, “Mediapro estará en la puja, como ha estado los últimos años”.

Las palabras de Roures se suman a las declaraciones del consejero delegado de la compañía en España, Jean-François Fallacher, quien a mediados de febrero criticó la fórmula con que la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (Cnmc) calcula el precio que cobra Telefónica al resto de los operadores para poder tener los derechos del fútbol en España. Orange asegura que el fútbol está “sobrepagado”, aunque de momento ha mantenido su apuesta de 300 millones de euros por temporada por el deporte rey, a diferencia de Vodafone, compañía que hace dos años decidió dejar de emitir el fútbol debido a que “era imposible pagar una cantidad tan elevada por el fútbol”, de acuerdo a su director ejecutivo, Colman Deegan.

Telefónica y Mediapro apuntan de nuevo a ser los actores principales de una licitación que tendrá lugar en los próximos meses

Una vez acabe el vigente ciclo de los derechos audiovisuales de LaLiga, la patronal del fútbol española contará con un as en la manga. Y es que el Real Decreto-ley 15/2020, del pasado 21 de abril, modificó el Real Decreto-ley 5/2015, de 30 de abril, de medidas urgentes en relación con la comercialización de los derechos de explotación de contenidos audiovisuales de las competiciones de fútbol profesional y acabó con el límite de temporadas que introdujo en 2010 la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (Cnmc).

En virtud de esa modificación de la legislación en vigor, “la duración de los contratos de comercialización se supeditará a las normas de competencia de la Unión Europea”, suprimiéndose el límite de tres años en la duración de los ciclos audiovisuales para futuras licitaciones, abriendo la puerta a que la patronal del fútbol español busque acuerdos a más largo plazo que le permitan maximizar sus ingresos, siguiendo el modelo del acuerdo firmado el año pasado por la Premier League por seis años para los países nórdicos.

Del dinero logrado por la comercialización de los derechos de televisión de LaLiga, la patronal debe destinar un 2,5% al fondo de compensación para clubes de fútbol profesional que descienden de categoría; un 2% a la Real Federación Española de Fútbol (Rfef); un 1% repercutirá en la propia patronal para la promoción del campeonato; y un 1,5% al Consejo Superior de Deportes (CSD) para financiar otras disciplinas.