

Discovery Communications se refuerza en Asia con la compra del canal de rugby Setanta Sports

Palco23

16 jun 2015 - 16:37

Discovery Communications sigue ampliando su cartera de servicios. El grupo de medios de comunicación ha cerrado la compra de Setanta Sports, un canal de televisión de pago especializado en rugby que cuenta con más de 42 millones de suscriptores en 16 países de Asia. Los términos económicos del acuerdo no han trascendido.

La compañía, propietaria de Eurosport, asegura que Setanta Sports "es uno de los canales de deportes de más rápido crecimiento en Asia". Su oferta, que incluye torneos deportivos vinculados al rugby en todo el mundo, se ha visto reforzada ahora con la renovación por cinco años de los derechos de televisión de Sanzar, el organismo que agrupa a las federaciones de Sudáfrica, Nueva Zelanda y Australia. Setanta Sports también controla las retransmisiones en Asia de la European Rugby Champions Cup y la Challenge Cup, National Rugby League, Aviva Premiership y la Guinness Pro 12.



Uno de los principales activos de Setanta son los derechos del rugby australiano.

"La adquisición de Setanta Sports Asia es una inversión importante para la construcción y expansión de nuestro negocio en Asia; similar a la estrategia que adoptamos con Eurosport, vamos a tratar de crecer sobre las fortalezas de Setanta y fortalecer su liderazgo como un canal de deportes en toda Asia", ha defendido Jean-Briac Perrette, presidente de Discovery Networks International.

La multinacional de medios dispone actualmente de catorce marcas diferentes en el mercado asiático, con una audiencia acumulada de 674 millones de suscriptores en 36 países. Además de Setanta y Eurosport, que en su caso se ha quedado con los derechos de la Champions League para Singapur, Discovery cuenta con otros canales temáticos, desde algunos de aventura y animales a otros de deportes extremos.

Discovery, que también se ha incorporado al accionariado de la Formula E, cerró el primer trimestre de 2015 con unos ingresos de 1.537 millones de dólares (1.368 millones de euros), un 9% más respecto al mismo período del año anterior. El beneficio neto también mejoró, al pasar de 230 millones a 250 millones de dólares (de 205 a 222,5 millones de euros).