

ENTORNO

De campo a campo: entre la apuesta de Disney por el deporte y el idilio de EA Sports con la Premier

Palco23

12 ago 2016 - 14:16

Esta semana ha estado marcada por una de las principales operaciones corporativas que se han producido en la industria del deporte, después de que Disney haya pagado 1.000 millones de dólares por el 33% del brazo tecnológico de la MLB. Además, ha seguido el tradicional baile de patrocinios en los clubes de fútbol, con EA Sports como jugador destacado en la Premier League.



La MLB ha desarrollado una de las principales plataformas de 'streaming' en EEUU.

MARKETING:

DISNEY paga 1.000 millones de dólares por el 33% del brazo tecnológico de la MLB para potenciar ESPN.

Barça y Madrid *pescan* en la agencia WWP, que ficha a un ex directivo de la Euroliga.

LAGARDÈRE se refuerza en EEUU con la compra de la agencia neoyorquina Rooftop2.

La cámara subjetiva de FIRSTVISION busca hueco en el fútbol con LaLiga Women.

COMPETICIONES:

EA SPORTS se convierte en socio principal de la Premier League y potenciará la activación con el Manchester United.

LA LIGA confirma a Globalia como patrocinador turístico en la temporada 2016-2017.

Competencia de Reino Unido propone que la PREMIER LEAGUE emita más partidos por televisión.

MOTOGP renueva con Sachsenring para que albergue el Gran Premio de Alemania cinco años más.

CLUBES:

El PSG ya supone el 30% del negocio de una Ligue-1 en números rojos.

La REAL SOCIEDAD jugará en Anoeta hasta 2067 a cambio de invertir 36 millones en su remodelación.

La encrucijada del RAYO VALLECANO: descenso a Segunda, sin patrocinador y sin socio en la franquicia.

Cantabria inyectará cuatro millones de euros al RACING DE SANTANDER a través de patrocinios.

FITNESS:

Norteamérica impulsa a TECHNOGYM, que crece un 10,5% en el semestre hasta 250 millones.

Los gimnasios SUPERA disparan su beneficio tras facturar 21,1 millones entre enero y

junio.

La fundadora del HUFFINGTON POST lanza una *start up* especializada en salud.

El AYUNTAMIENTO DE BARCELONA saca a concurso el CEM Teixonera, un negocio de 1,6 millones.

EQUIPAMIENTO:

Los principales fondos chinos de inversión inyectan 80 millones de dólares en la realidad virtual de NextVR.

ASICS retrocede un 5% en el primer semestre por la caída del negocio en Europa y EEUU.

UNDER ARMOUR busca nuevos públicos con una nueva línea de moda *premium*.

El mercado europeo del OUTDOOR creció un 2,1% en 2015, hasta 11.200 millones.