

**INFORME SOBRE LA PROPUESTA DE LA LIGA NACIONAL DE FUTBOL
PROFESIONAL PARA LA COMERCIALIZACIÓN INTERNACIONAL DE LOS
DERECHOS DE EXPLOTACIÓN DE CONTENIDOS DEL CAMPEONATO
NACIONAL DE LIGA EN CIERTOS TERRITORIOS FUERA DEL ESPACIO
ECONÓMICO EUROPEO**

ÍNDICE

I. ANTECEDENTES	3
II. MARCO NORMATIVO	3
III. CONTENIDO DE LA PROPUESTA OBJETO DE INFORME PREVIO	7
III.1 INTRODUCCIÓN.....	7
III.2. DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS AUDIOVISUALES OFERTADOS.	8
IV. VALORACIÓN DEL DOCUMENTO DE CONDICIONES DE COMERCIALIZACIÓN INTERNACIONAL DE LOS DERECHOS DE EXPLOTACIÓN DE CONTENIDOS DEL CAMPEONATO NACIONAL DE LIGA EN CIERTOS TERRITORIOS FUERA DEL ESPACIO ECONÓMICO EUROPEO.....	12
V. CONCLUSIÓN	16

INFORME SOBRE LA PROPUESTA DE LA LIGA NACIONAL DE FUTBOL PROFESIONAL PARA LA COMERCIALIZACIÓN INTERNACIONAL DE LOS DERECHOS DE EXPLOTACIÓN DE CONTENIDOS DEL CAMPEONATO NACIONAL DE LIGA EN CIERTOS TERRITORIOS FUERA DEL ESPACIO ECONÓMICO EUROPEO

INF/DC/120/21 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 23 de septiembre de 2021, de elaboración del informe previo a la comercialización de los derechos de explotación de contenidos audiovisuales en ciertos países fuera del Espacio Económico Europeo ("EEE"), del Campeonato Nacional de Liga, en virtud de lo establecido en el artículo 4.5 del Real Decreto-ley 5/2015, de 30 de abril, de medidas urgentes en relación a la comercialización de los derechos de explotación de contenidos audiovisuales de las competiciones de fútbol profesional, 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 23 de octubre 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 ciertos territorios, todos ellos fuera del Espacio Económico Europeo (EEE) del Campeonato Nacional de Liga a partir, al menos, de la temporada 2022/2023, por una duración de tres, cuatro, cinco u ocho temporadas, según las ofertas que realicen los operadores interesados. Este informe se solicita en virtud de lo establecido en el artículo 4, apartado 5 del Real Decreto-ley 5/2015, de 30 de abril, de medidas urgentes en relación a la comercialización de los derechos de explotación de contenidos audiovisuales de las competiciones de fútbol profesional (en adelante, Real Decreto-ley 5/2015)¹.
- (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 **“COMERCIALIZACIÓN INTERNACIONAL DE LOS DERECHOS DE EXPLOTACIÓN DE CONTENIDOS AUDIOVISUALES DEL CAMPEONATO NACIONAL DE LIGA EN PAÍSES FUERA DEL ESPACIO ECONÓMICO EUROPEO”** (anexo 3), un escrito con observaciones (anexo 2).
- (3) La 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

¹ 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.

femeninas, organizadas por la Real Federación Española de Fútbol²; 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 1.1³:

“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.*

² Se subraya la modificación por el apartado 1 por la disposición final 5.1 del Real Decreto-ley 15/2020.

³ 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 y⁴ 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. [...]”⁵*
- 3. [...]*
- 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.*
- 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*

⁴ 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.

⁵ Como se indica *infra*, las condiciones de comercialización objeto de este informe afectan a países fuera del EEE por lo que es de aplicación el Real Decreto-ley 5/2015 a excepción de sus artículos 4.2, 4.3 primer párrafo y 4.4.

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 23 de septiembre de 2021, la LNFP solicita el informe previo al que alude el artículo 4.5 del Real Decreto-ley 5/2015 para la comercialización de los derechos de emisión en ciertos países fuera del Espacio Económico Europeo ("EEE"), 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, "Condiciones de Comercialización".
- (16) El documento se estructura en:
- una introducción
 - 3 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) condiciones generales;
 - Un anexo 1, sobre programas soporte y señales adicionales.
 - Un anexo 2 sobre Clips pre-partido, durante el partido, post-partido, clips del día del partido, clips de la jornada y clips adicionales.
- (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.

III.1 INTRODUCCIÓN

- (18) El documento en su introducción indica que hace públicas las principales condiciones de comercialización de los derechos audiovisuales que menciona a continuación, en ciertos países fuera del EEE, países que se encuentran en Oriente Medio⁶, Asia⁷, Eurasia⁸, México y Centroamérica⁹ y Oceanía¹⁰. El documento se pondrá a disposición de los interesados, en español e inglés, en la página web de la LNFP
- (19) Señalan las Condiciones de Comercialización que Mediaproducción, S.L.U. será la entidad encargada de promover la comercialización de los contenidos audiovisuales fuera de España.

⁶ Turquía. A partir de la temporada 2022/23.

⁷ Vietnam, Corea, Hong Kong, Myanmar, Mongolia y Japón, todos a partir de la temporada 2023/24, salvo Myanmar, a partir de la temporada 2022/2023.

⁸ Afganistán, Armenia, Azerbaiyán, Bielorrusia, Georgia, Kazajstán, Kirguistán, Moldavia, Tayikistán, Turkmenistán, Ucrania y Uzbekistán, a partir de la temporada 2023/2024.

⁹ Belice, Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, México, Nicaragua, Panamá y República Dominicana, a partir de la temporada 2024/2025.

¹⁰ Islas del Pacífico (Fiji, Vanuatu, Islas Salomón, Islas Cook, Tonga, Samoa, Niue), a partir de la temporada 2022/2023.

- (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) Los derechos de explotación objeto de comercialización comprenden todos los partidos del Campeonato Nacional de Liga de primera y segunda división, determinados “programas soporte” y “señales adicionales” que complementan los partidos, así como extractos limitados de los mismos (clips).
- (22) Concretamente, el **objeto del procedimiento de licitación** son los derechos de explotación y difusión de los siguientes partidos celebrados por los Clubes/SADs que participan en el Campeonato Nacional de Liga, de Primera División y Segunda División, así como los partidos de ascenso a Primera División (*play-offs*):

(i) Campeonato Nacional de Liga de Primera División

Se identifica, a efectos informativos, el número de partidos y jornadas que conforman, por regla general, la Primera División.

Actualmente se disputan trescientos ochenta (380) partidos entre los veinte (20) Clubes/SADs integrantes de esta División, durante las treinta y ocho (38) jornadas en las que se divide cada temporada.

De esta manera, durante cada jornada, hoy en día se disputan diez (10) partidos repartidos de viernes a lunes, en los horarios descritos en el apartado 2.6, aunque algunas jornadas podrán tener lugar, ocasionalmente, entre semana.

(ii) Play-offs

Los seis (6) partidos correspondientes a la fase de ascenso de Segunda División a Primera División que se disputan, a día de hoy, tras finalizar las cuarenta y dos (42) jornadas de la temporada del Campeonato Nacional de Liga de Segunda División.

(iii) Campeonato Nacional de Liga de Segunda División

Se identifica, a efectos informativos, el número de partidos y jornadas que conforman, por regla general, la Segunda División.

Actualmente se disputan cuatrocientos sesenta y dos (462) partidos entre los veintidós (22) Clubes/SADs integrantes de esta División, durante las cuarenta y dos (42) jornadas en las que se divide cada temporada.

Durante cada jornada, se disputan once (11) partidos, repartidos de viernes a lunes, en los horarios descritos en el apartado [2.6], aunque algunas jornadas podrán tener lugar, ocasionalmente, entre semana.

- (23) Adicionalmente las Condiciones de Comercialización objeto de informe permiten a los operadores interesados emitir “Programas Soporte” y optar por la difusión de “Clips”.

- (24) Al contrario de lo que sucede con las condiciones de comercialización para el ámbito nacional, en este caso se prevé que los contenidos audiovisuales objeto de licitación podrán ser emitidos a través de TV en abierto y/o de pago.
- (25) Los contenidos audiovisuales se comercializan en régimen de exclusividad para cada uno de los territorios.
- (26) Respecto del **plazo de comercialización de los derechos**, varía dependiendo del territorio en cuestión, oscilando entre tres, cuatro o cinco temporadas, dependiendo de las ofertas que presenten los operadores interesados. La excepción la constituyen México y Centroamérica, para las que la comercialización se realiza por un plazo de hasta ocho temporadas. En el documento de observaciones que se adjunta a la solicitud de informe, la LNFP formula una serie de argumentos en favor de la duración superior a tres años de los derechos ofertados: (i) la fuerte competencia a la que está sometida la LNFP en los mercados internacionales; (ii) el largo período de recuperación de su inversión que requieren los operadores eventualmente interesados en estos contenidos audiovisuales, especialmente los de menor tamaño; (iii) la generalización en México y Centroamérica de contratos de comercialización de derechos televisivos deportivos con una duración prolongada, por lo que la LNFP necesita adaptar la duración de sus contratos para no estar en desventaja competitiva; (iv) en el caso de México se suelen negociar contratos de comercialización de contenidos audiovisuales muy extensos¹¹. Las temporadas ofertadas se inician, dependiendo de los territorios, para el período 2022/23 o 2023/24.
- (27) Si bien las Condiciones de comercialización contienen un **calendario** indicativo (días de la semana y horarios) de jornadas para Primera y Segunda División y para los play-offs de ascenso a Primera (apartado 2.6), se precisa que la LNFP comunicará los partidos que serán disputados durante cada jornada de tras el sorteo del calendario oficial, antes del inicio de cada temporada y que la LNFP se reservará el derecho a modificar las fechas y horarios de los partidos.
- (28) La LNFP señala en una relación no taxativa, **los derechos que no forman parte de la licitación**:
- i) Autorizar el acceso para su puesta a disposición a través de Internet en “*streaming*” a los efectos de realizar apuestas.
 - ii) Explotar la difusión a través de radio.
 - iii) Uso comercial de estadísticas, gráficos u otro contenido similar.
 - iv) Difundir la señal en lugares públicos, sin perjuicio del derecho cedido para la difusión por el adjudicatario en restaurantes, hospitales, escuelas, etc.
 - v) Difundir en plataformas digitales, entendidas como sitios web de videos compartidos (YouTube, Vimeo, etc.) si bien La Liga no explotará ni cederá

¹¹ El documento cita como ejemplos, la NBA (baloncesto), con contratos por duración de 9 temporadas⁴; el fútbol americano (NFL), con contratos por duración de 10 temporadas; el béisbol (MLB), con contratos por duración de 7 temporadas y la liga de fútbol mexicana, que se habría comercializado por 5 años.

a terceros los derechos de difusión en directo de los partidos.

vi) Difusión de los Clips a través de Internet, salvo que se adquieran los Chips.

vii) Autorizar la licencia y uso de coleccionables digitales con tecnología blockchain para su compra a través de sitios Web, móvil o plataformas digitales que puedan incluir, entre otros, una secuencia de imágenes destacables de un partido.

(29) En relación a los **derechos reservados a la LNFP y a los Clubes/SADs** que la integran, se señala que podrán hacer uso de “ciertas imágenes” de los partidos del Campeonato Nacional de Liga en las siguientes condiciones:

i) Canales oficiales de los Clubs: podrán utilizar (i) la emisión en diferido del encuentro disputado en su estadio a partir de la finalización de la jornada deportiva; (ii) las imágenes de su partido de cada jornada, con una duración máxima de noventa segundos (90”), una vez terminado el partido; y (iii), adicionalmente, imágenes de su encuentro, de un máximo de noventa segundos (90”), con un total de hasta tres minutos (3’) a partir de la finalización del último partido de ese día de la jornada.

ii) Webs, apps y museos oficiales de los Clubs: podrán utilizar las imágenes de su partido de cada jornada con una duración de hasta tres minutos (3’) en total, a partir de la finalización del último de los partidos del día de la jornada en que se dispute su partido.

iii) Cuentas oficiales de los Clubs en redes sociales: podrán utilizar las imágenes de su partido de cada jornada en redes sociales con una duración de hasta noventa segundos (90”), a partir del martes a las 10:00 horas (CET) para las jornadas de fin de semana y a partir del viernes a las 10:00 horas (CET) para las jornadas entre semana. El uso de dichas imágenes estará limitado a la promoción del Campeonato Nacional de Liga, de los partidos del Club, a incentivar la asistencia a los estadios y la visualización a través de los canales de televisión que emitan los partidos.

iv) “News Access”: La difusión de extractos para su cesión a operadores de televisión y/o agencias de noticias que operen a nivel multinacional, para su inclusión en programas informativos, sin perjuicio del derecho y la obligación del adjudicatario de suministrar dichos extractos de los partidos a terceros en su respectivo país para su emisión en programas de información general, en la medida que así sea establecido en su jurisdicción.

v) Medios oficiales de LaLiga: la difusión de clips en sus medios oficiales (página web, plataformas, aplicaciones, etc.), en canales con la marca de LaLiga en plataformas digitales (YouTube, Vimeo, etc.) y en redes sociales.

vi) Imágenes de LaLiga dentro de los estadios y que no sean parte de los partidos, únicamente en canales, webs oficiales, apps, museos y usos oficiales de los Clubs y SADs de LaLiga.

- (30) Se indican con detalle los **requisitos de emisión** que deben cumplir los adjudicatarios:
- En relación con el Campeonato Nacional de Liga de **Primera División** deberá emitirse **de forma lineal** en su canal principal:
 - i) Al menos tres (3) partidos íntegros por cada jornada, siendo al menos dos (2) de ellos en directo. Este apartado no se aplica a los operadores que pudieran resultar adjudicatarios que sólo realizan la difusión de contenidos de forma no lineal.
 - ii) El Programa Soporte denominado “*LaLiga Highlights Show*”, o el que le sustituya en el futuro, en su integridad o bien el programa de resúmenes de los partidos que sea producido por el adjudicatario, para su difusión no más tarde de las 24 horas siguientes desde la finalización de cada jornada.
 - iii) El Programa Soporte denominado “*LaLiga Show*” y/o “*LaLiga World*”, o los que les sustituyan en el futuro, ambos en su integridad.
 - En relación con los partidos de **play-offs**, deberán emitirse de forma íntegra, en cualquier de los canales designados y/o en la OTT designada al menos **y lineal** la mitad (tres (3) de seis (6)) de los partidos.
 - En relación con el Campeonato Nacional de Liga de **Segunda División**, deberá emitirse **de forma lineal** en cualquiera de los canales designados y/o en la OTT designada:
 - i) Al menos un (1) partido íntegro y en directo por cada jornada
 - ii) El Programa Soporte denominado “*LaLiga SmartBank Highlights*”.Adicionalmente, todos los partidos de Primera División serán emitidos de forma íntegra, en directo a través de Internet en los sitios web designados y/o en la OTT designada.
- (31) En relación a la **producción**, se señala expresamente que todos los partidos, programas soporte y resúmenes semanales serán producidos por la LNFP, y como mínimo en formato HD (apartado 2.9).
- (32) Respecto a la **adjudicación** de los derechos, el documento simplemente señala que se hará en función del interés de los operadores audiovisuales en los distintos territorios y que la adjudicación respetará los principios de objetividad, transparencia y no discriminación, siendo el criterio principal el valor económico.
- (33) Como condiciones de **publicidad, promoción y patrocinio**, se prevé que los adjudicatarios se comprometerán a incorporar en sus difusiones carátulas de entrada y salida de patrocinadores oficiales y avances de programación de los partidos a difundir.
- (34) Respecto de la **información** que los adjudicatarios deben proporcionar a la LNFP (se señala primero que “se les solicitará”, pero posteriormente queda claro que se establece como una obligación: apartado 2.11) proporcionar información de: (i) Cifras de audiencia; (ii) cifras de abonados mensuales, (iii) precios (si son públicos y accesibles) que abonan los consumidores finales; (iv) lista de acuerdos de distribución de los canales del adjudicatario con terceras

plataformas. Se indica expresamente que los adjudicatarios deberán respetar escrupulosamente (además de la normativa de propiedad intelectual y de protección de datos) la normativa de defensa de la competencia en el proceso de remisión de esta información a la LNFP. La información se tratará confidencialmente por la LNFP.

- (35) Se prevé la asistencia razonable y cooperación con la LNFP de todos los adjudicatarios en material de **integridad** (amaños de partidos, corrupción vinculada a apuestas e incumplimiento de normas de apuestas establecidas por LNFP). Se establece la salvaguarda de que ello se hará siempre que así lo permita la normativa nacional del adjudicatario (apartado 3.1).
- (36) En material de **antipiratería**, se señala que los adjudicatarios serán responsables de que los contenidos audiovisuales sean exclusivamente accesibles desde dicho país o países, y se comprometen a llevar a cabo todas las medidas posibles, tales como la encriptación de señales, el geo-bloqueo y sistemas de DRM ("*Digital Rights Management*") para tal fin. En lo que respecta a los contenidos accesibles a través de Internet o cualquier otro medio de emisión equivalente, lo adjudicatario/s deberán comprometerse a implantar todas aquellas medidas que impidan la copia, almacenamiento, conservación o envío de cualquiera de los contenidos audiovisuales adquiridos, así como utilizar un sistema que prohíba el acceso o visualización fuera del país donde resulte adjudicatario
- (37) Se establece una genérica obligación de "coordinación" con la LNFP en la estrategia de **comunicación, promoción, publicidad y estrategia digital**, sin detallar (apartado 3.3).
- (38) Se establece la obligación de los operadores interesados de mantener la confidencialidad del contenido de su oferta y de no realizar ninguna comunicación, anuncio o divulgación al respecto. También deben mantener la confidencialidad del contenido de los contratos de comercialización.

IV. VALORACIÓN DEL DOCUMENTO DE CONDICIONES DE COMERCIALIZACIÓN INTERNACIONAL DE LOS DERECHOS DE EXPLOTACIÓN DE CONTENIDOS DEL CAMPEONATO NACIONAL DE LIGA EN CIERTOS TERRITORIOS FUERA DEL ESPACIO ECONÓMICO EUROPEO

- (39) El artículo 2.2 del Real Decreto-ley 5/2015 establece la cesión de la facultad de comercialización conjunta de los derechos audiovisuales del Campeonato Nacional de Liga de primera y segunda división a la LNFP.
- (40) La norma dispone un diferente tratamiento a la comercialización de los derechos audiovisuales en función del territorio, estando sometida a distintos criterios dependiendo de si se trata del mercado nacional y de la Unión Europea o de los mercados internacionales.
- (41) Las condiciones de comercialización objeto de este informe afectan a países fuera del EEE por lo que es de aplicación el Real Decreto-ley 5/2015 a excepción de sus artículos 4.2, 4.3 primer párrafo y 4.4.

- (42) Con carácter específico, en lo que se refiere al artículo 4.5 del Real Decreto-ley 5/2015, las condiciones de comercialización en los mercados internacionales se deben ajustar a la obligación de hacer públicas estas condiciones y ofrecer a través de la web información actualizada sobre los contratos de comercialización vigentes. Al mismo tiempo, la norma dispone que las condiciones se someterán a informe previo de la CNMC.
- (43) Como en supuestos previos¹², en el presente informe no se va a valorar la compatibilidad de estas condiciones 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, sin perjuicio de que la CNMC pueda en un momento posterior, de oficio o tras una denuncia, investigar la compatibilidad con la normativa de competencia de las actuaciones que finalmente realice la LNFP en relación con la comercialización de estos derechos audiovisuales.
- (44) El objeto de este informe es por tanto la valoración de las condiciones de comercialización conjunta de los derechos audiovisuales establecidas con carácter general en el Real Decreto-ley 5/2015, y de aquéllas que de manera específica son aplicables a los derechos objeto de comercialización.
- (45) A la vista del documento sometido a informe, corresponde realizar las siguientes observaciones a las condiciones de comercialización para países fuera del EEE presentadas por la LNFP, en gran medida coincidentes con lo ya señalado en informes anteriores, pero a las que la LNFP no ha atendido:
- En primer lugar, se debe señalar que el artículo 1.1. del Real Decreto-Ley establece los contenidos que pueden ser objeto de comercialización conjunta y que *“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”*. En tal medida, la comercialización y explotación de los contenidos no incluidos en el ámbito antes señalado corresponden de manera individual a los clubes o entidades participantes, conforme a lo establecido en el artículo 2.4 del Real Decreto-Ley 5/2015.
 - Por otra parte, la norma legal otorga a la LNFP la facultad de comercialización conjunta de los derechos audiovisuales, pero no así la producción o explotación directa de los mismos. Por dicha razón la comercialización de contenidos producidos por la LNFP a que se hace referencia en el apartado 2.1 de las Condiciones de comercialización, bajo los conceptos “Programas Soporte” y “Clips”, los Resúmenes Semanales y la reserva de determinados contenidos para su explotación por la LNFP recogida en el apartado 2.7 de

¹² Los antecedentes inmediatos de este informe, en lo que se refiere a condiciones de comercialización internacional fuera del EEE de los derechos audiovisuales de correspondientes al Campeonato Nacional de Liga de Primera y Segunda División, son el INF/DC/047/19 EXPLOTACIÓN LIGA FUERA EEE, adoptado por la CNMC el 16 de abril de 2019 y el INF/DC/03/20, de 6 de febrero de 2020.

las Condiciones, no se encuentran amparadas por las previsiones de la norma legal.

- Por otra parte, sería deseable especificar de manera más precisa los derechos objeto de comercialización, puesto que la relación abierta y no limitativa de los contenidos excluidos recogida en el apartado 2.7 de las Condiciones de comercialización no permiten determinar con claridad cuáles son los contenidos efectivamente objeto de comercialización y cuáles pueden ser comercializados en un momento posterior.
- Igualmente, pese a señalarse que las Condiciones de Comercialización “permiten a los operadores interesados emitir Programas Soporte y optar por la difusión de Clips”, el punto 2.8 prevé como “requisitos de emisión” emitir ciertos Programas Soporte. Debe reiterarse que, estos contenidos adicionales (Programas Soporte y Clips), no están amparados por el Real Decreto-ley 5/2015.
- Se recomienda aclarar las previsiones de las Condiciones de Comercialización en relación a la emisión lineal y no lineal de los contenidos ofertados, puesto que se prevé sólo la emisión lineal, pero luego se hace referencia en el caso de los tres partidos íntegros de cada jornada de la Primera División a aquellos operadores que pudieran resultar adjudicatarios que sólo realizan la difusión de contenidos audiovisuales de forma no lineal (apartado 2.8).
- El documento de Condiciones de comercialización señala que en la adjudicación de los derechos se respetarán los principios de objetividad, transparencia, y no discriminación y que se establecerá como criterio principal el valor económico ofertado por los posibles adjudicatarios (apartado 2.12). En aras del respeto a estos principios, sería esperable que la LNFP desarrollara dentro de las condiciones de comercialización las líneas generales del procedimiento de adjudicación: presentación de ofertas, requisitos técnicos, profesionales y económicos, fase de adjudicación, etc., sin perjuicio de las especificidades propias de las condiciones en cada país. Por ello, se recomienda a la LNFP que se replantee la excesiva indefinición que contiene el borrador de condiciones ya que implica un riesgo de excesiva discrecionalidad para la LNFP, además de generar inseguridad jurídica en los operadores (falta de transparencia y de predictibilidad), aspectos estos que impiden el desarrollo de un adecuado proceso competitivo. Por ello cabe cuestionar que las condiciones de comercialización se ajusten a los criterios detallados en el artículo 4 del Real Decreto-Ley 5/2015. Por ejemplo, se considera positivo, en aras de la objetividad, que el precio sea el criterio con mayor peso. No obstante, las bases finalmente aprobadas deberían mencionar cómo se realizará la valoración de la oferta económica (pues en el actual borrador no consta referencia alguna a las fórmulas de valoración). En términos generales, se recomienda adecuarse a los principios de transparencia, publicidad, competencia y no discriminación. El establecimiento de unas condiciones mínimas, que deban cumplirse en todos los casos, garantizaría el respeto a los citados principios, dado el relevante número y diversidad de países objeto de comercialización y la dificultad de conocer previamente las condiciones individuales.

De este modo sería deseable que las condiciones de comercialización contuvieran una mayor profusión y claridad respecto a:

- La existencia de un anuncio de apertura del procedimiento con la mayor difusión posible.
 - La existencia de un sistema de consultas con los potenciales licitadores que fueran resueltas con la mayor difusión y publicidad, por ejemplo, publicando todos esos intercambios de información en la web de la LNFP¹³. En esta misma línea, sería aconsejable que la LNFP anunciara el procedimiento en varios idiomas teniendo en cuenta que se trata de un concurso internacional, al igual que se prevé que el documento de Condiciones de Comercialización estará disponible en inglés y español en la web de la LNFP. Además, debería recogerse ya en las condiciones el plazo, que debería ser suficiente a partir del momento en que se publique el anuncio, para que los licitadores preparen las ofertas.
 - Los criterios de solvencia técnica o profesional para acceder a la licitación, reflejando además con precisión la ponderación que se otorga a cada uno de ellos.
- Se recomienda, en aplicación del principio de transparencia, una mayor precisión en la que se formula por las Condiciones como genérica obligación de los adjudicatarios de “coordinación” con la LNFP en la estrategia de comunicación, promoción, publicidad y estrategia digital, de forma que los operadores interesados puedan valorar la proporcionalidad y alcance de tal carga, dada además la falta de justificación a priori de obligaciones en el ámbito de la publicidad y/o el patrocinio.
 - El documento de Condiciones de Comercialización en su introducción señala a Mediaproducción, S.L.U, como entidad encargada de “promover la comercialización de los derechos”, sin indicar, al contrario que en anteriores convocatorias, que no participará como operador interesado. En este sentido, esta Comisión reitera su posición manifestada en los INF/DC/085/19 e INF/DC/03/20 respecto al papel de Mediaproducción en el proceso:
”[...] al no conocer los términos en que se ha designado a Mediaproducción, S.L.U. como entidad encargada de promover la comercialización de los citados derechos ni las facultades que le han sido otorgadas, el acuerdo entre las partes puede ser:
 - *Contrario a lo establecido en el Real Decreto-ley 5/2015.*
 - *Opuesto al principio de igualdad de trato en el supuesto de que **MEDIAPRO o alguna de sus empresas** vinculadas se presentaran a la licitación, pudiéndose plantear un conflicto de intereses.*
 - *Incompatible con las normas de competencia*
 - Asimismo, la LNFP debe incluir las referencias al derecho de emisión de breves resúmenes informativos de los acontecimientos de interés general por

¹³ Este tipo de recomendaciones son las que viene realizando la CNMC en las consultas preliminares de mercado reguladas en las Directivas de contratación de 2014. Para más información puede consultarse en el [IPN/CNMC/010/15](#) (págs. 44-45).

los restantes prestadores del servicio de comunicación audiovisual, tal y como establecen el artículo 19 de la Ley 7/2010 General de la Comunicación Audiovisual y los artículos 14 y 15 de la Directiva 2010/13/UE, de 10 de marzo, de Servicios de Comunicación Audiovisual, en los términos señalados por la Sala de Supervisión Regulatoria de la CNMC en sus distintas Resoluciones.

- En relación con las condiciones de información, se establece el deber de los adjudicatarios de proporcionar a la LNFP información sobre cifras de audiencia, cifras de abonados, lisas de acuerdos de distribución de los canales con terceras plataformas, precios... Este deber por parte del adjudicatario, no se sustenta en el Real Decreto-ley
- Por último, respecto a la duración de los contratos: se recomienda replantearse la propuesta de cinco y ocho años¹⁴, dependiendo de los países. 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 tres años es la refrendada por las normas de competencia de la UE y los precedentes nacionales. 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. Si bien la LNFP formula en el documento de observaciones que acompaña a la solicitud de informe una serie de argumentos en favor de esas duraciones tan prolongadas, se recomienda ajustarse, como máximo, al tope de los tres años señalados para favorecer esa mayor concurrencia por parte de operadores no incumbentes y/o nuevos entrantes.

V. CONCLUSIÓN

Vista la Propuesta de comercialización internacional de los derechos de explotación de contenidos audiovisuales del Campeonato Nacional de Liga de Primera y Segunda División en ciertos países fuera del EEE presentada con fecha 23 de septiembre de 2021 por la LNFP para la emisión de Informe previo, la CNMC concluye que **no cumple con determinados requisitos establecidos en el Real Decreto-ley 5/2015**.

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

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

¹⁴ Para México y Centroamérica.

- Reformar aquellos aspectos señalados en el informe contrarios a los principios de publicidad, transparencia, competitividad y no discriminación en el procedimiento de presentación de ofertas y de adjudicación de los derechos.
- Considerar una duración de los contratos adecuada a los principios y normas de competencia.

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