

MEDIA

Movistar+ logra la exclusiva de la Champions en 2021-2024 por más de 1.000 millones

El grupo de telecomunicaciones está a un paso de retener la exclusiva del torneo tras imponerse en la licitación a Dazn. El acuerdo no superaría los 360 millones de euros que paga actualmente a Mediapro.

Marc Menchén
15 abr 2020 - 05:00



No es lo que ha conseguido en otros grandes mercados, pero la Uefa ha logrado mantener en cierta manera el valor de sus derechos audiovisuales en España. Movistar+ se hará con la exclusiva de la Champions League en el país para el ciclo 2021-2024, según confirman tres fuentes distintas de la industria. El concurso aún no se ha cerrado, pero las personas consultadas aseguran que ya está decidido y el grupo se ha impuesto a Dazn, entre otros, con una oferta que en ningún caso supera los 360 millones de euros anuales que actualmente paga.

Una vez se cierre oficialmente el concurso y se formalicen los contratos, será la primera vez que la plataforma de televisión de pago de la *telecos* sea la propietaria directa de

este paquete, pues actualmente es una compra indirecta al grupo encabezado por Jaume Roures y Tatxo Benet. En 2017 se impuso en una dura puja que ya encareció de forma importante el precio de estas retransmisiones, pues el valor más que se dobló respecto a los 150 millones del ciclo 2015-2018.

“Había poco margen para revalorizar estos derechos”, señala un ejecutivo del mundo audiovisual. La aspiración de la confederación era que Dazn forzara una licitación al alza en algunos de los nuevos paquetes creados, pero el proceso coincidió con el estallido de la crisis del coronavirus, que ha forzado a la OTT británica a realizar importantes ajustes. Ninguna de estas compañías ha querido hacer comentarios.

Movistar+ pagará más de 1.000 millones de euros por los derechos de la Champions League entre 2021-2024

Esta adjudicación permitirá a Movistar+ mantener su apuesta por el fútbol como principal elemento de captación de suscriptores. En el caso de la competición continental, está por ver cómo reconfigurará su oferta de canales la plataforma, o si una vez en su poder, apostará por sublicenciar algunos paquetes a servicios como Dazn, Mitele u otros que puedan entrar en el país.

Con el nuevo diseño, los lotes se dividían de la siguiente manera: el primero incluye la primera selección de 16 partidos de los martes por la noche, mientras que el segundo son los 16 encuentros clave del miércoles y la exclusiva de las finales de Champions y Supercopa de Europa. Como hasta ahora, también se incluye ahí el programa semanal de la Uefa sobre los clubes que participan en el torneo.

El principal cambio del *tender*, y donde se esperaba la plusvalía, es el denominado paquete B con los 104 partidos restantes en directo, así como 33 programas de resumen, todos los encuentros en diferido y los directos de la Youth League. Y ahí está por ver qué papel podría tener Lite, la OTT lanzada por Movistar+ para captar suscriptores con un poder adquisitivo inferior y donde se van incluyendo algunos contenidos deportivos a través del canal temático #Vamos.

Este contrato permitirá a Telefónica cumplir con su objetivo de racionalizar la inversión en derechos deportivos y hacer buena la máxima de “tenemos voluntad de continuar, pero no a cualquier precio”. De esta manera, también gana margen de maniobra para el próximo concurso de calado, que no es otro que el de las retransmisiones de LaLiga

Santander y LaLiga SmartBank entre 2022 y 2025.

El grupo de telecomunicaciones tiene comprometidos más de 3.000 millones de euros en derechos de LaLiga

El grupo presidido por José María Álvarez-Pallete ya logró eliminar la figura intermedia de Mediapro en el concurso abierto en 2018, en el que se comprometió a pagar 980 millones al año en España por Primera División. Meses después, también se hizo con la exclusiva de Segunda por 35 millones más al año, como adelantó este diario.

Ese nuevo escenario es el que le ha permitido tener “el derecho a decidir, diseñar y desarrollar los contenidos, que tienen a partir de la temporada 2019-2020 el sello Movistar”, según indica el grupo en su memoria de 2019, en la que deja entrever que dejar de sublicenciar derechos a Mediapro también se ha traducido en un ligero ahorro en el precio de los derechos. Eso no quita, eso sí, que muchos de estos estén producidos por Mediapro.

En total, la compañía tiene comprometidos 3.045 millones de euros en el fútbol español, a razón de 1.015 millones de euros por temporada. Se desconoce cuál es el objetivo mínimo que se marcará LaLiga, que sí confía en que Dazn pujan por alguno de los lotes después de que el pasado verano no lograra un acuerdo para recomprar parte de las retransmisiones a Telefónica.

Pallete defendió meses atrás su clara apuesta por el fútbol porque “aumentará la visibilidad y la sostenibilidad de nuestro modelo de negocio en los próximos tres o cuatro años”. Un esfuerzo que ha provocado la renuncia o pérdida de otros contenidos, como MotoGP, Euroliga o Premier League. Además, como ya adelantó ese diario, la NBA también está a un paso de cambiar de socio audiovisual en España para pasar a Dazn como ya hicieron estas tres competiciones.

¿Qué ha pasado en el resto de Europa con la Champions League?

La OTT británica sí ha logrado ganarse el favor de la Uefa en Alemania, donde se ha adjudicado todos los derechos del torneo para el ciclo 2021-2024. Los términos económicos del contrato no se hicieron públicos, pero Sky Deutschland dejó entrever que se había planteado una oferta económica muy por encima de los 200

millones de euros anuales en que se valoró el acuerdo para el periodo 2018-2021.

“Tenemos una visión económicamente clara y responsable del valor de los derechos deportivos; teniendo en cuenta también a nuestros clientes, no estábamos dispuestos a ir más allá del alto valor que atribuimos a estos derechos”, defendió tras la licitación el director general de Sky Deutschland, Carsten Schmidt.

La fórmula de sublicencia que podría darse en España más adelante es la que ya se ha establecido desde un inicio en Francia, donde una alianza entre Canal+ y beIN Sports se acabó imponiendo a Mediapro. La plataforma audiovisual de Vivendi se ha adjudicado los partidos de primera elección de martes y miércoles, mientras que el canal temático catari tendrá la exclusiva del resto de 104 partidos por temporada. A su vez, la primera incluirá el canal temático con estos partidos en su oferta.

El grueso de la factura la asumirá el canal catari, que tras la adjudicación dejó claro que presentaron una “oferta financiera disciplinada y medida”. Las dos compañías pusieron sobre la mesa un contrato de 375 millones de euros por cada una de las tres temporadas, con una mejora del 7,1% respecto a lo que actualmente está pagando Altice, a la que se impuso también en segunda ronda.

La historia fue muy distinta en Reino Unido, donde la ausencia de licitadores (Dazn aún no opera en el mercado donde tiene su sede) permitió a BT Sports retener los derechos sin un gran sobre coste. El grupo británico de telecomunicaciones explicó que pagará 400 millones de libras anuales (467 millones de euros) entre 2021-2022 y 2023-2024, apenas una mejora interanual del 1,5%.