

Kippel⁰¹

PRO

Mediapro retiene la Champions en exclusiva hasta 2020-2021

beIN Sports emitirá la Champions League y la Europa League durante los tres próximos años, y ahora deberá negociar con los operadores. Diversas fuentes sitúan el precio acordado con la Uefa en 1.100 millones de euros.

19 JUL 2017 — 16:32

POR KIPPEL01

beIN Sports seguirá siendo la casa del mejor fútbol europeo, al menos hasta la temporada 2020-2021. **Mediapro** ha anunciado oficialmente que se ha adjudicado los derechos en exclusiva para España de la **Uefa Champions League** y de la **Uefa Europa League** durante las tres próximas campañas. Aunque el importe económico de la puja por la que se ha impuesto a **Telefónica** no ha sido desvelada, algunas fuentes sitúan la operación cerca de los 1.100 millones de euros.

La principal novedad es que a partir de la temporada 2018-2019 el canal beIN Sports emitirá todos los partidos en exclusiva, desapareciendo así el partido en abierto. Este será uno de los elementos más importantes a la hora de convencer a Telefónica, Orange y Vodafone de que renueven la contratación del canal, pese a que públicamente han mostrado su malestar por el alza de los precios.

Una de las nuevas características de la próxima campaña es que, en lugar de existir un único horario, dos de los partidos de la fase de grupos se jugarán a las 19 horas y los otros seis a las 21 horas. De esta manera, a diferencia de lo que ocurría hasta ahora, nunca coincidirán jugando a la misma hora dos equipos españoles.

A partir de la próxima temporada, dos de los partidos de la fase de grupos se jugarán a las 19 horas y los otros seis a las 21 horas

Este importe supone una mejora del 21% respecto a los contratos que la Uefa firmó para el ciclo 2015-2018 con la propia **Mediapro**, **Atresmedia** y **TV3**. Entonces, el acuerdo establecía que el canal beIN Sports tendría la exclusiva en plataformas de pago por 110 millones de euros por campaña, mientras que Atresmedia y TV3 (sólo en Cataluña) tendrían la opción preferencial para el partido en abierto de cada jornada, a cambio de unos 40 millones y 5,8 millones de euros, respectivamente.

¿El motivo del alza? Además de las exigencias de los clubes para que la Uefa pague más, existen varias razones. La penetración de la televisión de pago en España es muy superior ahora que hace tres años, los servicios de suscripción **OTT** se han perfeccionado y, además, a partir de 2018-2019 cada jornada podrán emitirse de forma seguida dos partidos en directo, lo que supone una explotación más eficiente de los derechos.

1/3

<https://www.kippel01.com/pro/mediapro-retiene-la-champions-en-exclusiva-hasta-2020-2021.html>

El presente contenido es propiedad exclusiva de Ripley Gestora de Contenidos, SL, sociedad editora de Kippel01.com (www.kippel01.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.

Kippel⁰¹

PRO

Se trata de la primera vez que en España no se emitirá en abierto la máxima competición continental de clubes. No obstante, la final del campeonato sí que deberá emitirse en abierto, ya que así lo establece la legislación vigente. En Reino Unido, por ejemplo, BT Sport tiene un acuerdo para emitir la final por Youtube, donde logró una audiencia de 2,4 millones de personas con la última final, pero Mediapro podría optar por ofrecerla en GOL.

La decisión de la compañía catalana de pujar en solitario se produjo tras la primera ronda de ofertas. Fuentes del sector señalan que Atresmedia no pudo hacer frente al aumento del precio a pagar que exigía poder competir con la oferta de Telefónica, de forma que la compañía liderada por **Jaume Roura** y **Tatxo Benet** decidió cambiar su estrategia inicial.

Mediapro apostó por pujar en solitario y todo a la televisión de pago después de que Atresmedia se negara a asumir el alza que exigía conseguir los derechos

Una de las ventajas cualitativas de **beIN Sports** no es sólo la experiencia acumulada en el actual ciclo audiovisual, sino que también ha influido su independencia a la hora de poder negociar por igual con todas las plataformas de televisión de pago, ya sean las tradicionales como Movistar, Orange o Vodafone, o su propio servicio de *streaming*.

No obstante, uno de los retos a los que ahora se enfrentará Mediapro es convencer a todos estos grupos de la importancia de pagar por el canal temático de la Champions League y la Europa League para garantizarse una oferta competitiva. Orange y Vodafone ya avanzaron que sí ofertarían por sublicenciar estos derechos, mientras que Telefónica ya mantuvo un importante pulso con la compañía catalana en el verano de 2015 por este mismo motivo.

Para el grupo español de telecomunicaciones, uno de los principales obstáculos a la hora de apostar decididamente por estos contenidos es el actual marco regulatorio. A diferencia de otros países, la Comisión Nacional de los Mercados y de la Competencia (CNMC) le obliga a ofrecer a precios de mercado todos sus paquetes *premium* a sus rivales, de forma que no podía utilizar la Champions League como un reclamo comercial de captación de usuarios.

Es algo que sí han podido hacer otras *telecos* en Europa que, como Telefónica, tienen su propio sistema de televisión. En Reino Unido ha potenciado su alianza con BT Sport, en Francia se ha abrazado a SFR, en Alemania ha firmado con Sky Deutschland y DAZN, y en Italia con Sky, que se ha impuesto a Mediaset Premium. En todos ellos ha logrado el alza del 30% que esperaba para el ciclo 2018-2021.

Ahora está por ver cómo se traducirá este vuelco histórico en el panorama audiovisual en las audiencias, ya que los partidos de Champions League han sido siempre de los que mejores registros obtenían. En 2016, 12 de las 35 retransmisiones más seguidas en abierto correspondieron a este torneo, sobre todo con las últimas eliminatorias del torneo que acabó ganando el Real Madrid frente al Atlético de Madrid.

El canal logró 9,447 millones de telespectadores con aquella final disputada en Milán, que en España

2/3

<https://www.kippel01.com/pro/mediapro-retiene-la-champions-en-exclusiva-hasta-2020-2021.html>

El presente contenido es propiedad exclusiva de Ripley Gestora de Contenidos, SL, sociedad editora de Kippel01.com (www.kippel01.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.

Kippel⁰¹

PRO

también pudo seguirse en **TV3**, donde la audiencia ascendió a 672.000 personas. Si solo se contabilizara la tanda de penaltis, el evento habría sido de largo el más visto de 2016; ya que esa fase del encuentro *atrapó* a 12,565 millones de personas.

3/3

<https://www.kippel01.com/pro/mediapro-retiene-la-champions-en-exclusiva-hasta-2020-2021.html>

El presente contenido es propiedad exclusiva de Ripley Gestora de Contenidos, SL, sociedad editora de Kippel01.com (www.kippel01.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.