

**INFORME SOBRE LA PROPUESTA  
DE LA LNFP PARA LA  
COMERCIALIZACIÓN DE DERECHOS  
DE EXPLOTACIÓN DE CONTENIDOS  
AUDIOVISUALES EN ESPAÑA Y  
ANDORRA DEL CAMPEONATO  
NACIONAL DE LIGA DE PRIMERA Y  
SEGUNDA DIVISIÓN PARA LAS  
TEMPORADAS 2022/23, 2023/2024,  
2024/25, Y EN SU CASO, 2025/26 Y  
2026/27**

**INF/DC/029/22**

30 de marzo de 2022

**[www.cnmc.es](http://www.cnmc.es)**

## CONTENIDO

<b>1. Antecedentes .....</b>	<b>4</b>
<b>2. Marco normativo .....</b>	<b>4</b>
<b>3. Contenido de la propuesta objeto de informe previo .....</b>	<b>9</b>
<b>3.1. Introducción .....</b>	<b>9</b>
<b>3.2. Descripción de los contenidos audiovisuales ofertados .....</b>	<b>10</b>
3.2.1. Lotes objeto de comercialización .....	10
3.2.2. Programación y selección de los partidos.....	17
3.2.3. Temporadas .....	17
3.2.4. Territorios .....	18
3.2.5. Producción por parte de la LNFP .....	18
3.2.6. Obligaciones de información de los adjudicatarios: audiencias y tarifas.....	20
3.2.7. Condiciones de pago.....	21
<b>4. Formato y requisitos para la presentación y recepción de ofertas. Evaluación y adjudicación. Precio de reserva .....</b>	<b>21</b>
<b>5. Valoración de la propuesta .....</b>	<b>27</b>
<b>5.1. Atribución de derechos más allá del Real Decreto-Ley 5/2015.....</b>	<b>28</b>
<b>5.2. Derechos ofertados.....</b>	<b>31</b>
<b>5.3. Restricciones ligadas a la publicidad .....</b>	<b>34</b>
<b>5.4. Requisitos para la presentación de ofertas y procedimiento de adjudicación .....</b>	<b>35</b>
<b>5.5. Sobre las temporadas ofertadas y la duración de los contratos de comercialización con los adjudicatarios .....</b>	<b>40</b>
<b>6. Conclusiones .....</b>	<b>41</b>

**INFORME SOBRE LA PROPUESTA DE LA LNFP PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE DERECHOS DE EXPLOTACIÓN DE CONTENIDOS AUDIOVISUALES EN ESPAÑA Y ANDORRA DEL CAMPEONATO NACIONAL DE LIGA DE PRIMERA Y SEGUNDA DIVISIÓN PARA LAS TEMPORADAS 2022/23, 2023/2024, 2024/25, Y EN SU CASO, 2025/26 Y 2026/27.**

**INF/DC/029/22 LNFP DERECHOS ESPAÑA Y ANDORRA ABIERTO, SEGUNDA DIVISION Y HORECAS TEMPORADAS 2022/23 Y SIGUIENTES**

**CONSEJO. SALA DE COMPETENCIA**

**Presidenta**

D<sup>a</sup>. Cani Fernández Vicién

**Consejeros**

D<sup>a</sup>. María Ortiz Aguilar

D<sup>a</sup>. María Pilar Canedo Arrillaga

D. Carlos Aguilar Paredes

D. Josep Maria Salas Prat

**Secretario del Consejo**

D. Miguel Bordiu Garcia-Ovies

En Barcelona, a 30 de marzo de 2022

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 1 de marzo de 2022, de elaboración del informe previo a la comercialización de determinados derechos de explotación de contenidos audiovisuales en España y Andorra de las competiciones del campeonato nacional de liga de primera división y de segunda división, para las temporadas 2022/23, 2023/2024, 2024/25, y en su caso, 2025/26 y 2026/27, en virtud de lo establecido en el artículo 4 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.

## 1. ANTECEDENTES

- (1) Con fecha 1 de marzo de 2022, tuvo entrada en la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (en adelante CNMC) solicitud de la Liga Nacional de Fútbol Profesional (LNFP) de elaboración de informe previo a la comercialización de determinados derechos de explotación de contenidos audiovisuales del Campeonato Nacional de Liga, en España y Andorra, para las temporadas 2022/23, 2023/2024, 2024/25, y en su caso, 2025/26 y 2026/27. Este informe se solicita en virtud de lo establecido en el artículo 4 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) En el presente informe será objeto de análisis la citada propuesta de comercialización de determinados derechos de explotación de contenidos audiovisuales del Campeonato Nacional de Liga en territorio nacional y Andorra.
- (3) 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” (anexo 1), un escrito que ya había sido remitido por la Liga junto a la solicitud de informe INF/DC/116/21 (anexo 2) y otro escrito que la Liga ya había remitido a la CNMC con fecha 19 de noviembre de 2021 (anexo 3).
- (4) El INF/DC/116/21<sup>1</sup> fue elaborado por esta Comisión a solicitud de la LNFP como previo paso a la comercialización de derechos de explotación de contenidos audiovisuales en España del Campeonato Nacional de Liga de Primera División para televisión de pago y clientes del segmento residencial, a partir de la temporada 2022/2023, por una duración de tres, cuatro o cinco temporadas.

## 2. 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*

---

<sup>1</sup> Informe de 19 de octubre de 2021, sobre la propuesta de la Liga Nacional de Fútbol 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

<https://www.cnmc.es/expedientes/infdc11621>

*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 Fútbol<sup>2</sup>; 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 1.1<sup>3</sup>:

*“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 cesión a la LNFP de las facultades de comercialización conjunta de los derechos audiovisuales incluidos en el ámbito de aplicación de dicha norma legal, correspondientes al Campeonato Nacional de Liga de Primera y Segunda División, 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.*

---

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

<sup>3</sup> 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.

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

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

*b) La Real Federación Española de Fútbol, respecto de la Copa de S.M. el Rey, de la Supercopa de España y<sup>4</sup> 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) 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, conforme al apartado 4 del artículo 2 y al apartado 7 del artículo 4, aquellos derechos audiovisuales no incluidos en el ámbito de aplicación del Real Decreto-ley 5/2015 y los derechos 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.

- (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 requisitos para su adjudicación y*

---

<sup>4</sup> 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.

*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 abril <sup>5</sup>.*

*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.*

---

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

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.”*

- El artículo 19.2 de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de Comunicación Audiovisual (LGCA), que 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 LGCA, 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”.*

(14) La propuesta de condiciones de comercialización de los derechos de explotación de contenidos audiovisuales del Campeonato Nacional de Liga de primera y segunda división, en España y Andorra, va a ser informada mediante el presente

informe siguiendo el esquema siguiente: en primer lugar, se expondrá de forma resumida el contenido de la propuesta; en segundo lugar, una valoración de las condiciones particulares de la misma.

### **3. CONTENIDO DE LA PROPUESTA OBJETO DE INFORME PREVIO**

- (15) Mediante el escrito presentado a la CNMC el 1 de marzo de 2022, la LNFP solicita el informe previo al que alude el artículo 4 del Real Decreto-ley 5/2015 para la comercialización de los derechos de emisión en España y Andorra del Campeonato Nacional de Liga, para el período 2022/23, 2023/2024, 2024/25, y en su caso, 2025/26 y 2026/27.
- (16) 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” (anexo 1), en adelante, PRO.
- (17) El PRO se estructura en diversos epígrafes:
  - 1.- Introducción
  - 2- Descripción de los contenidos audiovisuales objeto del presente procedimiento
  - 3.- Condiciones de explotación de los contenidos audiovisuales
  - 4.- Procedimiento para la presentación de ofertas
  - 5.- Procedimiento de adjudicación de los lotes
  - 6.- Condiciones generales
- (18) El documento incorpora también tres anexos, a saber:
  - 1.- Anexo I: Costes de producción
  - 2- Anexo II: Protocolo vigente para entrevistas e intervenciones de periodistas.
  - 3.- Anexo III: Formularios de oferta
- (19) A continuación, se realiza un resumen del contenido principal del PRO, atendiendo al literal del texto, que posteriormente será objeto de valoración.

#### **3.1. Introducción**

- (20) El documento en su introducción indica, que “*La Liga Nacional de Fútbol Profesional (“LaLiga”), como entidad organizadora del Campeonato Nacional de Liga de Primera División y de Segunda División, es la entidad encargada de comercializar conjuntamente los derechos audiovisuales de los Clubes y Sociedades Anónimas Deportivas (“SADs”) que participen en dichas competiciones*”, 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.

- (21) Indica la introducción del borrador del PRO que la comercialización y explotación de los contenidos audiovisuales objeto del mismo ha sido acordada y aprobada por el Órgano de control de la gestión de los derechos audiovisuales.
- (22) 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.

### 3.2. Descripción de los contenidos audiovisuales ofertados

- (23) 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.
- (24) Este PRO complementa al evaluado por la CNMC mediante el INF/DC/116/21, y que fue publicado por parte de la LNFP el 3 de noviembre de 2021. Dicho procedimiento tuvo por objeto la comercialización de determinados derechos correspondientes al Campeonato de Liga de Primera División, destinados a televisión de pago, para el segmento residencial.
- (25) Se señala en nota a la CNMC que, en el momento de presentación del documento, la LNFP está todavía pendiente de determinar si todos los Lotes se comercializarán en un único procedimiento de solicitud de ofertas o en varios. En el caso de que se optara por varios procedimientos, se adaptaría la redacción.

#### 3.2.1. Lotes objeto de comercialización

- (26) Los derechos ofertados se presentan en **seis Lotes**, que se resumen en el siguiente cuadro:

<b>Lote 4</b>	<b>Un (1) partido</b> de cada jornada del Campeonato Nacional de Liga de <b>Primera División</b> en directo y en exclusiva, para su emisión en televisión <b>en abierto</b> (sin perjuicio de la comercialización de este mismo contenido audiovisual de forma simultánea y en directo en otros Lotes para su emisión en televisión de pago).
<b>Lote 5</b>	<b>Un (1) partido</b> de cada jornada del Campeonato Nacional de Liga de <b>Segunda División</b> en directo y en exclusiva, para su emisión en televisión <b>en abierto</b> (sin

	perjuicio de la comercialización de este mismo contenido audiovisual de forma simultánea y en directo en otros Lotes para su emisión en televisión de pago.
<b>Lote 6</b>	<b>Resúmenes</b> con una duración de 12 minutos (12'), en diferido y en no exclusiva, de cada uno de los partidos del Campeonato Nacional de Liga de Primera División y Segunda División (incluidos los play-offs), para su emisión en televisión <b>en abierto</b> .
<b>Lote 7</b>	Elección entre: (A) el <b>Canal LaLiga Segunda</b> , producido por LaLiga, 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 LaLiga Segunda: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Los <b>once (11) partidos</b> de cada jornada del Campeonato Nacional de Liga de <b>Segunda División</b>, en directo y en exclusiva, para su comercialización a clientes residenciales en televisión de pago.</li> <li>- Los <b>seis (6) partidos</b> de la fase de ascenso al Campeonato Nacional de Liga de Primera División (<b>play-offs</b>), en directo y en exclusiva, para su comercialización a clientes residenciales en televisión de pago.</li> </ul>
<b>Lote 8</b>	Elección entre: (A) el <b>Canal LaLiga TV Bar</b> , producido por LaLiga, 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 LaLiga TV Bar: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Todos los partidos de cada jornada del Campeonato Nacional de Liga de Primera División y Segunda División, en directo y en exclusiva, para su comercialización a clientes no residenciales en televisión de pago para su difusión en establecimientos públicos (Horeca).</li> <li>- Los <b>seis (6) partidos</b> de la fase de ascenso al Campeonato Nacional de Liga de Primera División (<b>play-offs</b>), en directo y en exclusiva, para su comercialización a clientes no residenciales en televisión de pago para su difusión en establecimientos públicos (Horeca).</li> </ul>
<b>Lote 9</b>	<b>Clips o mini-resúmenes</b> de noventa segundos (90") de cada uno de los partidos del Campeonato Nacional de Liga de Primera División y Segunda División (incluidos los play-offs), en diferido y en exclusiva, para su difusión <b>en pago o en abierto, a través de internet</b> .

(27) Las características de cada Lote son las siguientes:

#### **Lote 4**

- (28) Este Lote confiere el derecho a la emisión y explotación audiovisual, en televisión en abierto, de un (1) partido de cada jornada del Campeonato Nacional de Liga de Primera División, en directo y en exclusiva. Esta exclusividad debe ser entendida sin perjuicio de la comercialización de este mismo contenido audiovisual en otros Lotes para su emisión de forma simultánea y en directo en televisión de pago.
- (29) El contenido audiovisual mencionado en el apartado anterior también podrá emitirse en diferido y en no exclusiva, incluyéndose además la posibilidad de su difusión bajo demanda.

- (30) El partido que forma parte de este Lote también será emitido simultáneamente en directo, cada jornada, por el Adjudicatario del Lote 8 (Establecimientos Públicos – Horeca); por los Adjudicatarios de los Lotes D.1 bis o D.2 bis, alternativamente cada jornada; así como por el Adjudicatario del Lote D.3 bis, en cada una de las tres (3) jornadas que forman parte de dicho Lote.
- (31) El partido que forma parte de este Lote no podrá incluir a equipos que estén participando en ese momento en competiciones europeas organizadas por la UEFA ni, en ningún caso, a los siguientes equipos: Real Madrid C.F., F.C. Barcelona, Valencia Club de Fútbol, S.A.D. y Club Atlético de Madrid, S.A.D.
- (32) El Adjudicatario del Lote 4 seleccionará el partido que desee para su emisión en abierto de entre los partidos que se disputarán cada jornada, excluyendo los partidos que disputen los equipos previamente mencionados. Deberá comunicar su elección al menos cuatro semanas antes de la jornada correspondiente. Dicho partido también será emitido por el Adjudicatario del Lote D.1 bis o Lote D.2 bis que en esa jornada disponga de la segunda (2ª) selección, así como por el Adjudicatario del Lote D.3 bis, en cada una de las tres (3) jornadas que forman parte de dicho Lote.

### **Lote 5**

- (33) Este Lote confiere el derecho a la emisión y explotación audiovisual, en televisión en abierto, de un (1) partido de cada jornada del Campeonato Nacional de Liga de Segunda División, en directo y en exclusiva. Esta exclusividad debe ser entendida sin perjuicio de la comercialización de este mismo contenido audiovisual en otros Lotes para su emisión de forma simultánea y en directo en televisión de pago.
- (34) El contenido audiovisual mencionado en el apartado anterior también podrá emitirse en diferido y en no exclusiva, incluyéndose además la posibilidad de su difusión bajo demanda.
- (35) El partido que forma parte de este Lote también será emitido simultáneamente en directo, cada jornada, por el Adjudicatario del Lote 7 (Canal LaLiga Segunda o contenido audiovisual equivalente) y por el Adjudicatario del Lote 8 (Establecimientos Públicos – Horeca).
- (36) El Adjudicatario del Lote 7 deberá seleccionar y comunicar a LaLiga su primera elección del partido que desee para su retransmisión en cada jornada con al menos cuatro semanas de antelación a la jornada correspondiente. Posteriormente, el Adjudicatario del Lote 5 seleccionará en segunda elección el partido que desee para su retransmisión en abierto de entre los partidos que se disputarán en una jornada y comunicará a LaLiga su elección al día siguiente desde que LaLiga le comunique la elección del Adjudicatario del Lote 7.

### **Lote 6**

- (37) El Lote 6 confiere el derecho a la emisión y explotación audiovisual, en diferido y en no exclusiva, en televisión en abierto, de resúmenes con una duración de doce minutos (12') de cada uno de los partidos disputados en el Campeonato Nacional de Liga de Primera División y Segunda División, incluidos los play-offs.
- (38) Los Resúmenes que forman parte de este Lote también serán emitidos en diferido, cada jornada, por el Adjudicatario del Lote 7 (Canal LaLiga Segunda o contenido audiovisual equivalente) en lo que respecta a los partidos de Segunda División; por el Adjudicatario del Lote 8 (Establecimientos Públicos – Horeca); así como por los Adjudicatarios de los Lotes D.1 bis, D.2 bis y D.3 bis.
- (39) Los Resúmenes podrán ser emitidos una vez finalizado el último partido de cada uno de los días de la jornada. Asimismo, este derecho caduca al inicio del primer partido de la siguiente jornada.
- (40) Sin perjuicio de lo anterior, para la realización de reportajes y programas podrán utilizarse imágenes de los resúmenes de cualquier jornada de las temporadas licitadas.
- (41) Los resúmenes serán producidos y entregados por LaLiga en un plazo máximo de dos (2) horas y quince minutos (15') desde el inicio de cada partido.
- (42) Los Resúmenes podrán utilizarse de forma total o parcial, siempre que la duración máxima global por partido no supere los doce minutos (12'). LaLiga supervisará estrictamente que el uso total de estas imágenes no supere la duración máxima permitida.

### **Lote 7**

- (43) Confiere el derecho a la emisión y explotación audiovisual, en televisión de pago, para su comercialización a clientes residenciales de o bien un Canal LaLiga Segunda, producido por LaLiga, en el que se emitirá el contenido que se describe a continuación o el contenido audiovisual que se describe a continuación, sin que se retransmita a través del Canal LaLiga Segunda:
- Los once (11) partidos de cada jornada del Campeonato Nacional de Liga de Segunda División, en directo y en exclusiva.
  - Los seis (6) partidos de la fase de ascenso al Campeonato Nacional de Liga de Primera División (play-offs), en directo y en exclusiva.
  - Este contenido audiovisual también podrá emitirse en diferido, incluyéndose además la posibilidad de su difusión bajo demanda.
- (44) El contenido de este Lote también será emitido simultáneamente en directo, cada jornada, por el Adjudicatario del Lote 8 (Establecimientos Públicos – Horeca); así

como un (1) partido por jornada del Campeonato Nacional de Liga de Segunda División por del Adjudicatario del Lote 5, que en segunda (2ª) elección el partido que desee para su retransmisión en abierto de entre los partidos que se disputarán en cada jornada.

- (45) En el caso de que el Adjudicatario de este Lote opte por su emisión a través del Canal LaLiga Segunda, producido por LaLiga, **la publicidad del Canal LaLiga Segunda será explotada por LaLiga**, si bien el Adjudicatario dispondrá de un espacio con una duración máxima de un minuto y medio (90'') por hora de emisión para la autopromoción de los contenidos de su plataforma.
- (46) En el caso de que el Adjudicatario de este Lote opte por su emisión a través del Canal LaLiga Segunda, producido por LaLiga, pero con una estructura básica del Canal LaLiga Segunda, o el Adjudicatario adquiriera el contenido audiovisual del Lote pero sin que su emisión se realice a través del Canal LaLiga Segunda, la publicidad del Canal LaLiga Segunda será explotada por el Adjudicatario de este Lote.

### **Lote 8**

- (47) Confiere el derecho a la emisión y explotación audiovisual, en televisión de pago, para su comercialización a clientes no residenciales, para su difusión en Establecimientos Públicos de: (A) un Canal LaLigaTV Bar, producido por LaLiga, 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 LaLigaTV Bar:
- Todos los partidos del Campeonato Nacional de Liga de Primera División y Segunda División, en directo y en exclusiva, para su comercialización a clientes no residenciales en televisión de pago para su difusión en Establecimientos Públicos (Horeca).
  - Los seis (6) partidos de la fase de ascenso al Campeonato Nacional de Liga de Primera División (play-offs) en directo y en no exclusiva, para su comercialización a clientes no residenciales en televisión de pago para su difusión en Establecimientos Públicos (Horeca).
  - Este contenido audiovisual también podrá emitirse en diferido, incluyéndose además la posibilidad de su difusión bajo demanda.
- (48) También será emitido simultáneamente en directo un partido por jornada del Campeonato Nacional de Liga de Primera División por el Adjudicatario del Lote 4 (emisión en abierto); un partido por jornada del Campeonato Nacional de Liga de Segunda División por el Adjudicatario del Lote 5 (emisión en abierto); y todos los partidos del Campeonato Nacional de Liga de Segunda División y los play-offs por el Adjudicatario del Lote 7 (clientes residenciales de pago). Asimismo, emitirán el contenido de este Lote los Adjudicatarios de los Lotes D.1 bis, D.2 bis

y D.3 bis (clientes residenciales de pago) de conformidad con lo establecido en el Procedimiento de solicitud de ofertas publicado el 3 de noviembre de 2021.

- (49) En este sentido, el contenido de este Lote podrá verse simultáneamente en varias pantallas instaladas en los referidos establecimientos/espacios/medios de transporte incluyendo, en su caso, diferentes habitaciones y dependencias del mismo, y entendiéndose que dicho contenido no podrá verse fuera del Establecimiento Público.
- (50) Adicionalmente, con la finalidad de ofrecer contenido audiovisual de actualidad durante todo el año, se incluirán contenidos adicionales como, por ejemplo, torneos amistosos, benéficos, de pre-temporada, de clasificación para competiciones europeas, play-offs de ascenso a la división de Segunda A, etc.
- (51) El Adjudicatario deberá explotar este Lote de forma que se garantice la accesibilidad a su contenido de todos los clientes no residenciales mediante condiciones generales adaptadas a cada tipo de Establecimiento Público.

### **Lote 9**

- (52) Confiere el derecho a la emisión y explotación audiovisual, en diferido y en exclusiva, para su difusión en pago o en abierto, de clips o mini-resúmenes con una duración de noventa segundos (90'') de imágenes no repetidas de cada partido del Campeonato Nacional de Liga de Primera División y Segunda División (incluidos los play-offs) a través de Internet, independientemente de la forma de acceso a Internet de los usuarios finales, incluyendo los dispositivos móviles (los "Clips").
- (53) Los Clips podrán ser emitidos después de los quince minutos (15') siguientes a la finalización de cada partido y durante cada una de las temporadas a las que pertenezcan los partidos que resumen los Clips.
- (54) LaLiga suministrará los Clips al Adjudicatario, que incluirán el logotipo o mosca de las competiciones de Primera División o Segunda División, en un plazo máximo de dos horas y quince minutos (15'') desde el inicio de cada partido. Los Clips serán entregados en diferentes fragmentos de duración y podrán exceder de noventa segundos (90'') al contener imágenes repetidas.
- (55) Cada uno de los Clips que forman parte de este Lote tiene carácter independiente, teniendo en cuenta que no se podrá alterar la imagen suministrada, sin que sea posible trocear su contenido o acumularlo con otros Clips.
- (56) En ningún caso los Clips podrán ser usados en redes sociales, si bien será posible incluir en las redes sociales del Adjudicatario un enlace que redirija al contenido de Internet en el que se difundan los Clips.

- (57) Además del contenido principal de cada Lote descrito en el apartado 2.2 anterior, los Adjudicatarios disfrutarán de los derechos accesorios descritos a continuación, en régimen de no exclusividad.
- (58) Para los adjudicatarios de los Lotes 4 y 5:
- Resúmenes accesorios y personalización.
  - Entrevistas previas y post-partido.
- (59) Para los adjudicatarios de los Lotes 7 y 8:
- Resúmenes accesorios y personalización.
  - Entrevistas previas y post-partido.
  - Archivo histórico de LaLiga
- (60) Por su parte, el adjudicatario del Lote 9 podrá realizar hasta cinco peticiones a la carta y por jornada de las imágenes no de juego con un máximo de veinte segundos (20”) por cada solicitud, que serán suministradas por LaLiga. También podrá realizar hasta cien peticiones de resúmenes de un máximo de noventa segundos (90”) de partidos de las últimas cinco temporadas anteriores.
- (61) Finalmente, los adjudicatarios de los Lotes 4, 5, 7 y 8 podrán disponer del siguiente contenido adicional:
- 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 LaLiga, para ser utilizadas a modo de tráileres publicitarios destinados a la promoción de los contenidos de cada Adjudicatario.
  - 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.
- (62) La LNFP y Clubes/Sociedades Anónimas Deportivas tienen la posibilidad, según el PRO 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.
- (63) 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.

- (64) 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. Estas imágenes podrán ser utilizadas en redes sociales para fines promocionales

### **3.2.2. Programación y selección de los partidos**

- (65) Se disputarán trescientos ochenta partidos entre los veinte Clubes/SADs integrantes de la Primera división, durante las treinta y ocho jornadas en las que se divide cada temporada.
- (66) Durante cada jornada, se disputarán diez partidos repartidos de viernes a lunes, aunque algunas jornadas podrán tener lugar, ocasionalmente, entre semana.
- (67) De acuerdo con el PRO, los partidos del Campeonato Nacional de Liga que se disputen en fin de semana (incluyendo viernes y lunes) se emitirán según el siguiente horario indicativo:
- En Primera División, 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 Segunda División, los viernes a las 21:00 horas, los sábados y los domingos, a las 14:00 horas, a las 16:00 horas, a las 18:00 horas, a las 20:00 horas y a las 20:30 horas.
  - Por su parte, los "Play-offs" de ascenso de Segunda División a Primera División se jugarán en miércoles y domingo, a las 20:00 horas y 22:00 horas.
  - En el mes de agosto, las bandas horarias podrán retrasarse a las 19:00 horas y las 23:00 horas.

### **3.2.3. Temporadas**

- (68) La 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.
- (69) Esta fue una novedad introducida por la LNFP en el PRO informado por esta Comisión en el INF/DC/116/21. La LNFP presentó un escrito con observaciones

sosteniendo que la extensión en la duración de los contratos era 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 modificó 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 entonces vigente *“La duración de los contratos de comercialización no podrá exceder de tres años”*.

- (70) En su escrito de respuesta al INF/DC/116/21, la LNFP ha reiterado sus argumentos en favor de una mayor duración de los contratos de comercialización. Estos argumentos serán analizados en el apartado de valoraciones.

#### **3.2.4. Territorios**

- (71) El presente PRO engloba la explotación de contenidos audiovisuales en el territorio de España, así como Andorra.
- (72) 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 PRO 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) 2017/1128.
- (73) En lo que respecta a los contenidos a través de Internet u otro medio de emisión equivalente, el adjudicatario también se comprometerá a implantar todas aquellas medidas que impidan la copia, almacenamiento, conservación o envío de cualquiera de los contenidos audiovisuales adquiridos, así como a utilizar un sistema que prohíba el acceso o visualización fuera del país donde emite los contenidos.

#### **3.2.5. Producción por parte de la LNFP**

- (74) Se indica por la LNFP que la producción audiovisual de todos los partidos y resúmenes que forman parte de los Lotes objeto del PRO será llevada a cabo por la LNFP o quien ésta designe, al menos, en formato HD.
- (75) En lo que respecta a la producción de los partidos y resúmenes, la PRO contempla los siguientes rangos de nivel de producción:
- Producción “El Clásico” A+: partidos que enfrenten al FC Barcelona y Real Madrid CF.

- Producción A: partidos de FC Barcelona o Real Madrid CF de Primera División.
  - Producción A SIMULCAST 4KHDSI: partidos de FC Barcelona y Real Madrid CF con terceros Clubes/SADs de Primera División.
  - Producción B: otros cuatro (4) partidos de Primera División, siempre que no sean disputadas por el FC Barcelona o Real Madrid CF.
  - Producción C: cuatro (4) partidos de Primera División.
  - Producción D: tres (3) partidos de Segunda División.
  - Producción E: ocho (8) partidos de Segunda División.
- (76) En cuanto al coste de la producción, la PRO señala que:
- Para los Lotes 4 y 5 (emisión en abierto) y 6 (Resúmenes), el coste de producción será asumido por el Adjudicatario de cada uno de los Lotes, respectivamente. La producción será de Tipo B en el caso del Lote 4 y de Tipo D en el caso del Lote 5.
  - Para los Lotes 7, 8 y 9, el coste de producción será asumido por LaLiga.
- (77) Los Adjudicatarios de Lotes que confieran el derecho a la emisión y explotación audiovisual de partidos quedarán obligados a cumplir con el Reglamento vigente para la retransmisión televisiva y con el Protocolo vigente para entrevistas e intervenciones de periodistas, descrito en el Anexo II del PRO.
- (78) 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 comentarios<sup>6</sup>), 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.
- (79) La 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 360º al menos en seis estadios, presentación de plantillas a través de grafismos virtuales, grafismos estadísticos para análisis de jugadas, etc.

---

<sup>6</sup> Podrán también instalar cámaras de seguimiento de juego, en los lugares habilitados según Reglamento, pero dichas imágenes únicamente podrán utilizarse en programas post partido

### **3.2.6. Obligaciones de información de los adjudicatarios: audiencias y tarifas.**

- (80) 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 PRO, una serie de obligaciones de información a los adjudicatarios (o sublicenciatarios) de los lotes, que pueden resumirse de la siguiente forma:

#### **Cifras de audiencia de la retransmisión**

- (81) 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 dispositivo.
- (82) 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.
- (83) 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.
- (84) 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**

- (85) 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.
- (86) 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.
- (87) Aportarán cifras del número total de dispositivos diferentes a través de los que los usuarios se conectaron, en algún momento del mes.
- (88) 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.

- (89) 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.
- (90) Además, los adjudicatarios deberán cumplir con la obligación de 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.
- (91) Para el cumplimiento de todas estas obligaciones de información, la LNFP establece que los adjudicatarios deberán respetar la normativa de propiedad intelectual y de defensa de la competencia, comprometiéndose a que mantendrá la confidencialidad de dicha información.

### **3.2.7. Condiciones de pago**

- (92) En el punto 3.4 del PRO, 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.
- (93) 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 devengados, 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.
- (94) 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*”.

## **4. FORMATO Y REQUISITOS PARA LA PRESENTACIÓN Y RECEPCIÓN DE OFERTAS. EVALUACIÓN Y ADJUDICACIÓN. PRECIO DE RESERVA**

- (95) En el PRO 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 la LNFP.
- (96) Todas las ofertas deberán cumplir los términos y condiciones y el procedimiento establecido en el PRO. 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.

(97) A continuación, se detallan los **requisitos** que deberán cumplir las ofertas:

### **Requisitos generales de los candidatos**

(98) Podrá participar en el presente procedimiento toda persona jurídica, española o de cualquier otra nacionalidad que tenga capacidad de obrar, y proporcione la siguiente información al respecto:

- Certificado actualizado de inscripción en el Registro Mercantil del Candidato, otorgado por el Registro Mercantil correspondiente o documento equivalente.
- Copia de las últimas cuentas anuales auditadas del Candidato y de su empresa matriz.
- Cuando el Candidato sea residente fiscal en España o actúe a través de un establecimiento permanente situado en España o por cualquier razón esté dado de alta en el censo de obligados tributarios en España o estuviera inscrita en la Seguridad Social española, deberá proporcionar un certificado de estar al corriente de sus obligaciones tributarias con la Agencia Estatal de la Administración Tributaria (AEAT) y con la Seguridad Social. Ambos certificados deberán de ser expedidos por la AEAT y la Tesorería General de Seguridad Social, respectivamente.
- A efectos aclaratorios, también podrán presentar ofertas por los distintos Lotes objeto de este procedimiento 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 presente PRO.

### **Requisitos de solvencia económica y financiera**

(99) En relación con la solvencia económica y financiera del Candidato, deberá acreditar, en referencia a sus últimas cuentas anuales auditadas, o de su empresa matriz, un volumen anual de negocios en alguno de los últimos tres años igual o superior a las siguientes cuantías económicas, dependiendo del Lote o Lotes por los que vaya a presentar una Oferta:

- Lote 4 (partido en abierto de Primera División): 10 millones de euros.
- Lote 5 (partido en abierto de Segunda División): 2 millones de euros.
- Lote 6 (Resúmenes en abierto): 5 millones de euros.
- Lote 7 (Canal LaLiga Segunda o contenido equivalente): 5 millones de euros.
- Lote 8 (Canal LaLigaTV Bar o contenido equivalente): 10 millones de euros.
- Lote 9 (Clips): 2 millones de euros.

### **Requisitos técnico-profesionales y de distribución**

- (100) 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.
- (101) La acreditación de los requisitos técnico-profesionales y de distribución, en su caso, deberá realizarse a través de la presentación de una memoria o documento explicativo similar que deberá contener información, como mínimo y para cada Lote, sobre los siguientes aspectos:
- La distribución universal del contenido audiovisual de cada Lote dentro del territorio durante la vigencia del contrato de comercialización.
  - Descripción del espectro de suscriptores o usuarios al que va a dirigirse el contenido audiovisual de cada Lote, estableciendo los objetivos de audiencia/usuarios que se esperan obtener, proporcionando incluso un objetivo cuantitativo estimado por temporada, que permita demostrar que el contenido audiovisual adjudicado va a ser accesible al mayor número de usuarios finales posible.

### **Presentación de la oferta**

- (102) 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:
- 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
  - 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, sin que sea posible aportar simplemente una copia física escaneada.

### **Procedimiento para la asignación de lotes**

- (103) En el punto 4.5 del PRO, la LNFP desarrolla el procedimiento para la solicitud de ofertas y la asignación de los derechos audiovisuales.

- (104) 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.
- (105) La LNFP publicará (se desconoce en qué fecha, al indicarse solamente “2022”) una nota informativa y pondrá a disposición el documento de Procedimiento 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.
- (106) Desde la fecha de publicación del PRO, la LNFP ofrecerá un plazo de dos semanas para la consignación del precio de reserva en el CSD. En cuanto al plazo de presentación de ofertas, se indica que será cuatro semanas después de la fecha de publicación del PRO.
- (107) Cuatro semanas después de la fecha de publicación del PRO, 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.
- (108) 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.
- (109) El procedimiento de adjudicación de los lotes es el siguiente:
- (110) Precios de reserva: se fijarán por LNFP Precios de reserva, que 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 será secreto hasta el día de la apertura de sobres.
- (111) Existe un precio de reserva por cada Lote (apartado 5.1): *“LaLiga fijará los precios de reserva para cada uno de los Lotes objeto del presente Procedimiento (los “Precios*

*de Reserva”) que representarán, para cada Lote, el precio promedio por temporada ofertada mínimo que debe ser superado para que se proceda a la adjudicación directa del Lote en cuestión”.*

- (112) Se señala en el PRO 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 presente PRO 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.
- (113) 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:
- Optar por proceder a la adjudicación del Lote al Candidato que haya realizado la Oferta Económica más elevada;
  - Celebrar una nueva ronda, tras la comunicación del Precio de Reserva; o
  - LaLiga podrá proceder a la comercialización no exclusiva de los contenidos audiovisuales ofertados objeto del presente procedimiento.
- (114) Si LaLiga procediera a la comercialización de forma no exclusiva de algún Lote objeto del presente procedimiento, se comercializarán los contenidos audiovisuales en igualdad de condiciones a todos los operadores interesados, teniendo en cuenta, entre otros parámetros, el número de usuarios del operador interesado, su política de promoción, distribución y de multidispositivos y la seguridad de las redes. Asimismo, en ese caso, se pondrá en conocimiento de la CNMC el detalle de las condiciones de comercialización no exclusiva que pudiera aplicar LaLiga.
- (115) Por otro lado, en lo que respecta a los requisitos técnico-profesionales, la mejor acreditación del cumplimiento de los mismos permite una valoración adicional de hasta el 10% sobre la oferta económica. Este 10% se desglosa a su vez de la siguiente forma: (i) a los candidatos que establezcan los objetivos de audiencia/usuarios que se esperan obtener, proporcionando incluso un objetivo cuantitativo estimado por temporada, que permita demostrar que el contenido audiovisual adjudicado va a ser accesible al mayor número de usuarios finales posible, 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 5% sobre su Oferta Económica.
- (116) En lo que respecta a la evaluación de la Oferta Económica, se comenzará por identificar las Ofertas Económicas recibidas de cada Candidato, identificando para qué Lotes se han presentado Ofertas y para cuántas temporadas de

vigencia del contrato de comercialización (tres (3), cuatro (4) y/o cinco (5) 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 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. En este sentido, se procederá a incrementar el valor de la Oferta Económica de cada Lote, en función de la información proporcionada por el Candidato, en su caso, hasta un 10% sobre su Oferta Económica inicial, asignándose hasta un 5% para cada uno de los dos requisitos identificados en los párrafos (a) y (b) del apartado 4.1.3 del PRO.

- (117) Seguidamente, se compararán los importes medios por temporada obtenidos para cada Lote y para cada duración (tres (3), cuatro (4) y/o cinco (5) temporadas) tras incluir la valoración adicional procedente de la evaluación de los requisitos técnico-profesionales y de distribución. Finalmente, se elegirá, para cada Lote, la Oferta Económica por temporada más elevada.
- (118) Una vez finalizada la evaluación de los Lotes, se comunicarán al Órgano de control de la gestión de los derechos audiovisuales si alguno de los Lotes supera su respectivo Precio de Reserva. En este caso, se procederá a la adjudicación provisional del Lote o Lotes. Esta adjudicación provisional será validada por el Órgano de control de la gestión de los derechos audiovisuales.
- (119) 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 no permitiera alcanzar el Precio de Reserva.
- (120) La Adjudicación de cada Lote estará condicionada a la firma posterior de un acuerdo con el respectivo Adjudicatario de cada Lote que recoja todos los requisitos establecidos en el presente PRO, así como a que el Formulario de Cumplimiento haya sido correctamente cumplimentado.
- (121) El PRO 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:
- La 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.

- La 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.

## 5. VALORACIÓN DE LA PROPUESTA

- (122) 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.
- (123) Las condiciones de comercialización objeto de este informe afectan fundamentalmente al mercado nacional, más allá de que el territorio relevante engloba también a Andorra, por lo que es de aplicación el Real Decreto-ley 5/2015, en particular en lo que afecta a este informe, el artículo 4, relativo al contenido debido de las condiciones de comercialización conjunta, así como al deber de las entidades comercializadoras, aquí la LNFP, de solicitar informe previo de la CNMC sobre tales condiciones de comercialización.
- (124) El presente informe no tiene por objeto valorar la compatibilidad de las condiciones de comercialización con los artículos 1 y 2 de la 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 lleve a cabo la LNFP en relación con la comercialización de estos derechos audiovisuales.

- (125) En este sentido, la primera observación de la CNMC es que su valoración se refiere al cumplimiento del Real Decreto-ley 5/2015 en su conjunto (no solo de los principios de publicidad, transparencia y no discriminación (como se señala en la página 4 del PRO)
- (126) Como se ha mencionado, este PRO es en cierta forma continuación del informado por la CNMC en el INF/DC/116/21. Mediante el anterior PRO se introdujeron algunas novedades, por ejemplo:
- En materia de duración (temporadas ofertadas), un incremento de la duración de los contratos por encima de tres temporadas que limita la concurrencia y las ventanas de acceso al mercado. Esto también se mantiene en el presente PRO.
  - Un sistema de valoración de las ofertas de los candidatos que no es transparente, permitiendo a la LNFP otorgar a cada licitador hasta un 10% de valoración adicional sobre su oferta económica, de manera que ello permitiría un amplio margen de discrecionalidad a la LNFP para adjudicar los lotes.
- (127) En este sentido, la CNMC realiza las siguientes observaciones a las condiciones de comercialización presentadas por la LNFP para informe previo.

### 5.1. Atribución de derechos más allá del Real Decreto-Ley 5/2015

- (128) En informes anteriores, emitidos a solicitud de la LNFP, la CNMC ha realizado una serie de observaciones de fondo respecto al objeto, ámbito de aplicación, titularidad y contenido de los derechos audiovisuales ofertados, que la LNFP debería adoptar para adecuar sucesivas propuestas al Real Decreto-ley. Sin embargo, algunas de estas observaciones no han sido tenidas en cuenta en la propuesta de condiciones de comercialización presentada y objeto de este informe. Por ello, se reiteran las observaciones a las condiciones del documento sometido a informe, instando de nuevo a la LNFP a su adopción con el fin de cumplir con lo establecido en el Real Decreto-ley 5/2015:
- (129) Respecto de las referencias a la **titularidad de los derechos** y a la condición de **productor** de la LNFP:
- (130) 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 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 la LNFP.

- (131) También contiene el Real Decreto-ley 5/2015 una previsión sobre **titularidad de los derechos** relevante en este contexto (artículo 2 apartados 1, 2 y 4):

*Artículo 2. La titularidad de los derechos audiovisuales. “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 de ámbito estatal 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 [...].*

*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.*

*Artículo 4. Condiciones de comercialización conjunta de los derechos audiovisuales  
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”*

- (132) La literalidad del Real Decreto-ley 5/2015 (artículo 2 apartados 1, 2 y 4) establece que los clubes son titulares de los derechos audiovisuales (con la carga de la cesión de las facultades de comercialización conjunta de los derechos audiovisuales recogidos en el segundo párrafo del artículo 1.1 del Real Decreto-ley) y la LNFP solo puede valerse de ellos si los clubes los ceden en virtud de acuerdos contractuales, siempre que dichos acuerdos respeten la normativa de competencia.

- (133) 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”*

- (134) 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. La CNMC ya se manifestó sobre este particular, entre otros, en el INF/DC/116/21.

- (135) Además, el PRO 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.

- (136) 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, mientras que 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.”*
- (137) 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”*. Por tanto, en todo lo que se excedan los tiempos y espacios mencionados, los contenidos audiovisuales ofrecidos por la LNFP no se encontrarían amparados por el Real Decreto-ley 5/2015. Se atribuye la LNFP la titularidad de la señal incluyendo *“previa”* y *“post-partido”* (licitando los derechos en lotes 7 y 8) y derechos sobre previa y post-partido (apartado 2.5.1. del PRO), 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.
- (138) En este 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 (pues además el adjudicatario debe abonar a la LNFP o a la entidad que esta designe el coste de la personalización a precios de mercado).
- (139) La referencia realizada por la LNFP en el PRO 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 5/2015, que no confiere a la LNFP titularidad alguna, sino solo la facultad de comercialización conjunta.
- (140) En el contexto de los derechos accesorios para los adjudicatarios de los Lotes, el PRO prevé que *“Los Adjudicatarios deberán conceder a LaLiga una licencia de uso y explotación de los derechos derivados de las posibles grabaciones que los Adjudicatarios realicen con sus propios medios autorizados por LaLiga, así como personalizaciones de los contenidos adjudicados durante el máximo tiempo legalmente permitido hasta que pase a dominio público.”*. 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 postpartido.

## 5.2. Derechos ofertados

- (141) Respecto de los derechos ofertados en el PRO, corresponde hacer las siguientes apreciaciones y advertencias:
- (142) La primera cuestión a tener en cuenta, en relación con lo comentado en el apartado anterior, es que la elección entre pujar por el Canal Liga Segunda o únicamente por el contenido (sin que se retransmita a través del Canal LNFP Segunda) 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. Y a ello hay que añadir que en el caso de que al Adjudicatario opte por la opción del Canal LaLiga, será LaLiga la que explote la publicidad (en los lotes 7 y 8), cuestión no amparada por el Real Decreto-ley 5/2015. Esta explotación de la publicidad por LaLiga también está contemplada “en el caso en el que el Adjudicatario de este Lote opte por su emisión a través del Canal LaLiga Segunda, producido por LaLiga, pero con una estructura básica del Canal LaLiga Segunda que su emisión se realice a través del Canal LaLiga Segunda”, supuesto que está redactado de manera imprecisa.
- (143) El mismo razonamiento se aplica por lo que respecta al Lote 8, en cuanto a la emisión de LaLiga TV Bar.
- (144) Por otro lado, las exigencias sobre el formato de distribución (apartado 2.1.4) pueden afectar a la neutralidad tecnológica y ser discriminatorias por modelo de negocio. Por ejemplo, la emisión de los contenidos del lote 5 podría abrirse a otros formatos alternativos diferentes a los canales de TDT que puedan cumplir también la función de emisión en abierto (a diferencia del Lote 4, donde la Disposición transitoria sexta sí establece la emisión por un canal de televisión). En un sentido similar cabe mencionar la restricción del lote 9 a la distribución por internet pero no en redes sociales. La Directiva de Servicios de Medios Audiovisuales, la Ley General de Telecomunicaciones, la Ley de Contratos del Sector Público, múltiple doctrina y jurisprudencia resaltan la relevancia del principio de neutralidad tecnológica en aras de la libre competencia entre los operadores interesados (evitando así la discriminación entre ellos) que solo debe decaer en situaciones excepcionales y debidamente justificadas. Esta justificación no ha sido argumentada en los escritos remitidos por la LaLiga. Se

recomienda, por ello, revisar tales restricciones, en cumplimiento del artículo 4.4.d) del Real Decreto-ley 5/2015.

- (145) La LNFP ofrece la adquisición de los derechos de explotación y difusión de los partidos del Campeonato Nacional de Liga de Segunda División, en directo y en exclusiva, para su comercialización a clientes residenciales en televisión de pago. El hecho 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 tiene una evidente repercusión en el grado de concurrencia de posibles interesados, limitando el número de éstos.
- (146) Se recomienda en ese sentido revisar tal restricción, en cumplimiento del artículo 4.4.d) del Real Decreto-ley 5/2015 y las exigencias de no discriminación, tal y como recordó el INF/DC/116/21.
- (147) También es preciso recordar que el Lote 4 excluye los partidos de los mejores clubes (Real Madrid, Barcelona, Valencia y Atlético de Madrid). En este sentido, es criticable (como señaló el INF/DC/116/21) que la licitación de los 10 partidos por jornada de 1ª división excluyese en su momento a los operadores de TV en abierto (dado que se han visto privados por tanto del acceso a los partidos de mayor valor). En una línea similar, cabe señalar que los adjudicatarios del lote 4 han de elegir su partido con 4 semanas de antelación. Esto opera en perjuicio de los adjudicatarios porque el interés de los encuentros se conoce mejor con una fecha más cercana. Distorsiones similares se dan para los adjudicatarios del lote 5 (partido en abierto de 2ª) que no habrán podido optar al lote 7 (todos los partidos de la 2ª) e igualmente deben elegir su partido con 4 semanas de antelación (al día siguiente de la 1ª elección del adjudicatario del lote 7, que también es con 4 semanas de antelación). Dichos plazos debieran por tanto ajustarse a los mínimos que resulten necesarios y estén justificados.
- (148) 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 PRO los horarios de celebración de los partidos de mayor atractivo que son identificados en los lotes. Asimismo, corresponde que la LNFP establezca expresamente en el PRO un plazo mínimo para que se determinen las fechas y horarios concretos para los partidos entre semana.
- (149) En algunos lotes es precisa alguna clarificación.
- Por ejemplo, el Lote 7 contiene 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.

- En cambio, sí es clara la mención de que los adjudicatarios de los lotes deben tener en cuenta lo dispuesto en el artículo 19.3 de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual (o normativa que la sustituya) respecto a la emisión de resúmenes informativos, aunque quizás debería recordarse también esta previsión en el apartado 2.1.5 del PRO.
  - Podría también precisarse expresamente en los lotes que incluyen la posibilidad de emisión del contenido en diferido (como el Lote 4) si la emisión en diferido se refiere a la totalidad del encuentro, aparte de especificar la ventana de tiempo exacta donde se puede emitir dicho contenido en diferido (a partir de qué momento se abre la opción y hasta qué momento).
  - También sería preciso aclarar qué se entiende en el Lote 8 por “el adjudicatario deberá explotar este Lote de forma que se garantice la accesibilidad a su contenido de todos los clientes no residenciales mediante condiciones generales adaptadas a cada tipo de Establecimiento Público.
  - También podría precisarse si los resúmenes accesorios son de elaboración obligatoria (como parece por la redacción del apartado 2.3.1 del PRO) o potestativa para el adjudicatario y cómo opera la limitación de emisión en no más de 2 ocasiones para formatos no lineales (si es que está modalidad no está excluida de la adjudicación).
- (150) Los derechos asignados por el PRO (por ejemplo, en el Lote 9 o en los apartados 2.5.1 y 2.5.4) a patrocinadores, colaboradores o socios comerciales de LNFP y los reservados para la propia Liga no son consistentes con el hecho de que la comercialización de los mismos debería realizarse conforme al Real Decreto-ley 5/2015, mediante el procedimiento legalmente previsto, y no siendo reservados directamente.
- (151) Los derechos que se reserven a los clubes naturalmente, no son objetables, dado que los clubes son precisamente los titulares de todos los derechos, conforme al artículo 2.1 y 2.4. de la norma legal (con lo que los clubes no precisan de ningún reconocimiento de estos derechos que haga el PRO). Por otra parte, conforme a lo señalado en el Real Decreto-Ley 5/2015, estos derechos podrán ser explotados y comercializados individualmente por los clubes o entidades participantes, directamente o a través de terceros, de manera que no compete a la entidad organizadora establecer condiciones o requisitos respecto de dicha explotación o comercialización.
- (152) 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 PRO), 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.

- (153) La previsión 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. Por otra parte, determinados requisitos relacionados con esta cuestión exigidos a los adjudicatarios de los lotes 4 y 5 (apartado 2.3.1), no se predicán respecto de los adjudicatarios de los lotes 7 y 8 (apartado 2.3.2).
- (154) En cuanto a la facultad de sublicencia, fue valorada favorablemente por el INF/DC/116/21, si bien en la primera formulación no se indicaban los requisitos que deben darse para que se autorizara esa sublicencia y se señalaba por parte de la CNMC que deberían precisarse y justificarse qué otros requisitos deban cumplirse para permitir la sublicencia. Esto se hace en el nuevo PRO, con lo que se valora positivamente esta mayor determinación de los requisitos, en línea con lo solicitado por la CNMC. Aunque aún queda alguna referencia que es imprecisa (se puede autorizar la sublicencia si *“el potencial sublicenciario ponga a LaLiga en una situación de riesgo reputacional con motivo, por ejemplo, de la emisión en su plataforma de contenidos audiovisuales inadecuados socialmente”*, lo cual es muy indeterminado) o inapropiada (como la denegación de la autorización de la sublicencia por estar siendo investigado por incumplimientos de la propiedad intelectual, sin respetar la presunción de inocencia hasta una condena firme).

### 5.3. Restricciones ligadas a la publicidad

- (155) 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 varios espacios de presentación y promoción del Campeonato Nacional de Liga.

- 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.
  - Se limitan las formas posibles para la emisión de la publicidad por los adjudicatarios.
- (156) Resultan injustificadas las previsiones del PRO 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 7.1.d) del Real Decreto-ley 5/2015. Son contrarias a la libertad de empresa y dificultan la capacidad de rentabilizar económicamente los derechos por parte del adjudicatario, sin mediar justificación objetiva alguna y sin amparo en la normativa de aplicación.

#### **5.4. Requisitos para la presentación de ofertas y procedimiento de adjudicación**

- (157) 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.
- (158) 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”.
- (159) Respecto de los requisitos técnico-profesionales y su valoración en las ofertas, el INF/DC/116/21 señaló que “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”.*

- (160) En este sentido, al no haberse fijado 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 10% 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 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).**
- (161) La valoración de la solvencia económica-financiera sí parece en cambio haberse modulado en principio en función del valor de cada Lote (aunque cabría motivar la necesidad y proporcionalidad de cada umbral específico elegido), y permitiendo el cumplimiento del umbral en uno de los 3 últimos años (cuestión que se valora positivamente). En especial, para empresas de nueva creación, se recomienda valorar la opción de establecer, por ejemplo, garantías, en vez de la exigencia del cumplimiento del umbral.
- (162) 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.
- (163) En el mismo sentido **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.** Es decir, que se precise en qué casos (de no alcanzarse el precio de reserva) habrá adjudicación a la oferta más elevada, en qué casos una nueva ronda y en qué casos comercialización no exclusiva de los contenidos. También debe precisarse que la adjudicación subsidiaria a una oferta que no alcanzase el precio de reserva debe tener en cuenta la limitación de que un adjudicatario no lo sea de más de dos (2) Lotes (artículo 4.4.g del Real Decreto-ley 5/2015). Otra

cuestión a tener en cuenta es que la fijación de un precio de reserva muy elevado en el Lote 4 podría dar lugar a que sea más difícil que haya un operador “interesado en emitirlo” (en los términos previstos por la Disposición transitoria sexta de la Ley 7/2010), lo cual podría ser una manera de sortear dicha obligación de la emisión en abierto de al menos un partido por jornada, abriendo la posibilidad de licitar todos los contenidos para TV de pago. En definitiva, la utilización de los precios de reserva (en particular cuando son secretos y se utilizan de manera discrecional y arbitraria) puede ser contraria a los requisitos de transparencia, competencia y no discriminación (artículo 4.4.d del Real Decreto-ley 5/2015) y a la regulación audiovisual (Disposición transitoria sexta de la Ley 7/2010).

- (164) Finalmente, en relación con la adjudicación, hay que tener en cuenta que estas restricciones de que un adjudicatario no lo sea de más de dos (2) Lotes (apartado 5.3 del PRO) no solo aplican a los lotes objeto de esta licitación, sino también de las adjudicaciones para el mismo conjunto de derechos de las competiciones para un periodo determinado, en las diferentes licitaciones que se organicen (como la analizada en el INF/DC/116/21). **Es decir, la fragmentación por parte de la Liga de los derechos en distintos procedimientos de adjudicación no debe dar lugar a eludir la obligatoriedad de que “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”** (artículo 4.4.g del Real Decreto-ley 5/2015). Se considera por tanto necesario que se introduzca esta consideración en la licitación o licitaciones que realice la LNFP para este conjunto de derechos de las competiciones.
- (165) Por su parte, 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.
- (166) 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.
- (167) En cuanto a la cancelación, no se prevé que la LNFP deba en ese caso asumir los gastos de preparación de las ofertas por parte de los candidatos presentados,

lo cual no parece proporcionado (apartados 6.1 y 6.2) lo que solo sería justificado cuando La Liga cancela por una razón de fuerza mayor, lo que habría de precisarse en el PRO.

- (168) En el apartado 6.3, sobre obligación de los adjudicatarios de explotación de los derechos salvo fuerza mayor, corresponde hacer las salvaguardas oportunas que dispense para derechos accesorios (como resúmenes o emisiones en diferido) y para el caso de sublicenciamiento.
- (169) 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.
- (170) También se pueden considerar desproporcionadas las obligaciones a los adjudicatarios sobre la aportación de cifras de audiencia con tanto detalle (apartado 3.3) y la colaboración en materia de integridad y anti-piratería (apartados 6.5 y 6.6) y en la estrategia de comunicación, promoción y publicidad y la estrategia digital de LaLiga (apartado 6.7).
- (171) Todavía en materia de obligaciones generales, el PRO 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.”*
- (172) 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 segunda 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 ilícitos<sup>7</sup>. Asimismo, no se entiende la referencia a los operadores OTT en este contexto.

- (173) 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.
- (174) 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. 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)].
- (175) 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.
- (176) 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*

---

<sup>7</sup> 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.

*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.*

## **5.5. Sobre las temporadas ofertadas y la duración de los contratos de comercialización con los adjudicatarios**

- (177) Como se ha anticipado, el procedimiento de solicitud de ofertas sometido a informe posibilita la presentación de ofertas por hasta cinco temporadas.
- (178) El artículo 4.4 del Real Decreto-ley 5/2015 prevé en su letra f) que “La duración de los contratos de comercialización se supeditarán a las normas de competencia de la Unión Europea.”<sup>8</sup>
- (179) Los antecedentes comunitarios<sup>9</sup> y nacionales<sup>10</sup> fundamentales en esta materia de duración máxima de los contratos de venta conjunta coinciden en establecer un límite de tres temporadas.
- (180) Recientemente, la CNMC ha reafirmado y motivado en extenso su criterio sobre esta cuestión, con motivo del informe, de 19 de octubre de 2021, sobre la propuesta de la Liga Nacional de Fútbol 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)<sup>11</sup>.

*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*

---

<sup>8</sup> La Disposición Final Quinta del Real Decreto-ley 15/2020, 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 supeditarán a las normas de competencia de la Unión Europea», frente al hasta entonces vigente “La duración de los contratos de comercialización no podrá exceder de tres años.»

<sup>9</sup> 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 (párrafo 200), 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 y 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 (párrafo 32).

<sup>10</sup> Véase S/006/07 –AVS, MEDIAPRO, Sogecable y clubs de futbol de 1ª y 2ª división o IPN/CNMC/0001/14.

<sup>11</sup> Este informe, disponible como todos en la web de la CNMC (en este caso, <https://www.cnmc.es/expedientes/infdc11621>), formula una exposición extensa y detallada de las razones que justifican que la duración propuesta, superior a tres años, no resulte respetuosa con el Real Decreto-ley 5/2015 y, por ende, pueda resultar contraria a la normativa comunitaria y nacional sobre competencia.

*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 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.*

- (181) En conclusión, esta CNMC considera que la LNFP debería eliminar la posibilidad de presentar ofertas por un plazo de cuatro y/o cinco temporadas, para favorecer un régimen de mayor concurrencia y adaptarse a una duración de los contratos adecuada a los principios y normas de competencia.

## 6. CONCLUSIONES

- (182) Visto el documento de Propuesta de comercialización de determinados derechos de retransmisión audiovisual relacionados con el Campeonato Nacional de Liga por un plazo de tres y en su caso a cuatro o cinco temporadas a contar desde la temporada 2022/23, en los mercados nacional y Andorra, presentada por la LNFP el 1 de marzo de 2022 para la emisión de Informe previo, la CNMC concluye que **no cumple con los requisitos establecidos en el Real Decreto-ley 5/2015 en determinados aspectos.**
- (183) Con el fin de adecuar la propuesta de comercialización sometida 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 10% 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 algunos lotes (como el del campeonato de 2ª división) a su explotación por operadores de televisión de pago, debiendo poder también pujar por dichos derechos operadores de emisión en abierto.
  - 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 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.

- 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.
- 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.

(184) Se reitera 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.