

**INFORME SOBRE LA PROPUESTA DE  
LA LIGA NACIONAL DE FUTBOL  
PROFESIONAL PARA LA  
COMERCIALIZACIÓN DE LOS  
DERECHOS DE EXPLOTACIÓN DE  
CONTENIDOS DEL CAMPEONATO  
NACIONAL DE LIGA EN VARIOS  
MERCADOS NO PERTENECIENTES  
AL EEE A PARTIR DE LA  
TEMPORADA 2024/2025 POR UNA  
DURACIÓN DE HASTA OCHO  
TEMPORADAS**

**INF/DC/221/22**

15 de noviembre 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>8</b>
3.1.    Introducción .....	9
3.2.    Descripción de los contenidos audiovisuales ofertados .....	9
<b>4. Valoración del documento de condiciones de comercialización internacional de los derechos de explotación de contenidos del campeonato nacional de liga en varios mercados no pertenecientes al EEE.....</b>	<b>15</b>
4.1.    Derechos ofertados y atribución de derechos más allá del Real Decreto-Ley 5/2015.....	16
4.2.    Criterios para la valoración de requisitos y cumplimiento del principio de transparencia.....	17
4.3.    Emisión lineal y no lineal.....	19
4.4.    El papel de Mediaproducción S.L.U. ....	20
4.5.    Duración de los contratos .....	20
<b>5. Conclusiones .....</b>	<b>20</b>

**INFORME SOBRE LA PROPUESTA DE LA LIGA NACIONAL DE FUTBOL PROFESIONAL PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE LOS DERECHOS DE EXPLOTACIÓN DE CONTENIDOS DEL CAMPEONATO NACIONAL DE LIGA EN VARIOS MERCADOS NO PERTENECIENTES AL EEE A PARTIR DE LA TEMPORADA 2024/2025 POR UNA DURACIÓN DE HASTA OCHO TEMPORADAS.**

**INF/DC/221/22 LNFP VARIOS MERCADOS NO EEE**

**CONSEJO. SALA DE COMPETENCIA**

**Presidenta**

D<sup>a</sup>. Cani Fernández Vicién

**Consejeros**

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

D. Carlos Aguilar Paredes

D. Josep Maria Salas Prat

D<sup>a</sup> María Jesús Martín Martínez

**Secretario de la Sala**

D. Miguel Bordiú García-Ovies

En Madrid, a 15 de noviembre 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 28 de octubre de 2022, de elaboración del informe previo a la comercialización de los derechos de explotación de contenidos audiovisuales en varios mercados no pertenecientes al EEE del Campeonato Nacional de Liga para la temporada 2024/2025 en adelante, 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 28 de octubre 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 los derechos de explotación de contenidos audiovisuales del Campeonato Nacional de Liga, en varios mercados no pertenecientes al EEE, para hasta ocho temporadas a partir de la temporada 2024/25. 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 con 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 propuesta de comercialización de los derechos de explotación de contenidos audiovisuales del Campeonato Nacional de Liga en varios mercados no pertenecientes al EEE.
- (3) La solicitud de informe de la LNFP, de 28 de octubre de 2022, se acompaña de un documento consistente en las bases de la Oferta, y dos anexos denominados:
  - Anexo 1: programas de soporte y señales adicionales
  - Anexo 2: clips

## 2. MARCO NORMATIVO

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

*“El objeto de este real decreto-ley es establecer las normas para la comercialización de los derechos de explotación de contenidos audiovisuales de competiciones futbolísticas correspondientes al Campeonato Nacional de Liga de Primera y Segunda División, a la Copa de S.M. el Rey, a la Supercopa de España y al resto de competiciones de ámbito estatal, tanto masculinas como femeninas, organizadas por la Real Federación Española de Fútbol”; así como fijar los criterios para la distribución de los ingresos obtenidos entre los organizadores y participantes en las mismas.”*
- (5) 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>2</sup>:

---

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

<sup>2</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.

*“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.”*

- (6) 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”.
- (7) Este artículo excluye de su ámbito los derechos de explotación de contenidos para su emisión a través de los servicios de comunicación audiovisual radiofónica.
- (8) El Real Decreto-ley 5/2015 reconoce expresamente que la titularidad de los derechos audiovisuales corresponde a los clubes, si bien establece la necesidad de ceder las facultades de comercialización conjunta del Campeonato Nacional de Liga de Primera y Segunda División a la Liga Profesional que se cree a tal efecto, en los siguientes términos:

*“Artículo 2*

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

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

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

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

*b) La Real Federación Española de Fútbol, respecto de la Copa de S.M. el Rey, de la Supercopa de España y<sup>3</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.”*

- (9) Con independencia de las facultades concedidas a las entidades organizadoras, el club o entidad en cuyas instalaciones se dispute el acontecimiento deportivo de las competiciones mencionadas anteriormente se reservará la explotación de

---

<sup>3</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.

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.”*

- (10) Finalmente, el apartado 4 del artículo 2 dispone que aquellos derechos audiovisuales no incluidos en el ámbito de aplicación del Real Decreto-ley 5/2015 podrán ser explotados y comercializados individualmente por los clubes o entidades participantes, directamente o a través de terceros.
- (11) 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 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>4</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.

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.”

(12) Finalmente, debe tenerse en cuenta lo establecido en:

---

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

- Los artículos 14 y 15 de la Directiva 2010/13/UE, de 10 de marzo, de Servicios de Comunicación Audiovisual, que disponen:

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

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

- En trasposición de esta normativa, el artículo 143.2 de la Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual (LGCA), prevé:

*“El derecho a emitir en exclusiva contenidos audiovisuales previsto en el apartado anterior 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 para la sociedad”.*

- Asimismo, el artículo 144.1 LGCA establece que

*“El titular del derecho exclusivo para difundir un acontecimiento de interés general para la sociedad permitirá a los prestadores del servicio de comunicación audiovisual la emisión de un breve resumen informativo en condiciones razonables, objetivas y no discriminatorias”.*

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

- (13) Mediante el escrito presentado a la CNMC el 28 de octubre 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 varios mercados no pertenecientes al EEE del Campeonato Nacional de Liga, para el período 2024/2025 en adelante, hasta un máximo de ocho temporadas.
- (14) El proceso de licitación se recoge en el precitado documento denominado “Comercialización internacional de los derechos de explotación de contenidos audiovisuales del Campeonato Nacional de Liga” (en adelante, “Condiciones de Comercialización”).
- (15) Las Condiciones de Comercialización se estructuran en diversos epígrafes:
  - 1.- Introducción
  - 2.- Descripción de los contenidos audiovisuales
  - 3.- Condiciones generales

- (16) En el mismo documento se incluyen dos anexos: el Anexo I, referido a programas de soporte y señales adicionales; y el Anexo II, referido a los clips.
- (17) A continuación, se realiza un resumen del contenido principal de las Condiciones de Comercialización, atendiendo al literal del texto, que posteriormente será objeto de valoración.

### **3.1. Introducción**

- (18) Se indica que el documento contiene la descripción de los contenidos audiovisuales ofertados en varios territorios fuera del Espacio Económico Europeo, concretamente África, Caribe, Asia, Subcontinente Indio, Medio Oriente y norte de África (MENA), Israel y Gibraltar.
- (19) Señalan las Condiciones de Comercialización que Mediaproducción, S.L.U. será la entidad encargada de promover la comercialización de los contenidos audiovisuales fuera de España, especificándose que no participará como operador interesado.
- (20) Asimismo, señala el texto que se ha solicitado el informe preceptivo a la CNMC para determinar la adecuación de las Condiciones de Comercialización a lo establecido en el artículo 4.5 del RDL 5/2015.

### **3.2. Descripción de los contenidos audiovisuales ofertados**

- (21) Los derechos de explotación objeto de comercialización comprenden los partidos celebrados por los Clubes/SADs que participan en el Campeonato Nacional de Liga, de Primera División y Segunda División, así como los partidos de ascenso a Primera División (play-offs).
- (22) Concretamente, el objeto del procedimiento de licitación son los derechos de explotación y difusión de los siguientes partidos celebrados por los Clubes/SADs que participan en el Campeonato Nacional de Liga, de Primera División y Segunda División, así como los partidos de ascenso a Primera División (play-offs):

#### **(i) Campeonato Nacional de Liga de Primera División**

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

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

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

## **(ii) Play-offs**

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

## **(iii) Campeonato Nacional de Liga de Segunda División**

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

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

Durante cada jornada, se disputan once (11) partidos, repartidos de viernes a lunes, aunque algunas jornadas podrán tener lugar, ocasionalmente, entre semana.

- (23) Adicionalmente las Condiciones de Comercialización objeto de informe permiten a los operadores interesados emitir “Programas Soporte” y optar por la difusión de “Clips”.
- (24) Al contrario de lo que sucede con las condiciones de comercialización para el ámbito nacional, en este caso se prevé que los contenidos audiovisuales objeto de licitación podrán ser emitidos a través de TV en abierto y/o de pago.
- (25) Los contenidos audiovisuales se comercializan en régimen de exclusividad en función del idioma y/o territorio en concreto. Sin perjuicio de lo anterior, en el caso de que la oferta económica recibida por los distintos Lotes no alcance las expectativas económicas previamente fijadas por LaLiga, se optará por un régimen de no exclusividad. Se informa a la CNMC que, en el caso de que en los distintos lotes se opte por un régimen de no exclusividad, será debidamente informado a los operadores interesados.
- (26) En cuanto al ámbito geográfico, se establecen diferentes lotes divididos territorialmente. No obstante, se informa a la CNMC que los distintos lotes que se describen a continuación pueden ser ofertados de forma separada, es decir, en distintos momentos temporales y con una composición territorial diferente,

bien con un número menor de territorios por cada lote o bien su comercialización de forma individualizada.

- **África:** incluye los territorios de Angola, Benín, Botsuana, Burkina Faso, Burundi, Camerún, Cabo Verde, República Centroafricana (CAR), Chad, Islas Comoras, Congo, Guinea Ecuatorial, Eritrea, Etiopía, Gabón, Gambia, Ghana, Guinea Bissau, Costa de Marfil, Kenia, Lesoto, Liberia, Madagascar, Malawi, Mali, Mauritania, Islas Mauricio, Mayotte, Mozambique, Namibia, Níger, Nigeria, Reunión, Ruanda, Santo Tomé y Príncipe, Senegal, Seychelles, Sierra Leona, Socotra, Sudáfrica, Santa Helena, Ascensión, Sudán, Tanzania, Togo, Uganda, Zambia y Zimbabue.
- **Caribe:** Antigua y Barbuda, Anguila, Aruba, Bahamas, Barbados, Belice, Bermudas, Islas Vírgenes Británicas, Islas Caimán, Curazao, Dominica, Granada, Guadalupe, Trinidad y Tobago, Islas Turcas y Caicos.
- **Asia:** China, Macao y Taiwán.
- **Subcontinente indio:** India, Mongolia, Pakistán, Sri Lanka, Bangladesh, Bután, Nepal y Maldivas.
- **Oriente Próximo y África el Norte:** Bahréin, Irán, Iraq, Jordania, Kuwait, Líbano, Omán, Palestina, Qatar, Arabia Saudí, Siria, Emiratos Árabes Unidos, Yemen, Argelia, Chad, Egipto, Yibuti, Marruecos, Somalia, Libia, Sudán del Sur y Túnez.
- Israel
- Gibraltar

- (27) En todos los casos, la comercialización se produciría a partir de la temporada 2024/25, con excepción de Gibraltar, donde se produciría a partir de la temporada 2025/26.
- (28) Respecto del **plazo de comercialización de los derechos**, los candidatos pueden presentar ofertas por un plazo de hasta cinco temporadas, con excepción del subcontinente indio, para el que se admiten ofertas de hasta ocho temporadas.
- (29) Si bien las Condiciones de Comercialización contienen un **calendario indicativo** (días de la semana y horarios) de jornadas para Primera y Segunda División y para los play-offs de ascenso a Primera (apartado 2.6), se precisa que la LNFP comunicará los partidos que serán disputados durante cada jornada de tras el sorteo del calendario oficial, antes del inicio de cada temporada y que la LNFP se reserva el derecho a modificar las fechas y horarios de los partidos.
- (30) De acuerdo con las Condiciones de Comercialización, los partidos de **Primera División** que se disputen en fin de semana (incluyendo viernes y lunes) se

emitirán según el siguiente horario indicativo: los viernes, a las 21:00 horas; los sábados, a las 14:00 horas, 16:15 horas, 18:30 horas y 21:00 horas; los domingos, a las 14:00 horas, a las 16:15 horas, 18:30 horas y 21 horas; y los lunes a las 21:00 horas<sup>5</sup>.

- (31) Excepcionalmente, podrán disputarse partidos de martes a jueves en el siguiente horario indicativo: martes, miércoles y jueves, entre las 19:30 horas y las 22:00 horas.
- (32) A efectos informativos, los partidos de **Segunda División** que se disputen en fin de semana (incluyendo viernes) se emitirán según el siguiente horario indicativo: 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.
- (33) El horario indicativo de los partidos de los "**play-offs**" de ascenso a Primera División es el siguiente: los miércoles y domingos a las 20:00 horas y 22:00 horas.
- (34) La LNFP señala, en una relación no taxativa, los derechos que no forman parte de la licitación:
- a. Autorizar el acceso para su puesta a disposición a través de Internet en "streaming" a los efectos de realizar apuestas.
  - b. Explotar la difusión a través de radio.
  - c. Uso comercial de estadísticas, gráficos u otro contenido similar.
  - d. Difundir la señal en lugares públicos, sin perjuicio del derecho cedido para la difusión por el adjudicatario en restaurantes, hospitales, escuelas, etc.
  - e. Difundir en plataformas digitales, entendidas como sitios web de videos compartidos (YouTube, Vimeo, etc.) si bien La Liga no explotará ni cederá a terceros los derechos de difusión en directo de los partidos.
  - f. Difusión de los Clips a través de Internet, salvo que se adquieran los Clips.
  - g. Autorizar la licencia y uso de coleccionables digitales con tecnología blockchain para su compra a través de sitios Web, móvil o plataformas digitales que puedan incluir, entre otros, una secuencia de imágenes destacables de un partido.
- (35) Con relación a los **derechos reservados a la LNFP y a los Clubes/SADs** que la integran, se señala que LNFP y Clubes podrán hacer uso de "ciertas imágenes" de los partidos del Campeonato Nacional de Liga en las siguientes condiciones:
- a. Canales oficiales de los Clubes: podrán utilizar (i) la emisión en diferido del encuentro disputado en su estadio a partir de la finalización de la jornada

---

<sup>5</sup> Todos los horarios hacen referencia al "Central European Time" (CET), tanto en Primera como en Segunda División y los partidos de play-off.

deportiva; (ii) las imágenes de su partido de cada jornada, con una duración máxima de noventa segundos (90''), una vez terminado el partido; y (iii), adicionalmente, imágenes de su encuentro, de un máximo de noventa segundos (90''), con un total de hasta tres minutos (3') a partir de la finalización del último partido de ese día de la jornada.

- b. Webs, Apps y museos oficiales de los Clubes: podrán utilizar las imágenes de su partido de cada jornada con una duración de hasta tres minutos (3') en total, a partir de la finalización del último de los partidos del día de la jornada en que se dispute su partido.
- c. Cuentas oficiales de los Clubes en redes sociales: podrán utilizar las imágenes de su partido de cada jornada en redes sociales con una duración de hasta noventa segundos (90''), a partir del martes a las 10:00 horas (CET) para las jornadas de fin de semana y a partir del viernes a las 10:00 horas (CET) para las jornadas entre semana. El uso de dichas imágenes estará limitado a la promoción del Campeonato Nacional de Liga, de los partidos del Club, a incentivar la asistencia a los estadios y la visualización a través de los canales de televisión que emitan los partidos.
- d. "News Access": La difusión de extractos para su cesión a operadores de televisión y/o agencias de noticias que operen a nivel multinacional, para su inclusión en programas informativos, sin perjuicio del derecho y la obligación del adjudicatario de suministrar dichos extractos de los partidos a terceros en su respectivo país para su emisión en programas de información general, en la medida que así sea establecido en su jurisdicción.
- e. Medios oficiales de LaLiga: la difusión de clips y partidos del Campeonato Nacional de Liga, en su caso, en medios oficiales (página web, plataformas online, aplicaciones, etc.), en canales con la marca de LaLiga en plataformas digitales (YouTube, Vimeo, etc.) y en redes sociales.
- f. Imágenes de LaLiga dentro de los estadios y que no sean parte de los partidos, únicamente en canales, webs oficiales, apps, museos y usos oficiales de los Clubes y SADs de LaLiga (por ej. exhibiciones).

(36) Se indican con detalle los **requisitos de emisión** que deben cumplir los adjudicatarios:

(37) En relación con el Campeonato Nacional de Liga de **Primera División** deberá emitirse **de forma lineal** en su canal principal:

- a. Al menos tres (3) partidos íntegros por cada jornada, siendo al menos dos (2) de ellos en directo.
- b. El Programa Soporte denominado "*LaLiga Highlights Show*", o el que le sustituya en el futuro, en su integridad o bien el programa de resúmenes de los partidos que sea producido por el adjudicatario, para su difusión no más tarde de las 24 horas siguientes desde la finalización de cada jornada.

- c. El Programa Soporte denominado “*LaLiga Show*” y/o “*LaLiga World*”, o los que les sustituyan en el futuro, ambos en su integridad.
- (38) En relación con los partidos de **play-offs**, deberán emitirse de forma íntegra, en cualquier de los canales designados y/o en la OTT designada al menos **y lineal** la mitad (tres (3) de seis (6)) de los partidos.
- (39) En relación con el Campeonato Nacional de Liga de **Segunda División**, deberá emitirse **de forma lineal** en cualquiera de los canales designados y/o en la OTT designada:
- Al menos un (1) partido íntegro y en directo por cada jornada
  - El Programa Soporte denominado “LaLiga SmartBank Highlights”.
- (40) Adicionalmente, todos los partidos de Primera División serán emitidos de forma íntegra, en directo a través de Internet en los sitios web designados y/o en la OTT designada.
- (41) En relación con la **producción**, se señala expresamente que todos los partidos, programas soporte y resúmenes semanales serán producidos por la LNFP, y como mínimo en formato HD.
- (42) Como condiciones de **publicidad, promoción y patrocinio**, se prevé que los adjudicatarios se comprometerán a incorporar en sus difusiones carátulas de entrada y salida de patrocinadores oficiales y avances de programación de los partidos a difundir.
- (43) Respecto de la **información** que los adjudicatarios deben proporcionar a la LNFP se incluyen:
- Cifras de audiencia.
  - Cifras de abonados mensuales.
  - Precios (si son públicos y accesibles) que abonan los consumidores finales.
  - Lista de acuerdos de distribución de los canales del adjudicatario con terceras plataformas.
- (44) Se indica de forma expresa que los adjudicatarios deberán respetar escrupulosamente, además de la normativa de propiedad intelectual y de protección de datos, la normativa de defensa de la competencia en el proceso de remisión de esta información a la LNFP. La información se tratará confidencialmente por la LNFP.
- (45) Se establece que la **adjudicación** de los contenidos audiovisuales objeto de comercialización se realizará en función del interés de los operadores audiovisuales en los distintos territorios, así como que, en cualquier caso, “*LaLiga siempre respeta los principios de objetividad, transparencia y no discriminación*,”

*incluyendo como criterio principal el valor económico que ofrezcan los operadores interesados”.*

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

#### **4. VALORACIÓN DEL DOCUMENTO DE CONDICIONES DE COMERCIALIZACIÓN INTERNACIONAL DE LOS DERECHOS DE EXPLOTACIÓN DE CONTENIDOS DEL CAMPEONATO NACIONAL DE LIGA EN VARIOS MERCADOS NO PERTENECIENTES AL EEE**

- (50) 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.

- (51) Las condiciones de comercialización objeto de este informe afectan a países fuera del EEE por lo que es de aplicación el Real Decreto-ley 5/2015 a excepción de sus artículos 4.2, 4.3 primer párrafo y 4.4.
- (52) Con carácter específico, en lo que se refiere al artículo 4.5 del Real Decreto-ley 5/2015, las condiciones de comercialización en los mercados internacionales se deben ajustar a la obligación de hacer públicas estas condiciones y ofrecer a través de la web información actualizada sobre los contratos de comercialización vigentes. Al mismo tiempo, la norma dispone que las condiciones se someterán a informe previo de la CNMC.
- (53) 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.
- (54) En este sentido, la CNMC realiza las siguientes observaciones a las condiciones de comercialización presentadas por la LNFP para informe previo:

#### **4.1. Derechos ofertados y atribución de derechos más allá del Real Decreto-Ley 5/2015**

- (55) 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:
- (56) Respecto de las referencias a la **titularidad de los derechos** y a la condición de **productor** de la LNFP:
- (57) 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.

- (58) 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”*

- (59) Consecuentemente, la norma legal otorga a la LNFP la facultad de comercialización conjunta de ciertos derechos audiovisuales, pero no así la producción o explotación directa de los mismos. Así, la redacción de las condiciones en el apartado 2.1 y 2.7 y en el Anexo 1 apartado B parece sugerir que la LNFP se atribuye la condición de productora. Aparte de que la obligación de emitir algunos de estos programas (“Programas Soporte” y “Clips”, los Resúmenes Semanales...) distorsiona la licitación al perjudicar a los operadores solo interesados en los partidos y no en dichos programas soporte.
- (60) Adicionalmente, el hecho de que la LNFP excluya ciertos derechos de la licitación no puede implicar que se los atribuya si no están comprendidos dentro del RDL 5/2015. Es el caso, por ejemplo, de la difusión a través de radio o del uso comercial de estadísticas. En otros casos de derechos que se han excluido de la licitación (a tenor del apartado 2.7) pero que sí estarían comprendidos en el RDL 5/2015 se recuerda la obligatoriedad de licitación de acuerdo a las condiciones del RDL 5/2015 o comercialización en su caso por los clubes cuando así lo establezca el RDL 5/2015.

## 4.2. Criterios para la valoración de requisitos y cumplimiento del principio de transparencia

- (61) El documento de Condiciones de comercialización señala que en la adjudicación de los derechos se respetarán los principios de objetividad, transparencia, y no discriminación y que se incluirá como criterio principal el valor económico ofrecido por los operadores interesados (apartado 2.12). En aras del respeto a estos principios, sería esperable que la LNFP desarrollara dentro de las

condiciones de comercialización las líneas generales del procedimiento de adjudicación: presentación de ofertas, requisitos técnicos, profesionales y económicos, fase de adjudicación, etc., sin perjuicio de las especificidades propias de las condiciones en cada país. El establecimiento de unas condiciones mínimas, que deban cumplirse en todos los casos, garantizaría el respeto a los citados principios, dado el relevante número y diversidad de países objeto de comercialización y la dificultad de conocer previamente las condiciones individuales.

- (62) En este sentido, el hecho de poder optar por un régimen de no exclusividad en caso de que la oferta económica recibida por los distintos lotes no alcance las expectativas económicas previamente fijadas por LaLiga introduce un elemento de discrecionalidad en el proceso que sería conveniente evitar para introducir una mayor seguridad y transparencia a los operadores que deseen participar en el mismo.
- (63) Además de ello, sería deseable que las condiciones de comercialización contuvieran una mayor profusión y claridad respecto a:
- La existencia de un anuncio de apertura del procedimiento con la mayor difusión posible.
  - La existencia de un sistema de consultas con los potenciales licitadores que fueran resueltas con la mayor difusión y publicidad, por ejemplo, publicando todos esos intercambios de información en la web de la LNFP. Además, debería recogerse ya en las condiciones el plazo, que debería ser suficiente a partir del momento en que se publique el anuncio, para que los licitadores preparen las ofertas.
  - Los criterios de solvencia técnica o profesional y, en su caso, económica o financiera para acceder a la licitación, reflejando además con precisión la ponderación que se otorga a cada uno de ellos.
- (64) Existen también otros elementos relacionados en los que es posible y deseable alcanzar una mayor claridad. Así, se recomienda, en aplicación del principio de transparencia, una mayor precisión en la que se formula por las Condiciones como genérica obligación de los adjudicatarios de “coordinación” con la LNFP en la estrategia de comunicación, promoción, publicidad y estrategia digital, de forma que los operadores interesados puedan valorar la proporcionalidad y alcance de tal carga, dada además la falta de justificación a priori de obligaciones en el ámbito de la publicidad y/o el patrocinio.
- (65) Asimismo, sería deseable especificar de manera más precisa los derechos objeto de comercialización, puesto que la relación abierta y no limitativa de los contenidos excluidos recogida en el apartado 2.7 de las Condiciones de comercialización no permiten determinar con claridad cuáles son los contenidos

efectivamente objeto de comercialización y cuáles pueden ser comercializados en un momento posterior. También generan incertidumbre las menciones a la posible modificación de los lotes (apartado 2.3) o a la posible modificación del calendario que la LNFP se reserva (apartado 2.6), aspectos afectados también por la duración de hasta ocho temporadas (apartado 2.4), analizado de manera más específica a continuación.

- (66) En relación con las condiciones de información, se establece el deber de los adjudicatarios de proporcionar a la LNFP información sobre cifras de audiencia, cifras de abonados, listas de acuerdos de distribución de los canales con terceras plataformas, precios. Este deber por parte del adjudicatario, además de su posible falta de proporcionalidad, no se sustenta en el Real Decreto-ley y puede afectar a la competencia en el ámbito de la prestación de servicios de TV de pago.
- (67) Finalmente, la LNFP debe incluir las referencias al derecho de emisión de breves resúmenes informativos de los acontecimientos de interés general por los restantes prestadores del servicio de comunicación audiovisual, tal y como establecen el artículo 144 de la Ley 13/2022 General de la Comunicación Audiovisual y los artículos 14 y 15 de la Directiva 2010/13/UE, de 10 de marzo, de Servicios de Comunicación Audiovisual, en los términos señalados por la Sala de Supervisión Regulatoria de la CNMC en sus distintas Resoluciones.
- (68) En definitiva, la LNFP puede modificar las Condiciones de comercialización para adecuarlas a los principios de publicidad, transparencia y no discriminación contenidos en el Real Decreto-ley 5/2015. Y también para el cumplimiento de otros requisitos establecidos en el Real Decreto-Ley, como un procedimiento competitivo. A estos efectos, se podía haber considerado un diseño de los lotes con diversas opciones (un número distintos de partidos por jornada, una emisión opcional de los programas soporte...) que atraigan a un número mayor de potenciales interesados en adquirir los derechos.

### **4.3. Emisión lineal y no lineal**

- (69) Se recomienda aclarar las previsiones de las Condiciones de Comercialización con relación a la emisión lineal y no lineal de los contenidos ofertados, especialmente en lo que respecta a la precisión de obligación de emitir de forma lineal en un canal principal. También respecto a la distinción que se efectúa de la emisión de forma íntegra y lineal, que puede realizarse tanto a través de canales tradicionales como a través de OTTs.

#### 4.4. El papel de Mediaproducción S.L.U.

- (70) El documento de Condiciones de Comercialización en su introducción señala a Mediaproducción S.L.U. como entidad encargada de “promover la comercialización de los derechos” fuera de España, precisando que no participará como operador interesado en las condiciones de comercialización. En este sentido, esta Comisión reitera su posición manifestada en los INF/DC/085/19, INF/DC/03/20 e INF/DC/019/22 respecto al papel de Mediaproducción en el proceso:

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

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

#### 4.5. Duración de los contratos

- (71) En general, la CNMC ha venido recomendando un plazo de duración de los contratos de un máximo de 3 temporadas, en atención a los casos y precedentes de competencia.
- (72) En este sentido, la LNFP considera plazos de hasta 5 temporadas o incluso de hasta 8 temporadas en el Subcontinente indio.
- (73) Teniendo en cuenta las anteriores consideraciones, y en tanto que los contratos de duración superior reforzarían los efectos de cierre del mercado en beneficio de los incumbentes y en detrimento de los que resultaran no adjudicatarios, incluyendo a los potencialmente existentes en los próximos años, se insta a la LNFP a acotar la duración máxima de los contratos a tres años.

### 5. CONCLUSIONES

- (74) Vista la Propuesta de comercialización internacional de los derechos de explotación de contenidos audiovisuales del Campeonato Nacional de Liga de Primera y Segunda División en Asia/Pacífico, presentada con fecha 1 de marzo de 2022 por la LNFP para la emisión de Informe previo, la CNMC concluye que **no cumple con determinados requisitos establecidos en el Real Decreto-ley 5/2015.**

- (75) Con el fin de adecuar la propuesta de comercialización sometida a informe a la norma y a los principios de Competencia, la LNFP debería:
- Ceñirse a las facultades que le han sido otorgadas conforme al Real Decreto-ley, esto es, “la comercialización conjunta” de los derechos audiovisuales incluidos en el ámbito de la norma y adecuar el contenido de la oferta de comercialización de derechos a esta facultad.
  - No incluir reservas de derechos que no se justifican, ni obligaciones no amparadas por el Real Decreto-Ley 5/2015 que generen falta de transparencia.
  - Fijar los criterios para la valoración de los requisitos para la adjudicación de los lotes, para garantizar la consecución de un procedimiento transparente y competitivo. En particular, basándose en criterios objetivos y evaluables en lo posible mediante fórmulas, aumentando la certidumbre para los operadores y limitando la discrecionalidad de la LNFP.
  - Reformar aquellos aspectos señalados en el informe contrarios al principio de publicidad en el procedimiento de presentación de ofertas y de adjudicación de los derechos.
  - Aclarar las condiciones en cuanto a la emisión lineal o no lineal y no discriminar entre operadores que lleven a cabo una u otra forma de emisión.
  - Revisar la duración de los contratos para buscar una mayor competencia, evitando el cierre del mercado durante un número considerable de años, de forma que se limite la posibilidad de presentar ofertas por un periodo superior a los tres años.
- (76) En ese sentido, 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.