

Telefónica compra la Champions League a Mediapro por 360 millones al año

El grupo de telecomunicaciones, que se ha quedado con la Liga Santander por 980 millones de euros entre 2018 y 2022, podrá ofrecer los dos torneos de la Uefa a sus clientes particulares hasta 2021 en exclusiva. Mediapro, por su parte, retiene el negocio de bares y mantendrá su plataforma OTT.

Palco23
28 jun 2018 - 18:41

Telefonica compra la Champions a Mediapro por 360 millones de euros al año

Telefónica ya puede decir que tiene asegurado la mejor cobertura del fútbol europeo hasta 2022. El grupo de telecomunicaciones ha alcanzado un acuerdo con Mediapro para recomprarle los derechos de la Champions League y la Europa League en el ciclo 2018-2021. El acuerdo supone que la multinacional española se queda los derechos en exclusiva para plataformas de televisión de pago en el canal residencial por 360 millones de euros anuales, a la espera de que la Uefa dé el visto bueno a la reventa de estos derechos.

El anuncio llega tres días después de que la multinacional española se hiciera con toda LaLiga Santander para el periodo 2019-2022 por 980 millones de euros, en un movimiento que ahora ha supuesto un vuelco a la situación. El proceso iniciado por el grupo audiovisual en abril contemplaba que los operadores alquilarían el canal beIN Sports con estos dos torneos, pero ahora el pacto con Telefónica otorga a Movistar+ “el diseño y desarrollo de los contenidos”.

Si bien los nuevos canales tendrán el sello de Movistar, las dos partes han acordado “la compartición de los ingresos publicitarios de los nuevos canales que se pongan en marcha en las próximas semanas”. Además, será la *telecos* la que se encargue de intentar reducir su inversión ofreciendo estos derechos a sus competidores tal y como le obliga Competencia, aunque Vodafone ya dejó claro que no invertiría más en fútbol.

Telefónica pagará 360 millones al año a Mediapro

por el negocio residencial de la Champions y 980 millones a LaLiga por Primera División

Pese a que Telefónica aseguraba en febrero que existía “una clara posibilidad de no renovar la Champions League” por el precio al que se lo adjudicó Mediapro, hoy ha ensalzado el potencial de estos derechos. “Se multiplican las opciones de ver partidos”, recuerda sobre la nueva programación que permitirá ofrecer dos partidos en directo por canal (uno a las 19:00 horas y otro a las 21:00 horas), cuando ahora sólo estaba el de las 20:45 horas.

Además, se trata del primer ciclo en el que todos los partidos serán de pago. “Estos cambios de modelo permitirán, por un lado, mejorar la experiencia y satisfacción del usuario, al tiempo que abrir nuevas oportunidades de monetización del contenido a Telefónica y los operadores que adquieran el canal que la compañía comercialice”, señala a la comunidad inversora.

El acuerdo alcanzado da vía libre a Mediapro para confeccionar una oferta exclusiva en el canal de establecimientos públicos, además de suponerle una importante plusvalía. En el sector señalan que su acuerdo con la Uefa era de 350 millones anuales, por lo que recibirá 10 millones adicionales y además retiene el canal de establecimientos públicos. Esto le permitirá confeccionar un canal con la competición europea y los derechos de Primera y Segunda División, por los que ha pagado unos 150 millones de euros para el ciclo 2019-2022. Además, podrá seguir comercializando el canal en su plataforma OTT beIN Connect y dará un partido en abierto de Europa League.

El grupo audiovisual retendrá la exclusiva de la Champions League para bares y podrá mantener su servicio OTT con beIN Connect

“Los últimos acuerdos suscritos entre Mediapro y Telefónica confirman el interés generado por las competiciones futbolísticas como un contenido *premium* atractivo y con potencial de crecimiento”, señala la compañía.

El grupo audiovisual asegura que el canal de bares y hoteles se ha convertido en una apuesta estratégica

, pues datos internos de LaLiga señalan que un 40% de este tipo de establecimientos están suscritos de forma irregular. De hecho, ha creado incluso una filial tecnológica en la que invertir junto a los operadores en herramientas que permitan erradicar la piratería, como adelantó este diario.

“Este segmento del mercado se encuentra claramente menos desarrollado que el segmento de particulares y por tanto su potencial de crecimiento es mucho mayor”, señala Mediapro. En este sentido, la dirección prevé crear “un canal especializado con LaLiga y la Champions como contenidos estrella y otros contenidos y utilidades específicos”, de manera que puedan hacer un paquete más atractivo para los operadores como Vodafone y Orange, que hasta 2018-2019 tienen la exclusiva del fútbol español en este canal.