



**INF/DC/03/20 INFORME SOBRE LA
PROPUESTA DE COMERCIALIZACIÓN
INTERNACIONAL DE LOS DERECHOS DE
EXPLOTACIÓN DE CONTENIDOS
AUDIOVISUALES DEL CAMPEONATO
NACIONAL DE LIGA EN PAÍSES DEL
ESPACIO ECONÓMICO EUROPEO (EEE) Y
FUERA DEL EEE**

6 de febrero de 2020

INDICE

I. ANTECEDENTES	3
II. MARCO NORMATIVO	4
III. CONTENIDO DE LAS CONDICIONES DE COMERCIALIZACIÓN OBJETO DE INFORME PREVIO	7
IV. VALORACIÓN DE LA PROPUESTA DE COMERCIALIZACIÓN DE LOS DERECHOS DE EXPLOTACIÓN DE CONTENIDOS AUDIOVISUALES EN EL EEE Y FUERA DEL EEE	18
V. CONCLUSIÓN	29

INFORME SOBRE LA PROPUESTA DE COMERCIALIZACIÓN INTERNACIONAL DE LOS DERECHOS DE EXPLOTACIÓN DE CONTENIDOS AUDIOVISUALES DEL CAMPEONATO NACIONAL DE LIGA EN PAÍSES DEL ESPACIO ECONÓMICO EUROPEO (EEE) Y FUERA DEL EEE

INF/DC/03/20 COMERCIALIZACIÓN INTERNACIONAL CAMPEONATO NACIONAL DE LIGA

CONSEJO. SALA DE COMPETENCIA

Presidente

D. José María Marín Quemada

Consejeros

D^a. María Ortiz Aguilar

D. Josep María Guinart Solà

D^a. Clotilde de la Higuera González

D^a. María Pilar Canedo Arrillaga

Secretario de la Sala

D. Joaquim Hortalà i Vallvé

En Madrid, a 6 de febrero de 2020

Vista la solicitud de informe previo a la comercialización de determinados derechos de retransmisión audiovisual en el Espacio Económico Europeo (EEE) y en ciertos mercados internacionales del Campeonato Nacional de Liga de Primera y de Segunda División, en virtud de lo establecido en el artículo 4.3 del Real Decreto-ley 5/2015, de 30 de abril, de medidas urgentes en relación a la comercialización de los derechos de explotación de contenidos audiovisuales de las competiciones de fútbol profesional (en adelante real decreto-ley), que tuvo entrada en la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) el 7 de junio de 2019, la **SALA DE COMPETENCIA** acuerda emitir el siguiente informe.

I. ANTECEDENTES

Con fecha 10 de enero de 2020, tuvo entrada en la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (en adelante CNMC) la solicitud de la Liga Nacional de Fútbol Profesional (LNFP) de elaboración del informe previo a la comercialización de determinados derechos de retransmisión audiovisual en el Espacio Económico Europeo (EEE) y en ciertos mercados internacionales del Campeonato Nacional de Liga, en virtud de lo establecido en el artículo 4, apartados 3 y 5 del Real Decreto-ley 5/2015, de 30 de abril, de medidas urgentes en relación a la comercialización de los derechos de explotación de contenidos audiovisuales de las competiciones de fútbol profesional.

II. MARCO NORMATIVO

El artículo 1.1 del Real Decreto-ley 5/2015 establece el alcance de los derechos audiovisuales de las competiciones futbolísticas objeto de comercialización conjunta al amparo de esta norma. Dichos contenidos audiovisuales “comprenden los eventos que se desarrollen en el terreno de juego, incluyendo las zonas del recinto deportivo visibles desde el mismo, desde los dos minutos anteriores a la hora prevista para el inicio del acontecimiento deportivo hasta el minuto siguiente a su conclusión, e incluyen los derechos para su emisión tanto en directo como en diferido, en su integridad y en versiones resumidas o fragmentadas, destinados a su explotación en el mercado nacional y en los mercados internacionales.”

Los derechos de explotación de contenidos para su emisión a través de los servicios de comunicación audiovisual radiofónica, están excluidos del ámbito de la norma.

El Real Decreto-ley 5/2015 reconoce la titularidad de los derechos audiovisuales a los clubes, si bien establece la obligación de ceder las facultades de comercialización conjunta del Campeonato Nacional de Liga de Primera y Segunda División, a la Liga Nacional de Fútbol Profesional, y de la Copa de S.M. el Rey y de la Supercopa de España, a la RFEF, en los siguientes términos:

“1. La titularidad de los derechos audiovisuales incluidos en el ámbito de aplicación de esta ley corresponde a los clubes o entidades participantes en la correspondiente competición.

2. La participación en una competición oficial de fútbol profesional conllevará necesariamente la cesión por sus titulares a la entidad organizadora de las facultades de comercialización conjunta de los derechos audiovisuales incluidos en el ámbito de aplicación de este real decreto-ley.

A efectos de este real decreto-ley, y sin perjuicio de las competencias reconocidas en la legislación deportiva general, tendrán la consideración de entidad organizadora:

a) La Liga Nacional de Fútbol Profesional, respecto del Campeonato Nacional de Liga de Primera y Segunda División.

b) La Real Federación Española de Fútbol, respecto de la Copa de S.M. el Rey y de la Supercopa de España.”

Los principios y condiciones que rigen la comercialización conjunta de los derechos audiovisuales de la citada competición se establecen en el artículo 4:

“1. El sistema de comercialización y explotación de los derechos audiovisuales se regirá por el principio de libertad de empresa dentro del marco del sistema de evaluación establecido por la normativa europea y española de la competencia.

2. La comercialización de los derechos audiovisuales en los mercados nacional y de la Unión Europea podrá realizarse en régimen de explotación exclusiva o no exclusiva, incluyendo aquellas modalidades de comercialización no exclusiva en igualdad de condiciones a todos los

operadores interesados, de conformidad con lo previsto en este artículo.

*3. Las entidades comercializadoras establecerán y **harán públicas las condiciones generales** que regirán la comercialización de los derechos de explotación de contenidos audiovisuales objeto de comercialización centralizada, incluyendo la configuración de las ofertas para su explotación en los mercados nacional y de la Unión Europea, sus agrupaciones en Lotes y los requisitos para su adjudicación y explotación, que deberán respetar en todo caso los límites y principios establecidos en este real decreto-ley.*

Sin perjuicio de lo previsto en la Ley 3/2013, de 4 de junio, y el resto de normativa de competencia, con carácter previo a la aprobación de dichas condiciones, las entidades comercializadoras solicitarán de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia la elaboración de un informe sobre las citadas condiciones de comercialización de derechos. Dicho informe será elaborado en el plazo de un mes desde que fuera solicitado.

4. A los efectos de la determinación de las condiciones de comercialización centralizada de derechos señalada en el apartado anterior, se tendrán en cuenta los criterios siguientes:

a) En las condiciones de comercialización se concretará el alcance de los Lotes de derechos objeto de comercialización, señalando, en particular, los contenidos incluidos en cada Lote, el ámbito geográfico para su explotación, si se destinan a su emisión en abierto o en codificado y los que serán objeto de explotación exclusiva o no exclusiva.

b) Se deberá garantizar la comercialización de los derechos correspondientes a los acontecimientos de interés general para la sociedad, a los que se refieren el artículo 20 y la Disposición transitoria sexta de la Ley 7/2010, de 31 de marzo.

c) Se deberá precisar en las condiciones de la oferta la fecha y horario de celebración de cada uno los eventos comercializados o las condiciones que permitan su determinación a los adjudicatarios.

d) La adjudicación de los derechos debe realizarse mediante un procedimiento público, transparente, competitivo y sin discriminación de licitadores, basado en criterios objetivos entre los que deberán figurar, principalmente, la rentabilidad económica de la oferta, el interés deportivo de la competición, y el crecimiento y el valor futuro de los derechos audiovisuales que pueda aportar el adjudicatario.

e) La adjudicación de cada Lote o paquete se realizará de manera independiente. Las condiciones de adjudicación establecidas por las entidades comercializadoras y las ofertas presentadas por los licitadores no podrán estar condicionadas a la adquisición de determinados paquetes o Lotes o a la concurrencia de determinados eventos.

f) La duración de los contratos de comercialización no podrá exceder de tres años.

g) Una misma persona o entidad no podrá ser titular o adquirir de manera directa o indirecta derechos exclusivos de explotación en el mercado nacional

de contenidos correspondientes a más de dos paquetes o Lotes, bien sea en el proceso de licitación o en un momento posterior mediante adquisición o cesión de derechos adquiridos por terceros, salvo que en algún Lote o paquete no existieran licitadores o adquirentes u otras ofertas económicamente equivalentes.

h) Las entidades comercializadoras comercializarán los derechos que gestionen con la suficiente antelación para que su explotación se lleve a cabo de una manera adecuada.

5. Las condiciones de comercialización de los derechos audiovisuales en los mercados internacionales se harán públicas y se someterán al informe previo de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia en los términos previstos en el párrafo segundo del apartado 3 de este artículo. La entidad comercializadora ofrecerá a través de la web información actualizada sobre los contratos de comercialización vigentes.

6. Si alguno de los adjudicatarios no explotase los derechos audiovisuales, las entidades comercializadoras podrán resolver el contrato y adjudicarlo a otro licitador, sin perjuicio de las estipulaciones acordadas.

7. Los derechos audiovisuales incluidos en el ámbito de aplicación de este real decreto-ley que no sean objeto de comercialización conjunta podrán ser explotados y comercializados individualmente por los clubes o entidades participantes, directamente o a través de terceros.”

Finalmente, debe tenerse en cuenta lo establecido en los artículos 14 y 15 de la Directiva 2010/13/UE, de 10 de marzo, de Servicios de Comunicación Audiovisual, que disponen:

“El derecho de emisión en exclusiva no se ejercerá de tal modo que prive a una parte sustancial del público residente en otro estado miembro de la posibilidad de seguir acontecimientos calificados de interés general por la sociedad”.

“Los Estados miembros velarán por que, a efectos de la emisión de breves resúmenes informativos, cualquier organismo de radiodifusión televisiva establecido en la Unión tenga acceso, en condiciones justas, razonables y no discriminatorias, a acontecimientos de gran interés público transmitidos en exclusiva por un organismo de radiodifusión televisiva bajo su jurisdicción.”

En trasposición de esta normativa, el artículo 19 de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de Comunicación Audiovisual, dispone:

“2. El derecho de emisión en exclusiva no se ejercerá de tal modo que prive a una parte sustancial del público residente en otro estado miembro de la posibilidad de seguir acontecimientos calificados de interés general por la sociedad.

3. El derecho de emisión en exclusiva no puede limitar el derecho a la información de los ciudadanos. Los prestadores del servicio de

comunicación audiovisual que hayan contratado en exclusiva la emisión de un acontecimiento de interés general para la sociedad deben permitir a los restantes prestadores la emisión de un breve resumen informativo en condiciones razonables, objetivas y no discriminatorias. Este servicio se utilizará únicamente para programas de información general y sólo podrá utilizarse en los servicios de comunicación audiovisual a petición si el mismo prestador del servicio de comunicación ofrece el mismo programa en diferido”.

La solicitud de informe de la LNFP se acompaña de un documento denominado “Comercialización internacional de los derechos de explotación de contenidos audiovisuales del Campeonato Nacional de Liga en los países del Espacio Económico Europeo (EEE) y fuera del EEE”.

III. CONTENIDO DE LAS CONDICIONES DE COMERCIALIZACIÓN OBJETO DE INFORME PREVIO

El documento de Condiciones de Comercialización (en adelante CC) se estructura en:

- una introducción
- 5 apartados: descripción de los contenidos audiovisuales; procedimiento para la presentación de ofertas; procedimiento de adjudicación; condiciones generales; consultas.
- 5 anexos:
 - anexo 1 Programas soporte y señales adicionales
 - anexo 2 Clips
 - anexo 3.1 Formulario de registro
 - anexo 3.2 Formulario de Oferta económica
 - anexo 4 Cuestionario de petición de información sobre la entidad y formulario de registro
 - anexo 5 Evaluación de seguridad de la información y protección de datos.

A continuación, se realiza un resumen del contenido principal del documento, atendiendo al literal del texto, que posteriormente será objeto de valoración.

1. INTRODUCCIÓN

El documento en su introducción indica que *“la participación en una competición oficial de fútbol profesional en España conllevará necesariamente la cesión por sus titulares a la entidad organizadora de las facultades de explotación de los derechos audiovisuales”*, en virtud del Real Decreto-ley 5/2015, de 30 de abril, de medidas urgentes en relación con la comercialización de los derechos de explotación de contenidos audiovisuales de las competiciones de fútbol profesional.

Asimismo, informa que se ha designado a Mediaproducción, S.L.U. como entidad encargada de *“promover la comercialización de los derechos de*

explotación de los contenidos audiovisuales que se describen a continuación, por lo que no participará como operador interesado en las condiciones de comercialización objeto de informe”.

Finalmente, señala que se ha solicitado el informe preceptivo a la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (“CNMC”) a los efectos de velar por el cumplimiento de los principios de publicidad, transparencia y no discriminación.

2. DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS AUDIOVISUALES.

OBJETO

La LNFP ofrece la adquisición de los derechos de explotación y difusión de los partidos de Primera y Segunda División, incluyendo los partidos de “play-offs” para el ascenso a Primera División; así como otros contenidos audiovisuales deportivos y de entretenimiento. En este sentido, las Condiciones de Comercialización *“permiten al candidato emitir Programas Soportes y Clips, tal y como se describen en los Anexos 1 y 2”.*

A continuación, se recoge brevemente el contenido de ambos anexos:

Anexo I: A. PROGRAMAS SOPORTES:

- “La Liga” (50 minutos): 1 programa de pre-temporada anual dedicado a la nueva temporada.
- “La Liga World” (26 minutos): Magacín semanal que contendrá resúmenes de los partidos de la anterior jornada, perfiles de jugadores, entrevistas, etc.
- “La Liga Show” (26 minutos): Magacín semanal que contiene información sobre la próxima jornada de la Competición y otra información relevante sobre la Competición.
- “Post-season La Liga”: 1 programa anual al término de la temporada que contiene un análisis completo de toda la temporada.
- “La Liga Highlights Show” (55 minutos): Programa de resúmenes semanales distribuido cada domingo a las 24:00 horas (GMT) aproximadamente,
- “El Clásico”: 2 programas especiales con información completa sobre los partidos entre Real Madrid FC y FC Barcelona.
- Al menos 5 programas especiales por temporada sobre la Competición.
- “Incomplete Highlights”: Resúmenes de 5 minutos por cada día de partido.
- “LaLiga SmartBank Highlights”: Programa semanal de 60 minutos de duración que contiene los resúmenes de los once partidos de cada jornada

B. SEÑALES ADICIONALES

- LaLiga proporcionará acceso a una señal en HD completamente producida y continua (“Content Channel Feed”), que incluye un programa previo los viernes y un programa resumen los lunes (en el caso de partidos disputados los fines de semana).
- Esta señal se proporcionará en inglés, con gráficos en inglés e incluirá

programas en estudio sobre los partidos, entrevistas exclusivas antes y después del partido y análisis.

- Incluirá resúmenes de los partidos que se hayan jugado y comentarios previos sobre los partidos que se juegan al día siguiente.
- Se entregará en formato de programa completo y ordenado, incluyendo espacios. Es una señal neutra, con un ambiente adecuado sobre la Competición.
- Los adjudicatarios podrán elegir emitir la señal por completo o escoger ciertos contenidos para mejorar sus propias retransmisiones de los partidos.

Anexo II: CLIPS:

Incluye diferentes Clips pre-partido, durante el partido, post-partido, el día del partido, clips de la jornada y clips adicionales.

Los contenidos audiovisuales podrán ser emitidos a través de televisión en abierto y/o pago, mediante cualquier formato de distribución (red terrestre, cable, satélite, Internet,¹ etc.).

TEMPORADAS

Los contenidos audiovisuales de *“los lotes formados por los países del EEE se ofertarán por un plazo de tres temporadas, es decir, durante las temporadas 2021/2022, 2022/2023 y 2023/2024”*.

Sin embargo, los lotes correspondientes a los países de fuera del EEE no tienen fijado las temporadas que abarcan. La LNFP señala que *“el número de temporadas se establecerá dependiendo del lote comercializado, indicándose debidamente a los candidatos en el documento de Condiciones de Comercialización que se publique”*.

LOTES GEOGRÁFICOS

Los contenidos audiovisuales se comercializarán, de forma separada, en distintos lotes geográficos distinguiendo dos grupos:

- (i) todos los países pertenecientes al Espacio Económico Europeo (“EEE”), con la excepción de España, Reino Unido e Irlanda.
- (ii) varios países de fuera del EEE.

EXCLUSIVIDAD

Todos los lotes se ofrecen en **régimen de exclusividad**² en lo que respecta al Campeonato Nacional de Liga de **Primera División** mientras que el Campeonato Nacional de Liga de **Segunda División** (sin incluir los partidos de play-offs) se comercializará en **no exclusiva**.

¹ Los clips solo se emitirán por internet.

² Con la excepción de los territorios indicados en el documento en los que se indica explícitamente su comercialización en no exclusiva.

CALENDARIO INDICATIVO DE JORNADAS

A efectos informativos, se establece un calendario indicativo de los días y horarios en que se emitirán los partidos de Primera División y Segunda División que se celebren en fin de semana (incluyendo viernes y lunes) y de los de Primera División que excepcionalmente puedan disputarse de martes a jueves.

Los partidos de Play-Offs se disputarán en cuatro fines de semana consecutivos después de la finalización de las jornadas regulares de Segunda División.

La LNFP comunicará a cada uno de los adjudicatarios los partidos que serán disputados durante cada jornada del Campeonato Nacional de Liga tras el sorteo del calendario oficial, antes del inicio de cada temporada.

La LNFP se reserva el derecho a modificar las fechas y horarios de los partidos.

DERECHOS RESERVADOS

En este apartado se hace referencia a los **derechos reservados** a favor de los clubes o la LNFP, que suponen una excepción al derecho de explotación de los contenidos por parte del adjudicatario:

- *Canales de los Clubes: “la difusión en diferido, a la finalización de cada jornada, de los clips y partidos en los que participe el club o S.A.D. en sus canales oficiales y/o páginas web oficiales, aplicaciones oficiales o museos oficiales de los clubes y ello no antes de las 24 horas siguientes o a la finalización de cada jornada”.*
- *New Access: “la difusión de extractos de los partidos cedidos a operadores de televisión y/o agencias de noticias que operen a nivel multinacional, para su inclusión en programas informativos, sin perjuicio del derecho y la obligación del adjudicatario de suministrar estos extractos a terceros en su respectivo país para su emisión en programas de información general, en la medida que así sea establecido en su jurisdicción”.*
- *Medios Oficiales de LaLiga: se reserva “la difusión de Clips en sus medios oficiales (página web, plataformas, aplicaciones) y en canales con la marca de La Liga en plataformas digitales (YouTube, Vimeo, etc.) y en redes sociales”.*

DERECHOS EXCLUIDOS

La LNFP señala que los derechos que no se hayan otorgado explícitamente deben entenderse excluidos, y enumera a título enunciativo y no limitativo algunos de ellos:

- *“Autorizar a plataformas de juego el acceso para su puesta a disposición en “streaming” a los efectos de realizar apuestas.*
- *Explotar la difusión a través de radio.*
- *Uso comercial de estadísticas, gráficos u otro contenido similar.*
- *Difundir la señal en lugares públicos, sin perjuicio del derecho cedido para la difusión por el adjudicatario en bares, restaurantes, hospitales, escuelas, etc.*
- *Difundir en plataformas digitales, entendidas como sitios web de videos compartidos (YouTube, Vimeo, etc.), si bien LaLiga no explotará ni cederá a terceros los derechos de difusión en directo de los partidos.*
- *Poner a disposición Clips con carácter no lineal a través de internet, en redes sociales (Facebook, Instagram, etc.) salvo que el adjudicatario lo sea también de los clips”.*

CONDICIONES DE EMISIÓN Y CARACTERÍSTICAS DEL CONTENIDO AUDIOVISUAL

El documento establece las condiciones de emisión que los adjudicatarios de los lotes deberán cumplir, diferenciando entre las dos competiciones:

- Campeonato Nacional de Liga de Primera División:
 - i) *“Deberán emitirse de forma lineal y en su canal principal, al menos tres partidos íntegros del Campeonato de Liga de Primera División por cada jornada, siendo al menos dos de ellos en directo.*
 - ii) *Deberán emitirse de forma no lineal todos los partidos objeto de comercialización.*
 - iii) *El Programa Soporte denominado “LaLiga Highlights Show”, o el que le sustituya en el futuro en su integridad o bien el programa de resúmenes de los partidos que sea producido por el Adjudicatario, para su difusión no más tarde de las 24 horas siguientes desde la finalización de cada jornada.*
 - iv) *El Programa Soporte denominado “LaLiga Show” y/o “LaLiga World”, o los que les sustituyan en el futuro, ambos en su integridad.”*
- Campeonato Nacional de Liga de Segunda División:
 - i) *“Deberá emitirse de forma no lineal al menos un (1) partido por jornada.*
 - ii) *El Programa Soporte denominado “LaLiga SmartBank Highlights””.*
- Partidos de Play-offs
 - i) *“Deberán emitirse de forma lineal en el canal principal del Adjudicatario, al menos la mitad de los partidos íntegros de Play-off”.*

Se señala expresamente que *“todos los partidos, programas soporte y resúmenes semanales serán **proporcionados** por LaLiga como mínimo en formato HD”*.

CONDICIONES DE PUBLICIDAD, PROMOCIÓN Y PATROCINIO

“Los adjudicatarios se comprometerán, al igual que ocurre en otras competiciones de características similares, a incorporar en sus difusiones carátulas de entrada y salida de patrocinadores oficiales y avances de programación de los partidos a difundir”.

CONDICIONES DE INFORMACIÓN

Con el fin declarado de incrementar la visibilidad y relevancia de la competición, los adjudicatarios deberán proporcionar a la LNFP información sobre cifras de audiencia, cifras de abonados o suscriptores, en su caso; y la programación completa de difusión de los partidos. En concreto:

(i) Cifras de audiencia de cada uno de los partidos por edad, género y territorio. La información requerida se presentará desglosada por tipo de sistema de distribución de la señal.

En el caso de emisión lineal, las métricas aportadas serán la audiencia media del partido y el número de espectadores que contactaron en algún momento con la emisión.

En el caso de cifras de audiencia en OTT, se aportará el dato global de usuarios únicos por partido y tipo de dispositivo; el tiempo medio de visionado por usuario y tipo de dispositivo; y el promedio de concurrencia en la emisión lineal de cada partido.

(ii) Cifras de abonados mensuales de los canales en los que se emitan los partidos en cada territorio, indicando los datos de alta y baja, así como referencia a las políticas multidispositivo aplicables.”

El adjudicatario deberá respetar la normativa en materia de defensa de la competencia en el proceso de remisión de esta información a LaLiga y LaLiga mantendrá como confidencial la información relativa a cifras de audiencia y de abonados.

3. PROCEDIMIENTO PARA LA PRESENTACIÓN DE OFERTAS

En primer lugar, el documento de Condiciones de Comercialización (CC) establece una serie de consideraciones generales respecto a la presentación de ofertas:

- Las ofertas serán firmes, incondicionales, irrevocables y vinculantes durante un periodo de 90 días desde la recepción de la oferta.
- Las ofertas deberán cumplimentar conjuntamente: un Formulario de Registro y un Formulario de Oferta Económica, que se encuentran adjuntos como Anexos 3.1 y 3.2

- El documento de Condiciones de Comercialización, con sus Anexos, estarán disponibles, en español e inglés, en la página web de LaLiga: <https://www.laliga.com/derechos-audiovisuales/derechosinternacionales>.

A continuación, se muestra el modelo de calendario previsto para la presentación de ofertas, si bien se realizan las siguientes aclaraciones:

- Para cada una de las fases, se publicará un documento de CC con la fecha específica de cada uno de los hitos que aparezcan en el mismo.
- Se establecerá un procedimiento para la realización de consultas por escrito con un plazo de hasta 15 días antes de la finalización del periodo de la recepción de ofertas.
- Las respuestas serán publicadas en la página web de LaLiga, en español y en inglés, respetando la necesaria confidencialidad de la información sensible.
- Serán considerados días hábiles de lunes a viernes, ambos incluidos, con la excepción de los días que sean oficialmente declarados festivos en la ciudad de Madrid (España).
- El buzón de correo electrónico “tender@laliga.es” cuenta con un sistema de certificación de entrada y sellado de tiempo de los correos entrantes provisto por un tercero que cumple con los requisitos de la Ley 59/2003, de Firma Electrónica y el Reglamento (UE) 910/2014, de Servicios de Identificación Electrónica y Fiduciarios para Operaciones Electrónicas en el Mercado Interior (eIDAS).

Fecha	Hito
<p>[En fases sucesivas hasta el 31 de diciembre de 2020]</p> <p>Comienzo del proceso de recepción de ofertas</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Publicación de nota informativa en la página web de LaLiga (http://www.laliga.es). - Información a los operadores más importantes y a entidades intermediarias que acostumbran a comercializar este tipo de derechos. - Información a los medios de comunicación especializados. - Puesta a disposición de las Condiciones de Comercialización y Formularios de Oferta.
<p>[Un mínimo de 3 semanas y un máximo de 4 semanas después del comienzo del proceso de recepción de ofertas]</p>	<p>Finalización del plazo para la presentación de los Formularios de Oferta (Formulario de Registro y Formulario de Oferta Económica).</p>
<p>[3 días laborables después de la finalización del plazo para la recepción de los Formularios]</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Valoración del cumplimiento de los requisitos generales (apartado 3.2) y técnico-profesionales (apartado 3.3) incluidos en el Formulario de Registro. - En el caso en el que se detectara algún defecto o error subsanable, se abrirá el plazo de subsanación (véase el siguiente hito). - - En el caso de que la información que contiene el Formulario de Registro sea correcta (es decir, no tiene defectos o errores subsanables), se procederá a evaluar la Oferta Económica y a la adjudicación provisional del Lote/s.
<p>[5 días laborables después de la valoración de las Ofertas]</p>	<p>Finalización del plazo de subsanación de defectos u omisiones</p>
<p>[3 días después de la finalización del plazo de subsanación de defectos u omisiones]</p>	<p>Evaluación del Formulario de Oferta Económica y adjudicación provisional (si se hubieran detectado defectos u omisiones subsanables)</p>
<p>[5 días laborables después de la adjudicación provisional]</p>	<p>Firma de contrato/s</p>

Requisitos generales:

- Ser persona jurídica con capacidad de obrar y cumplimentar debidamente el formulario de registro.
- Presentar la siguiente documentación acreditativa:
 - Certificado actualizado de inscripción del candidato en el Registro Mercantil o equivalente
 - Copia de las últimas cuentas anuales auditadas del candidato y de su empresa matriz
 - Certificado de estar al corriente de sus obligaciones tributarias y con la Seguridad Social españolas en el supuesto de que el candidato sea residente fiscal en España, actúe a través de un establecimiento permanente o esté dado de alta en el censo de obligados tributarios en España o inscrito en la Seguridad Social española, respectivamente.

Requisitos técnicos-profesionales, el documento establece que deberán cumplir con los siguientes criterios:

- *“Descripción general del candidato, descripción de otras competiciones deportivas en las que el candidato explota derechos, medios técnicos con los que cuenta, solvencia y experiencia profesional en el sector audiovisual.”*
- *Si la oferta es presentada por un intermediario, deberá aportar una descripción general de sus actividades y su oferta de contenido deportivo más importante.*
- *Plan de actuación en el que se incluya estrategia de marketing a desarrollar si el candidato resulta elegido como adjudicatario; así como la cobertura esperada de explotación de los contenidos audiovisuales ofertados.*
- *Cifras de audiencia actual y potencial del Candidato de los canales en los que emita los partidos de Liga.”*

Formularios de Cumplimiento y de Seguridad de la Información y Protección de Datos

Dentro del procedimiento de presentación de ofertas se hace referencia al deber del candidato de cumplimentar otros dos formularios, en los siguientes términos:

“Por último, en cumplimiento con la Ley 10/2010, de 28 de abril, de prevención del blanqueo de capitales y la financiación del terrorismo, el Adjudicatario deberá cumplimentar igualmente los formularios de Cumplimiento³ y la documentación que en él se solicita, así como el formulario de Seguridad de la Información y Protección de Datos, al menos, antes de la firma del correspondiente contrato de comercialización. Véanse los Anexos 4 y 5, respectivamente. “

³ El Formulario de Cumplimiento que figura en el Anexo 4 se denomina “Cuestionario de Petición de Información de la Entidad. Este cuestionario solicita información sobre la empresa tanto desde el punto de vista de su constitución, accionariado, poderes de representación, estructura, información fiscal, cuentas anuales, etc.”

Contenido de la oferta

La oferta constará de dos formularios: un Formulario de Registro y un Formulario de Oferta Económica cuyos modelos se encuentran adjuntos en los anexos 3.1 y 3.2.

El Formulario de Registro consta de los datos identificativos mínimos del candidato y de la persona de contacto, así como de la garantía ofrecida. Esta información se completará con la siguiente documentación que deberá adjuntarse al formulario:

- El certificado de inscripción en el Registro Mercantil del candidato o documento equivalente
- Copia de las últimas cuentas anuales auditadas del candidato y de su empresa matriz.
- Los requisitos generales y técnico profesionales
- Documentación de Cumplimiento.

El Formulario de Oferta Económica deberá cumplimentarse con el lote para el que se realiza la oferta y el importe neto en euros de la oferta para cada una de las tres temporadas. En el caso de los países de fuera del EEE, se indica que el número de temporadas del formulario podría variar.

Es de destacar que, si bien el documento de condiciones de comercialización no señala nada al respecto de la oferta de Clips, el formulario de oferta económica tiene una casilla correspondiente a la oferta opcional del “Paquete de clips”. En caso de optar a la misma, deberá marcarse la casilla, informándose en el propio formulario que su valoración económica será equivalente al 3% de la cantidad de la oferta del lote que realicen.

Presentación de la Oferta

Los candidatos presentaran las ofertas de forma separada para cada lote, en español o en inglés, conforme al calendario fijado.

Los formularios de Registro y de Oferta Económica junto con la documentación solicitada se enviarán a la dirección de correo electrónico (tender@laliga.es) debidamente identificado en el *Asunto* y por parte de LaLiga se confirmará su recepción mediante correo electrónico remitido a la misma dirección desde la que se realizó el envío de la oferta.

4. PROCEDIMIENTO DE ADJUDICACIÓN

Evaluación de ofertas

El procedimiento de evaluación de ofertas, siguiendo el calendario previsto, consistirá en la verificación del Formulario de Registro, es decir, el cumplimiento

de los requisitos generales y técnico-profesionales.

Si la LNFP observara defectos u omisiones subsanables en la documentación presentada por un candidato, lo comunicará mediante correo electrónico para que lo corrija o subsane en el plazo indicado.

Una vez comprobado el cumplimiento de los requisitos generales y técnico profesionales, se valorará la oferta económica adjudicándose a la oferta más elevada. En caso de ofertas similares, se valorará qué candidato cumpla mejor con los criterios técnico-profesionales.

LaLiga se reserva el derecho a suspender o cancelar las Condiciones de Comercialización si el desarrollo del procedimiento y las condiciones de mercado así lo aconsejan y, especialmente, ante posibles indicaciones injustificadas de colusión entre candidatos u otras prácticas anticompetitivas.

Adjudicación Provisional

La LNFP elegirá al adjudicatario provisional de los derechos para cada lote y comunicará la decisión tanto al adjudicatario como al resto de candidatos.

La adjudicación final estará condicionada: *“a la firma posterior de un contrato de comercialización de contenidos audiovisuales, al acuerdo entre el adjudicatario y LaLiga sobre las garantías adecuadas y a que el Formulario de Cumplimiento haya sido correctamente cumplimentado”*.

En caso de no recibir ofertas satisfactorias, *“la LNFP podrá iniciar una segunda o sucesivas rondas de ofertas o bien cancelar las presentes CC”*. En el caso de iniciarse una nueva ronda, se podrá modificar el régimen de exclusividad de los lotes, comunicándose debidamente a los candidatos.

Firma de los contratos de comercialización

En el plazo de cinco días hábiles siguientes a la adjudicación provisional o bien en un plazo más extenso acordado entre LaLiga y el adjudicatario, se procederá a la firma de los correspondientes *acuerdos comerciales*.

5. CONDICIONES GENERALES

A continuación, el documento recoge otros aspectos generales tales como:

- La obligación de colaboración en materia de integridad, con el fin de proteger la competición futbolística de los amaños de partidos, la corrupción y el incumplimiento de las normas vinculada a las apuestas.
- La obligación de colaboración con la Política Anti-Piratería Audiovisual, destacando que el adjudicatario será responsable de que los derechos audiovisuales sean exclusivamente accesibles desde el país que corresponda, debiendo comprometerse a llevar a cabo todas las medidas

posibles tales como la encriptación de señales, geobloqueo y sistemas DRM (tecnologías de control de acceso). Respecto a los contenidos accesibles a través de Internet o cualquier otro medio de emisión equivalente, los adjudicatarios deberán comprometerse a implantar todas aquellas medidas que impidan la copia, almacenamiento, conservación o envío de cualquiera de los contenidos audiovisuales adquiridos, así como utilizar un sistema que prohíba el acceso o visualización fuera del país donde resulte adjudicatario.

Se tendrá en cuenta el Reglamento (UE) 2017/1128 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 14 de junio de 2017, relativo a la portabilidad transfronteriza de los servicios de contenidos en línea en el mercado interior (“Reglamento de Portabilidad”), aplicable para los Lotes relativos a territorios dentro del Espacio Económico Europeo. Así, un suscriptor de servicios de contenidos en línea que resida en un país dentro del Espacio Económico Europeo (“EEE”) podrá tener acceso a los contenidos suscritos relacionados con el objeto de las presentes Condiciones de Comercialización fuera de su país de residencia, cuando se encuentre temporalmente en otro país dentro del EEE.

- Obligación de colaboración con la LNFP, debiendo coordinar la estrategia de promoción en medios propios o de terceros, para dotar de mayor relevancia y valor a la competición.
- En cuanto a la responsabilidad, se señala que la LNFP no será responsable ante el/los adjudicatario/s de ninguna pérdida, daño o perjuicio en relación con el contenido de las CC y/o el contenido del futuro contrato de comercialización.
- Por lo que respecta a la confidencialidad, los candidatos mantendrán la confidencialidad del contenido de su oferta y los adjudicatarios del contenido de los contratos de comercialización.

IV. VALORACIÓN DE LA PROPUESTA DE COMERCIALIZACIÓN DE LOS DERECHOS DE EXPLOTACIÓN DE CONTENIDOS AUDIOVISUALES EN EL EEE Y FUERA DEL EEE

El Real Decreto-ley 5/2015 en su artículo 2.2 establece la cesión por sus titulares a la entidad organizadora de una competición oficial de fútbol profesional de las facultades de comercialización conjunta de los derechos audiovisuales. En el caso de La Liga Nacional de Fútbol Profesional, respecto del Campeonato Nacional de Liga de Primera y Segunda División.

La norma dispone un diferente tratamiento de la comercialización de los derechos audiovisuales en función del territorio, estando sometida al cumplimiento de distintos requisitos dependiendo de si se trata del mercado nacional y de la Unión Europea o de los mercados internacionales.

Las condiciones de comercialización objeto de este informe afectan tanto a

países del EEE como de fuera del EEE, por lo que es de aplicación el Real Decreto-ley 5/2015 en ambos casos, a excepción de:

- los artículos 4.4 g) y 4.5, que no son de aplicación en la comercialización en los países del EEE.
- los artículos 4.2, 4.3 primer párrafo y 4.4., que no son de aplicación en el caso de la comercialización fuera del EEE.

La LNFP ha presentado un único documento de condiciones de comercialización para ambos territorios, por lo que el presente informe se formula a la luz de los preceptos del Real Decreto-ley de aplicación a las condiciones de comercialización de los países del EEE.

En todo caso, como en anteriores ocasiones, no se va a valorar la compatibilidad de las condiciones de comercialización con los artículos 1 y 2 de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia (LDC) y 101 y 102 del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea (TFUE), en la medida que éste no es el cauce procedimental adecuado, sin perjuicio de que la CNMC pueda en un momento posterior, de oficio o tras una denuncia, investigar la compatibilidad con la normativa de competencia de las actuaciones que finalmente realice la LNFP en relación con la comercialización de estos derechos audiovisuales.

Antes de comenzar la valoración de las condiciones de comercialización, en sentido estricto, esta Comisión quiere poner de manifiesto las siguientes consideraciones:

1. La LNFP en su escrito de 10 de enero de 2020 de solicitud del actual Informe señala:

“Si bien el análisis del informe relativo a los mercados internacionales debe limitarse a constatar el régimen de publicidad que exige el citado Real Decreto-ley.”

Hay que hacer constar que no es la primera vez que la LNFP se manifiesta en ese sentido. Ya en su escrito de 21 de marzo de 2019 por el que se solicitaba un nuevo informe de las condiciones de comercialización para los mercados internacionales tras el Acuerdo de archivo por desistimiento de la Sala de Competencia de la CNMC de 14 de marzo de 2019 (INF/DC/032/19) señalaba:

*“Todo ello sin que pueda olvidarse que cualquier valoración al respecto que incluya dicho informe debe **ser limitada**, de conformidad con el RDL 5/2015, a confirmar el cumplimiento de **comunicación** de las condiciones de comercialización y a que los contratos de comercialización vigentes sean dados a conocer a través de la página web de LaLiga, algo que se producirá tan pronto como se firmen.”*

El Real Decreto-ley en su conjunto es de aplicación a las condiciones de comercialización de los derechos audiovisuales en los mercados

internacionales, con las excepciones señaladas anteriormente. Baste señalar, como ejemplos, el alcance de los derechos objeto de comercialización previstos en el artículo 1.1, que de manera expresa hace referencia a los mercados internacionales⁴, o los criterios de distribución de los ingresos del artículo 5 de la norma legal, que comprenden los ingresos provenientes de la comercialización en los mercados internacionales.

En este sentido, se recuerda a la LNFP lo manifestado por esta Comisión en relación con el artículo 4.5 del Real Decreto-ley 5/2015 en el citado Acuerdo de archivo por desistimiento de 14 de marzo de 2019 (INF/DC/032/19):

“Dicha norma legal, exige por tanto la existencia de unas condiciones de comercialización, que dichas condiciones sean objeto de informe por parte de la CNMC y que, una vez elaborado dicho informe, se hagan públicas por parte de la entidad comercializadora.”

Hay que destacar que estas afirmaciones por parte de la LNFP parecen contradictorias con el hecho de que haya presentado una única propuesta de condiciones de comercialización, con iguales características y procedimiento, tanto para los países del EEE como para ciertos mercados internacionales⁵. La presentación de un único procedimiento de licitación que respete los principios de publicidad, objetividad, transparencia y no discriminación con independencia del territorio, es acorde con las observaciones realizadas por esta Comisión en precedentes informes y se valora positivamente.

2. El documento de Condiciones de Comercialización en su introducción señala a Mediaproducción, S.L.U, como entidad encargada de promover la comercialización de los derechos, indicando que no participará como operador interesado. En este sentido, esta Comisión reitera su posición manifestada en el INF/DC/085/19 respecto al papel de Mediaproducción en el proceso:

“[...] al no conocer los términos en que se ha designado a Mediaproducción, S.L.U. como entidad encargada de promover la comercialización de los citados derechos ni las facultades que le han sido otorgadas, el acuerdo entre las partes puede ser:

- *Contrario a lo establecido en el Real Decreto-ley 5/2015.*
- *Opuesto al principio de igualdad de trato en el supuesto de que **MEDIAPRO o alguna de sus empresas** vinculadas se presentaran a la licitación, pudiéndose plantear un conflicto de intereses.*
- *Incompatible con las normas de competencia.”*

3. El presente informe es el quinto elaborado a petición de la LNFP en los

⁴ Dichos contenidos audiovisuales comprenden los eventos que se desarrollen en el terreno de juego, incluyendo las zonas del recinto deportivo visibles desde el mismo, desde los dos minutos anteriores a la hora prevista para el inicio del acontecimiento deportivo hasta el minuto siguiente a su conclusión, e incluyen los derechos para su emisión tanto en directo como en diferido, en su integridad y en versiones resumidas o fragmentadas, destinados a su explotación en el mercado nacional **y en los mercados internacionales.**

⁵ Con la excepción del número de temporadas objeto de licitación, como se verá más adelante.

últimos tres años, cuarto en relación con la comercialización de los derechos audiovisuales en países del EEE y/o en otros mercados internacionales fuera del EEE. En concreto, la CNMC ha adoptado y ha hecho públicos los siguientes informes:

- INFORME DE 4 DE SEPTIEMBRE DE 2017. INF/CNMC/174/17 TEMPORADAS 2018/2019 A 2020/2021. **EEE Y CIERTOS PAÍSES MERCADOS INTERNACIONALES.**
- INFORME DE 18 DE ABRIL DE 2018. INF/DC/055/18 TEMPORADAS 2019/2020 A 2021/2022. ESPAÑA.
- INFORME DE 16 DE ABRIL DE 2019. INF/DC/047/19. TEMPORADAS HASTA 2023/2024 **CIERTOS PAÍSES MERCADOS INTERNACIONALES.**
- INFORME DE 18 DE ABRIL DE 2019. INF/DC/085/19. TEMPORADAS 2019/2020-2021/2022. **REINO UNIDO E IRLANDA (INCLUIDOS EN EL INFORME DE 2017)**⁶

A los que se viene a añadir el presente INFORME ENERO 2020 INF/DC/03/20. **EEE**⁷: TEMPORADAS 2021/2022 A 2023/2024. **CIERTOS PAÍSES MERCADOS INTERNACIONALES**

Una vez comparados los países de fuera del EEE, objeto de los anteriores informes, con los incluidos en el documento de CC sometido a informe por la LNFP el 10 de enero de 2020, se deduce que la LNFP puede presentar próximamente otras solicitudes de informes previos para otros países de fuera del EEE distintos de los ofertados en este procedimiento. Desde la perspectiva de la seguridad jurídica de los operadores interesados se insta a la LNFP a una planificación previa y presentación conjunta de aquellas solicitudes de informes a propuestas de comercialización de similares características. Asimismo, ello redundaría en la optimización en el uso de los recursos y la eficiencia de la actuación administrativa en la emisión de los informes por parte de la CNMC.

4. En los dos últimos informes elaborados por esta Comisión a solicitud de la LNFP, INF/DC/047/19 e INF/DC/085/19, se han realizado ciertas observaciones de fondo respecto al objeto y contenido de los derechos audiovisuales ofertados, que la LNFP debería haber adoptado para adecuar sus propuestas al Real Decreto-ley. Ciertas de estas observaciones coinciden también con las manifestadas en los informes elaborados a petición de la RFEF, la otra entidad organizadora de una competición oficial de fútbol profesional, respecto a la Copa de S.M. el Rey y la Supercopa de España, y hechos públicos por la CNMC⁸.

⁶ El INF/CNMC/174/17 incluía los territorios de Reino Unido e Irlanda. La LNFP informó de la terminación de la relación contractual con el adjudicatario de los derechos audiovisuales de ambos países debido a problemas financieros de la empresa y el lanzamiento de una nueva licitación.

⁷ Excluidos Reino Unido e Irlanda

⁸ A título de ejemplo, los tres más recientes son: INFORMES INF/DC/118/19, INF/DC/137/19 e INF/DC/141/19.

Es de destacar que las observaciones incluidas en los INF/DC/047/19 e INF/DC/085/19 no han sido tenidas en cuenta por la LNFP en esta Propuesta de CC, objeto de informe⁹. Por ello, se reiteran estas observaciones instando a la LNFP a su adopción con el fin de cumplir con lo establecido en el Real Decreto-ley 5/2015:

- a) El artículo 1.1 del Real Decreto-ley en relación con los contenidos audiovisuales objeto de comercialización dispone:

“...comprenden los eventos que se desarrollen en el terreno de juego, incluyendo las zonas del recinto deportivo visibles desde el mismo, desde los dos minutos anteriores a la hora prevista para el inicio del acontecimiento deportivo hasta el minuto siguiente a su conclusión”.

Por tanto, los contenidos audiovisuales ofertados por la LNFP (incluidos en los anexos 1 y 2¹⁰ del documento) en todo lo que se exceda de los tiempos mencionados en el párrafo anterior, no se encontrarían amparados por el Real Decreto-ley 5/2015.

La CNMC ya se ha manifestado en este sentido en diversas ocasiones¹¹ respecto a los contenidos audiovisuales objeto de comercialización:

*“Esta limitación tanto espacial como temporal es importante a la hora de determinar qué contenidos son objeto de comercialización, pues **estarían fuera de su objeto** cualquier contenido que no se encuentre dentro de las zonas del recinto deportivo visibles desde el mismo y del periodo de tiempo establecido, tales como: los **programas previos al partido, las entrevistas o las ruedas de prensa** que se celebren con anterioridad o posterioridad y/o fuera del terreno de juego y de las zonas visibles del recinto, etc.”*

- b) En relación con el apartado anterior, dado que el objeto de comercialización incluye, junto con los partidos, la emisión por el adjudicatario de los Programas soporte y Clips, surge nuevamente la cuestión sobre quién produce estos Programas soporte y Clips. Como ya se señaló en el INF/DC/085/19, emitido a solicitud de la LNFP:

“La norma legal otorga a la LNFP la facultad de comercialización conjunta de los derechos audiovisuales y al órgano de control de la LNFP el establecimiento de un patrón para la producción que asegure un estilo común, pero no la producción o explotación directa de los mismos. En todo caso, la producción de estos programas soporte deberían ser objeto

⁹ Con fecha 1 de octubre de 2019, la LNFP remitió a la CNMC un escrito de observaciones sobre condiciones de comercialización internacional, manifestando su desacuerdo sobre las valoraciones y apreciaciones realizadas por la CNMC en los informes aprobados en el año 2019 INF/DC/047/19 e INF/DC/085/19. Entiende la LNFP que tales informes se apartan de lo que debería ser su objeto, contienen manifestaciones contrarias a lo establecido en previos informes recientes de la CNMC e implicarían una interpretación del Real Decreto-ley 5/2015 que no sería correcta.

¹⁰ Programas soporte y Clips.

¹¹ INF/DC/094/19 y INF/DC/137/19.

de licitación por parte de la entidad comercializadora, al igual que los eventos deportivos.”

Esta posición ha sido manifestada por la CNMC en diversos informes elaborados a petición de la RFEF como entidad organizadora de la otra competición oficial de fútbol profesional, como es el caso del INF/DC/137/19:

*“Por ello, se recuerda nuevamente a la RFEF que la norma solo le atribuye la función de establecer el patrón para la producción y realización de la grabación audiovisual, en el contexto del órgano de control de la gestión de los derechos audiovisuales, pero no la función de realizar la producción misma. El Real Decreto-ley dispone que la **titularidad de los derechos audiovisuales corresponde a los clubes.**”*

“Por ello, la CNMC mantiene y reitera lo señalado en informes previos¹² (INF/DC/118/19, respecto de los partidos de la fase previa territorial) en relación a que la producción deba ser responsabilidad del adjudicatario y por tanto objeto de licitación.”

- c) Derechos reservados, derechos excluidos y condiciones de publicidad, promoción y patrocinio

Respecto a la titularidad de los derechos, el artículo 2.1 del Real Decreto-ley establece que *“la titularidad de los derechos audiovisuales incluidos en el ámbito de aplicación de esta ley corresponde a los clubes”*. Al mismo tiempo, el artículo 2.4 señala que *“aquellos derechos no incluidos en el ámbito de aplicación podrán ser explotados y comercializados individualmente por los clubes directamente o a través de terceros”*. Finalmente, el artículo 4.7 dispone que *“los derechos audiovisuales incluidos en el ámbito de aplicación del real decreto-ley que no sean objeto de comercialización conjunta serán explotados y comercializados por los clubes directamente o por terceros.”*

La **reserva de derechos** a favor de la LNFP que superen el objeto y ámbito de aplicación del Real Decreto-ley no estaría amparada por esta norma. En concreto, la LNFP se arroga una serie de derechos que no encuentran apoyo en el Real Decreto-ley, como ya se señaló en INF/DC/085/19, tales como:

- **New Access:** *“la difusión de extractos de los partidos cedidos a operadores de televisión y/o agencias de noticias que operen a nivel multinacional, para su inclusión en programas informativos, sin perjuicio del derecho y la obligación del adjudicatario de suministrar estos extractos a terceros en su respectivo país para su emisión en programas de información general, en la medida que así sea establecido en su jurisdicción”*.
- **Medios Oficiales de LaLiga:** se reserva *“la difusión de Clips en sus*

¹² INF/DC/062/19, INF/DC/094/19, INF/DC/118/19 y INF/DC/137/19.

medios oficiales (página web, plataformas, aplicaciones) y en canales con la marca de La Liga en plataformas digitales (YouTube, Vimeo, etc.) y en redes sociales”.

Esta afirmación no significa que la LNFP no pueda explotar estos derechos, sino que, para ello, debe haber obtenido previamente el derecho de sus titulares, los clubes, mediante el correspondiente contrato o acuerdo, siempre que ello resulte compatible con el ordenamiento jurídico en general y con la normativa de competencia, en particular. La LNFP no ha suministrado a esta CNMC indicación que acredite disponer de un título que le permita comercializar estos derechos de forma lícita.

Respecto a los clubes, el Real Decreto-ley les reconoce explícitamente el derecho a emitir el partido en diferido a través de sus canales propios a partir de *la finalización de la jornada*. Sin embargo, la propuesta de CC sometida a informe señala:

“Canales de los Clubes: la difusión en diferido [...] y ello no antes de las 24 horas siguientes al final del partido o a la finalización de cada jornada”

Esta previsión sobre las 24 horas siguientes debería ser eliminada al no encontrarse amparada por el real decreto-ley.

En cuanto a la lista de **derechos excluidos** recogidos en la propuesta de CC, como se acaba de indicar, el Real Decreto-ley 5/2015 establece que tanto los derechos no incluidos en el ámbito de aplicación de la norma como los incluidos y finalmente no comercializados podrán ser explotados y comercializados por los clubes individualmente. Esta previsión debería figurar expresamente en la propuesta de CC, a efectos de su conocimiento por los candidatos, en lugar de contener una lista enunciativa de los mismos.

En relación con las condiciones de **publicidad, promoción y patrocinio**, el compromiso del adjudicatario de incorporar carátulas de entrada y salida de los patrocinadores oficiales y avances de programación de los partidos a difundir, tampoco encontraría amparo en el Real Decreto-ley.

Esta Comisión también se ha manifestado en diversas ocasiones en este sentido¹³:

“La introducción de estas cargas publicitarias adicionales no sólo implica una restricción de la libertad de empresa, sino, sobre todo, una limitación de la capacidad del operador de televisión adjudicatario de cara a rentabilizar económicamente los derechos audiovisuales que la RFEF tiene intención de licitar.

La CNMC considera que este tipo de disposiciones deben ser

¹³ INF/DC/041/18, INF/DC/118/19, INF/DC/094/19, INF/DC/053/19 e INF/DC/137/18

***eliminadas** tanto del borrador de solicitud de ofertas como del borrador de contrato, ya que suponen la imposición de una limitación injustificada de la libertad de empresa y de la capacidad de rentabilización económica del operador adquirente de los derechos y no se basan en ninguna circunstancia objetiva admisible.”*

DESCRIPCIÓN DE LOS CONTENIDOS AUDIOVISUALES

La comercialización de los contenidos audiovisuales se realizará de forma separada en distintos lotes geográficos por países. Sin embargo, el alcance de los mismos no está definido claramente en el documento de CC sometido a informe, resultando confuso. Del contenido del apartado **Objeto de comercialización**, parece deducirse que cada lote alcanza todos los partidos de Primera y Segunda División más los Programas Soporte y Clips.

Como se ha señalado anteriormente, estos contenidos adicionales (Programas Soporte y Clips), además de no estar amparados por el Real Decreto-ley, forman una oferta conjunta, no siendo posible su adjudicación independiente, lo que podría plantear dudas sobre su compatibilidad con la normativa de competencia.

A esta falta de concreción y empaquetamiento respecto al contenido de los lotes, se añade la cuestión de los “Clips”. La propuesta en ninguno de sus apartados indica algo respecto a la oferta, licitación o adjudicación de los Clips. Sin embargo, es a través del contenido del Formulario de Oferta económica de donde se infiere que “los Clips” son una oferta opcional vinculada a la principal y valorada en un 3% de la misma. En este sentido, esta Comisión ya señaló en su Informe INF/DC/85/19:

“En este caso, nos encontraríamos ante idéntico supuesto al de los “programas soporte”, por lo que todo lo dicho anteriormente respecto a los contenidos y producción sería de aplicación. Además, habría que añadir ciertas peculiaridades, ya que no cumple la previsión legal de su agrupación en un lote, ni es objeto de licitación propia. Su procedimiento de adjudicación, tal y como figura en el formulario de oferta, parece estar ligada a la principal (un 3% de la oferta principal), sin ningún tipo de requisito y no pudiéndose presentar la oferta de forma independiente”

Respecto a la indeterminación del número de **temporadas** de la propuesta en el caso de los países de fuera del EEE, como ya se manifestó en el INF/DC/047/2019:

“Se ha venido recomendando por esta Comisión limitar la duración de este tipo de contratos de cesión en exclusiva de derechos a un máximo de tres temporadas. De hecho, la duración máxima de 3 años es una obligación legal para el caso de comercialización de los derechos en los mercados nacional y de la Unión Europea (art. 4.4.f). Los contratos de duración superior reforzarían los efectos de cierre del mercado en beneficio de los incumbentes y en detrimento de los que resultarían no adjudicatarios, incluyendo a los potencialmente existentes en los próximos años. A falta de una justificación por parte del órgano

proponente que muestre razones fundadas para un plazo mayor, se recomienda ajustarse, como máximo, al tope de los tres años señalados, sin perjuicio de que no se observan problemas específicos que impidieran incluso un plazo menor.”

En relación con las **condiciones de emisión y señales adicionales**, se indica que todos los partidos, programas soporte y resúmenes semanales “*serán proporcionados*” por Laliga como mínimo en HD. Esta expresión ha venido a sustituir a la que figuraba en el documento objeto del informe INF/DC/85/19 en el que se indicaba: “*serán producidos por Laliga como mínimo en HD*”. En el mismo sentido, en el apartado relativo a las Señales adicionales, se indica que “*la Liga proporcionará acceso a la señal en HD completamente producida y continua...*”

En este punto cabría preguntarse por el significado del término “proporcionar” y sus diferencias como sustitutivo de “producir” en el caso de los partidos, programas soporte, resúmenes semanales y señal. Pareciera que la LNFP ha tratado de eludir toda referencia expresa a la producción, facultad que, como ya se ha indicado en diversas ocasiones, no se encuentra amparada por el Real Decreto-ley.

PROCEDIMIENTO PARA LA PRESENTACIÓN DE OFERTAS

El documento de CC sometido a informe establece un procedimiento de presentación de ofertas incompleto y falta de las garantías necesarias para asegurar los principios de publicidad, transparencia, competitividad y no discriminación en el proceso de adjudicación exigidas en el artículo 4 del Real Decreto-ley 5/2015.

Para ello sería necesario que la LNFP desarrollara las condiciones de comercialización incluyendo una serie de actuaciones en el procedimiento de para su adecuación a estos principios:

- El calendario propuesto establece un periodo de entre 3 y 4 semanas para la presentación de ofertas. En aras de favorecer la concurrencia y la presentación del mayor número de candidaturas sería aconsejable fijar el plazo en 4 semanas.
- El plazo para la realización de consultas por escrito debería ser mayor, y no fijarlo en función del periodo finalmente establecido para la presentación de ofertas.
- Fijación de un procedimiento de apertura de ofertas, actualmente inexistente, con la mayor transparencia posible.

Contenido de la Oferta:

El documento CC establece como criterio de participación en el proceso una serie de requisitos generales (apartado 3.2¹⁴) y técnico-profesionales (apartado 3.3¹⁵) sujetos a valoración del cumplimiento. En el caso de los requisitos generales, la valoración debe interpretarse que se limita a constatar el cumplimiento de los mismos como elemento previo para poder concurrir y proceder a la ulterior valoración de los técnico-profesionales.

En cuanto a los requisitos técnico-profesionales, el documento indica la documentación que deben presentar, sin especificar la valoración de los criterios ni su cuantificación. Por ello sería necesario, para adecuarse a los requerimientos de la norma jurídica, tanto la ponderación de los criterios de valoración de los requisitos técnico- profesionales como la determinación del tipo de garantías y su cuantía.

Esta Comisión ya se manifestó en este sentido en el Informe INF/DC/085/19:

“Sería necesario:

...

- *La ponderación de los requisitos tenidos en cuenta para la valoración de la oferta. Su inexistencia causa incertidumbre en los operadores y otorga a la entidad adjudicadora una gran discrecionalidad. Por ello, es recomendable que se asignen claramente puntuaciones a cada uno de los parámetros que van a servir de base para la valoración de las ofertas*
- *Garantías ofrecidas por el candidato: deben especificarse el tipo de garantías y las cuantías requeridas para su adecuada evaluación.”*

Respecto al llamado “Formulario de cumplimiento”, hay que señalar que figura dentro del Formulario de registro como documentación adicional a presentar sin fijar ningún criterio para su valoración. Este hecho es especialmente significativo dado que el contenido de este Anexo 4 proporciona información relevante sobre la empresa tanto desde el punto de vista de su constitución, accionariado, poderes de representación, como su estructura, información fiscal, cuentas anuales, etc., que debería ser objeto de valoración y ponderación a efectos de la adjudicación.

En cuanto al Formulario de seguridad de la información y protección de datos no se especifica ni cuándo debe presentarse ni cómo va a ser valorado. Asimismo, la LNFP debería verificar y explicitar que la extensa información que solicita es

¹⁴ Certificado actualizado de inscripción en el Registro Mercantil del Candidato, otorgado por el Registro Mercantil correspondiente o documento equivalente, Copia de las últimas cuentas anuales auditadas del Candidato y de su empresa matriz, Certificado de estar al corriente de sus obligaciones tributarias con la Agencia Estatal de la Administración Tributaria (AEAT) y con la Seguridad Social.

¹⁵ Descripción general del Candidato, descripción de otras competiciones deportivas en las que el Candidato explota derechos, medios técnicos con lo que cuenta para la difusión de contenidos audiovisuales, solvencia y experiencia profesional en el sector audiovisual; plan de actuación, cifras de audiencia.

acorde con las normas que le son de aplicación, así como que no supone una restricción a la entrada de posibles candidatos.

Procedimiento de adjudicación

El procedimiento de adjudicación no prevé ningún procedimiento para la apertura de ofertas, ni señala quién o qué órgano estará presente y realizará la valoración de las mismas.

Respecto a los criterios de adjudicación de los derechos se señala que la oferta económica más elevada será el criterio principal, una vez verificado el cumplimiento de los requisitos generales y técnico-profesionales. Asimismo, en caso de ofertas económicas similares se realizará una valoración “exhaustiva” de qué candidato cumple mejor los criterios técnico-profesionales.

Sin embargo, la inexistencia de criterios de valoración y ponderación de los requisitos técnicos-profesionales, parece nuevamente conducir a un procedimiento arbitrario, carente de transparencia y no competitivo, en contraposición a lo dispuesto en el artículo 4.4.d) del Real Decreto-ley 5/2015.

Respecto a la adjudicación final y la adecuación de las garantías del adjudicatario se reitera lo señalado en el INF/DC/085/19:

*“En cuanto a la adjudicación final, de acuerdo con la documentación aportada **estará condicionada** a la firma del contrato y al acuerdo entre el adjudicatario y la LNFP sobre las **garantías adecuadas**. En el mismo sentido, se recuerda que la adjudicación definitiva del contrato a la empresa se debe realizar siempre que ésta cumpla con todas las condiciones establecidas en las Condiciones de comercialización y en función del criterio económico, no pudiéndose imponer o negociar nuevas u otras condiciones para la firma del acuerdo.”*

Finalmente, en relación al derecho de la LNFP a suspender o cancelar las Condiciones de Comercialización o iniciar nuevas rondas de ofertas si el desarrollo del procedimiento y las condiciones de mercado así lo aconsejan o si las ofertas recibidas no fueran satisfactorias, se debe tener en cuenta lo señalado al respecto también en el INF/DC/085/19, particularmente teniendo en cuenta que la propia LNFP se refiere en el escrito que acompaña a la solicitud de informe a la relevancia de esta cuestión:

*“En lo que respecta a la firma, se indica que en caso de que no lleguen a un acuerdo se anulará la adjudicación y se informará de la realización de una segunda o sucesivas rondas o se podrá declarar el procedimiento desierto, lo que muestra **cierta discrecionalidad en el proceso al no conocerse qué condiciones son objeto de negociación ni en las sucesivas rondas los motivos que pueden llevar a la anulación del procedimiento**. A este respecto debe recordarse que el artículo 4.3 del real decreto-ley establece que las condiciones que regirán la comercialización de los derechos deberán establecerse y hacerse públicas, todo ello con carácter previo al proceso de comercialización.”*

OTROS ASPECTOS

- En relación con las condiciones de información, se establece el deber de los adjudicatarios de proporcionar a la LNFP información sobre cifras de audiencia, cifras de abonados o suscriptores, en su caso, así como la programación completa de difusión de los partidos. Este deber por parte del adjudicatario, en primer lugar, no se sustenta en el Real Decreto-ley y en segundo, no se fija el momento ni la forma en que se materializará el mismo.
- En relación con los Formularios de Cumplimiento y de Seguridad de la Información y Protección de Datos, a la vista del contenido del documento de CC es confuso el momento en que tales formularios deben ser presentados: “al menos, antes de la firma del correspondiente contrato de comercialización” o como documentación junto con el Formulario de registro.
- Asimismo, la LNFP debe incluir las referencias al derecho de emisión de breves resúmenes informativos de los acontecimientos de interés general por los restantes prestadores del servicio de comunicación audiovisual, tal y como establecen el artículo 19 de la Ley 7/2010 General de la Comunicación Audiovisual y los artículos 14 y 15 de la Directiva 2010/13/UE, de 10 de marzo, de Servicios de Comunicación Audiovisual, en los términos señalados por la Sala de Supervisión Regulatoria de la CNMC en sus distintas Resoluciones.

V. CONCLUSIÓN

Vista la Propuesta de comercialización internacional de los derechos de explotación de contenidos audiovisuales del Campeonato Nacional de Liga de Primera y Segunda División en los países del EEE y fuera del EEE presentada con fecha 10 de enero de 2020 por la LNFP para la emisión de Informe previo, la CNMC concluye que **no cumple con determinados requisitos establecidos en el Real Decreto-ley 5/2015.**

Con el fin de adecuar la propuesta a la norma y a los principios de competencia, la LNFP debería:

- Ceñirse a las facultades que le han sido otorgadas conforme al Real Decreto-ley, esto es, “la comercialización conjunta” de los derechos audiovisuales incluidos en el ámbito de la norma y adecuar el contenido de la oferta de comercialización de derechos a esta facultad.
- Limitar los contenidos audiovisuales objeto de comercialización a los tiempos mencionados en el artículo 1.1 del Real Decreto-ley 5/2015.
- No incluir reservas de derechos que no se justifican, ni obligaciones en el ámbito de la publicidad y/o patrocinio.
- Clarificar el alcance del contenido de los lotes y fijar los criterios para la valoración de los requisitos para su adjudicación, para garantizar la consecución de un procedimiento transparente y competitivo.

- Reformar aquellos aspectos señalados en el informe contrarios a los principios de publicidad, transparencia, competitividad y no discriminación en el procedimiento de presentación de ofertas y de adjudicación de los derechos.

En ese sentido, se indica de nuevo que la Propuesta de comercialización presentada por la LNFP estará sujeta a los artículos 1 y 2 de la Ley 15/2007, de Defensa de la Competencia (LDC), y 101 y 102 del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea (TFUE), en todos aquellos aspectos que excedan el amparo recogido en el Real Decreto-ley 5/2015.