

Rtve y Eurosport mantendrán las retransmisiones de La Vuelta y el Tour de Francia hasta 2025

La corporación española ha aprovechado el acuerdo sindicado de las televisiones públicas europeas, a través de Eurovision, con ASO. En total, supone un desembolso de más de seis millones de euros anuales.

Palco23

17 feb 2020 - 10:11



Rtve continuará siendo el hogar de las dos principales pruebas de ciclismo en la televisión en abierto. La corporación de medios públicos ha logrado retener los derechos audiovisuales de La Vuelta y el Tour de Francia hasta 2025. Los términos económicos no se han hecho públicos, pero los contratos en vigor rondaban 2,6 millones anuales por la prueba española y 4,2 millones de euros por la ronda gala.

Amaury Sport Organisation (ASO), propietaria de ambas competiciones, ha cerrado el acuerdo a través de Eurovision, organismo que agrupa a las principales televisiones públicas de toda Europa. En la lista, además de Rtve, figuran la RAI en Italia, ITV en Reino Unido e Irlanda o NOS en Países Bajos. Además, Eurosport continuará

ofreciendo una cobertura más amplia en su canal de pago.

Este acuerdo garantiza que el Tour se podrá ver en 54 mercados distintos del Viejo Continente. La Vuelta, que opera a través de Unipublic, también ha firmado contratos específicos con otros operadores en Bélgica (VRT), Países Bajos (NOS), Dinamarca (TV2) y Noruega (TV2). “La carrera incrementará además su número de horas de difusión, hasta 70 horas por edición”, señala la compañía dirigida por Javier Guillén.

ASO ha logrado paquetizar mejor sus derechos, de forma que estas cadenas se han comprometido a dar visibilidad a otras pruebas que gestiona, incluidas las de ciclismo femenino. Se trata de La Course by Le Tour avec FDJ, Lieja-Bastoña-Lieja y Flecha Valona féminas en 2020 con el Tour de Francia y la Ceratizit Madrid Challenge by La Vuelta así como la Clásica San Sebastián femenina a partir del 2021, que se asocian al contrato con La Vuelta.

Stefan Kürter, director general de Eurovision Sport, ha defendido la inversión comprometida porque “el Tour de Francia y La Vuelta son hitos destacados del calendario anual de ciclismo; ambos tienen millones de seguidores”. “Gracias al crecimiento exponencial de los miembros de la EBU en sus plataformas digitales, tenemos una oportunidad de oro para llegar a una mayor audiencia -incluyendo a los más jóvenes; una generación que tiene un gran papel que desempeñar en el desarrollo de este deporte”, ha añadido Yann le Moenner, director general de ASO.