

La Uefa confía a la norteamericana CAA Eleven la venta de su nueva liga de naciones

Palco 23
10 dic 2014 - 04:55

Coto prohibido para las agencias de marketing deportivo. Así podría definirse el terreno en el que se mueve la Uefa, que desde que en 2012 confiara la gestión comercial de sus torneos de selecciones a CAA Eleven no ha cambiado de socio. De hecho, la semana pasada le volvió a adjudicar la gestión de los derechos audiovisuales y de patrocinio vinculados a la nueva liga de naciones, pensada para dar más relevancia a los partidos entre selecciones y que se disputará en 2018.

Se desconoce el importe de la comisión que recibe CAA Eleven, filial suiza del grupo norteamericano CAA, por la gestión de estos derechos, que en la última Eurocopa de 2012 generaron unos ingresos de más de mil millones de euros entre televisión y patrocinadores. Aquel campeonato generó unos ingresos de 1.390,9 millones de euros, una cifra que la Uefa espera que ya se eleve en 2016 y, sobre todo, en 2020, cuando ya esté rodando el nuevo sistema de clasificación creado.

La Liga de Naciones se jugará entre septiembre y noviembre de 2018, justo después del Mundial de Rusia, en un torneo por el que las 54 selecciones que forman parte de la Uefa se dividirán en cuatro divisiones según su coeficiente. Cada división estará integrada por distintos grupos de tres o cuatro equipos; en el caso de la Liga A, los primeros de cada grupo jugarán una fase final en 2019, consistente en dos semifinales y una final.

El objetivo del organismo dirigido por Michel Platini es que este nuevo torneo sustituya a los partidos amistosos que ya vienen disputándose entre cada Eurocopa, con la intención de que generen un mayor interés entre los aficionados y pueda rentabilizarse aún más la organización de estos encuentros.