

MotoGP, un futuro en España que se debate entre Movistar+ o las OTT

La competición de motociclismo tiene más audiencia que la Fórmula 1, pero su aspiración es diversificar públicos y poder introducir sin límites en España su servicio de 'streaming' como en el resto de Europa. Ello dificulta la renovación con Telefónica, que paga 50 millones de euros al año.

M.Menchén
10 oct 2018 - 04:59

MotoGP, un futuro en España que se debate entre Movistar+ o las OTT

MotoGP busca un nuevo escenario para las retransmisiones de sus carreras en España. A día de hoy es el único país en el que la competición no puede comercializar con total libertad su plataforma OTT como en el resto del mundo, y a Dorna Sports le gustaría romper ese *veto* existente en su contrato con Telefónica para una hipotética renovación. Ese es el principal escollo de unas negociaciones en las que hay en juego 50 millones de euros anuales en ingresos para la competición. "Continuamos trabajando y avanzando, pero lo hacemos con diferentes opciones sobre la mesa", señalan fuentes conocedoras de las negociaciones.

La gestora del Mundial de Motociclismo querría mantener la relación con el grupo español de telecomunicaciones, pues Movistar+ le da un acceso a una base de 3,85 millones de potenciales abonados que tenía al cierre de 2017. Sin embargo, es un arma de doble filo, pues las actuales condiciones le impiden desde 2014 dar nuevas altas a VideoPass, su plataforma *over the top* (OTT) que sí está disponible en todo el mundo, incluido en países donde trabaja con otras grandes plataformas de televisión de pago.

Es una circunstancia que no se da en otros grandes mercados, donde ya ha cerrado acuerdos para el próximo ciclo. El último en sumarse al proyecto es Canal+, que emitirá la competición en Francia a partir de 2019 y reservará dos emisiones para su canal en abierto. En Italia se ha sellado la ampliación del vínculo con Sky por tres años más, mientras que en Reino Unido ha firmado hasta 2021 con BT Sport. Eurosport, por su parte, continuará como hogar de las motos en Holanda, Bélgica y Luxemburgo hasta 2021.

MotoGP puede acceder a una base potencial de casi 4 millones de abonados en Movistar+, pero le impide comercializar su OTT en España

“Hay otras soluciones para llegar a todo el mercado, pero queremos crecer en audiencias y llegar a más aficionados”, señalan fuentes conocedoras de las intenciones de MotoGP. Este servicio de suscripción directa, que cuesta en torno a 100 euros al año en la mayoría de países de Europa y 199 euros en Reino Unido, sería la solución para llegar a los espectadores que no son clientes de Telefónica y que no quieren pasarse a esta operadora sólo para disponer del canal de motor. “La política de precios está en revisión, en función de hacia dónde vaya el modelo”, añaden sobre su OTT.

Uno de los contratiempos en la búsqueda de nuevos públicos ha sido la decisión de Vodafone de no continuar sublicenciando el paquete de motor a Telefónica desde 2018, lo que ha supuesto perder el acceso a una segunda ventana con 1,4 millones de potenciales suscriptores. En ninguno de los dos casos se conocen las cifras exactas de usuarios reales de los canales que se crearon para la Fórmula 1 y MotoGP. “No estaba funcionando; tanto en audiencia como en suscriptores las cifras estaban muy por debajo de nuestras expectativas”, argumentaba en junio Ignacio García-Legaz, director de Vodafone TV.

La fórmula que busca Dorna Sports no deja de ser la misma que mantienen la NBA y Telefónica, pues la liga estadounidense sí que permite la suscripción a su plataforma audiovisual en España. La gran diferencia es que el motor sí continúa siendo un espectáculo deportivo capaz de determinar con qué operador contrata los servicios de ADSL un consumidor, y de hecho el paquete de MotoGP y Fórmula 1 cuenta con un precio específico de 10 euros al mes (120 euros al año) en Movistar+, mientras que la NBA se incluye en un paquete genérico con otras competiciones como la ACB, Euroliga, ATP, golf o rugby.

Otro escollo que afecta a MotoGP es la imposibilidad de que sus aficionados puedan adquirir exclusivamente este canal, en lugar del paquete conjunto con el automovilismo. Telefónica siempre ha justificado que las dos grandes competiciones de motor se comercializaran juntas porque así le obliga su contrato con la Fórmula 1, pero la Comisión Nacional de los Mercados y de la Competencia (Cnmc) recela. En su informe de vigilancia por la compra de Digital+, elaborado en mayo de 2018, señala que “si un cliente quiere acceder únicamente al canal Movistar MotoGP, Telefónica debería ofrecerlo a la carta al menos para los clientes que tienen contratado el paquete básico Fusión+ alta velocidad y, sin embargo, no permite esta opción”.

No es una cuestión menor, pues en realidad no deja de encarecer la contratación de las motos a cualquier particular. Se desconoce cuál sería el precio individual de cada canal, pero el informe de la Cnmc señala que el coste mensual por abonado que las **telecos** debían pagar a Movistar+ para sublicenciar MotoGP era de 1,5 euros, por los 2,5 euros de la F-1. A este importe hay que añadir los costes de producción y el margen necesario para mantener cierta rentabilidad.

En términos de audiencias, los datos de 2018 revelan que el motociclismo tiene más seguimiento en directo que la Fórmula 1, con la que Telefónica sí ha renovado ya hasta 2020. MotoGP ha promediado 302.786 telespectadores en las catorce carreras disputadas hasta el momento, pues el Gran Premio de Reino Unido no se acabó celebrando por la lluvia. La F-1, por su parte, se ha quedado en una media de 258.411 seguidores en cada uno de los 17 espectáculos celebrados hasta el momento. La cita más exitosa de motos fue la de Argentina, con 483.000 usuarios, mientras que en coches fue el Gran Premio de España, con 578.000, según datos recopilados por Barlovento Comunicación.

Telefónica asegura que no puede comercializar de forma individual la MotoGP porque así le obliga su contrato con la Fórmula 1

En el caso de las motos, además, el análisis histórico corrobora que su seguimiento ha ido al alza, pues la audiencia media de todo el Mundial ha pasado de 212.000 telespectadores en 2016 a los 321.000 actuales, un crecimiento del 51%. “Yo creo que

el deporte es más popular de lo que ha sido nunca”, defendía Carmelo Ezpeleta, consejero delegado de Dorna Sports, en una entrevista con Movistar MotoGP a comienzos de la temporada.

Uno de los problemas de ambos canales es la consistencia de sus audiencias, pues básicamente se concentran durante el fin de semana y no logran mantenerse durante el resto de días. Muestra de ello es que ni el canal Movistar MotoGP ni Movistar Fórmula 1 consiguieron estar entre los treinta canales de pago más vistos durante 2017, según datos de Kantar Media. Sí lograron entrar beIN LaLiga, beIN Sports, Movistar Partidazo y Eurosport.

El grupo de telecomunicaciones defiende que han trabajado en los últimos meses para resolver esta situación, ya que “el trabajo constante de los canales de coches y motos, con casi 30 horas de directo por cada Gran Premio, ha revalorizado los días previos a la carrera”. En este sentido, señala que ha crecido el visionado de entrenamientos, ruedas de prensa y otras pruebas como Moto2 y Moto3, que en 2018 crecen un 29% y un 23%, respectivamente.

En un informe, la compañía que dirige José María Álvarez-Pallete insiste en que “el motor es un elemento fundamental en la oferta deportiva de la plataforma y un sello de identidad que acompaña a Movistar+ desde hace cinco años”. Y el interrogante, como en cada negociación, es el mismo: ¿Cuántos abonados perdería por renunciar a la MotoGP?