

COMPETICIONES

Telefónica se queda toda Primera en 2019-2022 y LaLiga cobrará 1.140 millones al año, un 15% más

La *telecos* se adjudica los dos lotes de Primera División entre 2019 y 2022 por 980 millones al año, mientras que Mediapro abonará 160 millones anuales por el negocio de establecimientos públicos y los resúmenes en abierto. La patronal ha obtenido ya una plusvalía del 15% a la espera de colocar Segunda y el fútbol en abierto.

Marc Menchén
25 jun 2018 - 21:15

Telefónica se queda todo el fútbol de pago y LaLiga cobrará 1.140 millones

Sorpresa mayúscula dentro del sector audiovisual. La asociación de clubes se ha asegurado hoy unos ingresos récord por televisión para el ciclo 2019-2022 en España, confiando en que los derechos que aún no se han vendido permitan alcanzar esa plusvalía del 30% respecto al ciclo anterior. La patronal presidida por Javier Tebas cobrará 1.140 millones de euros anuales durante el próximo ciclo por sus retransmisiones de Primera en España, un 15% más que en periodo actual, y nuevamente con Telefónica (980 millones) y Mediapro (160 millones) como sus principales aliados. El grupo audiovisual, además, ha prometido 897 millones por el negocio internacional, un 30% más.

El grupo de telecomunicaciones ha cogido con el pie cambiado a muchos y se ha adjudicado los dos lotes más importantes de toda la licitación, que le aseguran toda la Primera División en exclusiva. “La adjudicación se ha realizado a un precio idéntico (98 millones de euros) para cada una de las tres temporadas, lo que supone una ligera deflación sobre la última temporada del ciclo anterior”, argumenta la multinacional sobre su victoria, después de varias semanas en las que había venido advirtiendo que no subirían el precio de estos derechos.

Una afirmación que puede llevar a confusión, pues la realidad es que, en el anterior ciclo, la suma de estos lotes sumaba una media de 883 millones de euros anuales durante tres temporadas; es decir, que el alza es del 10,9%. Además, la composición

de derechos es distinta y ahora el grupo de telecomunicaciones no tendrá un partido de Segunda División en exclusiva ni las principales eliminatorias de Copa del Rey, como se incluyó para 2016-2019. Tampoco hace referencia a los costes asociados que tendrá la creación de un canal con contenidos adicionales que complementen la jornada del fin de semana. A efectos comparables, el alza interanual del valor de estos derechos sería del 24%, según aseguran fuentes de la industria.

Telefónica pagará 980 millones de euros anuales entre 2019-2020 y 2021-2022 por Primera, mientras que Mediapro abonará 160 millones por el negocio de bares

Ahora está por ver cómo se desarrollarán las negociaciones entre Telefónica y el resto de operadores, aunque en su comunicado avanza que “en el caso de los costes netos, la deflación es aún mayor, superior al 5%. El ahorro es para todos los operadores y el impacto concreto en cada uno dependerá del número de ellos que contraten los canales”. En el caso de Mediapro, resta saber cómo influirá este hecho en la negociación para vender el canal beIN Sports con la Champions League.

El primero de los paquetes incluye ocho partidos por jornada, incluido el duelo entre FC Barcelona y Real Madrid de la primera vuelta, así como el *playoff* de ascenso a Primera División. El contrato también incluye los resúmenes, en no exclusiva, de doce minutos de todos los encuentros de Primera y Segunda División. En el actual ciclo, estos derechos habían sido comercializados por Mediapro bajo el canal beIN LaLiga por 633 millones de euros.

La patronal volvía a dar la opción de que el adjudicatario explote estas retransmisiones bajo su marca, aunque también se le ofrecía la opción de optar por adquirir ya editado el Canal LaLiga Primera. En este caso, las retransmisiones venían complementadas con informativos, programas divulgativos, documentales y reposiciones para tener una programación diaria y no sólo de fin de semana. Se desconoce por qué opción apostará Telefónica.

El otro lote importante es el que durante los últimos años se ha vendido bajo la marca *El Partidazo* y que estaba y continuará en manos de Telefónica. Este paquete, que se colocó por 250 millones en su momento, incluye un partido de Barça o Madrid cada jornada, incluido *El Clásico* de la segunda vuelta, así como el *playoff* de ascenso y

los mencionados resúmenes. La única restricción impuesta es no emitir la ida y la vuelta de los duelos de estos dos equipos con Valencia CF, Atlético de Madrid, Athletic Club y Sevilla FC.

Mediapro asegurará 4.485 millones en cinco años a LaLiga por sus derechos internacionales, un 30% más

En esta ocasión, Mediapro deberá conformarse con el lote destinado a establecimientos públicos, que entre 2016 y 2019 ha costado 100 millones. El grupo audiovisual apuesta de esta manera por un segmento en el que la patronal tiene grandes esperanzas, pues considera que el negocio en bares y hoteles, entre otros, no está bien explotado. También ha retenido los resúmenes en abierto, que en el anterior ciclo le costaron 9 millones de euros. En total, abonará 160 millones de euros anuales.

Sus datos internos revelan que un 40% de estos locales hacen un uso irregular de su suscripción, que estiman que supone dejar de ingresar 150 millones por curso. De ahí que, como adelantó *Palco23*, se haya creado una empresa con la que desarrollar tecnología junto a terceros que permita combatir la piratería.

La compañía liderada por Jaume Roures y Tatxo Benet ha logrado retener el contrato de agente internacional de LaLiga. El acuerdo contempla que la asociación de clubes tiene asegurados 4.485 millones de euros entre 2019 y 2024 por sus derechos en el extranjero, a razón de 897 millones de euros por año, un 30% más. Ello supondría unos ingresos cercanos a los 90 millones para la compañía barcelona en concepto de intermediación si se mantienen los porcentajes del anterior contrato.

La asociación de clubes no ha logrado resolver el poco atractivo que la Segunda División parece tener para los operadores de televisión. Muchos clubes andaban molestos por cómo trató sus contenidos Movistar+, y en esta ocasión no se ha logrado alcanzar el precio de reserva fijado para el Canal LaLiga Segunda o su contenido equivalente, que son los once partidos por jornada en exclusiva.

PALCO23

Tebas se ha mostrado confiado en que podrán quedarse cerca del objetivo que se había marcado con los derechos que aún no se han adjudicado y que espera vender “de forma satisfactoria” en los próximos meses. Al canal de pago con toda la Liga 1|2|3 hay que añadir los dos partidos de esta categoría que irían en abierto, así como un partido de Primera. Por estos contenidos, Mediapro abona 9,6 millones en este ciclo.