

INFORME SOBRE LA PROPUESTA DE LA LIGA NACIONAL DE FUTBOL PROFESIONAL PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE LOS DERECHOS DE EXPLOTACIÓN DE CONTENIDOS DEL CAMPEONATO NACIONAL DE LIGA EN ESPAÑA (PRIMERA DIVISIÓN) A PARTIR DE LA TEMPORADA 2022/2023 POR UNA DURACIÓN DE TRES, CUATRO O CINCO TEMPORADAS, SEGÚN LAS OFERTAS

ÍNDICE

I. ANTECEDENTES	4
II. MARCO NORMATIVO.....	4
III. CONTENIDO DE LA PROPUESTA OBJETO DE INFORME PREVIO	9
III.1 INTRODUCCIÓN.....	10
III.2. DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS AUDIOVISUALES OFERTADOS.	10
III.2.1 LOTES OBJETO DE COMERCIALIZACIÓN.....	11
III.2.2 PROGRAMACIÓN Y SELECCIÓN DE LOS PARTIDOS	15
III.2.3 TEMPORADAS	16
III.2.4 TERRITORIO	17
III.2.5 PRODUCCIÓN POR PARTE DE LA LNFP	17
III.2.6 OBLIGACIONES DE INFORMACIÓN DE LOS ADJUDICATARIOS: AUDIENCIAS Y TARIFAS	18
III.2.7 CONDICIONES DE PAGO.....	20
IV. FORMATO, PROCEDIMIENTO Y REQUISITOS PARA LA PRESENTACION Y RECEPCION DE OFERTAS. EVALUACIÓN Y ADJUDICACIÓN. PRECIOS DE RESERVA.	20
IV.1 REQUISITOS GENERALES DE LOS CANDIDATOS.....	20
IV.2 REQUISITOS DE SOLVENCIA ECONÓMICA	21

IV.3 REQUISITOS DE SOLVENCIA PROFESIONAL Y/O TÉCNICA	21
IV.4 PRESENTACIÓN DE LA OFERTA	22
IV.5 PROCEDIMIENTO PARA LA ASIGNACIÓN DE LOTES	22
V. VALORACIÓN DEL BORRADOR DE PROPUESTA DE LA LIGA NACIONAL DE FUTBOL PROFESIONAL PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE LOS DERECHOS DE EXPLOTACIÓN DE CONTENIDOS DEL CAMPEONATO NACIONAL DE LIGA EN ESPAÑA (PRIMERA DIVISIÓN) A PARTIR DE LA TEMPORADA 2022/2023 POR UNA DURACIÓN DE TRES, CUATRO O CINCO TEMPORADAS, SEGÚN LAS OFERTAS	26
V.1 ATRIBUCIÓN DE DERECHOS MÁS ALLÁ DEL REAL DECRETO-LEY 5/2015	27
V.2 RESTRICCIONES LIGADAS A PUBLICIDAD, PROMOCIÓN Y PATROCINIO	31
V.3 DERECHOS OFERTADOS	32
V.4 REQUISITOS PARA LA PRESENTACIÓN DE OFERTAS Y PROCEDIMIENTO DE ADJUDICACIÓN	37
V.5. SOBRE LAS TEMPORADAS OFERTADAS Y LA DURACIÓN DE LOS CONTRATOS DE COMERCIALIZACIÓN CON LOS ADJUDICATARIOS	44
VI. CONCLUSIÓN	51

INFORME SOBRE LA PROPUESTA DE LA LIGA NACIONAL DE FUTBOL PROFESIONAL PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE LOS DERECHOS DE EXPLOTACIÓN DE CONTENIDOS DEL CAMPEONATO NACIONAL DE LIGA EN ESPAÑA (PRIMERA DIVISIÓN) A PARTIR DE LA TEMPORADA 2022/2023 POR UNA DURACIÓN DE TRES, CUATRO O CINCO TEMPORADAS, SEGÚN LAS OFERTAS

INF/DC/116/21 LNFP

CONSEJO. SALA DE COMPETENCIA

Presidenta

D^a. Cani Fernández Vicién

Consejeros

D^a. María Ortiz Aguilar

D^a. María Pilar Canedo Arrillaga

D. Carlos Aguilar Paredes

D. Josep Maria Salas Prat

Secretario de la Sala

D. Miguel Bordiú García-Ovies

En Barcelona, a 19 de octubre de 2021

Vista la solicitud de la Liga Nacional de Fútbol Profesional (LNFP), que tuvo entrada en la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) el 21 de septiembre de 2021, de elaboración del informe previo a la comercialización de los derechos de explotación de contenidos audiovisuales en España del Campeonato Nacional de Liga, en virtud de lo establecido en el párrafo segundo del 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, modificado por la disposición final 5.1 del Real Decreto-ley 15/2020, de 21 de abril, de medidas urgentes complementarias para apoyar la economía y el empleo y por la disposición final undécima del Real Decreto-ley 26/2020, de 7 de julio de medidas de reactivación económica para hacer frente al impacto del COVID-19 en los ámbitos de transportes y vivienda, la **SALA DE COMPETENCIA** acuerda emitir el siguiente informe.

I. ANTECEDENTES

- (1) Con fecha 21 de septiembre de 2021, tuvo entrada en la CNMC la solicitud de LNFP de elaboración del informe previo a la comercialización de los derechos de explotación de contenidos audiovisuales en España del Campeonato Nacional de Liga a partir de la temporada 2022/2023, por una duración de tres, cuatro o cinco temporadas, según las ofertas que realicen los operadores interesados. Este informe se solicita en virtud de lo establecido en el artículo 4, apartado 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 5/2015).
- (2) A la solicitud de informe presentado se acompañan, además del borrador de procedimiento de solicitud de ofertas para la comercialización de los derechos audiovisuales, titulado “Procedimiento de solicitud de ofertas. Comercialización de los derechos de explotación de contenidos audiovisuales del Campeonato Nacional de Liga en España” (anexo 1), un escrito con observaciones (anexo 2), sendos informes jurídicos solicitados a dos despachos de abogados sobre la compatibilidad con la normativa de defensa de la competencia de la duración de los contratos de comercialización de derechos audiovisuales que propone el borrador de Procedimiento de solicitud de ofertas (anexos 3.1 y 3.2) y un informe económico (anexo 4) de apoyo a las valoraciones que contienen los citados informes jurídicos.
- (3) LNFP tiene, a los efectos del Real Decreto-ley 5/2015, la condición de entidad organizadora del Campeonato Nacional de Liga de Primera División y de Segunda División y es la entidad encargada de comercializar conjuntamente únicamente los derechos audiovisuales de los Clubes y Sociedades Anónimas Deportivas (“SADs”) que participen en dichas competiciones y que le reserva dicha norma legal.
- (4) Sin perjuicio de lo previsto en la Ley 3/2013, de 4 de junio, y el resto de normativa de competencia, con carácter previo al establecimiento y publicación de las condiciones que regirán la comercialización de los derechos de explotación de contenidos audiovisuales objeto de comercialización centralizada, las entidades comercializadoras, en este caso la LNFP, solicitarán de la CNMC la elaboración de un informe sobre la compatibilidad de las citadas condiciones de comercialización de derechos con lo previsto en el Real Decreto-ley 5/2015.

II. MARCO NORMATIVO

- (5) El Real Decreto-ley 5/2015 establece su objeto en el párrafo primero del artículo 1.1:

“El objeto de este real decreto-ley es establecer las normas para la comercialización de los derechos de explotación de contenidos audiovisuales de competiciones futbolísticas correspondientes al Campeonato Nacional de Liga de Primera y Segunda División, a la Copa de S.M. el Rey, a la Supercopa de España y al resto de competiciones de ámbito estatal, tanto masculinas

como femeninas, organizadas por la Real Federación Española de Fútbol¹; así como fijar los criterios para la distribución de los ingresos obtenidos entre los organizadores y participantes en las mismas.”

- (6) El alcance de los derechos audiovisuales de las competiciones futbolísticas objeto de comercialización conjunta se encuentra en el párrafo segundo del citado artículo 1.1²:

“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.”

- (7) Lo previsto en el apartado 1.1, *“se entiende sin perjuicio la emisión de breves resúmenes informativos a que hace referencia el artículo 19.3 de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual”*.
- (8) Este artículo excluye de su ámbito los derechos de explotación de contenidos para su emisión a través de los servicios de comunicación audiovisual radiofónica.
- (9) El Real Decreto-ley 5/2015 reconoce expresamente que la titularidad de los derechos audiovisuales corresponde a los clubes, si bien establece la necesidad de ceder las facultades de comercialización conjunta del Campeonato Nacional de Liga de Primera y Segunda División a la Liga Profesional que se cree a tal efecto, en los siguientes términos:

“Artículo 2

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.*

¹ Se subraya la modificación por el apartado 1 por la disposición final 5.1 del Real Decreto-ley 15/2020.

² Se añade nuevamente este párrafo segundo del texto original por la disposición final 11 del Real Decreto-ley 26/2020, al haber sido eliminado por la disposición final 5.1 del Real Decreto-ley 15/2020.

- b) *La Real Federación Española de Fútbol, respecto de la Copa de S.M. el Rey, de la Supercopa de España y³ del resto de competiciones de ámbito estatal que organice, tanto masculinas como femeninas, en todas las especialidades de la modalidad del fútbol en tanto dichas competiciones no sean declaradas competiciones profesionales. A partir de dicha declaración, adquirirá la condición de entidad organizadora la Liga Profesional que se cree a tal efecto.”*
- (10) Con independencia de las facultades concedidas a las entidades organizadoras, el club o entidad en cuyas instalaciones se dispute el acontecimiento deportivo de las competiciones mencionadas anteriormente se reservará la explotación de los siguientes derechos establecidos en el punto 3 del artículo 2 de Real Decreto-ley 5/2015:
- a) *“La emisión en diferido del encuentro a partir de la finalización de la jornada deportiva, siempre que lo haga directamente a través de un canal de distribución propio dedicado temáticamente a la actividad deportiva del club o entidad participante.*
- b) *La emisión en directo, dentro de las instalaciones en las que se desarrolle el acontecimiento deportivo, de la señal audiovisual televisiva correspondiente a dicho acontecimiento.”*
- (11) Finalmente, el apartado 4 del artículo 2 dispone que aquellos derechos audiovisuales no incluidos en el ámbito de aplicación del Real Decreto-ley 5/2015 podrán ser explotados y comercializados individualmente por los clubes o entidades participantes, directamente o a través de terceros.
- (12) Los principios y condiciones que rigen la comercialización conjunta de los derechos audiovisuales 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*

³ A partir de este punto, redacción dada por la disposición final 5.1 del Real Decreto-ley 15/2020, de 21 de abril, de medidas urgentes complementarias para apoyar la economía y el empleo.

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 se supeditará a las normas de competencia de la Unión Europea*

Esta modificación será operativa para la comercialización de los derechos de explotación de los contenidos audiovisuales objeto de comercialización centralizada que se aprueben a partir de la entrada en vigor del Real Decreto-ley 15/2020, de 21 de abril⁴.

⁴ Modificado por el punto 2 de la disposición final 5 del Real Decreto-ley 15/2020.

- 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.”

(13) 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 19.2 de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de Comunicación Audiovisual, prevé:

“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”.

- El artículo 19.3 de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de Comunicación Audiovisual, donde se establece que

“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 [...] No será exigible contraprestación alguna cuando el resumen informativo sobre un acontecimiento, conjunto unitario de acontecimientos o competición deportiva se emita en un informativo de carácter general, en diferido y con una duración inferior a noventa segundos”.

III. CONTENIDO DE LA PROPUESTA OBJETO DE INFORME PREVIO

- (14) Mediante el escrito presentado a la CNMC el 21 de septiembre de 2021, la LNFP solicita el informe previo al que alude el artículo 4.3 del Real Decreto-ley 5/2015 para la comercialización de los derechos de emisión en España⁵ del Campeonato Nacional de Liga a partir de la temporada 2022/2023.
- (15) La solicitud de informe de la LNFP se acompaña del documento “Procedimiento de solicitud de ofertas. Comercialización de los derechos de explotación de contenidos audiovisuales del Campeonato Nacional de Liga en España” (anexo 1), en adelante, “borrador de Procedimiento”.
- (16) El documento se estructura en:
 - una introducción
 - 5 apartados: (i) descripción de los contenidos audiovisuales objeto del procedimiento (lotes, derechos accesorios, calendario, derechos excluidos, otros contenidos audiovisuales comercializados, producción de los contenidos); (ii) procedimiento para la presentación de ofertas; (iii) procedimiento de adjudicación de los lotes; (iv) condiciones generales; (v) consultas.
 - 2 anexos:
 - anexo I Protocolo para entrevistas e intervenciones de periodistas.
 - anexo II Formularios de ofertas: presentación, declaración responsable y económica
 - anexo III Formulario de cumplimiento (prevención de blanqueo de capitales y de financiación del terrorismo)
- (17) A continuación, se realiza un resumen del contenido principal del borrador de Procedimiento, atendiendo al literal del texto, que posteriormente será objeto de valoración. No se analizan los anexos I a III.

⁵ El ámbito geográfico objeto de la licitación también incluye Andorra (punto 2.1.3 del borrador de Procedimiento).

III.1 INTRODUCCIÓN

- (18) El documento en su introducción indica, expansivamente, 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.
- (19) Indica la introducción del borrador de Procedimiento que la comercialización y explotación de los contenidos audiovisuales objeto del Procedimiento ha sido acordada y aprobada por el Órgano de control de la gestión de los derechos audiovisuales.
- (20) Asimismo, señala el texto que se ha solicitado el informe preceptivo a la CNMC a los efectos de velar por el cumplimiento de los principios de publicidad, transparencia y no discriminación.

III.2. DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS AUDIOVISUALES OFERTADOS.

- (21) El objeto del procedimiento de licitación es la recepción de ofertas para la contratación de determinados derechos de retransmisión audiovisual relacionados con la competición, que se disputen a partir de la temporada 2022/2023, en el ámbito geográfico nacional y Andorra, siendo en este último caso la explotación de los contenidos audiovisuales de cada lote en régimen de no exclusiva.
- (22) Se indica expresamente que los candidatos tienen la posibilidad de presentar una o varias ofertas por cada uno de los lotes divididos en distintas opciones.
- (23) LNFP ofrece la adquisición de los derechos de explotación y difusión de los partidos del Campeonato Nacional de Liga de Primera División (la llamada “Liga Santander”), en directo y **en exclusiva**⁶, para su comercialización a clientes residenciales en televisión **de pago**; así como otros contenidos audiovisuales deportivos y de entretenimiento.
- (24) En particular, los Lotes descritos en el Borrador de Procedimiento confieren el derecho a la emisión y explotación audiovisual, en exclusiva, para su comercialización a clientes residenciales en televisión de pago, de determinados partidos.
- (25) Asimismo, cada uno de estos Lotes confieren a su adjudicatario una serie de derechos accesorios, en régimen de no exclusividad.
- (26) Como novedad de este Borrador de Procedimiento, frente a otros informados por anterioridad por la CNMC, **además de la división por Lotes, se incluyen siete opciones alternativas**. Los operadores interesados podrán realizar Ofertas por los Lotes que se incluyen en una, varias o todas las Opciones (A, B, B bis, C, C bis, D y D bis). LNFP señala que ello se realiza para permitir que los interesados

⁶ Salvo lo recién señalado para el territorio de Andorra.

puedan elegir aquella opción u opciones que más se adapten a sus capacidades de explotación.

- (27) Se indica que, una vez analizadas las ofertas por los Lotes en sus correspondientes opciones, **LNFP adjudicará solo una de las opciones con sus respectivos Lotes.**

III.2.1 Lotes objeto de comercialización

- (28) Los Lotes, subdivididos en opción A, B, B bis, C, C bis, D y D bis, son los siguientes:

LOTES LICITADOS POR LNFP	
LOTES	CONTENIDO
Lote A.1	Elección entre: (A) Canal LNFP Primera, producido por LNFP (emisión 24x7) en el que se emitirá el contenido que se describe a continuación o (B) el siguiente contenido audiovisual, sin que se retransmita a través del Canal LNFP Primera: - Ocho (8) partidos de cada jornada del Campeonato Nacional de Liga de Primera División en directo y en exclusiva , para su comercialización a clientes residenciales en televisión de pago .
Lote A.2	Un (1) partido de cada jornada del Campeonato Nacional de Liga de Primera División en directo y en exclusiva , para su comercialización a clientes residenciales en televisión de pago .
Lote B.1	Elección entre: (A) Canal LNFP Primera, producido por LNFP (emisión 24x7) en el que se emitirá el contenido que se describe a continuación o (B) el siguiente contenido audiovisual, sin que se retransmita a través del Canal LNFP Primera: - Nueve (9) partidos de cada jornada del Campeonato Nacional de Liga de Primera División en directo y en exclusiva , para su comercialización a clientes residenciales en televisión de pago .
Lote B.2	Un (1) partido de cada jornada del Campeonato Nacional de Liga de Primera División en directo y en exclusiva , para su comercialización a clientes residenciales en televisión de pago .
Lote B.1 bis	Elección entre: (A) Canal LNFP Primera, producido por LNFP (emisión 24x7) en el que se emitirá el contenido que se describe a continuación o (B) el siguiente contenido audiovisual, sin que se retransmita a través del Canal LNFP Primera: - Nueve (9) partidos de cada jornada del Campeonato Nacional de Liga de Primera División en directo y en exclusiva , para su comercialización a clientes residenciales en televisión de pago .
Lote B.2 bis	Un (1) partido de cada jornada del Campeonato Nacional de Liga de Primera División en directo y en exclusiva , para su comercialización a clientes residenciales en televisión de pago .
Lote B.3 bis	Tres (3) jornadas del Campeonato Nacional de Liga de Primera División, que incluyen diez (10) partidos por jornada, en directo y en exclusiva , para su comercialización a clientes residenciales en televisión de pago .

Lote C.1	Elección entre: (A) Canal LNFP Primera, producido por LNFP (emisión 24x7) en el que se emitirá el contenido que se describe a continuación o (B) el siguiente contenido audiovisual, sin que se retransmita a través del Canal LNFP Primera: - Siete (7) partidos de cada jornada del Campeonato Nacional de Liga de Primera División en directo y en exclusiva , para su comercialización a clientes residenciales en televisión de pago .
Lote C.2	Tres (3) partidos de cada jornada del Campeonato Nacional de Liga de Primera División en directo y en exclusiva , para su comercialización a clientes residenciales en televisión de pago .
Lote C.1 bis	Elección entre: (A) Canal LNFP Primera, producido por LNFP (emisión 24x7) en el que se emitirá el contenido que se describe a continuación o (B) el siguiente contenido audiovisual, sin que se retransmita a través del Canal LNFP Primera: - Siete (7) partidos de cada jornada del Campeonato Nacional de Liga de Primera División en directo y en exclusiva , para su comercialización a clientes residenciales en televisión de pago .
Lote C.2 bis	Tres (3) partidos de cada jornada del Campeonato Nacional de Liga de Primera División en directo y en exclusiva , para su comercialización a clientes residenciales en televisión de pago .
Lote C.3 bis	Tres (3) jornadas del Campeonato Nacional de Liga de Primera División, que incluyen diez (10) partidos por jornada, en directo y en exclusiva , para su comercialización a clientes residenciales en televisión de pago .
Lote D.1	Elección entre: (A) Canal LNFP Primera, producido por LNFP (emisión 24x7) en el que se emitirá el contenido que se describe a continuación o (B) el siguiente contenido audiovisual, sin que se retransmita a través del Canal LNFP Primera: Cinco (5) partidos de cada jornada del Campeonato Nacional de Liga de Primera División en directo y en exclusiva , para su comercialización a clientes residenciales en televisión de pago .
Lote D.2	Elección entre: (A) Canal LNFP Primera, producido por LNFP (emisión 24x7) en el que se emitirá el contenido que se describe a continuación o (B) el siguiente contenido audiovisual, sin que se retransmita a través del Canal LNFP Primera: Cinco (5) partidos de cada jornada de Campeonato Nacional de Liga de Primera División en directo y en exclusiva , para su comercialización a clientes residenciales en televisión de pago .
Lote D.1 bis	Elección entre: (A) Canal LNFP Primera, producido por LNFP (emisión 24x7) en el que se emitirá el contenido que se describe a continuación o (B) el siguiente contenido audiovisual, sin que se retransmita a través del Canal LNFP Primera: Cinco (5) partidos de cada jornada del Campeonato Nacional de Liga de Primera División en directo y en exclusiva , para su comercialización a clientes residenciales en televisión de pago .
Lote D.2 bis	Elección entre: (A) Canal LNFP Primera, producido por LNFP (emisión 24x7) en el que se emitirá el contenido que se describe a continuación o (B) el siguiente contenido audiovisual, sin que se retransmita a través del Canal LNFP Primera: Cinco (5) partidos de cada jornada de Campeonato Nacional de Liga de Primera División en directo y en exclusiva , para su comercialización a clientes residenciales en televisión de pago .
Lote D.3 bis	Tres (3) jornadas del Campeonato Nacional de Liga de Primera División, que incluyen diez (10) partidos por jornada, en directo y en exclusiva , para su comercialización a clientes residenciales en televisión de pago .

- (29) El contenido de los Lotes **A.1, A.2, B.2, B.2 bis C.2, C.2bis**, también será emitido en directo por el adjudicatario del Lote que se comercialice en un procedimiento de solicitud de ofertas posterior para establecimientos públicos (Horeca).

- (30) El contenido del **resto de Lotes** también será emitido en directo por el (a) el adjudicatario del Lote que se comercialice en un procedimiento de solicitud de ofertas posterior de un (1) partido del Campeonato Nacional de Liga de Primera División para su emisión en televisión en abierto, en no exclusiva, y por (b) el adjudicatario del Lote que se comercialice en un procedimiento de solicitud de ofertas posterior para establecimientos públicos (Horeca).
- (31) Señala LNFP que esta estructura de comercialización es la que permite que un mayor número de operadores puedan acudir, de forma directa, al procedimiento de solicitud de ofertas, introduciendo por ello una mayor competencia en el mercado. Señala la LNFP literalmente que:
- “Los Lotes han sido elaborados con el objetivo de garantizar una comercialización óptima que incentive el mayor número de Ofertas posibles por parte de los Candidatos, evitando cualquier posible exclusión o dificultad en la realización de Ofertas.
- La inclusión de siete (7) Opciones alternativas permite que los Candidatos puedan elegir aquella Opción u Opciones que más se adapten a sus preferencias o capacidades de explotación, sin la rigidez de disponer de una única opción.”
- (32) Precisa el documento de observaciones que acompaña a la solicitud de informe que la LNFP ha comercializado en España los contenidos audiovisuales asociados al Campeonato Nacional de Liga durante dos ciclos consecutivos (2016/17 a 2018/19 y 2019/20 a 2021/22) y habría constatado cómo el número de operadores audiovisuales que realizan ofertas por los distintos lotes se ha ido reduciendo. Y, respecto de la comercialización mayorista posterior por parte de aquellos operadores que han resultado adjudicatarios de algún lote, cada vez sería más reducida, con bajas tan relevantes, señala LNFP, como la de la entidad Vodafone.
- (33) Se prevé la posibilidad de establecer sublicencias a terceros operadores interesados en estos contenidos audiovisuales, con autorización previa y expresa de LNFP.
- (34) Además del contenido de los Lotes reseñados, los adjudicatarios tienen los siguientes **derechos accesorios en régimen de no exclusividad**:
- (i) **Resúmenes**, producidos y proporcionados por LNFP de hasta doce minutos (12') de todos los partidos de Primera y Segunda División (incluidos los *play-offs*), en no exclusiva.

Si el adjudicatario desea grabar sus propios resúmenes, podrá hacerlo en los partidos que formen parte de su Lote. Para ello **podrá acceder a los estadios** con sus propios medios y grabar imágenes de juego de los partidos conforme a unas detalladas condiciones⁷. El adjudicatario se compromete a entregar a LNFP una licencia de uso y explotación de las llamadas “mejores imágenes”, en formato de compactado, que hubieran sido grabadas con los referidos medios propios del adjudicatario.

⁷ - Acceso de dos (2) equipos de ENG en todos los estadios de Primera División.

- Ubicación de hasta tres (3) cámaras fijas en los partidos que forman parte de su Lote para personalizar la producción de los mismos con sus comentaristas y para hacer seguimiento de juego

- (ii) **Entrevistas** previas y post-partido
- (35) Asimismo, se define como **contenido adicional** al que tienen derecho a disponer los adjudicatarios como derechos accesorios *adicionales*, el siguiente:
- (i) Imágenes de los partidos de la temporada en curso del Campeonato Nacional de Liga, según corresponda a cada adjudicatario en función del contenido de su Lote, o imágenes de archivo de las que disponga LNFP, para ser utilizadas a modo de tráileres publicitarios destinados a la promoción de los contenidos de cada Adjudicatario.
- (ii) Imágenes fijas, fotografías o fotomontajes de un partido para promocionar la explotación de los derechos audiovisuales de los Adjudicatarios. Estas imágenes deberán mostrar a siete o más jugadores de distintos clubes siempre que la promoción se centre en la promoción del Campeonato Nacional de Liga y no sobre las imágenes individuales de algún jugador.
- Los adjudicatarios de los Lotes objeto del Procedimiento tendrán opcionalmente la posibilidad de emitir en tecnología de Realidad Virtual u otras que puedan aparecer en el mercado, siempre que soliciten la correspondiente autorización de LNFP.
- (36) Adicionalmente a los contenidos audiovisuales objeto de la oferta sometida a informe, se indica por **LNFP que ésta procederá en los próximos meses a la publicación de uno o varios procedimientos de solicitud de ofertas adicionales** en los que se comercializarán lotes que contengan⁸:
- (i) Los partidos del Campeonato Nacional de Liga de **Segunda División**, en directo y en exclusiva, para su comercialización y explotación a clientes residenciales en televisión **de pago**.
- (ii) Un (1) partido de cada jornada del Campeonato Nacional de Liga de Segunda División, en directo y en **no exclusiva**, para su emisión en televisión **en abierto**.
- (iii) Un (1) partido de cada jornada del Campeonato Nacional de Liga de **Primera División**, en directo y **en exclusiva**, para su emisión en televisión **en abierto** si finalmente se adjudica la Opción A; o el mismo contenido, en no exclusiva, si finalmente se adjudica alguna de las restantes Opciones (B, B bis, C, C bis, D o D bis).
- (iv) Resúmenes de doce minutos (12') de cada partido disputado cada jornada del Campeonato Nacional de Liga de Primera y de Segunda División (incluyendo los play-offs) en **no exclusiva**, para su emisión en televisión **en abierto**.
- (v) Mini-resúmenes de noventa segundos (90'') de cada partido del Campeonato Nacional de Liga de Primera División y de Segunda División (incluyendo los play-offs), en exclusiva, para su emisión **en pago o en abierto, a través de Internet**.

⁸ Puntos 2 –descripción de los contenidos audiovisuales objeto del procedimiento- y 2.7 –otros contenidos audiovisuales que serán comercializados con posterioridad- del borrador de Procedimiento.

- (vi) Los partidos Primera y Segunda División para su comercialización y explotación en establecimientos públicos (Horeca).
- (37) Parece haber una errata en el punto 2 (iii) del borrador de Propuesta (página 5), donde no se hace mención, entre los futuros procedimientos de solicitud de ofertas adicionales, a un partido de cada jornada del Campeonato Nacional de Liga de **Primera** División, en directo y en exclusiva para su emisión en televisión en abierto, sino que se indica de *Segunda* División.
- (38) LNFP y Clubes/Sociedades Anónimas Deportivas tienen la posibilidad, según el Procedimiento sometido a informe, de utilizar ciertas imágenes de los partidos disputados en sus entornos digitales (sitios web, aplicaciones, plataformas), en los canales de TV oficiales en el caso de Clubes/SAD, y en redes sociales (apartado 2.6 del borrador de Procedimiento).
- (39) Se prevén los derechos de explotación previstos en el artículo 2.3 del Real Decreto-ley 5/2015 respecto de cada club o entidad en cuyas instalaciones se celebre un acontecimiento deportivo: emisión en diferido del partido a partir de la finalización de cada jornada a través de un canal temático de distribución propio; emisión en directo dentro de las instalaciones del Club/SAD de la señal audiovisual televisiva correspondiente al partido.
- (40) A los Patrocinadores, colaboradores o socios comerciales de LNFP y de los Clubes/SADs se les reconoce un derecho a la emisión, por cada jornada, de hasta tres minutos (3') de duración y a partir del martes a las 10:00 horas para las jornadas de fin de semana y viernes a las 10:00 horas para las jornadas entre semana.
- (41) El borrador de Procedimiento hace mención específica a los breves resúmenes informativos emitidos por operadores audiovisuales que califica "sin derechos", conforme a lo dispuesto en el artículo 19.3 de la Ley 7/2010, General de Comunicación Audiovisual y los criterios establecidos por la CNMC.

III.2.2 Programación y selección de los partidos

- (42) Se disputarán trescientos ochenta (380) partidos entre los veinte (20) Clubes/SADs integrantes de la Primera división, durante las treinta y ocho (38) jornadas en las que se divide cada temporada.
- (43) Durante cada jornada, se disputarán diez (10) partidos repartidos de viernes a lunes, aunque algunas jornadas podrán tener lugar, ocasionalmente, entre semana.
- (44) De acuerdo con el borrador de Procedimiento, los partidos de Primera División que se disputen en fin de semana (incluyendo viernes y lunes) se emitirán según el siguiente horario *indicativo*:
- Los viernes a las 21:00 horas, los sábados a las 14:00 horas, 16:15 horas, 18:30 horas y 21:00 horas. Los domingos a las 14:00 horas, a las 16:15 horas, 18:30 horas y 21 horas; y los lunes a las 21:00 horas.
 - En el mes de agosto, las bandas horarias podrán retrasarse a las 19:00 horas y las 23:00 horas.

- Cuando la jornada se celebre excepcionalmente durante la semana, LNFP designará las fechas y horarios de los partidos para facilitar que pueda configurarse el calendario respetando las diversas normas que influyen en él (descanso de dos noches entre partido, etc.) y el adjudicatario seleccionará el partido conforme a la programación realizada por LNFP. Los horarios *indicativos* serán los martes, miércoles y jueves entre las 19:30 y 22:00 horas.

(45) Para la selección de los partidos se procederá de la siguiente manera:

- (i) El adjudicatario de un Lote en 1ª elección deberá comunicar su selección con una antelación mínima de cuatro semanas.
- (ii) El adjudicatario de un Lote en 2ª elección deberá comunicar dicha selección a los dos días naturales desde que LNFP le comunique la selección realizada por el adjudicatario que tiene la 1ª elección.
- (iii) En el caso de las Opciones C, C bis, D y D bis, los adjudicatarios de los Lotes deberán comunicar su selección a los tres días naturales desde que LNFP les comunique la elección realizada por el adjudicatario que tiene la 1ª elección.

III.2.3 TEMPORADAS

- (46) LNFP ofrece a los candidatos la posibilidad de presentar ofertas por un plazo de tres (3), cuatro (4) y/o cinco (5) temporadas, a partir de la temporada 2022/2023. No será necesario realizar una oferta u ofertas que contemple las distintas posibilidades de vigencia del contrato de comercialización, es decir, cada candidato podrá realizar Ofertas para tres, cuatro y/o cinco temporadas
- (47) En el documento de observaciones que acompaña a la solicitud de informe, LNFP indica expresamente que, a diferencia de procedimientos de solicitud de ofertas anteriores y a la luz de los cambios normativos que han tenido lugar, ha considerado positivo proporcionar una **mayor variedad de opciones en cuanto a la duración de los contratos de comercialización**. Mientras que se mantiene la posibilidad de realizar ofertas por una duración de tres temporadas, como ocurría en anteriores procedimientos de solicitud de ofertas, el borrador de Procedimiento amplía el número de opciones a cuatro y cinco temporadas.
- (48) La LNFP entiende que esta extensión en la duración de los contratos es compatible con los recientes cambios introducidos en el Real Decreto-ley 5/2015 por el Real Decreto-ley 15/2020, de 21 de abril, de medidas urgentes complementarias para apoyar la economía y el empleo. En particular, a partir de la Disposición Final Quinta del Real Decreto-ley 15/2020, que ha modificado la letra f) del apartado 4 del artículo 4 del Real Decreto-ley 5/2015 para indicar que “La duración de los contratos de comercialización se supeditará a las normas de competencia de la Unión Europea”, frente al hasta ahora vigente “La duración de los contratos de comercialización no podrá exceder de tres años.”.
- (49) Tanto en el documento de observaciones como en los dos **informes jurídicos** que se adjunta a la solicitud de informe se indican las razones que avalarían, según el criterio de la LNFP, la consistencia de ese incremento en la duración de los contratos con las normas de competencia europeas: (i) aparición de nuevos operadores; (ii) facilidad para amortización de costes de operadores alternativos

al incumbente; (iii) previsión por el Real Decreto-ley 5/2015 de un mecanismo de delimitación a la exclusividad pura de los contratos; (iv) se facilita una financiación estable de los clubes de fútbol durante las próximas temporadas.

- (50) A su vez, el **informe económico** que se adjunta a la solicitud de informe defiende que, desde un punto de vista teórico, el aumento del período de explotación para una inversión (p. e. los derechos audiovisuales objeto de informe), conlleva un aumento de la tasa de retorno esperada, estimulando en tal sentido el interés de posibles candidatos, al ver aumentada la posibilidad de obtener un beneficio. Asimismo, indica el informe económico que, conforme al modelo financiero que plantea, una compañía (tanto adquirente como subadquirente) que adquiera estos derechos por un plazo de cinco años obtendría una mayor rentabilidad que si los adquiriese por un plazo de 4 o 3 años. Finalmente, concluye el informe que un incremento del período de explotación permitiría una reducción del precio satisfecho por el cliente final, ya que el adquirente de los derechos podría seguir consiguiendo una tasa interna de retorno de la inversión positiva.

III.2.4 TERRITORIO

- (51) El presente Procedimiento engloba la explotación de contenidos audiovisuales en el territorio de España, así como Andorra⁹.
- (52) No obstante, se aclara que un suscriptor de servicios de contenidos en línea que resida en España podrá tener acceso a los contenidos suscritos relacionados con el presente Procedimiento fuera de ese territorio, siempre y cuando se encuentre temporalmente en otro Estado miembro de la Unión Europea, conforme a lo previsto en el Reglamento (UE) 2017/1128¹⁰.

III.2.5 PRODUCCIÓN POR PARTE DE LA LNFP

- (53) Se indica por LNFP en que la producción audiovisual de todos los partidos y resúmenes que forman parte de los Lotes objeto del Procedimiento será llevada a cabo por LNFP o quien ésta designe, al menos, en formato HD.
- (54) Al contrario que en procedimientos de licitación anteriores, en los que LNFP preveía distintos rangos de producción según el tipo de partido y los precios de cada uno de los distintos tipos de producción venían fijados en un anexo, en este caso se indica expresamente que el coste de la producción será asumido por la **LNFP**. Los rangos de nivel de producción coinciden en gran medida con los de anteriores procedimientos de licitación, en relación con la primera División:
- Producción “El Clásico”, partidos de fútbol que enfrentan a Fútbol Club Barcelona y Real Madrid Club de Fútbol.
 - Producción A: partidos de Fútbol Club Barcelona o Real Madrid Club de Fútbol en primera división.

⁹ Como se ha anticipado, en el caso de Andorra, la explotación de los contenidos audiovisuales de cada Lote será, en todo caso, en régimen de no exclusiva.

¹⁰ 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.

- Producción A SIMULCAST 4KHDSI: partidos de Fútbol Club Barcelona y Real Madrid Club de Fútbol con terceros clubes de primera división de fútbol.
 - Producción B: otros 4 partidos de primera división o, siempre que no sean disputados por Fútbol Club Barcelona o Real Madrid Club de Fútbol.
 - Producción C: 4 partidos de primera división
- (55) Para la emisión de los contenidos, los adjudicatarios quedan obligados a cumplir con el reglamento para la retransmisión televisiva (a disposición de los candidatos si se solicita a la LNFP por correo electrónico) y con el protocolo vigente para entrevistas e intervenciones de periodistas¹¹.
- (56) LNFP producirá la señal, como mínimo de 2 partidos por jornada en calidad 4K, orientativamente, los que disputen el Real Madrid Club de Fútbol y el Fútbol Club Barcelona. Esta señal estará disponible para los adjudicatarios (o sublicenciarios) que lo soliciten, independientemente de que puedan utilizar o no dicha calidad. Adicionalmente, para todos los partidos del Campeonato Nacional de Liga de Primera División se ofrecerá una señal multipantalla
- (57) LNFP asumirá a su coste el incremento de los medios de producción para mejorar la producción televisiva y hacerla más atractiva, a través de la incorporación de los siguientes medios: helicópteros en Clásicos y partidos considerados decisivos, cámaras aéreas, drones para el directo, drones acrobáticos, etc. en la mayoría de los estadios de Primera División, repetición volumétrica 360° al menos en seis estadios, presentación de plantillas a través de grafismos virtuales, grafismos estadísticos para análisis de jugadas, etc.
- (58) En aquellos Lotes en los que se reconozca al adjudicatario, como derecho accesorio, un derecho a personalizar el contenido adjudicado (exclusivamente uso de locuciones y comentarios¹²), de conformidad con LNFP o con la entidad que esta designe para llevar a cabo la producción, dicha personalización deberá abonarse por cada adjudicatario *a precios de mercado*.
- (59) **LNFP** se compromete a implementar una campaña de promoción de las Competiciones en medios tradicionales y digitales a nivel nacional con el objeto de darles una mayor visibilidad y relevancia mediante una **inversión de hasta un máximo de 10 millones de euros por temporada**.

III.2.6 OBLIGACIONES DE INFORMACIÓN DE LOS ADJUDICATARIOS: Audiencias y tarifas

- (60) De cara a comprobar que los adjudicatarios “*realizan una correcta explotación de los Lotes y en conocer durante la duración de los Contratos la evolución del mercado de explotación de contenidos audiovisuales*”, así como a incrementar la visibilidad y relevancia del campeonato, LNFP establece, en el punto 3.3 del borrador de Procedimiento, una serie de obligaciones de información a los adjudicatarios (o sublicenciarios) de los lotes, que pueden resumirse de la siguiente forma:

¹¹ Este protocolo se incorpora como Anexo I del borrador de Procedimiento sometido a informe previo.

¹² Podrán también instalar cámaras de seguimiento de juego, en los lugares habilitados según Reglamento, pero dichas imágenes únicamente podrán utilizarse en programas post partido

- Cifras de audiencia de la retransmisión.

Las cifras se presentarán minuto a minuto, por edad, género, provincia y, cuando sea posible, por código postal. Asimismo, se aportará este desglose por tipo de sistema de distribución de la señal y dispositivo¹³.

Las métricas para esta segmentación en el caso de televisión lineal serán la audiencia media del partido o resumen y el número de espectadores que conectaron en algún momento con la emisión.

Para cada uno de los dispositivos, se deberá identificar: (i) la audiencia media de partidos o resúmenes; (ii) el número de usuarios únicos de cada partido o resumen; (iii) tiempo medio de visionado por usuario único; (iv) número total de dispositivos diferentes que accedieron a cada emisión o resumen, desglosado por dispositivo; y (v) número de usuarios únicos mensuales.

Todas estas cifras de audiencia, deberán ser aportadas en un plazo de 7 días naturales desde la finalización de cada partido o emisión.

- Cifras de abonados.

Los adjudicatarios deberán aportar las cifras de abonados mensuales de los partidos o canales en que se emitan el contenido audiovisual de los lotes, desglosados por paquete comercial convergente por el que los contenidos fueron contratados.

También deberán aportar los datos mensuales de altas y bajas, desagregados por paquetes de contratación que incluyan los contenidos licitados por LNFP, y deberán indicar el precio de venta al abonado de cada uno de los paquetes con altas y bajas.

Aportarán cifras del número total de dispositivos diferentes a través de los que los usuarios se conectaron, en algún momento del mes.

Por último, el adjudicatario deberá aportar las cifras de abonados que utilicen portabilidad y los territorios del uso de esa portabilidad por provincia y, cuando sea posible, por código postal.

Estos datos serán proporcionados el día 7 (o el siguiente día hábil) de cada mes y LNFP administrará la plantilla en la que deben remitirse los datos.

- Actualización de la información comercial que incluya contenidos de los lotes. Para ello, el adjudicatario enviará mensualmente una actualización con las nuevas tarifas y número de contrataciones de cada paquete que incluya los contenidos audiovisuales de los lotes.

(61) Para el cumplimiento de todas estas obligaciones de información, la LNFP establece que los adjudicatarios deberán respetar la normativa de propiedad

¹³ Televisión lineal, televisión conectada por internet a través de decodificador, Smart TV, teléfono móvil, tableta, ordenador, videoconsola o cualquier otro dispositivo, detallando cuándo se realiza casting o *mirroring* con alguno de ellos

intelectual y de defensa de la competencia, comprometiéndose a que mantendrá la confidencialidad de dicha información.

III.2.7 CONDICIONES DE PAGO

- (62) En el punto 3.4 del borrador de Procedimiento, la LNFP establece cómo se deben efectuar los pagos por parte de los adjudicatarios de los Lotes, así como las penalizaciones en caso de retraso o impago en los mismos.
- (63) Adicionalmente, LNFP establece que, desde el momento en que se produzca el incumplimiento de tres o más pagos, tendrá derecho a exigir al adjudicatario que suspenda la emisión de los partidos hasta la satisfacción de las cantidades adeudadas, incluidos los intereses devengados¹⁴, y la constitución de una garantía bancaria solidaria al primer requerimiento a favor de la LNFP por las cantidades pendientes hasta la finalización del contrato.
- (64) Finalmente, se establece que el adjudicatario renunciará a cualquier beneficio a reclamar compensación entre los importes adeudados por el adjudicatario a la LNFP y a las reclamaciones que pudiera formular “*sean cuales sean los motivos alegados contra LaLiga*”.

IV. FORMATO, PROCEDIMIENTO Y REQUISITOS PARA LA PRESENTACION Y RECEPCION DE OFERTAS. EVALUACIÓN Y ADJUDICACIÓN. PRECIOS DE RESERVA.

- (65) En el borrador de Procedimiento se recogen una serie de hitos del procedimiento de presentación y valoración de ofertas, si bien no se incluye ninguna fecha definitiva en el documento remitido por LNFP. Así, la primera aproximación a una fecha que se indica, destinada a la publicación del procedimiento y subrayada como provisional, es “A partir de octubre 2021”.
- (66) Todas las ofertas deberán cumplir los términos y condiciones y el procedimiento establecido en el borrador de Procedimiento. Las ofertas no pueden estar sujetas a ninguna condición. La oferta es firme e irrevocable y vinculará por un plazo de 60 días desde la finalización del plazo de recepción de ofertas.
- (67) Los Formularios de Oferta se adjuntan como ANEXO II al documento de Procedimiento, y se dice que se encontrarán disponibles igualmente en la página web de LNFP, y se enviarán además a las principales agencias y medios de comunicación del Territorio.
- (68) Las Ofertas deberán ser presentadas físicamente y en formato electrónico (*pen drive*) en la sede del Consejo Superior de Deportes.
- (69) A continuación, se detallan los **requisitos** que deberán cumplir las ofertas:

IV.1 REQUISITOS GENERALES DE LOS CANDIDATOS

- (70) Los candidatos deberán acreditar cumplir con los siguientes requisitos:
- Ser persona jurídica española y/o extranjera con capacidad de obrar y actuar en España. También podrán ser candidatos las uniones temporales de

¹⁴ El interés previsto es el interés legal vigente más un 25%.

empresas (UTEs) y, como novedad en este Procedimiento, se indica expresamente que podrán presentar ofertas agencias o entidades intermediarias, siempre que puedan explotar por sí mismas o a través de un tercero los Lotes para los que realicen Ofertas en las condiciones que se establece en el borrador de Procedimiento.

(71) Los candidatos deberán aportar:

- Certificado actual de inscripción en el registro mercantil.
- Copia de las últimas cuentas anuales auditadas del candidato y su matriz.
- Certificado de estar al corriente de sus obligaciones tributarias con la AEAT y con la Seguridad social, en caso de ser aplicable al candidato por razón de residencia o alta en el censo de obligados.

(72) Cada candidato debe presentar una declaración responsable relativa a (i) ausencia de condenas por ciertos delitos; (ii) ausencia de situación de concurso; (iii) estar al corriente de obligaciones tributarias y con la Seguridad Social; (iv) estar al corriente de sus obligaciones con LNFP.

IV.2 REQUISITOS DE SOLVENCIA ECONÓMICA

(73) Frente a la previsión de la anterior convocatoria, en la que se establecía como requisito disponer de un volumen anual de negocios superior a entre 2 y 40 millones de euros, en función del Lote de que se tratara, en el borrador sometido a informe esa cifra se eleva a veinte millones de (20.000.000€) euros sin diferenciación de casos.

(74) No se exige en ésta, al contrario que en otras convocatorias, estar en disposición de presentar un aval bancario, sobre el valor de la oferta anual, para garantizar el pago ofrecido en las temporadas adjudicadas.

(75) El Formulario de Oferta Económica deberá completarse con el importe económico que el candidato considere adecuado en relación con:

- (i) El Lote o Lotes para los que realiza la Oferta, dentro de las distintas Opciones; y
- (ii) Las temporadas para las que realiza la Oferta (tres, cuatro y/o cinco temporadas).

IV.3 Requisitos de solvencia profesional y/o técnica

(76) De forma opcional, podrán acreditarse (a través de la documentación pertinente) alguno o todos los requisitos que se describen a continuación. Estos requisitos buscan, según señala la LNFP, maximizar el interés deportivo por el Campeonato Nacional de Liga, el crecimiento del valor futuro de la competición en su conjunto y el valor añadido que pueda aportar el adjudicatario de cada Lote:

- (i) Acreditación de la explotación, de forma directa o indirecta, de contenidos audiovisuales relacionados con la industria del deporte en la actualidad o con anterioridad.
- (ii) Acreditación mediante la elaboración de una memoria o documento explicativo similar de la estrategia empresarial a desarrollar por el candidato si resulta finalmente elegido como adjudicatario, en el que se proporcione

información, entre otros, sobre: (a) la distribución universal del contenido audiovisual dentro del territorio que abarca la oferta durante la vigencia del contrato de comercialización y (b) la descripción de los objetivos de audiencia a obtener, proporcionando incluso un objetivo cuantitativo estimado que permita demostrar que el contenido audiovisual adjudicado va a ser accesible al mayor número de usuarios finales posible.

IV.4 Presentación de la Oferta

- (77) La oferta se compone de la documentación mencionada anteriormente y de la oferta económica, si bien la presentación se hará por separado de la siguiente forma:
- (i) Un sobre sellado en el que se incluya, en formato físico y electrónico (pen drive), el Formulario de Presentación junto con la documentación solicitada, así como el Formulario de Declaración Responsable; y
 - (ii) un sobre sellado con el Formulario de Oferta Económica, en formato físico y electrónico. El formato electrónico deberá haber sido previamente descargado del sitio web de LaLiga (<https://www.laliga.com/derechosaudiovisuales/documentos>), sin que sea posible aportar simplemente una copia física escaneada.

IV.5 Procedimiento para la asignación de lotes

- (78) En el punto 4.5 del borrador de Procedimiento, LNFP desarrolla el procedimiento para la solicitud de ofertas y la asignación de los derechos audiovisuales.
- (79) Como ya se ha anticipado, el borrador de bases no recoge las fechas concretas en las que se desarrollará el proceso de licitación y adjudicación, lo que incide en determinados aspectos del procedimiento de asignación de lotes.
- (80) LNFP publicará (se desconoce en qué fecha, al indicarse solamente “**a partir de octubre 2021**”) una nota informativa y pondrá a disposición el documento de Procedimiento **a partir de octubre 2021** de solicitud de ofertas y los formularios de oferta en una sección específica de su página web y enviará una comunicación a tal efecto a las principales agencias de comunicación y medios de comunicación de España.
- (81) Desde la fecha de publicación del Procedimiento, LNFP ofrecerá un plazo de **dos semanas** para la consignación del precio de reserva en el CSD. El plazo de presentación de ofertas no está cerrado en el borrador de bases dirigido por LNFP a la CNMC para la elaboración del presente informe previo, pero se indica que será **cuatro semanas** después de la fecha de publicación del Procedimiento.
- (82) **Cuatro semanas** después de la fecha de publicación del Procedimiento, se valorará la correcta cumplimentación de la documentación exigida y se dará un **plazo de subsanación (5 días laborales)** desde el inicio de la valoración de las ofertas. Respecto de las ofertas formalmente correctas procederá a acreditar, en su caso, el cumplimiento de los requisitos técnico-profesionales y de distribución, para posteriormente evaluar el Formulario de Oferta Económica y,

seguidamente, proceder con la **adjudicación provisional**, “hasta tres días laborales después de la finalización del plazo de subsanación de defectos u omisiones”. “Hasta cinco días después de la adjudicación provisional”, se producirá la firma del contrato o contratos.

- (83) La LNFP ofrecerá a todos los operadores interesados la posibilidad de realizar consultas por escrito con el fin de aclarar cualquier extremo relacionado con el Procedimiento, se indica *tentativamente* que hasta dos semanas después de la publicación del Procedimiento. Las preguntas deberán ser enviadas a una dirección de correo dispuesta al efecto y serán contestadas, de forma individualizada a cada candidato, en un plazo de cinco días hábiles a contar desde el día siguiente a su recepción. Las respuestas a las preguntas formuladas serán publicadas, se indica *tentativamente* que cinco días hábiles antes de finalizar el plazo para presentación de ofertas, en una sección especial de la página web de LNFP, oportunamente anonimizadas.
- (84) El procedimiento de adjudicación de los lotes es el siguiente:
- (85) **Precio de reserva:** se fijará por LNFP un llamado “**precio de reserva global**” y un “**precio de reserva del lote**”, por cada uno de los lotes de cada opción, en relación al precio medio ofertado para cada temporada. Esos precios de reserva serán depositados en la sede del CSD en una fecha que LNFP cifra en “antes de dos semanas después de la publicación del Procedimiento” y serán **secretos** hasta el día de la apertura de sobres.
- (86) Se señala en el borrador de Procedimiento que los Precios de Reserva serán fijados atendiendo a **criterios de mercado**, tales como el precio de comercialización de lotes similares a los recogidos en el actual Procedimiento para temporadas anteriores, actualizando dicho precio. Asimismo, se tendrá también en cuenta el precio de lotes similares en países donde el fútbol es el primer deporte y rentas per cápita y poblaciones equiparadas a las españolas.
- (87) En el caso de que **ninguna Opción alcance el Precio de Reserva Global**, el Órgano de control para la gestión de los derechos audiovisuales podrá:
- (i) Optar por proceder a la adjudicación de los Lotes de la Opción mejor valorada;
 - o
 - (ii) alternativamente, LaLiga podrá proceder a la comercialización de forma no exclusiva, priorizando la configuración establecida en la Opción B o la Opción B bis, con una duración de al menos tres (3) temporadas hasta cinco (5) temporadas.
- (88) En el caso de alcanzarse el Precio de Reserva Global para alguna de las Opciones, LNFP analizará los Lotes comprendidos en dicha Opción y, si alguna de las Ofertas de los Lotes de dicha Opción no supera el Precio de Reserva de éstos, LNFP procederá de la siguiente manera:
- (i) Podrá adjudicarse el Lote en cuestión por debajo del Precio de Reserva del Lote, siempre y cuando se haya llegado a un acuerdo por mayoría del Órgano de control para la gestión de los derechos audiovisuales.
 - (ii) Alternativamente, en el caso de que no se haya llegado a un acuerdo dentro del Órgano de control, LNFP podrá:

- a. Celebrar una nueva ronda; o
 - b. proceder a la comercialización del contenido del Lote en cuestión de forma no exclusiva.
- (89) En ese caso, se pondrá en conocimiento de la CNMC el detalle de las condiciones de comercialización no exclusiva que pudiera aplicar LNFP. En la fecha prevista para la apertura de los sobres (no se establece en el borrador de bases), se comprobará que los candidatos reúnen los requisitos exigidos por LNFP para resultar adjudicatarios de los lotes de derechos audiovisuales objeto de licitación.
- (90) Por otro lado, en lo que respecta a los requisitos técnico-formales, la mejor acreditación del cumplimiento de los mismos permite una **valoración adicional de hasta el 15% sobre la oferta económica**. Este 15% se desglosa a su vez de la siguiente forma: (i) a los candidatos que acrediten los mejores datos relativos a la explotación, de forma directa o indirecta, de contenidos audiovisuales relacionados con la industria del deporte en la actualidad o en un momento anterior al presente Procedimiento, se les otorgará una valoración adicional de un 5% sobre su Oferta Económica; (ii) a los Candidatos que mejor acrediten su estrategia relativa a la distribución universal del contenido audiovisual adjudicado y sus objetivos estimados de audiencia, se les otorgará una valoración adicional de un 10% sobre su Oferta Económica.
- (91) Una vez eliminados todos aquellos candidatos que no reúnan los requisitos exigidos por LNFP, se procederá a la evaluación de las ofertas económicas presentadas para cada lote.
- (92) Tal como describe el borrador de Procedimiento, se comenzará por identificar las Ofertas Económicas recibidas de cada candidato, identificando para qué Lotes se han presentado Ofertas en cada una de las Opciones y para cuántas temporadas de vigencia del contrato de comercialización (tres, cuatro y/o cinco temporadas). A continuación, se calculará el importe medio por temporada a partir de las cuantías económicas ofertadas por cada Lote y para las distintas opciones de duración de vigencia del contrato de comercialización. Una vez calculado el importe medio por temporada, se procederá a incluir la valoración adicional que, en su caso, haya obtenido aquel candidato o candidatos que mejor hayan acreditado el cumplimiento de los requisitos técnico-profesionales y de distribución. En este sentido, se procederá a incrementar el valor de la Oferta Económica de cada Lote, para los Candidatos elegidos, en un 5% y un 10%, respectivamente; o en un 15% sobre su Oferta Económica inicial en el caso de que el candidato acredite todos los requisitos. Seguidamente, se compararán los importes obtenidos para cada Lote y para cada duración (tres, cuatro y/o cinco temporadas) tras incluir la valoración adicional procedente de la evaluación de los requisitos técnico-profesionales y de distribución.
- (93) El último paso consiste en la elección de la mejor Opción, para lo que se procederá a la suma de las Ofertas Económicas más elevadas de los Lotes que integran cada Opción, eligiendo aquella que presente la **cuantía económica por temporada** más elevada, ya sea para tres, cuatro o cinco temporadas.

- (94) Una vez finalizada la evaluación de los Lotes de conformidad con lo recién señalado (apartado 5.2 del borrador de Procedimiento), se comunicarán al Órgano de control de la gestión de los derechos audiovisuales de LaLiga las Ofertas recibidas por cada Lote, indicando si alguna de las Opciones supera el Precio de Reserva Global. Seguidamente, se analizará si las Ofertas recibidas por cada Lote -dentro de la Opción que supera el Precio de Reserva Global-, superan a su vez los Precios de Reserva del Lote. En este caso, se procederá a la adjudicación provisional de los Lotes que hayan superado el Precio de Reserva del Lote. Esta adjudicación provisional será validada por el Órgano de control de la gestión de los derechos audiovisuales. El plazo para la firma de los correspondientes acuerdos comerciales será hasta cinco días laborables después de la adjudicación provisional.
- (95) Se podrán adjudicar Lotes dentro de la misma Opción con distinta duración temporal, es decir, tres (3), cuatro (4) y/o cinco (5) temporadas, atendiendo a las Ofertas Económicas recibidas.
- (96) En caso de empate en la evaluación realizada de dos candidatos para un mismo Lote, LNFP comunicará dicha situación a los mismos y les dará un plazo de tres días hábiles para mejorar sus ofertas, y solucionar el empate.
- (97) En cumplimiento de lo dispuesto en el RDL 5/2015, en caso de que un mismo Candidato resultara inicialmente Adjudicatario de más de dos (2) Lotes, sin que concurren los requisitos normativos que permitiesen dicha adjudicación, el Candidato tendrá derecho a comunicar una prelación de Lotes para ser adjudicados, procediendo LaLiga, respecto a aquellos Lotes que no puedan ser adjudicados a dicha mejor oferta, a readjudicar los Lotes a la segunda mejor oferta. No se readjudicará el Lote a la segunda mejor Oferta si la segunda mejor Oferta fuera inferior al Precio de Reserva o si se trata de una oferta “similar” a la mejor oferta. Señala el borrador de Procedimiento que *“Las Ofertas serán consideradas similares cuando el diferencial entre la mejor Oferta y las siguientes sea inferior al 10% de la mejor Oferta”*.
- (98) El borrador de Procedimiento prevé que LNFP velará por el cumplimiento de los principios de transparencia, competitividad, equidad y no discriminación, pondrá de manifiesto al órgano competente cualquier indicio que pudiera tener de concertación de precios o de ofertas entre distintos candidatos y adoptará las medidas oportunas para proteger la libre competencia en el concurso.
- (99) El borrador de Procedimiento incluye, además de lo establecido anteriormente, otra serie de estipulaciones relacionadas con el proceso de explotación de los derechos audiovisuales licitados bajo el epígrafe condiciones generales y cuyo contenido se expone someramente en el presente punto del informe:
- LNFP se reserva el derecho a modificar las condiciones de las bases, en particular la configuración de los lotes o incluso cancelar el procedimiento de comercialización cuando las circunstancias así lo aconsejen, respetando, en todo caso, los principios de transparencia, competencia y no discriminación entre candidatos.
 - LNFP no será responsable de los gastos en los que incurran los candidatos en la preparación y presentación de las ofertas.

- Obligación del adjudicatario de explotar los derechos, salvo causas de fuerza mayor.
- Puesta a disposición para LNFP, en los lotes para emisión de pago, de 10 suscripciones a los contenidos que incluyan en lote de derechos adjudicados, para que LNFP realice un seguimiento del cumplimiento de las obligaciones del adjudicatario.
- Obligación de colaboración en materia de integridad (amaño de partidos y normativa sobre apuestas).
- Obligaciones de colaboración con la política antipiratería, con un amplio listado de obligaciones.
- Obligación de colaboración en materia de uso irregular (uso comercial de suscripciones de carácter residencial)
- Obligación de colaboración en la estrategia de comunicación, promoción, publicidad y digital de LNFP.

V. VALORACIÓN DEL BORRADOR DE PROPUESTA DE LA LIGA NACIONAL DE FUTBOL PROFESIONAL PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE LOS DERECHOS DE EXPLOTACIÓN DE CONTENIDOS DEL CAMPEONATO NACIONAL DE LIGA EN ESPAÑA (PRIMERA DIVISIÓN) A PARTIR DE LA TEMPORADA 2022/2023 POR UNA DURACIÓN DE TRES, CUATRO O CINCO TEMPORADAS, SEGÚN LAS OFERTAS

- (100) La valoración por la CNMC de cualquier propuesta para la comercialización conjunta de los derechos audiovisuales de las competiciones de fútbol previstas en el Real Decreto-ley 5/2015 se hace a la luz del Real Decreto-ley en su conjunto. Esta norma dispone un diferente tratamiento de la comercialización de los derechos audiovisuales en función del territorio, estableciendo ciertas especificidades en el mercado nacional, en la Unión Europea y en los mercados internacionales.
- (101) Las condiciones de comercialización objeto de este informe afectan exclusivamente a España y Andorra, por lo que es de aplicación el Real Decreto-ley 5/2015, a excepción del artículo 4.5 para España.
- (102) En todo caso, se reitera, como en anteriores ocasiones, que el presente informe no va a valorar la compatibilidad de las condiciones de comercialización, ni del Reglamento para la retransmisión televisiva (que no se adjunta a la solicitud), con 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 la medida que no es el cauce procedimental adecuado. Ello 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 lleve a cabo la LNFP en relación con la comercialización de estos derechos audiovisuales.
- (103) El Procedimiento sometido a informe introduce **tres rotundas novedades** en relación a otros borradores de bases de comercialización previamente analizados por la CNMC.

- En primer lugar, el diseño de opciones y lotes, que supone la existencia de más opciones variadas, lo cual promueve más posibilidades para los potenciales interesados y favorece la concurrencia. Al existir opciones que reparten los partidos por jornada de manera más equilibrada (sin perjuicio de que sigan existiendo también otras alternativas que concentran más volumen de partidos en una de las opciones) se abren más posibilidades para que concurren operadores de mayor tamaño y otros de mediano o menor tamaño.
- En segundo lugar, en materia de duración (temporadas ofertadas) con un incremento de la duración de los contratos por encima de tres temporadas que limita la concurrencia y las ventanas de acceso al mercado.
- En tercer lugar, la introducción de un sistema de valoración de las ofertas de los candidatos que reserva un amplísimo margen a la LNFP y que no es transparente, permitiendo a la LNFP otorgar a cada licitador hasta un 15% de valoración adicional sobre su oferta económica, de manera que ello permitiría un amplio margen de discrecionalidad a la LNFP para adjudicar los lotes. Esto último además podría permitir a la LNFP de manera discrecional eludir la obligación de no adjudicar más de dos lotes a un mismo licitador al haber acotado la definición de ofertas económicamente equivalentes a una diferencia entre ellas del 10% del precio ofertado.
- Adicionalmente, el coste de la producción será asumido por la LNFP y no se comercializan en este Procedimiento los derechos de los partidos de Segunda División, que se anuncia que serán ofertados posteriormente en un ulterior procedimiento. En la manera de licitar los lotes se incluye la posibilidad de pujar solo por los derechos de comercialización o por el Canal LaLiga Primera con el contenido equivalente.

V.1 Atribución de derechos más allá del Real Decreto-Ley 5/2015

- (104) El artículo 1.1 del Real Decreto-ley 5/2015 dispone que el objeto de la norma es regular la *comercialización* de los derechos de explotación audiovisual de las dos principales competiciones de fútbol. Por tanto, la norma ampara exclusivamente la comercialización de los derechos, es decir, no estarían comprendidas en el ámbito del real decreto-ley otras actividades fuera de esta comercialización tales como la *explotación, la emisión, la producción o la difusión directa* por LNFP.
- (105) Pese a lo que señala la LNFP en relación a que ostenta la condición de productora al amparo del artículo 7.1 del Real Decreto-ley 5/2015, lo cierto es que esta norma no atribuye a la LNFP la condición de productora. El artículo 7.1. d) del real decreto-ley atribuye al órgano de control de la gestión de los derechos audiovisuales de la LNFP la competencia de:

“d) Establecer el patrón para la producción y realización de la grabación audiovisual de las competiciones oficiales de carácter profesional que asegure un estilo común que fomente la integridad de la competición, el cumplimiento de la reglamentación vigente sobre la celebración de los partidos y el valor del producto”

- (106) Por tanto, 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.
- (107) Como se ha anticipado, en la propuesta presentada se contienen las siguientes manifestaciones:
- “la producción audiovisual de todos los partidos y resúmenes que forman parte de los Lotes objeto del presente Procedimiento será llevada a cabo por LaLiga o quien ésta designe [...] (punto 2.8 del borrador de Procedimiento)”.
- (108) Asimismo, en el documento de observaciones que acompaña a la solicitud la LNFP reconoce la discrepancia de esta con la CNMC respecto de la función de la LNFP como productor audiovisual e insiste en su compatibilidad con la normativa de aplicación.
- (109) No obstante, la CNMC mantiene y reitera lo señalado en informes previos¹⁵ en relación a que la LNFP no tiene reservada normativamente la producción audiovisual.
- (110) Todavía en relación con la facultad de producir, debe hacerse mención a la previsión sobre **titularidad de los derechos** recogida en el artículo 2 apartado 1 y 4 de la norma:
- “4. Los **derechos** audiovisuales **no incluidos** en el ámbito de aplicación de este real decreto-ley podrán ser explotados y comercializados individualmente por los clubes o entidades participantes, directamente o a través de terceros.”*
- (111) Por todo ello, la CNMC mantiene el criterio de que el Real Decreto-ley 5/2015 dispone que la titularidad de los derechos audiovisuales corresponde a los clubes y la norma solo atribuye a la LNFP, además de la comercialización conjunta de los derechos, 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.
- (112) El borrador de Procedimiento para la comercialización de los derechos audiovisuales sometido a informe contiene, como en ocasiones anteriores, diversos apartados donde la LNFP se arroga **derechos no exclusivos y derechos reservados**, que no encuentran apoyo en la norma.
- (113) El propio artículo 2.3 del Real Decreto-ley 5/2015 establece expresamente una reserva de derechos solo a favor del club en cuyas instalaciones se dispute el acontecimiento deportivo:
- “a) La emisión en diferido del encuentro a partir de la finalización de la jornada deportiva, siempre que lo haga directamente a través de un canal de distribución propio dedicado temáticamente a la actividad deportiva del club o entidad participante.”*

¹⁵ INF/DC/085/19 LIGA NACIONAL DE FÚTBOL PROFESIONAL y INF/DC/03/20 COMERCIALIZACIÓN INTERNACIONAL CAMPEONATO NACIONAL DE LIGA. También para el caso de la Real Federación Española de Fútbol, INF/DC/118/19 y INF/DC/137/19.

b) La emisión en directo, dentro de las instalaciones en las que se desarrolle el acontecimiento deportivo, de la señal audiovisual televisiva correspondiente a dicho acontecimiento.”

- (114) Finalmente, el artículo 4.7 del Real Decreto-ley 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.”*
- (115) En conclusión, se reitera lo ya manifestado en anteriores informes:
*“Por tanto, 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.**”* (INF/DC/085/19).
- (116) Respecto a los contenidos audiovisuales objeto de comercialización, como establece el artículo 1.1 segundo párrafo del Real Decreto-ley 5/2015, se trata de *“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”*.
- (117) Por tanto, en todo lo que se excedan los tiempos y espacios mencionados en el párrafo anterior, los contenidos audiovisuales ofrecidos por la LNFP no se encontrarían amparados por el Real Decreto-ley 5/2015¹⁶.
- (118) Esta limitación tanto espacial como temporal es relevante 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.¹⁷
- (119) Sin embargo, la LNFP, vuelve a hacer referencia a estos tiempos en la convocatoria sometida a informe, bien relacionados con el patrocinio bien con excepciones a la exclusividad, que en ambos casos estarían fuera del objeto de comercialización y del ámbito del Real Decreto-ley, así, entre otros ejemplos:
“Entrevistas post-partido superflash: [...] Estas entrevistas se realizarán con la trasera adecuada proporcionada por LaLiga.” (apartado 2.3.1 del documento sometido a informe)
“El Adjudicatario se compromete a entregar a LaLiga, conforme a lo establecido en el apartado 3.5, una licencia de uso y explotación de las mejores imágenes, en formato de compactado, que hubieran sido grabadas con los referidos medios propios no más tarde de las veinticuatro (24) horas siguientes a la

¹⁶ En este sentido, la CNMC ya realizó consideraciones análogas en los INF/DC/053/19 y INF/DC/062/19, relativos a la comercialización de derechos en estos casos por la RFEF.

¹⁷ En idéntico sentido en el INF/DC/094/19, relativos a la comercialización de derechos en este caso por la LNFP.

grabación de las mismas, las cuales pasarán a formar parte de los archivos de LaLiga para su uso propio en sus entornos digitales”. (apartado 2.3.1).

“Sin perjuicio de las condiciones de exclusividad de los Lotes ofertados en el presente Procedimiento LaLiga, los Clubes/SADs que la integran y los patrocinadores, colaboradores o socios comerciales de LaLiga podrán hacer uso de ciertas imágenes de los partidos del Campeonato Nacional de Liga [...]”. (apartado 2.6).

“Imágenes previa y post-partido

LaLiga podrá utilizar las imágenes de los momentos anteriores y posteriores a los partidos disputados cada jornada en sus redes sociales oficiales, incluyendo, por ejemplo, imágenes del calentamiento, ruedas de prensa, etc.” (apartado 2.6.1).

- (120) En el mismo sentido, la previsión de que, en caso de disponer del derecho accesorio a personalizar el contenido adjudicado, la producción de dicha personalización será realizada por LNFP o entidad que esta designe, vuelve a ser una precisión no conforme con el Real Decreto-ley 5/2015, debiendo poder ser esa personalización realizada por el propio adjudicatario. Por ejemplo, las emisiones durante el juego únicamente se pueden personalizar mediante el uso de locuciones y comentarios (pudiendo añadir cámaras de personalización y apariciones de sus locutores, narradores, redactores y comentaristas únicamente en la previa, entretiempo y post partido). Convendría aclarar, asimismo, en conexión con el contenido de los derechos licitados, a qué se refiere el borrador de Procedimiento cuando en este contexto se refiere a la posibilidad de instalación de cámaras de seguimiento de juego y su uso exclusivo para “programas postpartido”.
- (121) La referencia realizada por la LNFP en el borrador de Procedimiento relativa a su **titularidad sobre la señal** de los contenidos de cada lote, y su facultad de uso salvo en lo que infrinja los derechos concedidos a los adjudicatarios, excede lo contemplado por el Real Decreto-ley 15/2015, que no confiere a la LNFP titularidad alguna, sino solo la facultad de comercialización conjunta.
- (122) Se atribuye la LNFP la titularidad de la señal incluyendo “previa” y “post-partido”. Ello no se incluye en el Real Decreto-ley 5/2015, que se restringe a la comercialización de los contenidos audiovisuales de los eventos que se desarrollen en el terreno de juego desde “los dos minutos anteriores a la hora prevista para el inicio del acontecimiento deportivo hasta el minuto siguiente a su conclusión”, con lo que el texto sometido a informe se arroga una titularidad que pertenece a los clubes, conforme lo previsto en el artículo 2.4 de esa norma.
- (123) Al exponer las condiciones de emisión, el borrador de Procedimiento objeto de informe se refiere a la emisión en directo de la señal del partido “desde el momento en que los jugadores se encuentren situados en el túnel de salida al terreno de juego” (3.1). Hay que reiterar que el Real Decreto-ley 5/2015 prevé la determinación del momento inicial indicando “desde los dos minutos anteriores a la hora prevista para el inicio del acontecimiento deportivo”.
- (124) Lo mismo cabe decir respecto de la previsión del Procedimiento según la cual “una vez concluido el plazo de vigencia del contrato de comercialización, LaLiga,

dada su condición de productor de los contenidos audiovisuales objeto del presente Procedimiento, ostentará la totalidad de los derechos de propiedad intelectual sobre todos los contenidos y grabaciones audiovisuales (archivos) que se hayan generado, pudiendo ser explotados en cualquier medio o soporte, sin limitación alguna en un ámbito territorial mundial por el período de máxima vigencia de tales derechos.” Ello no es respetuoso con el hecho de que conforme al Real Decreto-ley 5/2015, la LNFP no ostenta derechos sino solo facultades de comercialización.

- (125) En el contexto de los **derechos accesorios para los adjudicatarios de los Lotes**, el borrador de Procedimiento prevé que “El Adjudicatario se compromete a entregar a LaLiga, conforme a lo establecido en el apartado 3.5, una licencia de uso y explotación de las mejores imágenes, en formato de compactado, que hubieran sido grabadas con los referidos medios propios no más tarde de las veinticuatro (24) horas siguientes a la grabación de las mismas, las cuales pasarán a formar parte de los archivos de LaLiga para su uso propio en sus entornos digitales”. No obstante, además de suponer una confusión entre derechos a favor de los licenciarios y cargas para estos, esta estipulación no está amparada por el Real Decreto-ley 5/2015 y excede el ámbito de los derechos objeto de comercialización previsto en el artículo 1.1. segundo párrafo, vulnerando en ese sentido los derechos reservados a los clubes. Lo mismo se puede señalar respecto de la estipulación sobre entrevistas previas y post-partido.

V.2 Restricciones ligadas a publicidad, promoción y patrocinio

- (126) En cuanto a las **condiciones de publicidad, promoción y patrocinio**, incluye el texto sometido a informe una serie de obligaciones al adjudicatario desproporcionadas, por un lado, y no amparadas por el Real Decreto-ley 5/2015, como son:
- que los adjudicatarios no puedan designar ningún patrocinador que pueda entrar en conflicto con los cinco patrocinadores principales de la LNFP.
 - la necesaria aparición en las emisiones del adjudicatario no solo del logo de LNFP sino del logo del patrocinador principal de LNFP.
 - En la explotación de los Lotes que contengan partidos para su retransmisión en directo y/o en diferido, se obliga al adjudicatario a incluir lo siguiente:
 - a. Diez segundos (10”) de presentación del Campeonato Nacional de Liga con la identidad sonora oficial de LaLiga, antes del inicio de la primera y de la segunda parte del partido.
 - b. Cuatro (4) espacios¹² para la promoción del Campeonato Nacional de Liga y sus patrocinadores de cuarenta segundos (40”) antes del inicio de cada partido, al finalizar la primera parte, al inicio de la segunda parte y al finalizar el partido, tanto en emisiones en directo, como en diferido; y
 - c. En cada una de las autopromociones de los programas, partidos o canales emitidos, un máximo de diez segundos (10”) de espacio para la promoción del Campeonato Nacional de Liga y/o los patrocinadores de LNFP, tanto en emisiones en directo, como en diferido.

- El adjudicatario no puede modificar ningún aspecto con relación a la imagen del reloj, del resultado, de la repetición 360º y/o de las estadísticas/datos del partido *donde también aparecerá un patrocinador de LNFP integrado en los propios grafismos*, de trescientos segundos (300'') de duración por partido, tanto en emisiones en directo, como en diferido.
 - Durante la emisión de los partidos, no se podrá insertar ningún tipo de publicidad, tales como a título meramente enunciativo y no limitativo: sobreimpresiones, reducciones de pantalla, etc. La única excepción será la inserción por parte del adjudicatario de: (i) la identificación del canal y (ii) la identificación del operador que retransmite la señal en última instancia.
 - Se limitan las formas posibles para la emisión de la publicidad por los adjudicatarios
- (127) Resultan injustificadas las previsiones del borrador de Procedimiento que limitan la emisión publicitaria de los adjudicatarios, la cual solamente debe verse condicionada por la normativa audiovisual y por lo previsto en el artículo 7 d) del Real Decreto 5/2015.
- (128) De nuevo se reitera, como ya se recordó en anteriores informes¹⁸ la posición de la CNMC en esta materia:
- “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 [...].*
- Por todo ello, la **CNMC considera que este tipo de disposiciones deben ser 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.”*
- (129) Por tanto, la CNMC vuelve a insistir en la opinión expresada en anteriores informes respecto a que estas condiciones suponen una limitación injustificada de la libertad de empresa y de la capacidad de rentabilizar económicamente los derechos por parte del adjudicatario, sin justificación objetiva alguna y sin amparo en la normativa de aplicación.

V.3 Derechos ofertados

- (130) Respecto de los **derechos ofertados** en el Procedimiento de licitación sometido a informe, corresponde hacer las siguientes apreciaciones y advertencias:
- (131) Como se ha anticipado, la LNFP ofrece la adquisición de los derechos de explotación y difusión de los partidos del Campeonato Nacional de Liga de Primera División (la llamada “Liga Santander”), en directo y **en exclusiva**¹⁹, para su comercialización a clientes residenciales en televisión **de pago**. La LNFP no

¹⁸ Así, INF/DC/041/18, INF/DC/141/19, INF/DC/137/19, INF/DC/118/19, INF/DC/094/19 o INF/DC/053/19.

¹⁹ Salvo lo recién señalado para el territorio de Andorra.

explica en el documento de observaciones que acompaña a la solicitud de informe la razón de que se limiten todos los lotes a su explotación por operadores de televisión de pago y no se permita licitar a operadores en abierto. Ello tiene una evidente repercusión en el grado de concurrencia de posibles interesados, limitando el número de estos. Se recomienda en ese sentido revisar tal restricción, en cumplimiento del artículo 4.4.d) del Real Decreto-ley 5/2015.

- (132) Otra cuestión a tener en cuenta es que la elección de pujar entre el Canal LaLiga Primera o únicamente el contenido (sin que se retransmita a través del Canal LNFP Primera) puede favorecer implícitamente a los operadores que eligen la primera opción, pues con una oferta económicamente equivalente acceden al mismo contenido sin soportar los costes de los que editan su propio canal. Todo ello teniendo en cuenta además el hecho de que, como se ha comentado anteriormente, la LNFP no ostenta los derechos de producción a tenor del Real Decreto-ley 5/2015, por lo que la valoración de esta cuestión es doblemente desfavorable.
- (133) Hay que precisar que la anunciada licitación posterior de nuevos lotes de derechos (apartado 2.7 del borrador de Procedimiento) no excluye la limitación del art 4.4.g) del Real Decreto-ley 5/2015 (máximo de dos 2 lotes por licitador salvo que no haya ofertas), tal como indica el propio apartado 2.7 *in fine*.
- (134) Si bien se admite la facultad de los adjudicatarios para la **sublicencia** de la explotación de los derechos (apartado 2.1.7), lo cual es claramente favorecedor de un incremento de ofertas y potenciador de la concurrencia, ésta se condiciona a la autorización previa y expresa de la LNFP. No se indican, no obstante, los requisitos que deben darse para que se autorice esa sublicencia. Dado que también se indica en el borrador de Procedimiento que el adjudicatario debe garantizar el cumplimiento por el sublicenciario de las condiciones de explotación y demás obligaciones previstas en el Procedimiento, deberían precisarse y justificarse qué otros requisitos deban cumplirse para permitir la sublicencia, de forma que esa autorización no sea discrecional para LNFP, en cumplimiento del artículo 4.4.d) del Real Decreto-ley 5/2015.
- (135) A continuación, se detallan una serie de observaciones relativas al diseño de los Lotes:
- En relación al **Lote A.1**, es necesario que se precise el alcance y duración de la exclusiva para emitir en diferido a la que se refiere.²⁰ Dado que el artículo 2.3 a) del Real Decreto-ley 5/2015 prevé que los clubes puedan emitir en diferido el encuentro tras finalizar la jornada, ello resultaría incompatible con la emisión *en exclusiva*.
 - Respecto de la selección en este **Lote A.1**, se indica por la LNFP que “*Los ocho (8) partidos serán seleccionados por su adjudicatario, de 3ª a 10ª elección, es decir, tras la elección de los partidos por parte del adjudicatario del Lote A.2 y por el adjudicatario del Lote que se comercialice en un*

²⁰ “Ocho (8) partidos por jornada del Campeonato Nacional de Liga de Primera División, en directo y en exclusiva.
(ii) El contenido audiovisual mencionado en el párrafo anterior también podrá emitirse en diferido y *en exclusiva*, incluyéndose además la posibilidad de su difusión bajo demanda.”

procedimiento de solicitud de ofertas posterior de un (1) partido [habría que añadir, “por jornada”] del Campeonato Nacional de Liga de Primera División para su emisión en televisión en abierto, en exclusiva, teniendo en cuenta sus respectivas condiciones de selección”. Se debería concretar **cómo elegirá los partidos el adjudicatario del partido para su emisión en abierto**, que según el borrador de Procedimiento será objeto de licitación en un momento posterior.

Para todos los lotes en los que se prevé (p. ej. **Lote B.1**) que *“el contenido de este Lote también será emitido en directo por el (a) el Adjudicatario del Lote que se comercialice en un procedimiento de solicitud de ofertas posterior de un (1) partido [debe añadirse “por jornada”] del Campeonato Nacional de Liga de Primera División para su emisión en televisión en abierto, en no exclusiva”*, es necesario precisar cuál de los partidos será emitido también en abierto y las condiciones de licitación del abierto. Si bien se indica que *“Los nueve (9) partidos serán seleccionados por su Adjudicatario, de 2ª a 10ª elección, es decir, tras la elección de los partidos por parte del Adjudicatario del Lote B.2, teniendo en cuenta sus respectivas condiciones de selección”*, no queda suficientemente claro cómo se articula la elección del partido de pago/en abierto.

- En relación al lote **B.3 bis**, resulta necesaria una mayor definición del Lote, en el que se señala *“Las tres (3) jornadas de Primera División incluirán, en cada una de ellas, partidos disputados por el Real Madrid C.F., F.C. Barcelona y el Club Atlético de Madrid en los que se enfrenten a los seis (6) primeros clasificados de la temporada anterior; y contra el Valencia C.F., Athletic Club de Bilbao o Real Betis Balompié, si alguno de estos tres equipos no estuviera dentro de los seis primeros clasificados”*.
- Respecto del **Lote C.1**²¹, sería necesario precisar el alcance de la no exclusiva, más allá de lo adelantado en relación al artículo 2.3 a) del Real Decreto-ley 5/2015.
- En este mismo **Lote C.1** (así como en el **Lote C2**), resulta chocante lo previsto en cuanto a que: *“Sin perjuicio de lo anterior, en las jornadas 4, 8, 12, 16, 20, 24, 28, 32 y 36, el Adjudicatario de este Lote podrá seleccionar los partidos que forman parte de este Lote en 3ª elección en lugar de 2ª elección.”* Debería precisarse si ese “podrá” será potestativo para el adjudicatario u obligado, pues a priori no parece probable que el adjudicatario opte voluntariamente por elegir en tercera elección en lugar de en segunda.
- En cuanto a la **opción D**, los **Lotes D.1 y D.2**, al no existir Lote D3, debe advertirse que los Lotes D1 y D2, de acuerdo con lo que se señala en el epígrafe “Selección” de los apartados 2.2.6.1 y 2.2.6.2, comprenden 35 jornadas (el adjudicatario del lote D1 elige en primera opción en 18 jornadas y en 17 en segunda, y el del lote D2 en 17 jornadas en primera y en 18 en segunda), por lo que para tres jornadas no se establece sistema de elección

²¹ (i) Siete (7) partidos por jornada del Campeonato Nacional de Liga de Primera División, en directo y en exclusiva. (ii) El contenido audiovisual mencionado en el párrafo anterior también podrá emitirse en diferido y en no exclusiva, incluyéndose además la posibilidad de su difusión bajo demanda.

y ello puede interpretarse como que no serán objeto de licitación en esta Opción. Deberían aclararse cuáles son estas tres jornadas que no se licitan, o bien adecuar el sistema de elección en el caso que se deseen licitar las 38 jornadas.

- (136) En relación a la posibilidad de los adjudicatarios de emitir en tecnología de Realidad Virtual u otras que puedan aparecer en el mercado, siempre que soliciten la correspondiente autorización de la LNFP (apartado 2.3.2 *in fine*), es necesario que la LNFP precise en el Procedimiento cuáles son las condiciones de tal autorización, para evitar que la misma quede a su entera discrecionalidad.
- (137) Respecto de las estipulaciones relativas al **calendario de partidos** de La Liga (apartado 2.4), conforme a lo previsto en el artículo 4.4 c) del Real Decreto-ley 5/2015, es preciso detallar en el Procedimiento los horarios de celebración de los partidos de mayor atractivo que son identificados en los lotes. Se indica también en el Procedimiento que *“Cuando la jornada se celebre excepcionalmente durante la semana, LaLiga designará las fechas y horarios de los partidos”*. Pues bien, corresponde que la LNFP establezca expresamente en el Procedimiento un plazo mínimo para que se determinen las fechas y horarios concretos.
- (138) En cuanto al **procedimiento de selección de partidos** que establece el documento sometido a informe (apartado 2.5), cabe indicar que deberían recogerse expresamente los plazos para que la LNFP comunique a los adjudicatarios las selecciones realizadas, de modo que se garantice un período de tiempo suficiente para que el adjudicatario pueda explotar correctamente su derecho. Debe tenerse en cuenta que en los Lotes C y D se plantea hasta una décima elección (alternando los dos adjudicatarios), con lo que el proceso de selecciones sucesivas podría prolongarse mucho. Podría plantearse, respecto de estos lotes, por razones de eficiencia, que los adjudicatarios lleguen a un acuerdo, previéndose un mecanismo reglado de selección para el caso de desacuerdo. Por otra parte, no se recoge en el documento de licitación el procedimiento concreto para realizar esta cadena de elección hasta llegar a los 10 partidos de cada jornada.
- (139) Como se ha anticipado *supra*, los **derechos asignados** por el borrador de Procedimiento **a patrocinadores, colaboradores o socios comerciales de LNFP** (2.6.4) contradicen que la comercialización de los mismos debe realizarse conforme al Real Decreto-ley 5/2015, mediante el procedimiento legalmente previsto, y no siendo reservados directamente a estos operadores. De esta manera, la adjudicación de derechos audiovisuales de manera directa a los patrocinadores, colaboradores o socios comerciales contraviene lo señalado en el Real Decreto-ley 5/2015.
- (140) Los derechos que se reserven a los clubes (apartado 2.6.2), adicionales a los previstos en el Real Decreto-ley 5/2015 (art. 2.3), naturalmente, no son objetables, dado que los clubes son precisamente los titulares de todos los derechos, conforme al artículo 2.1 de la norma legal.
- (141) Respecto de la cláusula 2.6.5, titulada **“Breves resúmenes informativos emitidos por operadores individuales sin derechos”**, corresponde eliminar esa última expresión “sin derechos”, dado que estos operadores tienen derechos

- reconocidos por el artículo 19.3 de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de Comunicación Audiovisual (breve resumen informativo). Este derecho se reconoce a todos los prestadores del servicio de comunicación audiovisual, hayan resultado o no adjudicatarios de los derechos licitados.
- (142) Respecto de los **otros contenidos audiovisuales** que el Procedimiento aclara que serán **comercializados con posterioridad**, y en lo que se refiere a los resúmenes de doce minutos o los mini-resúmenes de noventa segundos de cada partido de cada jornada del Campeonato Nacional de Primera y Segunda División (incluyendo play-offs), en no exclusiva para su emisión en abierto, es imprescindible que el Procedimiento precise la disponibilidad temporal de inicio de estos derechos (desde cuándo) así como durante cuándo podrán explotarse (por ejemplo, resúmenes durante el propio partido, o en el descanso). Esta información incide directamente en el valor de los derechos ahora licitados y por tanto es indispensable para precisar el alcance de los Lotes.
- (143) Adicionalmente, el apartado 2.7 del documento sometido a informe prevé que en sucesivas ofertas adicionales se comercializarán lotes que contengan los resúmenes de doce minutos (12') de cada partido disputado cada jornada del Campeonato Nacional de Liga de Primera y de Segunda División (incluyendo los play-offs) en no exclusiva, para su emisión en televisión en abierto. Ello puede querer decir que son en no exclusiva para varios prestadores en abierto o bien que son no exclusivos porque los explotarán tanto en TV de pago como en abierto. Convendría introducir una mayor claridad en ese apartado.
- (144) Respecto del designado por la LNFP como “Reglamento vigente para la retransmisión televisiva” y del “Protocolo vigente para entrevistas e intervenciones de periodistas” (este último anexo al borrador de Procedimiento), ya se ha anticipado que la CNMC no analiza en este informe el contenido del Reglamento, que se señala que estará a disposición del candidato que lo solicite a la LNFP, ni su compatibilidad con la normativa de competencia en el marco de este informe.
- (145) La nueva previsión (apartado 2.8), no existente en previas ofertas, de que “la personalización de la producción será realizada de forma positiva, evitando dañar la imagen de las Competiciones, Clubes, jugadores, entrenadores y público” y, en particular, que se puede “solicitar” por la LNFP el relevo de los interlocutores, narradores, comentaristas y redactores que incumplan esos principios, debe ser reconsiderada a la luz del artículo 20 de la Constitución y las libertades de expresión e información.
- (146) En relación a la **previsión de que las UTEs pueden presentarse como candidatas** (epígrafe 4.1), corresponde a LNFP añadir que, en caso de uniones de empresas, se entenderá que cada una de las empresas participantes adquieren los derechos del lote, a los efectos de las limitaciones previstas en el art 4.4.g del Real Decreto-ley 5/2015. Asimismo, dados los riesgos de conducta anticoncurrencial que plantean en este tipo de uniones de empresas, convendría incluir una referencia expresa a que las UTEs deberán respetar la normativa de competencia.
- (147) Respecto de la extensa lista de **requisitos técnico-profesionales** y de distribución, a acreditar opcionalmente por los candidatos (apartado 4.1.3 del

Procedimiento), pero con repercusión en la valoración de las ofertas, resulta imprescindible que se delimiten y cuantifiquen con la máxima precisión, de forma que los candidatos puedan conocer con la máxima exactitud cómo se valoran los requisitos exigibles, que no pueden quedar a una interpretación o valoración puramente discrecional de LNFP. Los criterios de valoración deben ser delimitados y cuantificados con el fin de reducir al máximo los márgenes de discrecionalidad. En particular, los criterios deben estar (en la medida de lo posible) objetivados mediante fórmulas, para minimizar tanto la inseguridad jurídica para los operadores interesados como el riesgo de arbitrariedad por parte de LNFP al adjudicar los lotes. Al no haber fijado el documento sometido a informe unos criterios objetivos para valorar los requisitos de solvencia profesional y/o técnica de los licitadores, que establece, tales requisitos pueden constituir, una barrera de entrada para nuevos entrantes. A falta de justificación de los concretos requisitos de solvencia técnica y profesional, su valoración es necesariamente subjetiva y deja una amplia discrecionalidad a la LNFP para elegir al adjudicatario de los derechos, mediante tal asignación de hasta un 15% de valor adicional sobre su oferta económica. Preocupa especialmente que la valoración de estos aspectos no se haga mediante criterios objetivos (que puedan ser evaluados mediante fórmulas) y transparentes. **La actual configuración del contenido del apartado 5.2.1. del documento sometido a informe no se corresponde con la exigencia del Real Decreto-ley de que el procedimiento sea público, transparente, competitivo y sin discriminación [artículo 4.4 d)].**

- (148) Es preciso que se coordinen las previsiones del apartado 4.1.1. (iii) y del 4.2 (iii) del documento sometido a informe, en relación a la obligación de estar al corriente de las obligaciones tributarias y con la Seguridad Social, que por una parte exigen que se presente el documento acreditativo y por otra una declaración responsable. Respecto a la acreditación de estar al corriente de obligaciones tributarias y con la Seguridad social, es preciso equiparar el tratamiento de candidatos nacionales y no nacionales, debiendo ambos (y no solo los primeros) presentar documentos justificativos (en su caso). Respecto de la redacción del apartado 4.2 (iii) correspondería aclarar a qué desarrollo reglamentario se refiere.
- (149) Acerca de las respuestas a las **consultas realizadas por los candidatos**, que el Procedimiento sometido a informe prevé que sean primero contestadas de forma individualizada a cada candidato y luego las respuestas publicadas anonimadamente cinco días antes de finalizar el plazo para presentar la ofertas, corresponde señalar que, al objeto de garantizar un procedimiento público, transparente, competitivo y sin discriminación de licitadores, se considera necesario que las respuestas sean facilitadas a todos los interesados de manera simultánea.

V.4 Requisitos para la presentación de ofertas y procedimiento de adjudicación

- (150) Con carácter general, respecto del procedimiento de adjudicación de los lotes, resulta preciso determinar la composición de las personas que realizarán la valoración de las ofertas, así como garantizar que todo el procedimiento de

adjudicación quedará perfectamente documentado por la LNFP. También cabe precisar mejor en qué se puede traducir esa “posibilidad de presentar una o varias ofertas” explicitada al principio de la “descripción de los contenidos audiovisuales objeto del procedimiento” (si se refiere a distintas opciones, plazos temporales, ofertas económicas...), para asegurar que los operadores cuentan con la información suficiente ex ante y que se selecciona la oferta económicamente más ventajosa.

- (151) Prevé la LNFP que “[...] *las Ofertas presentadas por los Candidatos son firmes, incondicionales e irrevocables, por lo que los Candidatos no podrán presentar Ofertas sujetas a condiciones*” (apartado 4). Supone esto cierta discrecionalidad por parte de la LNFP al reservarse el derecho a rechazar cualquier oferta que esté condicionada y o sujeta a cualquier condición, cuando el Real Decreto-ley 5/2015 solo establece que las ofertas de los licitadores “no podrán estar condicionadas a la adquisición de lotes o a la concurrencia de determinados eventos”.
- (152) Respecto a los **requisitos de solvencia económica**, ya se ha señalado *supra* que, frente a la previsión de la anterior convocatoria, en la que se establecía como requisito disponer de un volumen anual de negocios superior a entre 2 y 40 millones de euros, en función del Lote de que se tratara, en el borrador sometido a informe esa cifra se eleva a veinte millones de euros (20.000.000€) para todos los casos. No existe ninguna justificación para determinar ese importe requerido del volumen de negocio, cantidad que podría desincentivar las ofertas de operadores locales y/o pequeños. El importe exigido de volumen de negocios se podría adaptar a la relevancia cuantitativa de cada lote. Y se podría valorar la solvencia económica sobre un periodo más amplio, por ejemplo, exigiendo su cumplimiento solo para alguno de los últimos 3 años (y no necesariamente para el último). Se valora positivamente, en cambio, la no exigencia de aval bancario.
- (153) En relación con los **precios de reserva**, la CNMC viene sistemáticamente criticando los sistemas de precios de reserva **secretos** y no conocidos por los interesados. Esta CNMC es muy crítica con lo relativo a la fijación de los precios de reserva y la aplicación de los sistemas subsidiarios de adjudicación o no de los lotes en el caso de que no se alcancen, en la medida que el sistema diseñado por LNFP es excesivamente discrecional e introduce incertidumbre y excesivas distorsiones de la competencia en el procedimiento de adjudicación de los lotes.²²
- (154) Por eso, **la CNMC considera que debe formularse una redacción inequívoca por parte de LNFP de cara a que los operadores conozcan con precisión en qué casos se puede obviar el procedimiento de adjudicación.**
- (155) De cara a analizar las consecuencias de este modelo, la CNMC ha optado por situarse en el más extremo escenario derivado del borrador de Procedimiento sometido a informe, esto es, qué ocurre en caso de no alcanzarse el precio global de reserva y qué ocurre en caso de que cada lote individual no alcanza el precio

²² La CNMC ya tuvo ocasión de pronunciarse acerca de la configuración del precio de reserva llevada a cabo por LNFP en la convocatoria para la solicitud de ofertas para la explotación de los derechos audiovisuales de retransmisión de partidos de la primera y segunda división del campeonato nacional de Liga y Copa de S.M. el Rey de fútbol para las temporadas 2016/2017 a 2018/2019 (INF/DC/ 0002/15) así como para las temporadas 2019/2020 a 2021/2022 (INF/DC/055/18).

- de reserva (aunque se hubiera alcanzado el precio de reserva global) fijado unilateralmente por parte de LNFP.
- (156) Existen lotes en los que los derechos que conforman los contenidos de los mismos son concurrentes o potencialmente concurrentes, otros lotes en los que el producto ofertado puede ser distinto dependiendo de la opción del candidato y, además, una serie de derechos reservados a favor de la LNFP que pudieran tener incidencia en la valoración económica que los candidatos hagan de los derechos objeto de licitación.
 - (157) Esta situación genera, a juicio de la CNMC, un **problema claro de cuantificación del precio de reserva de cada uno de los lotes**, tanto desde la perspectiva de la entidad organizadora, como desde el punto de vista de los operadores interesados en esa adquisición.
 - (158) Una fijación errónea de los precios de reserva podría llevar a situaciones inequitativas entre operadores y tener unas consecuencias prácticas no deseables a la luz de la LDC, dadas las características del producto y la predecible posición de dominio que la LNFP tiene en el mercado español de comercialización de derechos audiovisuales de Liga.
 - (159) Adicionalmente, se debe tener en cuenta que el valor económico de todos los lotes está interrelacionado, por lo que cualquier modificación en la composición o alcance de los lotes, afecta al valor de todos los demás lotes.
 - (160) Por lo tanto, la implementación de los precios de reserva que propone LNFP, que puede conllevar escenarios en los que unos lotes se adjudican y otros no, generaría situaciones discriminatorias y claramente distorsionadoras de la competencia. En este sentido, la existencia de precios de reserva individuales erosionaría la efectividad del mecanismo de diversos lotes y opciones para fomentar una mayor competencia.
 - (161) El borrador de Procedimiento señala que es imprescindible, además de alcanzar el precio de reserva individual de un lote, que como requisito previo se alcance el precio global de reserva.
 - (162) Dada la gran dificultad para fijar precios individualizados para cada lote y las distorsiones que genera la adjudicación escalonada de los lotes, **la CNMC considera que lo más equitativo sería la fijación de un precio de reserva global, sin establecer precios de reserva individuales.**
 - (163) El segundo aspecto que debe resaltarse relacionado con el precio de reserva es el desconocimiento en cuanto a la fórmula que permita una cuantificación del mismo.
 - (164) LNFP prevé que la fijación de los precios de reserva global y del Lote se basan en criterios de mercado tales como en el monto económico que la comercialización de los derechos de Liga hubiera alcanzado en lotes similares comercializados por la entidad para temporadas anteriores, así como en los precios alcanzados por lotes similares en países en los que la importancia de la competición y la situación socioeconómica permiten su comparación con el mercado español.

- (165) La CNMC considera que los parámetros establecidos por LNFP de cara a fijar el precio de reserva *global*, son razonables, pero debe advertir que éstos deben ser adaptados a la realidad del mercado español, donde se cuenta con una estructura en el mercado de televisión de pago muy influenciada por la operación de concentración TELÉFONICA/DTS.
- (166) Por ello, **la CNMC considera que la fijación de los precios de reserva no puede ser tal que excluya a una parte significativa del mercado y deje al operador principal en una clara ventaja competitiva frente al resto de potenciales interesados.**
- (167) Además, si bien la estrategia de LNFP puede ser adecuada para la fijación de un precio global de reserva, no resulta ajustada para la fijación del precio de reserva por cada uno de los lotes. Además, no se aclara si se fijará un precio de reserva por temporada en función de la duración ofrecida por los candidatos (3, 4 o 5 años, sin perjuicio de lo que se señalará *infra* en relación a la duración superior a tres temporadas).
- (168) La fijación de precio de reserva individual en los términos expuestos por el documento de la LNFP (por cada lote) se enfrenta a dificultades por diversos factores. En primer lugar, por la acumulación de tecnologías de explotación para cada lote. En segundo lugar, por el desconocimiento de los precios alcanzados de forma desagregada a nivel internacional. En tercer lugar, por la reserva legal de determinados contenidos a los operadores de televisión en abierto. En cuarto lugar, por lo ya mencionado respecto de las distintas duraciones. La dificultad de valoración de los lotes puede generar incertidumbre sobre en qué medida la oferta va a superar el precio de reserva y dicha incertidumbre perjudica especialmente a los pequeños operadores y puede dar discrecionalidad a la LNFP en la adjudicación de lotes. De cara a evitar distorsiones, la CNMC reitera que **lo adecuado sería fijar únicamente un precio de reserva global y no individual.**
- (169) De esta forma se evitaría incurrir en una posible vulneración del artículo 4.4.d) del Real Decreto-ley 5/2015 en lo referente a la fijación de criterios objetivos en el proceso de adjudicación de derechos.
- **Procedimiento subsidiario de adjudicación de opciones y lotes**
- (170) En caso de que este precio de reserva global no se alcance para ninguna de las opciones, la adjudicación de los lotes se hará de acuerdo con las normas subsidiarias establecidas en el borrador de Procedimiento presentado a informe previo y reseñadas *supra*.
- (171) Esta situación también se produciría en caso de que alguna de las ofertas de los lotes de una Opción no alcanzara el precio individual de reserva, aun cuando se hubiera alcanzado el precio global de reserva para esa Opción.
- (172) Pues bien, **la CNMC considera que el procedimiento subsidiario de adjudicación que se recoge en el borrador de bases no reúne los requisitos exigidos por el artículo 4.4.d) del Real Decreto-ley 5/2015 y, además, de aplicarse, podría suponer un abuso de posición de dominio en el sentido del artículo 2 de la LDC.**

- (173) En caso de que ningún operador alcanzara el precio de reserva global, no resulta asumible que la LNFP pueda optar discrecionalmente por (i) adjudicar con aquel que hubiera presentado la mejor oferta o bien (ii) proceder a la comercialización de forma no exclusiva, priorizando la configuración de las Opciones B o B bis, con una duración de entre 3 y 5 temporadas.
- (174) Asimismo, tampoco resulta aceptable que, en caso de alcanzarse el precio de reserva global pero no el del lote o lotes, nuevamente la LNFP tenga la opción discrecional de (i) adjudicar el lote por debajo del precio de reserva (se entiende que al mejor postor) o alternativamente, en ausencia e acuerdo dentro del órgano de control, nuevamente optar discrecionalmente por (ii) celebrar una nueva ronda o (iii) comercializar el contenido del lote afectado de forma no exclusiva.
- (175) Esta situación, en caso de mantenerse en los términos actuales, podría vulnerar, a juicio de la CNMC, no sólo el artículo 4.4.d) del Real Decreto-ley 5/2015, sino que también podría entrar en conflicto con la normativa de defensa de la competencia, en la medida en que el artículo 2 de la LDC y el artículo 102 del TUE prohíben a los operadores con posición de dominio la discriminación entre operadores situando a unos operadores en ventaja competitiva frente a otros sin justificación objetiva suficiente.
- (176) En definitiva, la CNMC considera que los procedimientos subsidiarios que LNFP propone de cara a la adjudicación de los lotes objeto del borrador de bases cuando no se superen los precios de reserva, además de no reunir los criterios exigidos por el Real Decreto-ley 5/2015, pueden resultar distorsionadores de la competencia, debiéndose aclarar y especificar los criterios conforme a los cuales la LNFP puede optar por esas hasta tres alternativas indicadas en el borrador de Procedimiento.
- (177) Ya se ha anticipado que la CNMC considera que es distorsionador incluir un precio de reserva *individual* para cada uno de los lotes y que, en consecuencia, resulta mucho más acorde con el Real Decreto-ley 5/2015 y con la LDC el fijar un precio global de reserva que, en caso de alcanzarse supondría la adjudicación de todos los lotes ofertados al operador que hubiera obtenido mejor puntuación.
- (178) Una vez sentada esta premisa, procede analizar si existe la posibilidad de un procedimiento subsidiario de adjudicación cuando no se alcance el precio de reserva global o si, por el contrario, no debería producirse tal situación.
- (179) A juicio de la CNMC, lo lógico en estos casos sería comunicar el precio de reserva global a los oferentes y convocar un nuevo proceso de adjudicación, en el que se podrían mantener o modificar las características de los lotes ofertados.
- (180) Ahora bien, **si LNFP desea mantener mecanismos subsidiarios de adjudicación, debería eliminarse la discrecionalidad de esta a la hora de optar por unos u otros, siendo la solución menos restrictiva para la competencia la de su comercialización no exclusiva**, con las prevenciones

que la CNMC ya expuso en su informe de fecha 3 de julio de 2015 en el expediente INF/DC/0001/15²³.

- (181) En cuanto a la **evaluación de los requisitos técnico-profesionales** y de distribución (apartado 5.2.1), tal como se ha adelantado al valorar el apartado 4.1.3., no se precisan o concretan los requisitos exigibles ni se cuantifica la manera de calcular su valoración, mediante fórmula que garantice la no discriminación entre licitadores, como resulta necesario para un procedimiento transparente y no discriminatorio. A ello debe unirse que la valoración de la explotación previa conlleva una restricción injustificada a la participación de nuevos operadores en el mercado, limitando por ello la competencia en este proceso de comercialización. En su actual diseño, las previsiones de los apartados 4.1.3 y 5.2.1 en materia de asignación de hasta un 15% de valoración adicional a la oferta económica en función de unos requisitos técnico-profesionales insuficientemente definidos y justificados, no cumplen con lo previsto en el Real Decreto-ley 5/2015.
- (182) Respecto de las previsiones sobre **oferta “similar” a la mejor oferta** (las ofertas serán consideradas similares cuando el diferencial entre la mejor Oferta y las siguientes sea inferior al 10% de la mejor Oferta”, apartado 5.3), correspondería que la LNFP precise con mayor detalle los criterios para computar esa similitud, a los efectos de definir las “ofertas económicamente equivalentes” a las que se refiere el artículo 4.4. g) del Real Decreto-ley 5/2015.
- (183) En el apartado 5.6 del documento, relativo a la posibilidad de rescindir las adjudicaciones, se recomienda revisar la inclusión de referencias a “capacidad de obrar” o “nulidad de pleno derecho”, que resultan inapropiadas en un documento como el sometido a informe.
- (184) Respecto de la condición general de “Modificación [...] del Procedimiento”, en el sentido de que LNFP se reserva un derecho de modificación de las condiciones, en particular de la configuración de los Lotes y Opciones (apartado 6.1), ello no resulta compatible con los principios de publicidad y transparencia que deben regir el procedimiento de venta centralizada conforme a las previsiones del Real Decreto-ley 5/2015.
- (185) En cuanto a la cancelación, no se prevé que la LNFP en deba asumir los gastos de preparación de las ofertas por parte de los candidatos presentados, en ningún caso, lo cual no parece proporcionado.
- (186) En el apartado 6.3, sobre obligación de los adjudicatarios de explotación de los derechos salvo fuerza mayor, corresponde hacer las salvaguardas oportunas para el caso de sublicenciamiento.

²³ (196) Por ello, todo intento de LNFP de establecer un fijo muy elevado a repartir entre los distintos operadores de televisión de pago interesados en emitir Canal Liga TV podría ser distorsionador de la competencia y contraproducente para el desarrollo comercial de Canal Liga TV en España. (...)

(200) la CNMC entiende que LNFP debe asumir un riesgo razonable en relación con la comercialización no exclusiva de Canal Liga TV a clientes residenciales, por lo que el fijo a repartir entre los distintos operadores de televisión de pago interesados en emitir Canal Liga TV debería situarse en niveles razonables que permitan una compartición equilibrada de los riesgos comerciales y que tengan en cuenta los ingresos de LNFP por otras vías.”

- (187) Frente a lo señalado en el apartado 6.5 (c) del documento objeto de informe, el Real Decreto-ley 5/2015 no atribuye la explotación de datos estadísticos a LNFP, no estando por tanto amparada esa atribución.
- (188) Todavía en materia de obligaciones generales, el borrador de Procedimiento establece que:

“En el caso de que los Adjudicatarios resultasen ser, además, sociedades prestadoras de servicios de la sociedad de la información, incluyendo dentro de éstas a los proveedores de servicios Over The Top (OTT) de acuerdo con lo previsto en el Anexo de la Ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico, y en tanto que por causa de la futura adjudicación de los derechos audiovisuales resultarían estas mismas sociedades las legitimadas procesalmente hablando para el ejercicio, tanto de las acciones de cesación previstas por el artículo 139. 1 h), como de las medidas cautelares previstas en el artículo 141.6 de la LPI frente a los intermediarios y proveedores de la Sociedad de la Información, con el objeto de no impedir y garantizar a LaLiga el ejercicio efectivo y gratuito de dichas acciones de cesación y medidas cautelares, los Adjudicatarios, con independencia de encontrarse establecidos o no en el territorio, se comprometen, voluntaria, expresa y directamente, y sin necesidad de intervención judicial, a acordar el bloqueo inmediato de aquellos dominios, subdominios, direcciones IP y páginas web que, por vulnerar los derechos de propiedad intelectual y otros derechos afines, les sean notificados por LaLiga o por la entidad por ésta designada a través de cualquier medio de notificación que permita tener constancia de la recepción, quienes aportarán en prueba de ello soporte probatorio extraído y recopilado a través de cualquiera de los proveedores de confianza homologados por las autoridades españolas o europeas, junto con un informe técnico emitido por su departamento de antipiratería, tomando con ello conocimiento efectivo de carácter ilícito de la actuación de los dominios y subdominios que les resulten denunciados.”

- (189) Esta previsión supone una carga que no cabe imponer a algunos de los posibles interesados en el Procedimiento. Con independencia de que se puedan instar mecanismos de autoregulación voluntaria con los operadores involucrados en la lucha contra la piratería de este tipo de contenidos, no puede establecerse como deber en el marco de un proceso de licitación. Adicionalmente, se prevé de una forma insuficientemente precisa en cuanto a la extensión temporal y ámbito de tal bloqueo inmediato. No se justifica que los candidatos que sean sociedades prestadoras de servicios de la sociedad de la información deban soportar esta carga adicional, más allá de las autorizaciones judiciales para tales bloqueos adoptadas a través de los procedimientos administrativos (sección primera de la Comisión de Propiedad intelectual), penales y eventualmente civiles (medidas cautelares, acción de cesación) ya articulados por el ordenamiento vigente. La previsión resulta asimismo difícilmente compatible con el Reglamento 2015/2120 por el que se establecen medidas en relación con el acceso a una internet abierta y la obligación de los proveedores de servicios de acceso a internet de cumplir con *resoluciones judiciales o decisiones de autoridades públicas* que exijan el

bloqueo de contenidos ilícitos²⁴. Asimismo, no se entiende la referencia a los operadores OTT en este contexto.

- (190) También en materia **antipiratería**, las previsiones sobre la debida protección de los contenidos audiovisuales a través de un “sistema de protección de contenidos” (apartado 6.6.2) deben ser concretadas en sus requisitos mínimos, para seguridad jurídica de los candidatos y para evitar actuaciones discrecionales.
- (191) Análogamente, respecto de las obligaciones específicas en materia de **uso irregular** (esto es, explotación comercial por parte de suscriptores de servicios de televisión de pago residenciales), las medidas previstas en el apartado 6.6.3 deberían quedar limitadas a aquellas que requieran de la participación del licenciataria, y no incluir las que puedan ser desarrolladas por la propia LNFP, debido a que conllevan un grado de incertidumbre elevado respecto de su alcance material y su coste. En particular, la obligación de aportar y actualizar regularmente un repositorio unificado de establecimientos públicos con una suscripción de pago no residencial [apartado 6.6.3 (i)] resulta inaplicable en esta licitación, en la que no se ofertan contenidos para el ámbito no residencial. Asimismo, precisa aclaración la obligación de informar a LNFP periódicamente “sobre el proceso de regularización de los establecimientos públicos a una suscripción residencial” [apartado 6.6.3 (vi)].
- (192) La previsión relativa a que *“LaLiga resolverá el contrato con el Adjudicatario en aquellos supuestos en los que, después de haberse proporcionado un plazo razonable para su subsanación, el porcentaje de uso irregular imputable a dicho Adjudicatario supere el 5% de los abonados del Adjudicatario o de los distintos sublicenciatarios, en su caso.”* (apartado 6.6.3) debería ser matizada para limitarse a los casos en los que ese uso irregular sea efectivamente imputable al licenciataria, aclarando cuándo se trata de ese supuesto.
- (193) La condición de que *“Se comunicará la identidad de aquellos clientes respecto de los que se detecte un uso abusivo o fraudulento de la modalidad contractual acordada, a los efectos de evitar nuevas altas fraudulentas con ulteriores operadores con derechos”* [apartado 6.6.3 (iii)], merece ser revisada, al implicar un intercambio de información entre competidores relativa a clientes.

V.5. Sobre las temporadas ofertadas y la duración de los contratos de comercialización con los adjudicatarios

- (194) Ya se ha anticipado *supra* que el Procedimiento de solicitud de ofertas sometido a informe presenta como principal novedad, frente a bases anteriormente informadas, la duración de la comercialización conjunta que se propone, esto es, el número de temporadas ofertadas. Tal como prevé el apartado 2.1.2 del Procedimiento, “LaLiga ofrece a los Candidatos la posibilidad de presentar

²⁴ Reglamento (UE) 2015/2120 del Parlamento Europeo y del Consejo de 25 de noviembre de 2015 por el que se establecen medidas en relación con el acceso a una internet abierta y se modifica la Directiva 2002/22/CE relativa al servicio universal y los derechos de los usuarios en relación con las redes y los servicios de comunicaciones electrónicas y el Reglamento (UE) n o 531/2012 relativo a la itinerancia en las redes públicas de comunicaciones móviles en la Unión

Ofertas por un plazo de tres (3), cuatro (4) y/o cinco (5) temporadas, a partir de la temporada 2022/2023.”

- (195) Anteriormente, la LNFP formuló condiciones para la comercialización centralizada de los derechos audiovisuales del campeonato nacional de fútbol en las temporadas 2016/2017, 2017/2018 y 2018/2019 (INF/DC/0002/15) y temporadas 2019/2020, 2020/2021 y 2021/2022 (INF/DC/055/18). Siendo consciente LNFP de la relevancia de este cambio, adjunta, como ya se ha anticipado, dos informes jurídicos y un informe económico específicamente encaminados a defender la compatibilidad con la normativa de competencia europea de la propuesta periodicidad en la venta centralizada de estos derechos²⁵ y cuyos argumentos se han reseñado *supra*.
- (196) La CNMC no comparte el criterio de la LNFP sobre la compatibilidad de la duración superior a tres años con las normas de competencia de la UE, por las razones que se indican a continuación.
- (197) La alegada necesidad de incrementar la duración del contrato en función de las exigencias del período de recuperación de las inversiones directamente relacionadas con el contrato, tal como señalan el documento de observaciones que acompaña a la solicitud y los informes jurídicos y económico que se adjuntan, debe ponderarse en un doble sentido.
- (198) En primer lugar, dada la necesidad de matizar las consideraciones relativas a la dimensión real de tales inversiones, especialmente a la vista de que el Procedimiento sometido a informe prevé que la producción audiovisual la impone y costea la propia LNFP. La única inversión que puede ser relevante es la publicitaria de cada adjudicatario al inicio de cada temporada para captar clientes²⁶, y es por definición muy concentrada en el tiempo.
- (199) Tampoco el argumento de la rentabilidad y el objetivo de incrementar la demanda sobre estos derechos parece compadecerse bien con que, frente a la previsión de la anterior convocatoria, en la que se establecía como requisito disponer de un volumen anual de negocios superior a entre 2 y 40 millones de euros en función del Lote de que se tratara²⁷, en el borrador sometido a informe esa cifra se eleva para todos los casos a veinte millones de euros (20.000.000€).
- (200) En segundo lugar, las duraciones propuestas no se compadecen con la necesidad de someter periódicamente a libre concurrencia tales contratos, como se argumentará posteriormente. Los principios de publicidad, concurrencia,

²⁵ Cabe matizar que, si bien ambos informes jurídicos encargados por LNFP consideran compatible con la normativa comunitaria de competencia una duración superior a los tres años, solo uno de ellos se refiere específicamente a una duración de cinco años, mientras que el otro se cuida de incluir una indicación expresa de la compatibilidad con tal duración poniendo como ejemplo dentro del ámbito de la UE el caso alemán en el que la duración máxima sería de cuatro años

²⁶ Respecto de la publicidad genérica de la competición, LNFP se compromete a implementar una campaña de promoción de las Competiciones en medios tradicionales y digitales a nivel nacional con el objeto de darles una mayor visibilidad y relevancia mediante una inversión de hasta un máximo de 10 millones de euros por temporada (epígrafe 3.2 del Procedimiento).

²⁷ BASES PARA LA SOLICITUD DE OFERTAS PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE LOS DERECHOS DE EXPLOTACIÓN DE CONTENIDOS AUDIOVISUALES DEL CAMPEONATO NACIONAL DE LIGA DE PRIMERA Y SEGUNDA DIVISIÓN Y DE LA COPA DE S.M. EL REY PARA LAS TEMPORADAS 2019/2020 A 2021/2022 e INF/DC/55/18.

transparencia, igualdad y no discriminación que deben regir estas licitaciones se verían afectados en el componente de concurrencia en el supuesto de elevar la duración a cuatro o cinco temporadas.

- (201) Tampoco comparte esta CNMC la consideración de LNFP de que el descenso del número de empresas adquirentes de los derechos se conecte directamente con una alegada imposibilidad de rentabilizar los derechos adquiridos bajo la duración del ciclo de comercialización de tres años. La CNMC considera que el factor más relevante para promover la concurrencia es la existencia de más lotes, y en tal medida de lotes más pequeños y de lotes de distinto tamaño y con reparto más equilibrado de los partidos, de forma que pueda favorecer la concurrencia de más licitadores. En tal sentido se valora como un primer avance la fórmula de lotes que propone el documento sometido a informe, en particular aquellas modalidades que ofrecen tres jornadas de la competición. Igualmente resultan factores de promoción de la concurrencia la eliminación de los precios de reserva, tratada en extenso *supra*, y la potenciación de una mayor transparencia en el procedimiento.
- (202) La Comisión Europea ha aceptado la venta conjunta de derechos deportivos audiovisuales por parte de las asociaciones de fútbol en nombre de los clubes de fútbol (a diferencia de la venta de estos derechos por parte de los propios clubes), en aplicación del actual artículo 101.3 del TFUE siempre que se cumplan determinadas estrictas condiciones, precisamente para paliar el riesgo de efectos de exclusión del mercado en los mercados aguas abajo como resultado de la exclusividad y la agrupación de los derechos. Estas condiciones incluyen, entre otras: la venta de los derechos deportivos audiovisuales mediante procedimientos de licitación abiertos y transparentes; una limitación de la duración de los derechos (como regla no superior a tres años); y la división de los derechos en diferentes paquetes para permitir que varios competidores adquieran derechos.
- (203) Los antecedentes comunitarios fundamentales en esta materia de duración máxima de los contratos de venta conjunta siguen siendo los asuntos UEFA, Bundesliga y Premier League.
- (204) Así, la Decisión de la Comisión de 23 de julio de 2003— Venta conjunta de los derechos comerciales de la Liga de Campeones de la UEFA, asunto COMP/C.2-37.398, establece:
- “(200) De conformidad con el apartado 1 del artículo 8 del Reglamento no 17, la Decisión de aplicación del apartado 3 del artículo 81 del Tratado y del apartado 3 del artículo 53 del Acuerdo EEE será otorgada para un período de tiempo determinados. El acuerdo de venta conjunta notificado se aplica por ciclos de períodos contractuales cuya vigencia es de tres años.”*
- (205) Por su parte, la Decisión de la Comisión de 19 de enero de 2005 Asunto COMP/C-2/37.214 — Venta conjunta de los derechos mediáticos del campeonato de fútbol alemán Bundesliga) indica: *“The league rights are offered in several packages in a transparent, non-discriminatory procedure. The duration of the agreements concluded with both the agents and the sublicense holders will not exceed three seasons [...] Those responsible for the sale of exploitation rights*

and forms shall ensure that exploitation contracts do not last for more than a maximum of three seasons”.

- (206) Finalmente, la Decisión de la Comisión de 22 de marzo de 2006 relativa a un procedimiento de conformidad con el artículo 81 del Tratado CE (Asunto COMP/38.173 - Venta conjunta de los derechos de difusión de la FA Premier League) indica: “(32) *the duration of the agreements would not exceed three years”.*
- (207) Los precedentes de la autoridad española están alineados con ese límite de tres temporadas.
- (208) Así, la resolución del Consejo de la CNC de 14 de abril de 2010 (S/006/07 –AVS, MEDIAPRO, Sogecable y clubs de fútbol de 1ª y 2ª división indicaba, todavía en el contexto de la venta no centralizada:

“[...] porque fundamentalmente desincentivan la entrada de terceros competidores, en el marco de la operación de concentración C-74/02, el ACM 2002 impuso a Sogecable el no ejercicio temporal de los derechos de tanteo, retracto y opciones de compra que controlase, así como que los contratos de adquisición que firmase no podían tener una duración superior a tres años “incluyendo cualquier mecanismo de prórroga, opción o derecho de tanteo y retracto”. [...] En consecuencia, el Consejo considera que en aplicación de los artículo 101.3 TFUE y 1.3 LDC no existe justificación para proceder a la adquisición en exclusiva de derechos por cuatro o más temporadas completas, ni tampoco para que los clubes excluyan por cuatro o más temporadas completas sus derechos del mercado al firmar acuerdos escalonados con uno o varios operadores, puesto que estas redes de acuerdos paralelos junto con el efecto de red existente en este mercado generan un efecto exclusión de potenciales compradores, limitan de forma sustancial la competencia futura entre los distintos operadores adquirentes de derechos audiovisuales de Liga y Copa de S.M. el Rey (excepto la final) de clubes de fútbol, e imponen restricciones que no son imprescindibles para gestionar y explotar de forma eficiente estos derechos. [...] Así mismo, conforme a lo establecido en este fundamento y en los fundamentos de derecho precedentes (en particular, en el undécimo), las cláusulas de los contratos de cesión en exclusiva de derechos audiovisuales de fútbol analizados en este expediente, que otorgan al operador cesionario derechos de adquisición preferente, prórrogas automáticas o cualquier otro derecho que permita prolongar la exclusión del mercado de los derechos cedidos por más de tres temporadas completas son acuerdos restrictivos de la competencia contrarios a los artículos 1.1 LDC y 101.1 TFUE.”

- (209) Igualmente, en el preceptivo informe de la CNMC al proyecto del que luego sería el Real Decreto-ley 5/2015 (IPN/CNMC/0001/14), la CNMC señaló:

“Cabe recordar que en los expedientes abiertos por las autoridades de competencia comunitarias [cita del asunto UEFA] y nacionales [cita del expte. S/0006/07], en línea también con la mayoría de experiencias internacionales, se ha establecido el tope de 3 años para los contratos de explotación y comercialización de derechos audiovisuales. La CNMC recomienda la adecuación a dicha prescripción o reducir adicionalmente el plazo, teniendo

precisamente en cuenta la necesidad de incorporar los pronunciamientos previos emitidos por las autoridades de competencia europeas”.

- (210) En el informe de la CNMC relativo a las condiciones para la comercialización centralizada por la LNFP de los derechos del Campeonato Nacional de Fútbol en las temporadas 2016 a 2019, se indicaba expresamente:

“El borrador de bases cumple con lo dispuesto en el artículo 4.4.f) del Real Decreto-ley 5/2015, en la medida en que únicamente abarca tres temporadas: 2016/2017 a 2018/2019.”

- (211) Los informes sucesivos han mantenido ese mismo criterio.

- (212) El INF/DC/047/19, relativo a la comercialización de estos derechos fuera del EEE, se indicaba:

“[...] respecto a la duración de los contratos: se recomienda replantearse la propuesta de 5 años. 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 resultaran 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.”

- (213) Hay que aclarar que, frente a lo señalado en uno de los informes jurídicos aportados por la LNFP de que la actual redacción del Real Decreto-ley 5/2015 (la duración de los contratos de comercialización se supeditaría a las normas de competencia de la Unión Europea) *“denotaría una clara voluntad de desentenderse del posicionamiento previo de nuestras autoridades nacionales de competencia”*, lo cierto es que la casuística de la autoridad española constituye también un precedente del ámbito UE.

- (214) Un eventual cambio de criterio sobre la duración máxima de tres años, no solo no se ha dado hasta la fecha por las autoridades comunitaria ni española de la competencia, sino que bien podría producirse en el sentido de *reducir* la duración considerada respetuosa de las normas de competencia por debajo de los tres años.

- (215) Asimismo, si bien se prevé en el borrador de Procedimiento la posibilidad de establecer sublicencias a terceros operadores interesados en estos contenidos audiovisuales, y pese a que los acuerdos de sublicencias pueden en ciertos casos ayudar a remediar problemas de competencia, debe subrayarse que éste no es un argumento de peso en favor de una duración superior a tres años, dado que son preferibles las relaciones contractuales directas entre los titulares originales de los derechos en lugar de relaciones contractuales entre competidores. Además, conviene subrayar que la LNFP en su formulación sobre la posibilidad de sublicencia, no ofrece seguridad alguna a los adjudicatarios y

- eventuales sublicenciarios, al someter la sublicencia de la explotación de los lotes a la autorización previa y expresa de la LNFP, sin indicar los criterios a los que se somete tal autorización, como se ha expuesto *supra*, quedando a la completa discrecionalidad de la LNFP.
- (216) En relación a los argumentos vinculados a la situación de crisis del sector por la pandemia de COVID-19, esta situación ya no es la de 2020 y se han reanudado los partidos, incrementándose progresivamente el porcentaje de aforo permitido en los estadios. Como es sabido, tras las etapas de confinamiento y desescalada durante el año 2020, la tendencia y el objetivo perseguido por el sector afectado y las administraciones públicas involucradas ha sido la vuelta de las competiciones para la temporada 2020-2021 con presencia controlada y gradual de público.
- (217) Tras ser sometido a informe el borrador de Procedimiento, se ha hecho público que el Consejo Interterritorial del Sistema Nacional de Salud ha aprobado El día 29 de septiembre que las competiciones al aire libre, incluida la Liga de Fútbol puedan albergar el 100% de su capacidad en exteriores y un 80% en interiores.²⁸
- (218) Si bien es indudable la crisis que la pandemia ha generado en el canal hostelero, esta situación se reconduce una vez se reanudan las competiciones y las CC.AA. modifican a la baja las restricciones de los aforos en los establecimientos públicos del canal HORECA. Adicionalmente, los derechos ofertados en el presente borrador de Procedimiento no comprenden el canal HORECA, que expresamente se señala que se ofertará posteriormente.
- (219) La CNMC entiende que el diseño de temporadas de la propuesta de Procedimiento, añadiendo las opciones de cuatro y cinco temporadas, no resulta indispensable tampoco para garantizar la solidaridad entre los clubes ni para contribuir a financiar y dotar de estabilidad al deporte federado, olímpico y paralímpico, como preveía el Real Decreto-ley 15/2020, dado que la parálisis de toda actividad deportiva profesional no se produce ya actualmente.
- (220) Respecto del el precedente británico, que señalan ambos informes jurídicos (pese a no poderse citar como precedente comunitario), en el que el Gobierno de Reino Unido permite la renovación por tres años, sin nueva licitación, de los contratos audiovisuales de retransmisión de la Premier League, hay que subrayar que la extensión de esos contratos se prolonga desde el momento de adopción de la decisión en 2021 hasta 2024, mientras que la propuesta que se informa permitiría la extensión de los contratos *hasta cinco temporadas a partir de la temporada 2022-2023*, lo que supone un período de tiempo claramente desproporcionado a esa presunta conexión con los efectos derivados de la crisis económica generada por la COVID 19. Asimismo, en el caso inglés no se trata de un cambio de criterio para ser aplicado a futuro en cualquier licitación ulterior, sino una excepción para este concreto supuesto.

²⁸ Nota de prensa en [https://www.lamoncloa.gob.es/serviciosdeprensa/notasprensa/sanidad14/Paginas/2021/290921-cisns_aforos.aspx#:~:text=y%20eventos%20deportivos,-,El%20Consejo%20Interterritorial%20del%20Sistema%20Nacional%20de%20Salud%20\(CISNS\)%20ha,as%C3%AD%20como%20de%20otros%20eventos](https://www.lamoncloa.gob.es/serviciosdeprensa/notasprensa/sanidad14/Paginas/2021/290921-cisns_aforos.aspx#:~:text=y%20eventos%20deportivos,-,El%20Consejo%20Interterritorial%20del%20Sistema%20Nacional%20de%20Salud%20(CISNS)%20ha,as%C3%AD%20como%20de%20otros%20eventos)

(221) Como también señala uno de los informes jurídicos aportados por la LNFP, la duración superior a tres años sólo resultaría aplicable a otros operadores distintos del adjudicatario de los principales lotes en la actualidad (esto es, TELEFÓNICA), dadas las obligaciones de TELEFÓNICA derivadas de los compromisos establecidos en la Resolución del Consejo de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (“CNMC”) de 22 de abril de 2015. Como es sabido, la Resolución de la CNMC de 22 de abril de 2015 (C/0612/14 TELEFÓNICA/DTS) establece:

“2.4 Adquisición de derechos de emisión en España de contenidos audiovisuales deportivos de terceros

Los contratos de adquisición en exclusiva de derechos de emisión en España de contenidos audiovisuales deportivos de terceros suscritos por la entidad resultante para su emisión en cualquier modalidad (Lineal, SVOD o TVOD) no podrán permitir la explotación de los contenidos audiovisuales deportivos adquiridos más allá del plazo máximo de tres (3) años a contar desde la firma del contrato.”

[...] Los compromisos tendrán una vigencia de cinco (5) años desde que la resolución en segunda fase del expediente C/0612/14 sea firme en vía administrativa”

(222) Por resolución de la CNMC de 9 de julio de 2020 (VC/0612/14 TELEFÓNICA/DTS) el Pleno del Consejo de la CNMC resolvió prorrogar por un periodo adicional de tres años los compromisos a los que se subordinó la autorización de la operación de concentración C/0612/14, con salvedades que no afectan al precitado compromiso 2.4.

(223) Todo ello debe valorarse respecto del riesgo de tratamiento inequitativo injustificado entre los distintos candidatos de los lotes y el obligado principio de no discriminación que debe regir estos procesos de venta centralizada (artículo 4.4.d) del Real Decreto-ley 5/2015)²⁹, en la medida en que se estaría excluyendo a uno de los potenciales y principales licitadores de dos de las opciones que se plantean (ofertas por cuatro y/o cinco temporadas).

(224) En relación al argumento que descansa en la previsión por el Real Decreto-ley 5/2015 de un mecanismo de delimitación a la exclusividad pura de los contratos, cabe señalar que tal mecanismo se consideró necesario incluso cuando la duración se limitaba expresamente a tres años, con lo que no corresponde traerlo a colación como salvaguarda del previsto incremento de duración.

(225) En conclusión, **esta CNMC considera que el contraste entre la propuesta y la normativa del Real Decreto-ley 5/2015 obliga a eliminar del documento sometido a informe la posibilidad de presentar ofertas por un plazo de cuatro y/o cinco temporadas.** Las supuestas eficiencias que argumenta la LNFP para ese incremento de la duración de los contratos son argumentos válidos para justificar la propia comercialización centralizada, pero no para avalar un incremento de la duración de los contratos contrario a la normativa de

²⁹ La adjudicación de los derechos debe realizarse mediante un procedimiento público, transparente, competitivo y sin discriminación de licitadores,

competencia de la UE. Por tanto, ni el contexto jurídico ni económico justifican la consideración de plazos de duración de los contratos superiores a las 3 temporadas.

- (226) Se reitera que el objeto de este informe no se trata de una evaluación bajo Derecho de la competencia de los eventuales efectos verticales de la duración de los contratos audiovisuales a negociar, sino un contraste entre la propuesta y la normativa del Real Decreto-ley 5/2015.
- (227) Adicionalmente, respecto vigencia de los contratos que eventualmente pudiera firmar la LNFP con los operadores adjudicatarios, procede hacer referencia a los pronunciamientos que los Tribunales de Justicia, la CNMC y sus organismos predecesores han realizado en relación a lo que debe entenderse por temporada a efectos de aplicar este concepto a la adquisición de derechos audiovisuales de las competiciones futbolísticas de Liga³⁰.

VI. CONCLUSIÓN

Vistos los documentos de bases para la comercialización de los derechos de explotación de contenidos audiovisuales en España del Campeonato Nacional de Liga en España (Primera División) a partir de la temporada 2022/2023, presentados por la LNFP para la emisión de Informe previo, la CNMC concluye que **no cumplen con los requisitos establecidos en el Real Decreto-ley 5/2015 en determinados aspectos.**

Con el fin de adecuar las propuestas de comercialización sometidas a informe a la norma y a los principios de competencia, la LNFP debería:

- Eliminar la posibilidad de presentar ofertas por un plazo de cuatro y/o cinco temporadas.
- Detallar de forma precisa los requisitos técnico-profesionales y de distribución, que permiten obtener una valoración adicional de hasta el 15% sobre la oferta económica, y cuantificar la forma de calcular su valoración mediante una fórmula que garantice la no discriminación entre licitadores.
- Revisar la limitación de todos los lotes a su explotación por operadores de televisión de pago.
- Limitar las facultades que se arroga a las que le han sido otorgadas de “la comercialización conjunta de los derechos audiovisuales incluidos en el ámbito de este real decreto-ley”.
- Eliminar la mención a la titularidad de derechos que no tiene reconocidos.
- No incluir oportunidades y obligaciones comerciales relativas a la publicidad que no se encuentran amparadas por la norma jurídica de aplicación y que resultan injustificadas y contrarias al principio de libertad de empresa.

³⁰ Véanse en este sentido la Resolución del Consejo de la CNC de 14 de abril de 2010 en el expediente S/0006/07 (<https://www.cnmc.es/expedientes/s000607>), así como los diversos pronunciamientos adoptados por la CNC y CNMC en el marco de la vigilancia de la citada Resolución (<https://www.cnmc.es/expedientes/vs000607>), así como el [INF/DC/0002/15](https://www.cnmc.es/expedientes/inf/DC/0002/15).

- No incluir las reservas de derechos, derechos no exclusivos, derechos incluidos, derechos reservados, otros derechos, etc., que no se justifican conforme a las previsiones del Real Decreto-Ley 5/2015.
- Reformar aquellos aspectos señalados en el informe contrarios a los principios de publicidad, transparencia, competitividad y no discriminación en el proceso de adjudicación de los derechos.
- Revisar la exposición sobre el contenido de los Lotes a la vista de las observaciones incluidas en este informe.

Se reitera que esta 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.