Las chinas Everbright y Baofeng se hacen con el 65% de MP&Silva

Palco23
24 may 2016 - 15:22

MP&Silva ha desvelado finalmente hoy quienes serán sus nuevos compañeros de viaje y los que, muy probablemente, le abrirán las puertas del mercado chino. Se trata del gigante tecnológico Baofeng, especializada en realidad virtual, y la firma de servicios financieros Everbright, que se han hecho con un 65% del capital. El 35% restante seguirá en manos de los actuales accionistas, entre ellos su fundador, Riccardo Silva. Los términos económicos de la operación no se han hecho públicos, aunque la prensa italiana sitúa el valor de la agencia de marketing deportivo en 1.400 millones de euros.

El principal motivo de la inversión de estos dos grupos vuelve a ser el ambicioso plan del Gobierno de China para promover el deporte entre sus ciudadanos y convertirlo en una nueva palanca de crecimiento económico. Wanda Group ya tomó posiciones con la compra de Infront Sports & Media, y ahora ellos han querido disponer de otro de los gigantes de la intermediación de derechos audiovisuales y de patrocinio, con una facturación superior a los 600 millones de dólares (534 millones de euros) en el ejercicio que finalizó en junio de 2015, según explican en un comunicado.

MP&Silva dispone de una red de 20 oficinas por todo el mundo, por lo que consideran que ya son "uno de los jugadores más importantes en la industria mundial de los derechos deportivos, estableciéndose como una compañía de medios globalmente diversificada". El objetivo es seguir avanzando, ya que en la nota explican que la entrada de los nuevos inversores "proporcionará recursos financieros adicionales para acelerar el crecimiento de la empresa y sentar las bases de otra década exitosa".

Más allá de abrirles las puertas del gigante asiático, la compañía también quiere aprovechar la avanzada tecnología de Baofeng, especialmente sus sistemas de realidad virtual, una tendencia que en la industria del deporte ya consideran como clave de cara a los próximos años en la mejora de la experiencia del espectador. En este sentido, no deja de ser un servicio más que MP&Silva podrá ofrecer tanto a los operadores de televisión como a los propietarios de los derechos de retransmisión.

La corporación china se ha marcado el objetivo de crear una comunidad de 100 millones de usuarios activos en Internet a través de plataformas en las que ofrecerá contenidos y entretenimiento. Bajo este escenario se explica el lanzamiento de un canal

de deportes y varias *app* temáticas en la que los derechos que gestiona MP&Silva tendrán un papel importante. Larry Feng, director general de Baofeng, ha argumentado sobre esta compra que "MP & Silva es un jugador muy conocido en el mercado y goza de asociaciones de larga duración con algunos de los titulares de derechos y los operadores más importantes y otros distribuidores de contenido". En este sentido, de cara a su proyecto, recuerda que "los deportes proporcionan grandes contenidos y experiencias de larga duración para audiencias online y offline".

Por su parte, Everbright considera esta inversión como puramente financiera, en busca de plusvalías ante el evidente margen de recorrido que tiene la industria del deporte en el continente. Su director general, Xue Feng, recuerda que "China posee miles de millones de aficionados a los deportes y en su industria ha registrado algunas de las inversiones más *calientes* recientemente. Esperamos aprovechar las oportunidades sin precedentes que trae el rápido desarrollo de la industria del deporte en China".

Por su parte, los fundadores de la agencia de marketing han valorado positivamente la entrada de sus nuevos socios, ya que supone una "oportunidad de utilizar tecnologías innovadoras para mejorar la entrega de algunos de los eventos deportivos más populares en el mundo y de beneficiarnos de su presencia en China para hacer crecer nuestra presencia en este mercado".