

MEDIA

Mediapro prestará el servicio de videoarbitraje a la Concacaf

El grupo audiovisual español será el responsable del VAR en la Copa Oro y en la Champions League de Concacaf.

Palco23

21 jun 2021 - 11:30



Mediapro suma un nuevo contrato vinculado al videoarbitraje (VAR). El grupo audiovisual ha alcanzado un acuerdo con la Confederación de América del Norte, Centroamérica y del Caribe de Fútbol (Concacaf) para ser la empresa proveedora del VAR en sus competiciones. Ni la duración del contrato ni los términos económicos han trascendido.

El VAR se utilizará en los partidos restantes de la Champions League de la Concacaf y también tendrá presencia en las competiciones de selecciones, pues actualmente se ha implementado en la Liga de Naciones y está previsto que esté presente también en la Copa Oro del próximo mes, celebrada en Estados Unidos.

El contrato firmado en Concacaf se suman a los firmados previamente en las ligas de Portugal, Grecia, México, Chile, Emiratos Árabes Unidos, Paraguay, Marruecos y Kuwait . Es decir, que Latinoamérica y África son sus dos principales mercados, ya que

1 / 2

<https://www.palco23.com/media/mediapro-prestara-el-servicio-de-videoarbitraje-a-la-concacaf>

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.

también se ha hecho con los contratos de Conmebol y la Confederación Africana de Fútbol (CAF).

Mediapro cerró el ejercicio 2020 con unas pérdidas operativas de 215 millones de euros

Hace apenas una semana, Searchlight e Invesco, dos de los nuevos acreedores de la productora, presentaron una propuesta al consejo de administración de la empresa para convertirse en accionistas mayoritarios, a cambio de 330 millones de euros.

La operación implicaría la dilución de Orient Hontai, propietaria del 54% de Mediapro, y de WPP, que posee el 22,5% de la compañía y que ha deteriorado el valor de su participación a cero. A principios de mes, Mediapro vendió parte de su deuda a los fondos Searchlight, Invesco y Gala Capital por 180 millones de euros, con un descuento del 30%, aprovechando que varios acreedores buscaban eludir el riesgo en que está inmerso la compañía fruto de su delicada situación financiera.

Mediapro cerró el ejercicio 2020 con unas pérdidas operativas de 215 millones de euros y a finales de mes debe afrontar un primer pago de 26 millones a sus acreedores.