

## Mediapro abre otro frente: renegocia con LaLiga la cuota por los bares

La compañía audiovisual pide a la Liga de Fútbol Profesional rebajar el contrato por el que ofrece LaLiga en el canal Horeca, por el que paga 460 millones en tres años.

Palco23

19 ene 2021 - 09:59



Mediapro abre otro frente. La compañía dirigida por Jaume Roures ha pedido a la Liga de Fútbol Profesional (LFP) renegociar las condiciones del contrato de 460 millones de euros por el que se quedó con la licencia para ofrecer los partidos de la Primera y la Segunda División en los bares de España a través del canal Horeca, según *El Confidencial*.

La compañía no puede hacer frente a los 120 millones anuales que se comprometió a pagar en el verano de 2019 por cada una de las tres temporadas del contrato, hasta la campaña 2021-2022. A causa de las restricciones a la movilidad y en la hostelería, la compañía considera que el cierre de los locales por la pandemia cambia de facto la naturaleza del acuerdo, que persigue duplicar el número de bares y restaurantes donde los clientes pudieran ver el fútbol.

El objetivo de la compañía de Roures, participada por la china Orient Hontai, era pasar

de los 50.000 abonados a 85.000 clientes, un objetivo que contaba con el apoyo de la LFP, quien se comprometió a luchar contra la piratería. Pero el resultado ha sido todo lo contrario, ya que Mediapro ha visto reducidos sus ingresos un 40% a causa de que entre 15.000 y 20.000 clientes han cerrado o han rescindido su contrato.

## **A diferencia del conflicto en Francia, LaLiga tiene una posición constructiva**

Este conflicto es diferente al que Mediapro mantuvo con la liga francesa, que terminó con la renuncia de la empresa audiovisual. De hecho, el presidente de LaLiga, Javier Tebas, tiene una postura constructiva, aunque esta rebaja implicaría menos ingresos para los clubes. En Francia, Mediapro firmó con la LFP un acuerdo por el 80% de los derechos del fútbol francés para las temporadas 2020-2021, 2022-2023 y 2023-2024 por 814 millones de euros, pero llegó a un acuerdo para romper el contrato tras el impago de dos los plazos.

Asimismo, Telefónica, distribuidor de la señal en los bares, también está negociando con Mediapro la rebaja de la cantidad fija y de la variable que cobra a Mediapro por los locales donde llega el fútbol.

Desde el año pasado, Mediapro ha adaptado la oferta del producto en función de la ubicación o la superficie del local, ofreciendo un producto no superior a los 250 euros a través de Movistar, Vodafone y Orange. Según LaLiga esto implica rebajar las emisiones piratas y pasar de 60.000 bares, a sólo 28.000.