

**INFORME SOBRE LA PROPUESTA DE
LA LIGA NACIONAL DE FUTBOL
PROFESIONAL PARA LA
COMERCIALIZACIÓN DE LOS
DERECHOS DE EXPLOTACIÓN DE
CONTENIDOS DEL CAMPEONATO
NACIONAL DE LIGA EN ESPAÑA A
PARTIR DE LA TEMPORADA
2024/2025 POR UNA DURACIÓN DE
TRES TEMPORADAS**

INF/DC/522/23

13 de diciembre de 2023

www.cnmc.es

CONTENIDO

1. Antecedentes	4
2. Marco normativo	4
3. Contenido de la propuesta objeto de informe previo	8
3.1. Introducción	9
3.2. Descripción de los contenidos audiovisuales ofertados.....	10
3.3. Condiciones de explotación de los contenidos audiovisuales.....	15
3.4. Procedimiento para la presentación de ofertas.....	16
3.5. Procedimiento de adjudicación de los lotes	19
3.6. Condiciones generales.....	21
4. Valoración del documento de condiciones de comercialización de los derechos de explotación de contenidos del campeonato nacional de liga en españa	22
4.1. Atribución y comercialización de derechos más allá del Real Decreto-Ley 5/2015	22
4.2. Derechos ofertados	28
4.3. Restricciones ligadas a publicidad, promoción y patrocinio	29
4.4. Requisitos para la presentación de ofertas, procedimiento de adjudicación y otras cargas para los adjudicatarios.....	31
5. Conclusiones	35

INFORME SOBRE LA PROPUESTA DE LA LIGA NACIONAL DE FUTBOL PROFESIONAL PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE LOS DERECHOS DE EXPLOTACIÓN DE CONTENIDOS DEL CAMPEONATO NACIONAL DE LIGA EN ESPAÑA A PARTIR DE LA TEMPORADA 2024/2025 POR UNA DURACIÓN DE TRES TEMPORADAS.

INF/DC/522/23 LNFP ESPAÑA

CONSEJO. SALA DE COMPETENCIA

Presidenta

D^a. Cani Fernández Vicién

Consejeros

D^a María Jesús Martín Martínez

D. Bernardo Lorenzo Almendros

D. Xabier Ormaetxea Garai

Secretario de la Sala

D. Miguel Bordiú García-Ovies

En Madrid, a 13 de diciembre de 2023

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 20 de noviembre de 2023, de elaboración del informe previo a la comercialización de los derechos de explotación de contenidos audiovisuales en España 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, con su redacción vigente, la **SALA DE COMPETENCIA** acuerda emitir el siguiente informe.

INF/DC/522/23

INFORME SOBRE LA PROPUESTA DE LA LIGA NACIONAL DE FUTBOL PROFESIONAL PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE LOS DERECHOS DE EXPLOTACIÓN DE CONTENIDOS DEL CAMPEONATO NACIONAL DE LIGA EN ESPAÑA A PARTIR DE LA TEMPORADA 2024/2025 POR UNA DURACIÓN DE TRES TEMPORADAS.

INF/DC/522/23 LNFP – CAMPEONATO NACIONAL DE LIGA – ESPAÑA

1. ANTECEDENTES

- (1) Con fecha 20 de noviembre de 2023, 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 España, para tres 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 España.
- (3) La solicitud de informe de la LNFP, de 20 de noviembre de 2023, se acompaña de un documento consistente en las bases de la oferta, y tres anexos denominados:
 - Anexo 1: protocolo vigente para entrevistas e intervenciones de periodistas
 - Anexo 2: formularios de oferta
 - Anexo 3: formulario de cumplimiento

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 1.1²:

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

- (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.

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

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

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 y³ del resto de competiciones de ámbito estatal que organice, tanto masculinas como femeninas, en todas las especialidades de la modalidad del fútbol en tanto dichas competiciones no sean declaradas competiciones profesionales. A partir de dicha declaración, adquirirá la condición de entidad organizadora la Liga Profesional que se cree a tal efecto.”

- (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 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) 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, donde se establecen diferencias para la comercialización en los mercados nacional, de la Unión Europea e internacionales:

“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

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

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 supeditarán 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 ⁴.

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.

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

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:

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

“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 20 de noviembre de 2023, 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 del Campeonato Nacional de Liga, para el período 2024/2025 a 2026/2027.

- (14) El proceso de licitación se recoge en el precitado documento denominado “Procedimiento de solicitud de ofertas. Comercialización de los derechos de explotación de contenidos audiovisuales del Campeonato Nacional de Liga en España” (en adelante, “El PRO”).
- (15) El PRO se estructura en diversos epígrafes:
- 1.- Introducción
 - 2.- Descripción de los contenidos audiovisuales objeto del procedimiento
 - 3.- Condiciones de explotación de los contenidos audiovisuales
 - 4.- Procedimiento para la presentación de ofertas
 - 5.- Procedimiento para la adjudicación de los lotes
 - 6.- Condiciones generales
- (16) En el mismo documento se incluyen tres anexos: el Anexo 1, referido al protocolo vigente para entrevistas e intervenciones de periodistas; el Anexo 2, referido a los formularios de oferta; y el Anexo 3, referido al formulario de cumplimiento.
- (17) 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

- (18) El documento en su introducción indica que *“la participación en una competición oficial de fútbol profesional en España conllevará necesariamente la cesión por sus titulares a la entidad organizadora de las facultades de explotación de los derechos audiovisuales”*, en virtud del Real Decreto-ley 5/2015, de 30 de abril, de medidas urgentes en relación con la comercialización de los derechos de explotación de contenidos audiovisuales de las competiciones de fútbol profesional. Recuerda que la Liga Nacional de Fútbol Profesional es, según la norma, la encargada de comercializar conjuntamente los derechos audiovisuales de los Clubes y Sociedades Anónimas Deportivas que participan en primera y segunda división.
- (19) El documento establece las directrices aplicables a la comercialización de ciertos contenidos audiovisuales asociados al Campeonato Nacional de Liga en España, para su explotación en televisión de pago, a clientes residenciales.
- (20) Finalmente, la LNFP considera que el procedimiento es conforme a lo establecido en el Real Decreto-ley 5/2015, concretamente en sus artículos 1.1, 4.1, 4.2, 4.3, 4.4, 4.6 y Disposición Adicional Segunda. Se señala también que la comercialización ha sido acordada y aprobada por el Órgano de control de la gestión de los derechos audiovisuales, y 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

(21) La LNFP ofrece a los operadores interesados la posibilidad de ofrecer ofertas por dos lotes, a saber:

- **Lote 1:** Cinco partidos de cada jornada del Campeonato Nacional de Liga de Primera División en directo y en exclusiva, para su comercialización a clientes residenciales en televisión de pago, a través del Canal LALIGA Primera, producido por la liga en emisión 24x7. Alternativamente, los operadores pueden acceder a los partidos sin que se retransmita a través del Canal LALIGA, como se detallará posteriormente.
- **Lote 3:** para la temporada 2024/2025 a partir del 20 de enero de 2025, una jornada del Campeonato Nacional de Liga de Primera División, que incluye diez partidos, en directo y en exclusiva, para su comercialización a clientes residenciales en televisión de pago. Para las temporadas 2025/2026 y 2026/2027, tres jornadas del Campeonato Nacional de Liga de Primera División, que incluyen diez 10 partidos por jornada, en directo y en exclusiva, para su comercialización a clientes residenciales en televisión de pago.

En apartados posteriores del documento se detalla que este contenido audiovisual también podrá emitirse en diferido y en no exclusiva, incluyéndose además la posibilidad de su difusión bajo demanda.

(22) El PRO engloba la explotación de contenidos audiovisuales 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. Ello se dispone sin perjuicio del cumplimiento de la normativa europea vigente respecto a la portabilidad transfronteriza de los servicios de contenidos en línea en el mercado interior. El periodo de explotación comprende desde el 20 de enero de 2025 (dentro de la temporada 2024/2025) hasta la temporada 2026/2027.

(23) 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.

(24) El PRO detalla que la distribución de los contenidos audiovisuales podrá realizarse a través de cualquier medio o plataforma de pago. Se incluye, a título

enunciativo y no limitativo: cable, satélite, ondas hertzianas, ADSL, IPTV, Internet, wifi, tecnologías 3G, 4G, 5G y generaciones futuras, portales móviles, páginas web, así como cualquier otro sistema o modalidad existente que se desarrolle en el futuro.

- (25) El documento establece que el contenido de los lotes que forman parte del procedimiento se comercializará en régimen de exclusividad, con las siguientes salvedades: los contenidos calificados como “derechos accesorios”, que se comercializan, en todo caso, en régimen de no exclusividad; y los derechos que podrán ser explotados por los clubes/SAD y la liga en régimen de no exclusividad, los cuales están detallados en el apartado 2.6.
- (26) Los adjudicatarios de los lotes deberán ofrecer la opción al usuario de acceder a los comentarios de la retransmisión en todas las lenguas cooficiales en aquellos territorios en los que exista una lengua cooficial. Para el cumplimiento de esta obligación bastará el acceso al audio de prestadores del servicio radiofónico en los territorios que emitan en su respectiva lengua cooficial.
- (27) Según el PRO, los adjudicatarios de cada uno de los lotes podrán sublicenciar su explotación, siempre que cuenten con la autorización previa y expresa de la LNFP. Se incluyen los supuestos en los que la LNFP rechazará la autorización de sublicencia, a saber:
- El potencial sublicenciario haya contraído una deuda con la LNFP (o sus filiales) y/o existan procedimientos judiciales que se encuentren en curso en relación con el citado impago de cantidades adeudadas.
 - El potencial sublicenciario ponga a la LNFP en una situación de riesgo reputacional con motivo, por ejemplo, de la emisión en su plataforma de contenidos audiovisuales inadecuados socialmente.
 - El potencial sublicenciario haya sido condenado o esté siendo investigado por incumplimientos de la normativa de propiedad intelectual o cualquier otra normativa relacionada con la explotación de contenidos audiovisuales.
 - El potencial sublicenciario proponga un formato de explotación de los contenidos audiovisuales contrario a lo establecido en el presente Procedimiento.
- (28) El PRO incluye una serie de derechos accesorios de los adjudicatarios, de los que disfrutarán en régimen de no exclusividad. Estos derechos son:
- **Resúmenes:** los adjudicatarios de los lotes podrán emitir resúmenes de hasta doce minutos de todos los partidos de Primera y Segunda División. Estos resúmenes serán producidos y proporcionados por la LNFP, pese a lo cual el adjudicatario podrá grabar sus propios resúmenes en los partidos que formen parte de su lote. El PRO establece las condiciones para su grabación y la

obligación de entregar a la LNFP una licencia de uso y explotación de las mejores imágenes, en formato de compactado, que hubieran sido grabadas con los referidos medios propios. Finalmente, se aclara que el Canal LALIGA Primera incluirá contenidos publicitarios de conformidad con la legislación aplicable. A este respecto, el Adjudicatario dispondrá de un espacio con una duración máxima de noventa segundos por hora de emisión para la autopromoción de los contenidos de su plataforma a sus clientes.

- **Resúmenes cortos:** los adjudicatarios de los lotes podrán emitir imágenes de los partidos disputados en cada jornada con una duración de ciento ochenta segundos por partido a partir del final del último partido disputado en ese día concreto durante toda la duración de su contrato.
- **Mini-clips:** los adjudicatarios de los lotes dispondrán de tres mini-clips por partido.
- **Imágenes de no juego:** los adjudicatarios de los lotes dispondrán de imágenes de no juego de los partidos que se disputen cada jornada. Estas imágenes de no juego incluirán, a modo de ejemplo, imágenes del banquillo, gradas, etc. Estas imágenes de no juego se podrán utilizar en fragmentos, estarán limitadas a un máximo agregado por partido de sesenta segundos y podrán ser utilizadas en las redes sociales oficiales, sitios web oficiales, plataformas digitales oficiales del adjudicatario, a partir de los cinco minutos después del final del partido correspondiente.
- **Clips en redes sociales:** los adjudicatarios de los lotes dispondrán de clips cortos y clips largos en sus redes sociales. Los cortos tendrán una duración que no supera más de treinta segundos en total por partido y se podrán emitir a partir de los quince minutos siguientes a la finalización del partido, mientras que los largos tendrán una duración no superior a noventa segundos por partido y se podrán emitir a partir del martes a las 10:00 horas para las jornadas de fin de semana y a partir del viernes a las 10:00 horas para las jornadas entre semana.
- **Entrevistas previas y post partido:** los adjudicatarios emitirán contenidos relativos a entrevistas, de forma no exclusiva, como se detalla de forma extensa en el Anexo I. El documento establece estos contenidos “*han sido creados y organizados bajo la iniciativa exclusiva de LaLiga con las implicaciones que ello podría tener en la atribución de la titularidad originaria de esos derechos accesorios*”, y cita una sentencia de la Audiencia Nacional, sección sexta, de 29 de junio de 2023.
- **Archivo histórico de la liga:** los adjudicatarios de los lotes tendrán a su disposición el acceso al archivo histórico de la LNFP desde la temporada 2015/2016, que se solicitará al Área de Audiovisual de la LNFP.

Finalmente, se determina que los adjudicatarios podrán solicitar a la LNFP ciertas acciones “*al objeto de mejorar la experiencia audiovisual de los aficionados al Campeonato Nacional de Liga y de equiparar el producto audiovisual que LALIGA ofrece con las mejores competiciones futbolísticas*”.

- (29) Además de ello, los adjudicatarios dispondrán de determinados derechos accesorios adicionales, como las imágenes de los partidos de la temporada en curso del Campeonato Nacional de Liga; imágenes fijas, fotografías o fotomontajes de un partido para promocionar la explotación de los derechos audiovisuales de los adjudicatarios y/o la Liga y/o el Campeonato Nacional de Liga; y la posibilidad de emitir en tecnología de realidad virtual u otras que puedan aparecer en el mercado, siempre que soliciten la correspondiente autorización de la LNFP.
- (30) El documento detalla los horarios en que se jugarán los partidos y establece el procedimiento de selección, que se realizará de la siguiente forma: el adjudicatario de un lote en 1ª elección deberá comunicar su selección con una antelación mínima de cuatro semanas; posteriormente, el adjudicatario de un lote en 2ª elección deberá comunicar dicha selección a los dos días naturales desde que la Liga le comunique la selección realizada por el adjudicatario que tiene la 1ª elección; finalmente, los adjudicatarios de los lotes deberán comunicar su selección a los tres días naturales desde que la Liga les comunique la elección realizada por el adjudicatario que tiene la 1ª elección.
- (31) Según el PRO, la LNFP, los Clubes/SADs que la integran y los patrocinadores, colaboradores o socios comerciales de la Liga podrán hacer uso de ciertas imágenes de los partidos del Campeonato Nacional de Liga en las condiciones que se detallan a continuación:
- **Imágenes en el entorno audiovisual de la Liga:** la LNFP tendrá el derecho a hacer uso de los partidos del Campeonato Nacional de Liga en régimen de no exclusividad en sitios web, aplicaciones, plataformas digitales y otros, así como en redes sociales oficiales de la LNFP. Se establecen condiciones de uso para las distintas modalidades de las imágenes (imágenes de partido, imágenes de partido no juego, mini-clips en semi directo e imágenes previa y post partido).
 - **Imágenes en el entorno audiovisual de los clubes/SAD:** los Clubes/SADs tendrán el derecho hacer uso de imágenes de los partidos que hayan disputado de conformidad con las condiciones acordadas y aprobadas por los órganos competentes de la LNFP en régimen de no exclusividad. De nuevo, se establecen condiciones para la emisión de distintos contenidos (imágenes de partido, imágenes de partido no juego, mini-clips en semi directo y clips en

los perfiles oficiales de los jugadores) en los canales de televisión oficiales, sitios web, aplicaciones, OTT, museos oficiales y redes sociales.

- **Derechos de los clubes/SAD:** cada club o entidad en cuyas instalaciones se celebre un acontecimiento deportivo, tendrá el derecho a explotar la emisión en diferido de cada partido disputado en su estadio a partir de la finalización de cada jornada, siempre que lo haga a través de un canal de distribución propio dedicado temáticamente a la actividad deportiva del Club/SAD, así como la emisión en directo, dentro de las instalaciones de cada Club/SAD en las que se desarrolle el partido, de la señal audiovisual televisiva correspondiente a dicho acontecimiento.
- **Patrocinadores, colaboradores o socios comerciales de la Liga y de los clubes/SAD:** dispondrán, por cada jornada, de imágenes de hasta tres minutos de duración; a partir del martes a las 10:00 horas, para las jornadas de fin de semana; y del viernes a las 10:00 horas para las jornadas entre semana. Estas imágenes no podrán ser emitidas con intención de resumir el contenido o el desarrollo de un partido, sino que serán emitidas con fines amplios tales como la promoción de la Liga, el prestigio de esta, de sus integrantes o de sus patrocinadores, entre otros. Todo ello siguiendo el manual de estilo aprobado por la Liga.
- **Breves resúmenes informativos emitidos por operadores audiovisuales de conformidad con la LGCA:** el documento detalla que los adjudicatarios de los Lotes deben tener en cuenta lo dispuesto en el artículo 144 de la Ley 13/2022, de 7 de julio, General de la Comunicación Audiovisual (“LGCA”) o normativa equivalente que le sustituya, así como los criterios aplicables establecidos por la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia.

(32) En cuanto a la producción de los contenidos, el procedimiento sostiene que *“LALIGA ostenta la condición de productora al amparo del artículo 7.1 d) del RDL 5/2015 y del Real Decreto Legislativo 1/1996, de 12 de abril, por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley de Propiedad Intelectual, en concreto, de su artículo 120.2, según el cual tiene la condición de productor de una grabación audiovisual la persona natural o jurídica que tenga la iniciativa y asuma la responsabilidad de dicha grabación audiovisual”*.

(33) Sobre la base de esta pretensión, el PRO determina que la producción audiovisual de todos los partidos y resúmenes que forman parte de los lotes objeto del presente procedimiento será llevada a cabo por la LNFP o quien ésta designe, al menos, en formato HD. El coste de la producción será asumido por la LNFP. Además, 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 medios como helicópteros en Clásicos y partidos considerados decisivos, cámaras aéreas, drones para el directo, etc.

- (34) Por su parte, en aquellos lotes en los que se reconozca el derecho a personalizar el contenido adjudicado, de conformidad con la 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. También se detalla que:

El derecho de personalización se limitará única y exclusivamente a la posibilidad de personalizar sus emisiones durante el juego únicamente mediante el uso de locuciones y comentarios, pudiendo añadir cámaras de personalización y apariciones de sus locutores, narradores, redactores y comentaristas únicamente en la previa, entretiempo y post partido. Podrán también instalar cámaras de seguimiento de juego, en los lugares habilitados según Reglamento, pero dichas imágenes únicamente podrán utilizarse en programas post partido que produzca y emita el Adjudicatario. Asimismo, el Adjudicatario se comprometerá a que la personalización de la producción sea realizada de forma positiva, evitando dañar la imagen del Campeonato Nacional de Liga, Clubes/SADs, jugadores, entrenadores y público. En el caso de que se vulnerara estos principios, LALIGA lo comunicará al Adjudicatario para que no reincida en su incumplimiento, pudiendo solicitar el relevo de aquellos locutores, narradores, comentaristas y redactores que hayan incumplido los principios citados.

3.3. Condiciones de explotación de los contenidos audiovisuales

- (35) Respecto a las condiciones de emisión, los adjudicatarios de los lotes estarán obligados a emitir en directo la señal de cada uno de los partidos que formen parte de su Lote, antes del comienzo de cada una de las mitades del partido. Esta señal de partido será propiedad de la LNFP, producida y realizada por la LNFP incluyendo la previa del partido, el partido mismo y el post partido.
- (36) El PRO incluye determinadas condiciones de publicidad, promoción y patrocinio, tales como: identificar las competiciones del Campeonato Nacional de Liga, incluyendo el logo de LALIGA, su identidad sonora y el logo de su patrocinador principal en cualquier medio y/o soportes; no designar ningún patrocinador de programaciones o contenidos relacionados con la LNFP que pueda entrar en conflicto con los cinco patrocinadores principales de la LNFP; la aparición del logo de LALIGA en las emisiones, así como la aparición del logo del patrocinador principal de la LNFP; la reserva de espacios para la promoción del Campeonato Nacional de Liga y sus patrocinadores; y la obligación de no alterar las imágenes de los partidos y los resúmenes que se confieren como derecho accesorio a cada lote. También se establece la forma en que los adjudicatarios podrán introducir publicidad en sus emisiones.
- (37) Adicionalmente, se establecen condiciones de información para los adjudicatarios. En concreto, deberán proporcionarse cifras de audiencia, cifras de abonados, porcentajes del total de audiencia destinados a cada uno de los

canales de audio opcionales, y la actualización de información comercial que incluya el contenido de los lotes.

- (38) En cuanto a las condiciones de pago, el PRO establece que, para la temporada 2024/2025, el adjudicatario deberá abonar a la LNFP un 10% del precio acordado a la firma del contrato y un 30% el 1 de febrero, 1 de marzo y 1 de abril de 2025. Para las dos temporadas siguientes, se abonará un 10% del precio el día 1 de cada mes desde julio a abril.
- (39) En caso de retraso en los pagos, la LNFP tendrá derecho a imponer un interés de demora equivalente a la suma del interés legal del dinero vigente en cada momento y un 25% adicional. Asimismo, si el adjudicatario incurre en el incumplimiento de tres o más pagos la LNFP podrá obligar al adjudicatario a suspender la emisión de partidos hasta la satisfacción de las cantidades adeudadas, así como los intereses devengados hasta la fecha, y exigir al adjudicatario incumplidor la constitución de una garantía bancaria solidaria a primer requerimiento a favor de la LNFP por el importe de los pagos pendientes hasta la finalización del contrato de comercialización firmado con el adjudicatario.
- (40) Por último, se aclara que los adjudicatarios no tendrán derecho sobre las imágenes de los partidos emitidos. La LNFP considera que, “*dada su condición de productor de los contenidos audiovisuales objeto del presente Procedimiento*”, ostentará la totalidad de los derechos de propiedad intelectual sobre todos los contenidos y grabaciones audiovisuales (archivos) que se hayan generado una vez que finalice el plazo de vigencia del contrato de comercialización.

3.4. Procedimiento para la presentación de ofertas

- (41) El PRO establece que las ofertas presentadas se consideran firmes, incondicionales e irrevocables, y los candidatos estarán vinculados por ellas durante los sesenta días posteriores a la finalización del plazo para presentarlas.
- (42) La presentación de una oferta por un candidato requiere cumplimentar tres formularios, a saber: un formulario de presentación, un formulario de declaración responsable y un formulario de oferta económica. Todos ellos se encuentran en forma de anexo en el documento, así como en la página web de la LNFP.
- (43) El formulario de presentación deberá contener los datos identificativos del candidato, así como los referidos al cumplimiento de los requisitos establecidos en el procedimiento. Estos requisitos son:
- **Requisitos generales:** los candidatos deberán ser personas jurídicas, españolas o de otra nacionalidad, con capacidad de obrar y que proporcione el certificado actualizado de inscripción en el Registro Mercantil otorgado por el propio Registro Mercantil o documento equivalente y copia de las últimas

cuentas anuales auditadas del candidato y de su empresa matriz. Adicionalmente, 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.

- **Requisitos de solvencia económica y financiera:** el candidato deberá acreditar, en referencia a sus últimas cuentas anuales auditadas o de su empresa matriz, un volumen de negocios en al menos uno de los tres últimos años igual o superior a 75 millones de euros para el lote 1, y diez millones de euros para el lote 3.
- **Requisitos técnico-profesionales y de distribución:** estos requisitos podrán acreditarse de forma opcional, a través de una memoria o documento explicativo similar que contenga, como mínimo, información sobre la distribución universal del contenido audiovisual del territorio durante la vigencia del contrato de comercialización y la descripción del espectro de suscriptores o usuarios al que va a dirigirse el contenido audiovisual del lote.

(44) En cuanto al formulario de declaración responsable, el candidato deberá confirmar que:

- No ha sido condenado mediante sentencia firme por determinados delitos (falsedad, cohecho, contra el patrimonio y el orden económico, malversación, tráfico de influencias, revelación de secretos, uso de información privilegiada, delitos contra la Hacienda Pública y la Seguridad Social, delitos contra los derechos de los trabajadores o por delitos relativos al mercado y a los consumidores.
- No ha solicitado la declaración de concurso, no ha sido declarado insolvente en cualquier procedimiento, no se ha declarado en concurso, no está sujeto a intervención judicial y no ha sido inhabilitado conforme a la normativa concursal aplicable sin que haya concluido el período de inhabilitación fijado en la sentencia de calificación del concurso.
- Está al corriente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias o de Seguridad Social impuestas por las disposiciones vigentes aplicables, en los términos que reglamentariamente se determine.
- Está al corriente del cumplimiento de sus obligaciones vencidas, líquidas y exigibles con la LNFP.

(45) Por su parte, en el formulario de oferta económica deberá especificarse para qué lote o lotes van a presentarse las ofertas. Este formulario deberá presentarse necesariamente en formato electrónico sin perjuicio de que se presente una

copia física. Además, será necesario completar el importe de la oferta económica por el lote para cada temporada que forma parte de este procedimiento.

- (46) El calendario para la presentación de ofertas está todavía por determinar. Las ofertas deben ser presentadas físicamente y en pen-drive en la sede del Consejo Superior de Deportes en un sobre sellado, que contendrá otros dos sobres en su interior: un sobre sellado que incluirá el formulario de presentación, junto con la documentación solicitada, y el formulario de declaración responsable; y un sobre sellado con el formulario de oferta económica.
- (47) En cuanto al calendario del procedimiento, en el documento se detalla lo siguiente:
- El inicio del procedimiento será en fecha todavía por determinar, en la que se publicará una nota informativa en la página web de la LNFP, se pondrán a disposición los documentos de procedimiento de solicitud de ofertas y los formularios de oferta, y se informará a las principales agencias de comunicación y los principales medios de comunicación generales y deportivos.
 - Hasta una semana después de la publicación del procedimiento se procederá a la consignación de los precios de reserva en el CSD.
 - Entre 15 y 21 días después de la publicación del procedimiento finalizará el plazo para la presentación de las ofertas.
 - Entre 15 y 21 días después de la publicación del procedimiento se valorará la correcta cumplimentación del Formulario de Presentación y/o documentación aportada, así como el Formulario de Declaración Responsable. En el caso en el que se detectara algún defecto o error subsanable en estos formularios, se comunicará al/los candidato/s y se abrirá un plazo de subsanación. En caso de no haber errores, se procederá a acreditar el cumplimiento de los requisitos técnico-profesionales y de distribución, para posteriormente evaluar el formulario de oferta económica y, finalmente, proceder con la adjudicación provisional.
 - Entre 3 y 5 días laborables después del inicio de la valoración de las ofertas, se dará por finalizado el plazo de subsanación de defectos u omisiones. Si hubiera habido, se producirá la evaluación del formulario de oferta económica y adjudicación provisional hasta 3 días laborables después de la finalización del plazo de subsanación de defectos u omisiones.
 - Finalmente, se producirá a la firma de contratos, lo que tendrá lugar hasta 5 días laborables después de la adjudicación provisional.
- (48) 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 hasta entre 7 y 10 días después de su publicación. Las respuestas serán publicadas entre 3 y 5 días hábiles antes de finalizar el plazo de presentación de ofertas en la página web de la LNFP.

3.5. Procedimiento de adjudicación de los lotes

- (49) El PRO determina que la Liga fijará un precio de reserva para cada uno de los lotes, los cuales representan el precio promedio por temporada ofertada mínimo que la LNFP espera obtener para que cada uno de los Lotes 1 y 3 sean adjudicados directamente. Según el PRO, *“han sido fijados atendiendo a criterios de mercado, tales como el precio de comercialización de lotes similares adjudicados en temporadas anteriores, actualizando dicho precio. Asimismo, se ha tenido 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”*.
- (50) La apertura de los sobres se producirá en la fecha anteriormente reseñada, en la sede del CSD y ante notario. En primer lugar se procederá a la apertura del sobre que contenga el Formulario de Presentación y el Formulario de Declaración Responsable de cada candidato. En caso de que no cumpliera con los requisitos reseñados anteriormente, se procedería a la exclusión del candidato y no se abriría el sobre que contiene su oferta económica.
- (51) Por su parte, si se encontraran errores subsanables en estos documentos, la LNFP requeriría por correo electrónico al candidato que los subsanara. Transcurrido el plazo para ello, si no se han subsanado, el candidato sería excluido del procedimiento y no se abriría el sobre que contiene su oferta económica.
- (52) Posteriormente, cuando se haya verificado que la información contenida en los formularios de presentación y de declaración responsable es correcta y se hayan subsanado, en su caso, los errores y omisiones, se procederá a la apertura del sobre de oferta económica de cada candidato.
- (53) En cuanto a la evaluación de los requisitos técnico-profesionales y de distribución, la LNFP *“otorgará a los Candidatos que mejor acrediten el cumplimiento de estos requisitos, una valoración adicional de hasta el 10% sobre su Oferta Económica”*. La acreditación del cumplimiento de los requisitos se hará mediante la presentación de una memoria o documento equivalente que incluya información sobre, como mínimo, los siguientes aspectos:
- La distribución universal del contenido audiovisual dentro del territorio durante la vigencia del contrato de comercialización. En particular, deberá explicarse cuál va a ser la estrategia de distribución del lote o lotes adjudicados, si se realizará únicamente mediante distribución propia (por parte del adjudicatario), o distribución con terceros, o ambas.

- Descripción del espectro de suscriptores o usuarios al que va a dirigirse el contenido audiovisual del lote o lotes, 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.
- (54) Por su parte, el método determinado para la evaluación de la oferta económica será el siguiente: en primer lugar, se identificarán las ofertas económicas recibidas de cada candidato, identificando para qué lote/s se han presentado ofertas; en segundo lugar, se calculará el importe medio por temporada a partir de las cuantías económicas totales ofertadas por cada lote; en tercer lugar, se procederá a incluir la valoración de los requisitos técnico-profesionales y de distribución; y, finalmente, se compararán los importes obtenidos para cada Lote tras incluir, en su caso, la valoración adicional procedente de la evaluación de los requisitos técnico-profesionales y de distribución.
- (55) Una vez se haya procedido a la valoración, se determinará si se supera el precio de reserva en cada lote. De ser así, se procederá a la adjudicación provisional, la cual será validada por el órgano de control de gestión de los derechos audiovisuales.
- (56) En cumplimiento de lo dispuesto en el Real Decreto-Ley 5/2015, en caso de que un candidato resultara adjudicatario de más de dos lotes, teniendo en cuenta asimismo los restantes lotes que han sido ya adjudicados en exclusiva por la LNFP en procedimientos de solicitud de ofertas anteriores para las mismas temporadas, y, sin que concurran los requisitos normativos que permitiesen dicha adjudicación, el candidato tendrá derecho a comunicar una prelación de lotes para ser adjudicados, procediendo la LNFP, respecto a aquellos lotes que no puedan ser adjudicados a dicha mejor oferta, a adjudicar de nuevo los lotes a la segunda mejor oferta, salvo que no permitiera alcanzar el precio de reserva.
- (57) Una vez que se haya designado el adjudicatario, éste deberá rellenar el formulario de cumplimiento y aportar la documentación que se exija, en el plazo de noventa días desde la firma del correspondiente contrato de comercialización.
- (58) El plazo para la firma de los acuerdos comerciales será de 5 días desde la adjudicación provisional, plazo que podrá ampliarse por decisión de la LNFP por motivos justificados. Si el adjudicatario y la LNFP no alcanzaran un acuerdo en el plazo prefijado, se anulará la adjudicación provisional y se procederá de la misma forma que lo establecido para la comercialización subsidiaria.
- (59) El procedimiento establece que las adjudicaciones de contratos a favor de adjudicatarios que carezcan, por causas sobrevenidas, de capacidad de obrar y/o incurran en alguno de los supuestos de prohibición para contratar, serán

nulas de pleno derecho. Igualmente, en caso de que concurra un supuesto de fuerza mayor, se rescindiría la referida adjudicación.

- (60) Por último, se establece que, en caso de no alcanzarse los precios de reserva, el órgano de control para la gestión de derechos audiovisuales podrá optar por proceder a la adjudicación del lote mejor valorado, celebrar una nueva ronda tras la comunicación del precio de reserva, o proceder a la comercialización no exclusiva de los contenidos audiovisuales ofertados. Asimismo, si algún lote quedara desierto, la LNFP procedería a celebrar una nueva ronda tras la comunicación de los precios de reserva.
- (61) Si la LNFP procediera a la comercialización de forma no exclusiva, 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 la LNFP.

3.6. Condiciones generales

- (62) Por último, 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 la LNFP, en los lotes para emisión de pago, de 10 suscripciones a los contenidos que incluyan en lote de derechos adjudicados, para que la Liga 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.

4. VALORACIÓN DEL DOCUMENTO DE CONDICIONES DE COMERCIALIZACIÓN DE LOS DERECHOS DE EXPLOTACIÓN DE CONTENIDOS DEL CAMPEONATO NACIONAL DE LIGA EN ESPAÑA

- (63) El objeto de este informe es la valoración por la CNMC, tal como se establece en el art. 4.3, párrafo segundo del Real Decreto-ley 5/2015, de la propuesta presentada para la comercialización conjunta de los derechos audiovisuales de las competiciones de fútbol previstas en dicha norma, en este caso el Campeonato Nacional de Liga
- (64) Las condiciones de comercialización objeto de este informe afectan al mercado nacional, más allá de que el territorio relevante engloba también a Andorra.
- (65) El presente informe no tiene por objeto valorar la compatibilidad de las condiciones de comercialización con los artículos 1, 2 y 3 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.
- (66) En este sentido, la CNMC realiza las siguientes observaciones a las condiciones de comercialización presentadas por la LNFP para informe previo.

4.1. Atribución y comercialización de derechos más allá del Real Decreto-Ley 5/2015

- (67) 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.

- (68) Concretamente, la LNFP lleva a cabo dos actitudes que resultan contrarias a la norma. En primer lugar, la LNFP incluye en la comercialización conjunta derechos no contemplados en el Real Decreto-ley 5/2015. En segundo lugar, la LNFP se atribuye derechos que no le pertenecen y que la norma no le otorga, explotándolos a su conveniencia sin que ello tenga justificación ni amparo legal.
- (69) 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".

- (70) Por tanto, en todo lo que se excedan los tiempos y espacios mencionados en el párrafo anterior, los contenidos audiovisuales ofrecidos por la LNFP no se podrían comercializar amparados por el Real Decreto-ley 5/2015.
- (71) Esta limitación tanto espacial como temporal es relevante a la hora de determinar qué contenidos son objeto de comercialización, pues estaría fuera del ámbito objetivo del Real Decreto-ley 5/2015 cualquier contenido que no se encuentre dentro de las zonas del recinto deportivo visibles desde el mismo y del periodo de tiempo establecido, tales como: los programas previos al partido, las entrevistas o las ruedas de prensa que se celebren con anterioridad o posterioridad y/o fuera del terreno de juego y de las zonas visibles del recinto, las imágenes grabadas en los vestuarios, etc.
- (72) Sin perjuicio de su posible consideración desde el punto de vista de la aplicación de la normativa de competencia, es necesario poner de manifiesto que esta comercialización de derechos que realiza la LNFP, excediendo las capacidades que la normativa le adjudica, no es inocua, pues se hace en detrimento de los derechos de los clubes que forman parte de la competición y a los cuales se estaría despojando de estos derechos sin que haya un sustento legal para ello (véanse párrafos (75) y (76)).
- (73) Sin embargo, la LNFP, vuelve a hacer referencia a tiempos y espacios en los derechos ofertados en la convocatoria sometida a informe, que estarían fuera del objeto de comercialización y del ámbito del Real Decreto-ley. Así, entre otros ejemplos:

*"Entrevistas previas y post partido." (apartado 2.3.6)
Los Adjudicatarios de los Lotes, emitirán, en su caso, los siguientes contenidos*

relativos a entrevistas, en no exclusiva, que, a su vez, se describen en mayor detalle en el Protocolo vigente para entrevistas e intervenciones de periodistas para entrevistas, que se adjunta como ANEXO I al presente Procedimiento

- (74) 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.
- (75) Respecto a la **atribución de derechos por parte de la LNFP**, contiene el Real Decreto-ley 5/2015 una previsión sobre la **titularidad de los derechos** (artículo 2)

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”

- (76) El propio artículo 2.3 del Real Decreto-ley 5/2015 establece expresamente una reserva de derechos solo a favor del club en cuyas instalaciones se dispute el acontecimiento deportivo:

"a) La emisión en diferido del encuentro a partir de la finalización de la jornada deportiva, siempre que lo haga directamente a través de un canal de distribución propio dedicado temáticamente a la actividad deportiva del club o entidad participante.

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."

- (77) La primera cuestión que cabe señalar es que la LNFP se atribuye inapropiadamente la condición de **productora**, ya que 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.

- (78) Pese a lo que señala la LNFP en relación con que ostenta la condición de productora al amparo del artículo 7.1 del Real Decreto-ley 5/2015, lo cierto es que esta norma no atribuye a la LNFP la condición de productora. El artículo 7.1. d) del real decreto-ley atribuye al órgano de control de la gestión de los derechos audiovisuales de la LNFP la competencia de:

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

- (79) No obstante, como se ha citado anteriormente, el procedimiento contiene afirmaciones mediante las cuales la LNFP se atribuye la condición de productora:

"LALIGA ostenta la condición de productora al amparo del artículo 7.1 d) del RDL 5/2015 y del Real Decreto Legislativo 1/1996, de 12 de abril, por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley de Propiedad Intelectual, en concreto, de su artículo 120.2, según el cual tiene la condición de productor de una grabación audiovisual la persona natural o jurídica que tenga la iniciativa y asuma la responsabilidad de dicha grabación audiovisual".

"Asimismo, una vez concluido el plazo de vigencia del contrato de comercialización, LALIGA, dada su condición de productor de los contenidos audiovisuales objeto del presente Procedimiento, ostentará la totalidad de los derechos de propiedad intelectual sobre todos los contenidos y grabaciones audiovisuales (archivos) que se hayan generado [...]"

- (80) Ante la insistencia de la LNFP en atribuirse esta condición, la CNMC mantiene y reitera el criterio (señalado en informes previos⁵) de que el Real Decreto-ley 5/2015 dispone que la titularidad de los derechos audiovisuales corresponde a los clubes y la norma solo atribuye a la LNFP, además de la comercialización conjunta de los derechos, la función de establecer el patrón para la producción y realización de la grabación audiovisual, en el contexto del órgano de control de la gestión de los derechos audiovisuales. Pero la LNFP no tiene reservada normativamente la producción audiovisual.

- (81) En el mismo sentido, previsiones como la siguiente no son conformes con el Real Decreto-ley 5/2015:

En aquellos Lotes en los que se reconozca como derecho accesorio un derecho a personalizar el contenido adjudicado, de conformidad con LALIGA o con la entidad que esta designe para llevar a cabo la producción, dicha personalización deberá abonarse por cada Adjudicatario a precios de mercado.

⁵ Véanse los INF/DC/085/19; INF/DC/03/20; INF/DC/116/21.

- (82) Dichas previsiones no son conformes con el Real Decreto-ley 5/2015 porque LaLiga se atribuye la capacidad de productora o de designar a otra entidad como tal cuando esa personalización debería poder ser realizada por el propio adjudicatario. Por ejemplo, las emisiones durante el juego únicamente se pueden personalizar mediante el uso de locuciones y comentarios (pudiendo añadir cámaras de personalización y apariciones de sus locutores, narradores, redactores y comentaristas únicamente en la previa, entretiempo y post partido). Convendría aclarar, asimismo, en conexión con el contenido de los derechos licitados, a qué se refiere el PRO cuando en este contexto se refiere a la posibilidad de instalación de cámaras de seguimiento de juego y su uso exclusivo para "programas postpartido".
- (83) En el mismo sentido cabe valorar el "Protocolo vigente para entrevistas e intervenciones de periodistas" que impone características en términos de imagen de las entrevistas, contenidos que no pertenecen a LaLiga (y que de hecho ni deberían incluirse en la comercialización conjunta, como se ha señalado en los párrafos (69) a (73)). Pues bien la LaLiga no solo restringe fuertemente la personalización de ese contenido sino que además lo explota comercialmente al imponer su micrófono y su fondo con la trasera de sus patrocinadores.
- (84) Por otro lado, la referencia realizada por la LNFP en el PRO relativa a su **propiedad sobre la señal de partido**, incluyendo previa, partido y post partido, excede lo contemplado por el Real Decreto-ley 5/2015, que no confiere a la LNFP titularidad alguna (véanse párrafos (75) y (76)), sino solo la facultad de comercialización conjunta (y solo para los tiempos considerados en el Real Decreto-Ley como se ha señalado en los párrafos (69) a (73), donde comercializa los derechos aunque no sea la propietaria). Al exponer las condiciones de emisión, el PRO objeto de informe se refiere a la emisión en directo de la señal del partido

"Desde el momento en que los jugadores se encuentren situados en el túnel de salida al terreno de juego" y añade que "la señal de partido, propiedad de LALIGA, es la señal oficial e ininterrumpida de cada encuentro, producida y realizada por LALIGA bajo unos estándares homogéneos y previamente establecidos, y que incluye previa, partido y post- partido".

- (85) Lo mismo cabe decir respecto de la previsión del PRO según la cual *"una vez concluido el plazo de vigencia del contrato de comercialización, LaLiga, dada su condición de productor de los contenidos audiovisuales objeto del presente Procedimiento, ostentará la totalidad de los derechos de propiedad intelectual sobre todos los contenidos y grabaciones audiovisuales (archivos) que se hayan generado, pudiendo ser explotados en cualquier medio o soporte, sin limitación alguna en un ámbito territorial mundial por el período de máxima vigencia de tales derechos."* Ello no es respetuoso con el hecho de que conforme al Real Decreto-ley 5/2015, la LNFP

no ostenta derechos (véanse párrafos (75) y (76)), sino solo facultades de comercialización.

- (86) Finalmente, LaLiga también exige al adjudicatario que le entregue una licencia de explotación de ciertos contenidos, algo no amparado por el Real Decreto-ley 5/2015 que no confiere a la LNFP titularidad alguna (véanse párrafos (75) y (76)), sino solo la facultad de comercialización conjunta (y solo para los tiempos considerados en el Real Decreto-Ley como se ha señalado en los párrafos (69) a (73). Y se apropia de ciertos derechos en beneficio de la propia LNFP o de sus patrocinadores, colaboradores o socios comerciales (en ocasiones introduciendo excepciones a la exclusividad de los adjudicatarios):

"El Adjudicatario se compromete a entregar a LaLiga, conforme a lo establecido en el apartado 3.5, una licencia de uso y explotación de las mejores imágenes, en formato de compactado, que hubieran sido grabadas con los referidos medios propios no más tarde de las veinticuatro (24) horas siguientes a la grabación de las mismas, las cuales pasarán a formar parte de los archivos de LaLiga para su uso propio en sus entornos digitales". (apartado 2.3.1).

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

"Imágenes previa y post-partido

LALIGA podrá utilizar las imágenes de los momentos anteriores y posteriores a los partidos disputados cada jornada en sus redes sociales oficiales, incluyendo, por ejemplo, imágenes del calentamiento, ruedas de prensa, el ambiente de grada y actos protocolarios." (apartado 2.6.1).

- (87) Los derechos asignados por el PRO (por ejemplo, en el apartado 2.6 del PRO) a patrocinadores, colaboradores o socios comerciales de LNFP y los reservados para la propia LNFP 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.
- (88) Los derechos que se reserven a los clubes, naturalmente, no son objetables, dado que los clubes son precisamente los titulares de todos los derechos (véanse párrafos (75) y (76)), 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.

4.2. Derechos ofertados

- (89) Respecto de los derechos ofertados en el PRO, corresponde hacer las siguientes apreciaciones y advertencias.
- (90) La primera cuestión para tener en cuenta es que la elección entre pujar por el Canal LaLiga Primera o únicamente por el contenido (sin que se retransmita a través del Canal LNFP Primera) puede favorecer implícitamente a los operadores que eligen la primera opción, pues con una oferta económicamente equivalente acceden al mismo contenido sin soportar los costes de los que editan su propio canal. Todo ello teniendo en cuenta además el hecho de que, como se ha comentado anteriormente, la LNFP no ostenta los derechos de producción (véanse párrafos (77) y siguientes) 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 como se menciona al referirse a los resúmenes (véase párrafo (28) de este informe), cuestión no amparada por el Real Decreto-ley 5/2015.
- (91) La LNFP ofrece la adquisición de los derechos de explotación y difusión de los partidos del Campeonato Nacional de Liga, en directo y en exclusiva, para su comercialización a clientes residenciales en televisión de pago (véase párrafo (21) de este informe). El hecho de que se limiten 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. Por ello se valora negativamente que solo se permita pujar a operadores de televisión de pago, excluyendo injustificadamente a los operadores de TV en abierto. Se recomienda en ese sentido eliminar tal restricción y no excluir a ningún tipo de operadores, permitiendo que compitan en aras de obtener la mejor oferta económica, en cumplimiento del artículo 4.4.d) del Real Decreto-ley 5/2015 y sus exigencias de competencia y no discriminación, tal y como recordó el INF/DC/116/21.
- (92) Sería conveniente definir con mayor precisión el contenido del Lote 1. En primer lugar, es necesario que haya una cuantificación concreta respecto a la cantidad de partidos que el adjudicatario podrá retransmitir en la temporada 2024/2025. En segundo lugar, debería detallarse cuántas temporadas podrá emitir el adjudicatario del Lote 1, de la forma en que se detalla en el Lote 3. Otra cuestión que la CNMC ha solicitado en sus informes es que se aclare el concepto de “temporada” con una fecha de inicio y fin (véase INF/DC/069/22). Todo ello en aras de cumplir con el requisito de transparencia exigido por el Real Decreto-ley 5/2015.

- (93) En cuanto a la facultad de sublicencia, fue valorada favorablemente por el INF/DC/116/21, si bien en dicho informe se señalaba que no se indicaban los requisitos que deben darse para que se autorizara esa sublicencia y se recomendaba por parte de la CNMC mayor concreción de dichos requisitos. En este PRO sí hay una mayor concreción de dichos requisitos (véase párrafo (27) de este informe), lo que se valora positivamente al ir en línea con lo solicitado por la CNMC en dicho INF/DC/116/21. Aunque aún queda alguna referencia que es imprecisa (se puede denegar 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***”, para lo cual debería precisarse qué se considera “inadecuado socialmente”) 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 resolución).
- (94) 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 se limita a señalar que el cumplimiento de estos documentos no puede implicar la atribución por parte de LNFP de derechos más allá de los contemplados en el Real Decreto-Ley 5/2015 (tal y como se ha señalado en el apartado 4.1). Y todo ello sin perjuicio de la aplicación en su caso de la normativa de competencia, cuestión que no es objeto de este informe.
- (95) 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.

4.3. Restricciones ligadas a publicidad, promoción y patrocinio

- (96) En cuanto a las **condiciones de publicidad, promoción y patrocinio**, el texto sometido a informe incluye una serie de obligaciones al adjudicatario desproporcionadas, por un lado, y no amparadas por el Real Decreto-ley 5/2015, como son:
- Que los adjudicatarios no puedan designar ningún patrocinador que pueda entrar en conflicto con los cinco patrocinadores principales de la LNFP.
 - La necesaria aparición en las emisiones del adjudicatario no solo del logo de LNFP sino del logo del patrocinador principal de LNFP.

- En la explotación de los lotes que contengan partidos para su retransmisión en directo y/o en diferido, se obliga al adjudicatario a incluir lo siguiente:
 - a. Diez segundos de presentación del Campeonato Nacional de Liga con la identidad sonora oficial de la Liga, antes del inicio de la primera y de la segunda parte del partido.
 - b. Cuatro espacios para la promoción del Campeonato Nacional de Liga y sus patrocinadores de cuarenta segundos antes del inicio de cada partido, al finalizar la primera parte, al inicio de la segunda parte y al finalizar el partido, tanto en emisiones en directo, como en diferido.
 - c. En cada una de las autopromociones de los programas, partidos o canales emitidos, un máximo de diez segundos de espacio para la promoción del Campeonato Nacional de Liga y/o los patrocinadores de LNFP, tanto en emisiones en directo, como en diferido.
 - El adjudicatario no puede modificar ningún aspecto con relación a la imagen del reloj, del resultado, de la repetición 360º y/o de las estadísticas/datos del partido *donde también aparecerá un patrocinador de LNFP integrado en los propios grafismos*, de trescientos segundos (300'') de duración por partido, tanto en emisiones en directo, como en diferido.
 - Durante la emisión de los partidos, no se podrá insertar ningún tipo de publicidad, tales como a título meramente enunciativo y no limitativo: sobreimpresiones, reducciones de pantalla, etc. La única excepción será la inserción por parte del adjudicatario de: (i) la identificación del canal y (ii) la identificación del operador que retransmite la señal en última instancia.
 - Se limitan las formas posibles para la emisión de la publicidad por los adjudicatarios.
- (97) 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.d) del Real Decreto-Ley 5/2015. Por tanto, la CNMC insiste en la opinión expresada en anteriores informes respecto a que estas condiciones suponen una limitación injustificada de la libertad de empresa y de la capacidad de rentabilizar económicamente los derechos por parte del adjudicatario, sin justificación objetiva alguna y sin amparo en la normativa de aplicación. Algunas restricciones generan además incertidumbre al estar sometidas a una interpretación discrecional de la LNFP (como qué empresas son competidoras de los patrocinadores de la LNFP)
- (98) También cabe recordar que la reserva de ciertos derechos a la LNFP y a sus patrocinadores, aparte de no estar amparada por el Real Decreto-Ley 5/2015 (tal y como se ha señalado en el párrafo (87)), tiene el efecto adicional de impactar

negativamente sobre la capacidad de los adjudicatarios de tomar sus propias decisiones relativas a la publicidad y rentabilizar económicamente los derechos.

4.4. Requisitos para la presentación de ofertas, procedimiento de adjudicación y otras cargas para los adjudicatarios

- (99) Con carácter general, respecto del procedimiento de adjudicación de los lotes, resulta preciso determinar la identidad de los cargos o personas que realizarán la valoración de las ofertas.
- (100) La LNFP prevé 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). Esto supone 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”.
- (101) 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”.*
- (102) En este sentido, la acreditación de los requisitos técnico-profesionales es ligeramente más detallada en este PRO (respecto al que fue presentado para la elaboración del INF/DC/116/21), si bien este mayor grado de precisión es insuficiente como para poder evitar la crítica de que 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 (en su artículo 4.4.d) de que el procedimiento sea público, transparente, competitivo y sin discriminación.**
- (103) Respecto a los plazos para presentar ofertas, se recomienda que no sean demasiado ajustados, para evitar que eso actúe como una barrera de entrada para potenciales interesados. En este sentido, se sugiere un plazo que permita a los operadores interesados disponer de tiempo suficiente para preparar sus

ofertas. Como en anteriores informes (por ejemplo, el INF/DC/229/22), se recomiendan 20 días hábiles o un mes natural.

- (104) En cambio, la valoración de la solvencia económica-financiera se ha 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 tal como se recogió en el posterior INF/DC/029/22. Pese a ello, sigue sin recogerse la recomendación de esta CNMC de que, para empresas de nueva creación, se valore la opción de establecer garantías en vez de la exigencia del cumplimiento del umbral.
- (105) Por otro lado, el sistema, que cuenta con dos lotes, debería configurar un sistema de opciones que permita la concurrencia de distintos licitadores con diferentes tamaños, modelos de negocio, etc. De forma que se atraiga al máximo número posible de interesados en virtud de los principios de competencia y no discriminación.
- (106) 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.
- (107) 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). 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).
- (108) Finalmente, como se ha señalado por la CNMC en anteriores informes (como el INF/DC/118/22) si se procediera a la comercialización de forma no exclusiva o en cualesquiera otras condiciones, las mismas deberían ser también informadas por la CNMC, no pudiéndose por tanto pronunciar la CNMC en este informe.

- (109) 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.
- (110) Respecto de la condición general de “Modificación o cancelación 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.
- (111) 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 LNFP cancela por una razón de fuerza mayor, lo que habría de precisarse en el PRO.
- (112) 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 sublicencia.
- (113) 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.
- (114) Sin perjuicio de su valoración desde el punto de vista de la aplicación de la normativa de competencia, también se pueden considerar desproporcionadas las obligaciones a los adjudicatarios sobre la aportación de cifras de audiencia, abonados y otra información comercial con un detalle que no parece justificarse por el cumplimiento del Real Decreto-ley 5/2015 (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 la LNFP (apartado 6.7).
- (115) 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.”

- (116) 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 autorregulación 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 (UE) 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 ilícitos⁶. Asimismo, no se entiende la referencia a los operadores OTT en este contexto.
- (117) 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.

⁶ 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.

- (118) 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 licenciario, 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)].
- (119) 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 sublicenciarios, 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 licenciario, aclarando cuándo se trata de ese supuesto.
- (120) La condición de que *“Se comunicará la identidad de aquellos clientes respecto de los que se detecte un uso abusivo o fraudulento de la modalidad contractual acordada, a los efectos de evitar nuevas altas fraudulentas con ulteriores operadores con derechos”* [apartado 6.6.3 (iii)], merece ser revisada, al implicar un intercambio de información entre competidores relativa a clientes.

5. CONCLUSIONES

- (121) Vista la Propuesta de comercialización de los derechos de explotación de contenidos audiovisuales del Campeonato Nacional de Liga de Primera División en España y Andorra, presentada con fecha 20 de noviembre de 2023 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**.
- (122) 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 dar a entender que son de su propiedad y libre disposición derechos que no le otorga el Real Decreto-ley 5/2015, como derechos en condición de productora o derechos de propiedad sobre la señal de partido.

- No incluir restricciones en los derechos que no se justifican, como la exclusión de los operadores de televisión en abierto, y asegurar que la definición de los derechos ofertados cumple las obligaciones del Real Decreto-Ley 5/2015 en materia de transparencia.
 - No incluir restricciones ligadas a la publicidad y promoción de los adjudicatarios.
 - 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 (en cuestiones como la utilización de los precios de reserva y la valoración extra para ciertas ofertas por criterios técnico-profesionales).
- (123) En ese sentido, se reitera que la Propuesta de comercialización presentada por la LNFP estará sujeta a los artículos 1, 2 y 3 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.