

MEDIA

Mediapro adquiere dos lotes más de la Ligue-1 en Francia tras atar la Europa League

El grupo audiovisual ha adquirido dos paquetes que le dan la exclusiva de la multipantalla en tres jornadas clave de la temporada y un programa de actualidad de lunes a jueves entre 2020 y 2024.

Palco23
30 dic 2019 - 09:29



Mediapro amplía su ofensiva en Francia con las competiciones domésticas como principal activo. El grupo audiovisual ha cerrado un acuerdo con la gestora del fútbol profesional del país para adquirir los dos lotes que quedaron desiertos anteriormente. Se trata de la exclusiva de la opción multipantalla en las jornadas 19, 37 y 38 de la Ligue-1 y la Ligue-2, así como la Champions Trophy. También incluye un *magazine* de lunes a jueves.

Los términos económicos del acuerdo no se han hecho públicos, aunque *L'Equipe* señala que la contraprestación económica sería de 19 millones de euros anuales entre 2020-2021 y 2023-2024. El precio de reserva conjunto para ambos lotes era de 15

1/2

<https://www.palco23.com/media/mediapro-adquiere-dos-lotes-mas-de-la-ligue-1-en-francia-tras-atar-la-europa-league>

El presente contenido es propiedad exclusiva de Palco23 Ediciones, SL, sociedad editora de Palco23.com (www.palco23.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

millones de euros. “Esta asignación concluye la convocatoria de candidatos para la Ligue-1 en el periodo 2020-2024”, señala la Ligue de Football Professionnel (LFP).

Tras esta adjudicación, Mediapro refuerza aún más su oferta de contenidos en Francia, donde espera construir una base de más de tres millones de abonados a través de su OTT. Su producto estrella serán ocho partidos por semana de la Ligue-1 y toda la Ligue-2, aunque a finales de mes también consiguió sumar la Europa League para el ciclo 2021-2024.

Mediapro amplía su oferta de la Ligue-1, con la exclusiva del multipantalla en las jornadas decisivas y un programa intersemanal

El objetivo de Mediapro es replicar lo que en su día logró en España, donde comercializaba la OTT beIN Connect de forma directa entre los consumidores y emitía mediante canales a través de Movistar+, Vodafone y Orange. “Tendremos una distribución que será agnóstica; nos asociaremos con todos los distribuidores que lo deseen, tradicionales pero también nuevos, especialmente en el campo de OTT”, desveló semanas atrás Julien Bergeaud, responsable del grupo en Francia.

El deseo de Mediapro era tener la Champions League, pues el *driver* de altas más importante en Francia tras la Ligue-1. Sin embargo, la Uefa acabó decantándose por la oferta presentada por Canal+ y beIN Sports, que pusieron 375 millones de euros anuales sobre la mesa en el ciclo 2021-2024.