

COMPETICIONES

Telefónica paga 600 millones por todos los derechos de TV de La Liga en España

Marc Menchén
10 jul 2015 - 17:40

Telefónica ha logrado su principal objetivo: retransmitirá todos los partidos de La Liga durante la temporada 2015-2016, a cambio de 600 millones de euros. La patronal de clubes y el grupo de telecomunicaciones han expresado su "satisfacción" por un acuerdo que "consideran también beneficioso para el resto de los operadores, los clubes y los aficionados". En total, los equipos de Primera y Segunda División se repartirán ya la próxima campaña un total de 1.200 millones de euros.

Mediapro, que en un principio anunció que pujaría de la mano de beIN Sports, ha podido quedarse al menos el contrato de producción de todos los encuentros. Además, Telefónica ha accedido finalmente a que sea el grupo liderado por Jaume Roures el que comercialice la competición a nivel internacional durante seis temporadas, cediendo los derechos de los cuatro clubes que controlaba: FC Barcelona, RCD Espanyol, Celta de Vigo y Real Sociedad. La compañía catalana se asegura 50 millones de ingresos si logra vender el torneo por 450 millones de euros en el extranjero. A partir de esa cifra, se quedaría un 25% del total.

La patronal presidida por Javier Tebas ha acabado accediendo de alguna manera a la recomendación de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC). El organismo regulador entendía que las peculiaridades de la temporada 2015-2016 aconsejaban separar la comercialización de los derechos audiovisuales de la misma de los próximos ejercicios. En su opinión, el hecho de que Mediapro hubiera cedido 34 contratos que tenía con otros tantos clubes y que Telefónica retuviera los derechos de televisión de otros cuatro equipos denotaba que ambas compañías iban a partir con cierta ventaja en la subasta que debía abrirse al resto de la industria audiovisual.

Por ello, las tres partes han alcanzado un acuerdo por el que la multinacional presidida por César Alierta tendrá en exclusiva todos los lotes asociados a Primera División, la Liga Adelante y la Copa del Rey en la modalidad de pago. La Liga, que ahora negociará la venta de los lotes para las emisiones en abierto, ya ha avanzado que abrirá un nuevo proceso para recibir ofertas entre octubre y noviembre, con el objetivo de vender las retransmisiones del ciclo 2016-2017/2018-2019. "Seguiremos creciendo", ha asegurado Tebas en su cuenta de Twitter.

El dirigente era reacio a no vender ya directamente las retransmisiones por un ciclo de tres campañas. Incluso en el escrito de alegaciones que envió a la CNMC argumentaba que disponía de "datos e indicios que apuntan a una valoración de la temporada 2015-2016 (gracias a su integración en un ciclo de tres temporadas) cercana a los 1.300 millones de euros".

Finalmente la recaudación global se situará en unos 1.200 millones para la próxima temporada, dado que a esta cifra hay que añadir los 70 millones que pueden aportar los lotes aún no adjudicados (resúmenes no exclusivos, partidos en abierto y emisión por Internet) y otros casi 530 millones que se obtendrán a nivel internacional; la cifra será en realidad de 600 millones, pero de aquí hay que descontar las comisiones que percibirá Mediapro por la búsqueda de operadores extranjeros.

Y posiblemente el hecho de que finalmente vaya a conseguirse el dinero que se pretendía es el que ha facilitado el acuerdo. De no haberse producido, la patronal ya advirtió a Telefónica que en las bases del concurso establecería que cualquier compañía que quisiera optar por la compra de las retransmisiones debería ceder previamente los derechos individuales que poseyera.

Ahora está por ver cuál será la reacción de las distintas plataformas de televisión de pago, que con este acuerdo que no ha pasado por una subasta abierta al resto de compañías sólo podrán optar a ofrecer los partidos de Primera y Segunda División a través de un acuerdo con Telefónica. Tras la compra de Canal+, el grupo de telecomunicaciones se comprometió con la CNMC a ofrecer un 50% de sus canales premium al resto de plataformas, como las de Orange o Vodafone. El problema reside en que ello les obligará a elegir no sólo entre series, películas o fútbol, sino también entre MotoGP y Fórmula 1.

El acuerdo supone un balón de oxígeno para Telefónica, que este año ya perdió frente al tándem Mediapro-belN Sports en la puja por los derechos de Champions League y la Europa League para las próximas tres temporadas, lo que probablemente les obligará a pagar para incorporar a su oferta el canal de televisión creado expresamente.

Tal era la confianza de la *telecos* en que se impondría finalmente, que desde hace semanas mantiene en la parrilla de Movistar+ dos canales pensados para el fútbol español: Canal+Partidazo y Canal+Liga 2. A no ser que haya cambios de última hora, los partidos de Primera y Segunda División se verán a través de estos dos canales. Tras el acuerdo firmado hoy, La Liga deja para el próximo contrato la posibilidad de crear un canal de televisión propio, como establecía el borrador del concurso.

Los derechos del fútbol español son un activo estratégico para Telefónica, con una base de abonados que supera ligeramente los 3,5 millones tras la integración de Canal+ y que aspira a situar por encima de los cinco millones en el medio plazo.