

COMPETICIONES

Mediapro se adentra en la hípica con un innovador concurso de saltos

Palco23

11 nov 2016 - 14:18

El listón es alto, pero Mediapro confía en superarlo. El grupo audiovisual se ha asociado con JumpingClash Challenge para la creación de una nueva competición hípica "que busca transformar la disciplina de salto de obstáculos y la manera de ser consumida por el gran público", explica en un comunicado. El concurso será presentado el mes que viene en el Madrid Horse Week y pretende entrar en el circuito internacional en 2017.

Esta nueva modalidad está ideada para sacarle el máximo partido en televisión y se podría equiparar, según Mediapro, "al formato competitivo de los grandes torneos internacionales de tenis, con enfrentamientos cara a cara entre los jinetes". Con esta apuesta, la empresa de Jaume Roures se adentra en la hípica, diversificando aún más su nómina de contenidos deportivos, tras el anuncio de la creación, en colaboración con Barcelona Televisió, de un programa sobre carreras de drones y la compra de La Liga de Videojuegos Profesional (LVP), perteneciente al mundo de los e-sports.



Ejercicio de saltos durante la última edición de la feria ecuestre. / Madrid Horse Week

La decisión de impulsar esta nueva modalidad hípica recalca en el deseo de Mediapro de "aumentar el conocimiento del salto de obstáculos a un público más global y darle un formato moderno y pensado para la retransmisión televisiva". Desde la corporación aspiran a "la creación de un circuito mundial a través de acuerdos globales con promotores de eventos" a lo largo y ancho del globo terráqueo. Las negociaciones, reconocen, "ya están abiertas".

La compañía, con sede en Barcelona, se encargará de gestionar los derechos de las pruebas, tanto los de autor como los comerciales. También colaborará en la producción audiovisual del programa televisivo, "quintuplicando la inversión media dedicada en las actuales competiciones existentes para su retransmisión en televisión. Además, la empresa se hará cargo de la comercialización mundial del formato, para lo que ya cuenta con varios canales interesados, entre ellos GOL. Por último, la empresa también ha asumido la tarea de explotar las apuestas digitales, un campo poco desarrollado en lo que respecta a la disciplina de salto y para que el que este formato tiene una particular idoneidad", según ha explicado Mediapro.

Los empresarios Daniel Entrecanales, vinculado a la familia propietaria de Acciona, y Pablo Márquez, vinculados al mundo ecuestre, son los idearios de este innovador producto que pretende unir la hípica con el gran público, por medio de la televisión. Actualmente son presidente y director ejecutivo, respectivamente, de Madrid Horse Week, el mayor evento ecuestre multidisciplinar de España.