COMPETICIONES

LaLiga gana fuerza comercial en China con Mediapro y su socio de TV en el país

Las tres organizaciones han creado una empresa conjunta que se encargará de explotar la marca de la competición en el gigante asiático con patrocinios, licencias y eventos.

Palco23
14 may 2020 - 09:33

LaLiga vuelve a optar por las alianzas locales para aumentar su negocio fuera de España. La competición ha llegado a un acuerdo con Mediapro y Super Sport Media para crear una ***joint venture*** que actuará como brazo comercial del fútbol profesional español en el gigante asiático.

Esta nueva alianza empresarial se encargará de explotar todos los contratos de licencias, eventos deportivos y patrocinadores oficiales locales, de manera que se podrá acelerar la venta de la U televisiva virtual, por ejemplo. Según avanza *El País*, el contrato es por quince años prorrogables y, junto a China, se incluye también Hong Kong, Macao y Taiwán.

El proyecto es similar al impulsado con Relevent Sports en Norteamérica, pues todo gira en torno al convencimiento de que un socio sobre el terreno especializado en la industria del deporte siempre será mejor que construir de cero. En esta ocasión, la

https://www.palco23.com/competiciones/laliga-gana-fuerza-comercial-en-china-con-mediapro-y-su-socio-de-tv-en-el-pais

El presente contenido es propiedad exclusiva de Palco23 Ediciones, SL, sociedad editora de Palco23.com (www.palco23.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

diferencia es que la alianza incluye a dos de sus principales socios audiovisuales.

LaLiga ingresa más de 100 millones de euros anuales en China entre televisión en patrocinio

Mediapro es agente internacional de LaLiga en la comercialización de sus derechos de televisión, mientras que Super Sport Media está controlada por DDMC, que desde hace años es el propietario de las retransmisiones del fútbol español en el país a cambio de unos 100 millones de euros anuales.

El consejo de administración de la nueva compañía estará formado por Sergi Torrents, director de LaLiga en China, que ejercerá de consejero delegado. Como presidenta estará Pilar Jiménez, consejera delegada del de Grupo Mediapro en Asia Pacífico, mientras que Óscar Mayo, director de negocio, márketing y desarrollo internacional de LaLiga, será vicepresidente. Como consejeros estarán Javier Tebas, presidente de LaLiga; Jaume Roures, administrador único de grupo audiovisual, y Yu Lingxiao, consejero delegado de Super Sports Media.

“Hace tres años estábamos en torno a tres millones en patrocinios y licencias locales. Ahora estamos en nueve millones. Y esperamos llegar a los 30 millones en unos cinco o seis años”, ha explicado en *El País* el director de negocio y desarrollo internacional de LaLiga, Óscar Mayo.

LaLiga consiguió 40 millones de inversión pública en China para crear un *hub* deportivo

“La *joint venture* supone un importante paso en la estrategia comercial de LaLiga en China; Mediapro y Super Sports Media pasan a formar parte de nuestro desarrollo en el territorio, aportando *expertise* local y nuevos activos, con los que esperamos ampliar nuestra cartera de socios y licenciatarios en la región”, ha explicado Sergi Torrents.

El presente contenido es propiedad exclusiva de Palco23 Ediciones, SL, sociedad editora de Palco23.com (www.palco23.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

Por su parte, Pilar Jiménez el conocimiento del mercado chino que tiene grupo Mediapro y la gran especialización de Super Sports Media son la mejor base para asegurar un crecimiento exponencial de la presencia de LaLiga en China, abriendo grandes oportunidades de negocio tanto para la competición como para los clubes".

China es uno de los territorios en los que más ha crecido el negocio de la gestora del fútbol profesional, que el año pasado ya logró *arañar* una inversión pública de 40 millones de euros para un proyecto deportivo. Se trata de un complejo con campos de fútbol, museo y centro médico, entre otros, que servirá para formar al talento local y organizar torneos de canteras de forma periódica.

LaLiga logró aumentar un 18% su facturación por patrocinios, licencias y servicios de consultoría en 2018-2019, con lo que ya se acerca a 125 millones de euros por este concepto. A este importe se añaden 1.880,3 millones de euros por la explotación de los derechos audiovisuales de los clubes.

https://www.palco23.com/competiciones/laliga-gana-fuerza-comercial-en-china-con-mediapro-y-su-socio-de-tv-en-el-pais

El presente contenido es propiedad exclusiva de Palco23 Ediciones, SL, sociedad editora de Palco23.com (www.palco23.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.