

MEDIA

Dazn adquiere los derechos de la Champions femenina para cuatro temporadas

La plataforma ha cerrado un acuerdo con YouTube, que permitirá ofrecer la competición en directo y de forma gratuita a los aficionados para ampliar la audiencia.

Palco23
30 jun 2021 - 15:00



Dazn, con el deporte femenino. La plataforma británica over-the-top (OTT) ha adquirido los derechos de emisión de la Uefa Champions League Femenina en el ámbito mundial y será el emisor global de la competición durante las próximas cuatro temporadas, desde 2021 hasta 2025.

Como parte de este acuerdo histórico, Dazn ha cerrado un acuerdo con YouTube, que permitirá ofrecer la competición en directo y de forma gratuita a los aficionados de todo el mundo por primera vez en la historia. Con este innovador movimiento, Uefa centraliza por primera vez todos los partidos de la Champions League Femenina a escala mundial.

1 / 3

<https://www.palco23.com/media/dazn-adquiere-los-derechos-de-la-champions-femenina-para-cuatro-temporadas>

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.

Durante las dos primeras temporadas 2021-2022 y 2022-2023, los aficionados podrán disfrutar en directo y bajo demanda del total de los 61 partidos desde la fase de grupos en adelante, tanto en Dazn como en abierto en un nuevo canal en YouTube. En las temporadas siguientes (2023-2024 y 2024-2025), los 61 partidos se emitirán en directo en la plataforma, y 19 de ellos estarán también disponibles de forma gratuita en el nuevo canal de Dazn en YouTube.

En las temporadas 2023-2024 y 2024-2025, los 61 partidos se emitirán en directo en Dazn

Este acuerdo plurianual otorga a Dazn los derechos exclusivos a nivel mundial, exceptuando Oriente Próximo y África del Norte, donde sí se incluyen clips y resúmenes, así como China y sus territorios. Se trata de uno de los mayores acuerdos de retransmisión en la historia del fútbol femenino.

Además, supone un nuevo paso disruptivo de la empresa, apostando por el fútbol femenino. En este sentido, Dazn ha lanzado hoy una campaña con la que estrena su nuevo canal Uefa Women's Champions League en YouTube.

Dazn considera que tiene que aumentar la audiencia, por lo que emitirá el contenido de manera gratuita

“Es un acuerdo sin precedentes, algo único: el objetivo es acercar el deporte femenino a más aficionados del deporte y que descubran los equipos, empujando al crecimiento de este deporte”, señala Veronica Diquattro, directora global de clientes e innovación de la compañía. “Esto hará que tengamos más audiencia y más inversión de deporte, consiguiendo que se trate de la misma manera el fútbol masculino y el femenino”, añade.

“El objetivo en los primeros años es llegar como a más gente mejor; es el objetivo primario porque vamos con retraso en este aspecto”, afirma. “Es más importante ampliar la audiencia que el contenido de pago, ya que ahora es demasiado temprano por cómo estamos, en cuanto a interés y posibilidades”, sentencia. “Hay que hacer crecer la audiencia porque si el deporte no llega a la gente, no puedes pedir que se

pague por él: es fundamental empezar así y cuando haya *engagement*, sí que se va a querer el producto, dentro de dos años”, aclara.

Dazn Group, con sede en Reino Unido y empleados en más de 25 países, abarca todos los aspectos de la interacción entre los aficionados y el deporte, desde la producción, hasta la distribución y comercialización del contenido. Además de con la Champions femenina, Dazn ha llegado a un acuerdo por la Serie A por 840 millones por temporada, los derechos de LaLiga en Italia y con MotoGP en España.