

MEDIA

Mediapro compra la Europa League en Francia tras no conseguir la Champions

El grupo audiovisual quiere complementar su proyecto en el país, que se basa en la Ligue-1 y la Ligue-2, con competiciones europeas que den más constancia a la programación.

Palco23

18 dic 2019 - 16:25



Partidos el fin de semana, pero también en días laborables. Mediapro tiene los derechos más preciados del fútbol en Francia, como es la Ligue-1 y la Ligue-2, pero el grupo es consciente de que necesita contenidos adicionales para completar su programación. De ahí que la empresa se haya hecho con la Europa League entre 2021 y 2024, tras no conseguir hacerse con los derechos de la Champions.

El grupo liderado por Jaume Roures y Tatxo Benet ha adquirido un lote formado por 266 partidos anuales. El paquete adquirido excluye los 16 encuentros que se ha asegurado Canal+, que básicamente son los de primera elección, así como la final que se disputará el 27 de mayo de 2020 en el Arena Gdansk (Polonia).

El acuerdo permite a la compañía barcelonesa disponer de partidos que poder emitir entre semana, de manera que los momentos de consumo para los suscriptores no se limitan al fin de semana. Esta fórmula es la que permitiría que la OTT que lanzará al

mercado pueda convertirse en un canal de emisión diaria en caso de que una plataforma de televisión de pago quisiera incluir estos contenidos en su oferta.

“Esta adquisición permite incorporar un contenido *premium* a la atractiva oferta que el nuevo canal pondrá en marcha el verano de 2020, con una programación 24/7 dedicada al fútbol”, señala la compañía en un comunicado.

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. Roures anunció que impugnarían el proceso en un primer momento, pero finalmente ha desistido de proseguir por esa vía.

El directivo compareció hace unos días en París para explicar que su objetivo es alcanzar una base de entre 3 millones y 3,5 millones de abonados en el medio plazo, con una cuota media que rondará los 25 euros al mes. “Revolucionaremos el mercado de la televisión de pago en Francia”, afirmó.