Dazn irrumpe en España arrebatando MotoGP y Premier League a Movistar+

El campeonato de motociclismo ha adjudicado la exclusiva de los derechos de televisión a la OTT británica entre 2019 y 2022, que permitirá la emisión de algunas carreras en abierto. También ofrecerá la Premier League en el país.

Palco23
13 nov 2018 - 13:17

Dazn irrumpe en España arrebatando MotoGP y Premier League a Movistar+

MotoGP sale definitivamente de Movistar+. Dorna Sports ha decidido no mantener su alianza con Telefónica en España y se convertirá en el principal elemento de captación de abonados para Dazn, plataforma OTT especializada en deportes que se estrenará en el país a través del motor. Los términos económicos del acuerdo no se han hecho públicos, aunque la competición venía cobrando 50 millones de euros anuales del grupo de telecomunicaciones. Fuentes del sector señalan que en el nuevo contrato se habría logrado mantener estas cifras.

El servicio de suscripción en **streaming**, que en otros países cuesta 9,99 euros, tendrá la exclusiva de MotoGP, Moto2, Moto3 y MotoE, así como Superbikes, entre 2019 y 2022, por lo que ahora será la compañía que se encargue de buscar acuerdos de sublicencia con plataformas de pago más consolidadas como Movistar+ o Vodafone, que en su día renunció a mantener sus emisiones. "Su idea es estar en todas las plataformas", señalan fuentes conocedoras de la negociación.

"Dazn contribuirá a aumentar la audiencia de MotoGP en uno de los mercados de mayor éxito al ofrecer todos los eventos mediante **streaming** en directo, combinados con una ventana regular de retransmisiones en abierto", señala la compañía en un comunicado. Por el momento, se desconoce qué cadenas optarán a adquirir los derechos en abierto, que constarán de dos grandes premios en directo y un resumen de una hora de cada carrera para ser emitido los domingos por la tarde-noche.

En su día, estos contenidos fueron adquiridos por TVE y TV3, ya que se incluía el Gran Premio de España.

Dazn buscará acuerdos de sublicencia con las plataformas de televisión de pago para compartir las emisiones de MotoGP

La plataforma OTT no quiere restringirse únicamente al motor, y ha asegurado que también ofrecerá la Premier League en el país, retransmisiones que hasta ahora tenía en exclusiva Movistar+. En el caso de la competición británica, cuyo valor superaba los seis millones de euros anuales, se ha hecho con un paquete de 235 partidos anuales entre 2019-2020 y 2021-2022. “Es una de las ligas de fútbol más populares en España y el resto del mundo”, justifican sobre esta inversión.

“Nos estamos expandiendo a un ritmo increíble y nuestro enfoque único está dando un nuevo impulso a deportes con un largo y distinguido historial y audiencias crecientes”, ha señalado Simon Denyer, consejero delegado de Dazn Group. “La combinación de una transmisión en *streaming* líder en todo el mundo, contenido bajo demanda y una cobertura en abierto reconceptualizará la manera en que nuestra audiencia española podrá acceder y disfrutar de MotoGP”, ha defendido Manel Arroyo, director del área de medios de Dorna Sports.

El ejecutivo de la gestora española ha sido el encargado de liderar las negociaciones durante los últimos meses, con la idea clara de que necesitaban una mayor libertad en España para no perder audiencia. En este sentido, la compañía estuvo barajando reintroducir en el país su propio servicio de suscripción, que ya funciona en muchos otros países, pero ello suponía un riesgo que, apostando por Dazn han evitado: tendrá ingresos fijos y podrá volver a tener una ventana en abierto.

Telefónica centrará el grueso de su inversión deportiva en el fútbol, aunque ha renovado una F-1 que tiene menos audiencia que MotoGP

La OTT creada por Perform Group se ha convertido en la apuesta estratégica del grupo, y actualmente ya opera en EEUU, Canadá, Italia, Alemania, Austria, Suiza y Japón. En cada uno de estos países ha ido complementando la oferta con contenidos

locales, como la Serie A en el caso de Italia o una parte de la Bundesliga y la Champions League en Alemania. En Estados Unidos, su gran apuesta ha sido el boxeo.

En el caso de España, la compañía llevaba meses analizando cómo podía producirse su desembarco ante la fuerte competencia que existía en torno al fútbol. Sin embargo, ha sabido aprovechar el giro en la estrategia de Telefónica de destinar casi toda su inversión a LaLiga Santander y la Champions League para adquirir contenidos *premium* que el grupo de telecomunicaciones no contemplaba tan determinantes para ganar en la pelea por abonados a la televisión de pago.

En términos de audiencias, los datos de 2018 revelan que el motociclismo tiene más seguimiento en directo que la Fórmula 1, con la que Telefónica sí ha renovado ya hasta 2020. MotoGP ha promediado 302.786 telespectadores en las catorce carreras disputadas hasta el momento, pues el Gran Premio de Reino Unido no se acabó celebrando por la lluvia. La F-1, por su parte, se ha quedado en una media de 258.411 seguidores en cada uno de los 17 espectáculos celebrados hasta el momento. La cita más exitosa de motos fue la de Argentina, con 483.000 usuarios, mientras que en coches fue el Gran Premio de España, con 578.000, según datos recopilados por Barlovento Comunicación.