

**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  
TERRITORIOS EUROPEOS A PARTIR  
DE LA TEMPORADA 2025/2026**

**INF/DC/121/24**

7 de agosto de 2024

**[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. <b>Introducción .....</b>	<b>9</b>
3.2. <b>Descripción de los contenidos audiovisuales ofertados.....</b>	<b>9</b>
3.3. <b>Procedimiento para la presentación de ofertas.....</b>	<b>13</b>
3.4. <b>Procedimiento de adjudicación.....</b>	<b>15</b>
3.5. <b>Condiciones generales.....</b>	<b>16</b>
<b>4. Valoración del documento de condiciones de comercialización internacional de los derechos de explotación de contenidos del campeonato nacional de liga en varios territorios europeos .....</b>	<b>17</b>
4.1. <b>Derechos ofertados y atribución de derechos más allá del Real Decreto-Ley 5/2015 .....</b>	<b>18</b>
4.2. <b>Criterios para la valoración de requisitos y desarrollo del procedimiento .....</b>	<b>19</b>
4.3. <b>Criterios para el cumplimiento del principio de transparencia ... ¡Error! Marcador no definido.</b>	
4.4. <b>Duración de los contratos.....</b>	<b>22</b>
<b>5. Conclusiones .....</b>	<b>22</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 TERRITORIOS EUROPEOS A PARTIR DE LA TEMPORADA 2025/2026.**

**INF/DC/019/22 LNFP VARIOS TERRITORIOS EUROPEOS**

**CONSEJO. SALA DE COMPETENCIA**

**Presidenta**

D<sup>a</sup>. Cani Fernández Vicién

**Consejeros**

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

D. Bernardo Lorenzo Almendros

D. Xabier Ormaetxea Garai

**Secretario de la Sala**

D. Miguel Bordiu García-Ovies

En Madrid, a 7 de agosto de 2024

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 29 de julio de 2024, de elaboración del informe previo a la comercialización de los derechos de explotación de contenidos audiovisuales en varios territorios europeos del Campeonato Nacional de Liga para la temporada 2025/2026 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.

## INF/DC/121/24

# INFORME SOBRE LA PROPUESTA DE LA LNFP PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE LOS DERECHOS DE EXPLOTACIÓN DE CONTENIDOS AUDIOVISUALES EN VARIOS TERRITORIOS EUROPEOS DEL CAMPEONATO NACIONAL DE LIGA PARA LAS TEMPORADAS 2025/2026 Y SIGUIENTES.

## INF/DC/121/24 LNFP – CAMPEONATO NACIONAL DE LIGA – VARIOS TERRITORIOS EUROPEOS DENTRO Y FUERA DEL EEE

### 1. ANTECEDENTES

- (1) Con fecha 29 de julio de 2024, 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 territorios europeos (pertenecientes y no pertenecientes al EEE), para las temporadas 2025/2026, 2026/2027, 2027/2028, 2028/2029, 2029/2030 y, para el caso de las ofertas que comienzan en la temporada 2026/2027, la temporada 2030/2031. 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 los territorios europeos indicados por la LNFP.
- (3) La solicitud de informe de la LNFP, de 29 de julio de 2024, se acompaña de un documento consistente en las bases de la Oferta.

### 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<sup>1</sup>; 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>:

*“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.*

---

<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.

*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 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*

---

<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.

*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*

---

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

*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 29 de julio de 2024, 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 explotación de contenidos audiovisuales del Campeonato Nacional de Liga, en varios territorios europeos (pertenecientes y no pertenecientes al EEE), para las temporadas 2025/2026, 2026/2027, 2027/2028, 2028/2029, 2029/2030 y, para el caso de las ofertas que comienzan en la temporada 2026/2027, la temporada 2030/2031.

- (14) El proceso de licitación se recoge en el precitado documento denominado “Comercialización internacional de derechos 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 licenciados*
  - 3.- *Procedimiento para la presentación de ofertas*
  - 4.- *Procedimiento de adjudicación*
  - 5.- *Condiciones generales*
  - 6.- *Consultas*
- (16) 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**

- (17) Se indica que el documento contiene la descripción de los contenidos audiovisuales ofertados en varios territorios descritos en el apartado siguiente, junto con los procedimientos para la presentación de ofertas, la evaluación de las mismas y la adjudicación.
- (18) Asimismo, señala el texto que se ha solicitado el informe preceptivo a la CNMC a los efectos de velar por el cumplimiento de los principios de publicidad, transparencia y no discriminación.

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

- (19) 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).
- (20) Adicionalmente, se incluyen varios programas de soporte, a saber: Pre-season LALIGA; LALIGA World; LALIGA Show; Post-season LALIGA; LALIGA EA SPORTS Highlights show; programas especiales durante “El Clásico”; programas especiales durante la competición; resúmenes; VIVA LALIGA Friday edition; VIVALALIGA Monday edition; y cualquier otro programa soporte alternativo que sea producido y entregado por la liga.
- (21) Por último, se incluyen un paquete de clips (breves resúmenes de los partidos de y sobre la competición), el canal LALIGATV (con contenido 24/7 y producido en HD) y LALIGA’s Content Hub.

- (22) 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, mediante cualquier formato de distribución (red terrestre, cable, satélite, internet, etc.)
- (23) Los contenidos audiovisuales se comercializan en régimen de exclusividad, salvo para Liechtenstein, Luxemburgo y Mónaco, donde se comercializarán en régimen de no exclusividad.
- (24) Los territorios pertenecientes al EEE en que se procederá a comercializar los derechos audiovisuales son los siguientes; Alemania, Austria, Bélgica, Bulgaria, Chequia, Chipre, Croacia, Dinamarca, Eslovenia, Eslovaquia, Estonia, Finlandia, Francia, Grecia, Hungría, Irlanda, Letonia, Lituania, Noruega, Polonia, Rumanía y Suecia.
- (25) Por su parte, los territorios no pertenecientes al EEE en que se procederá a comercializar los derechos audiovisuales son los siguientes: Albania, Bosnia Herzegovina, Kosovo, Macedonia, Montenegro, Reino Unido, Serbia y Suiza, además de los ya citados Liechtenstein, Luxemburgo y Mónaco.
- (26) En el documento se especifica, en nota a la CNMC, que es posible que la comercialización en los distintos territorios se lleve a cabo en momentos temporales diferentes.
- (27) Por lo general, las temporadas ofrecidas en todos los territorios son cinco a contar desde la 2026/27, salvo en Hungría, Irlanda y Reino Unido, donde se ofrecen cinco temporadas a contar desde la 2025/26.
- (28) 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.
- (29) 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.
- (30) A efectos informativos, los partidos de **Segunda 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 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.

- (31) 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.
- (32) Excepcionalmente, podrán disputarse partidos de martes a jueves en el siguiente horario indicativo: martes, miércoles y jueves, entre las 19:30 y las 22:00 horas. Además, en el mes de agosto las bandas horarias podrán retrasarse a las 19:00 horas y las 23:00 horas.
- (33) La LNFP señala, en una relación no taxativa, los derechos que no forman parte de la licitación:
- a. Contenido disponible vía "streaming" a los efectos de realizar apuestas.
  - b. Explotar la difusión a través de radio.
  - c. Uso comercial de estadísticas, datos u otro contenido similar.
  - d. Difundir la señal en determinados espacios exteriores, sin perjuicio del derecho para la difusión por el adjudicatario en restaurantes, hospitales, escuelas, etc.
  - e. 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.
- (34) 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 deportiva; (ii) las imágenes de su partido de cada jornada, con una duración máxima de noventa segundos, una vez terminado el partido; y (iii), adicionalmente, imágenes de su encuentro, de un máximo de noventa segundos, con un total de hasta tres minutos, 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 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, 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. Plataformas oficiales de LaLiga: la difusión de clips y partidos de Segunda División en sus medios oficiales (página web, plataformas, aplicaciones, etc.), así como en canales con la marca de LaLiga 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).
- (35) Se indican con detalle los **requisitos de emisión** que deben cumplir los adjudicatarios:
- (36) 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.
- (37) Adicionalmente, todos los partidos de Primera División serán emitidos de forma íntegra, en directo, a través de internet en los sitios web designados, apps designadas y/o en la OTT designada.
- (38) En relación con los partidos de **play-offs**, deberán emitirse de forma íntegra y lineal, en cualquier de los canales designados y/o en la OTT designada al menos 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, apps designadas y/o en la OTT designada:
- a. Al menos un (1) partido íntegro y en directo por cada jornada
  - b. El Programa Soporte denominado “*LaLiga Second Division Highlights*”.
- (40) Se señala que todos los partidos, programas soporte y LALIGA TV Channel serán entregados por LALIGA como mínimo en formato HD.

- (41) Como condiciones de **publicidad y promoción** 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, sujeto a la legislación aplicable en los territorios.
- (42) Respecto de la **información** que los adjudicatarios deben proporcionar a la LNFP se incluyen:
- Cifras de audiencia de cada partido, desglosadas por edad y género en el territorio. En el caso de emisión lineal, el adjudicatario deberá proporcionar la audiencia media por partido y el número de espectadores que visualizaron el partido en algún momento durante su retransmisión. En el caso de cifras de OTT, se aportarán datos relativos a los intervalos de consumo.
  - 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.
- (43) 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.

### 3.3. Procedimiento para la presentación de ofertas

- (44) De acuerdo con las Condiciones de Comercialización, la presentación de una oferta supone la plena y estricta adhesión a su contenido y la oferta presentada por cada candidato es firme, incondicional e irrevocable, por lo que no podrá estar sujeta a condición alguna.
- (45) Cada oferta deberá incluir un formulario de registro y un formulario de oferta económica. El **formulario de registro** deberá incluir los siguientes elementos:
- Datos identificativos del candidato
  - Datos de contacto de la persona que represente al candidato
  - Nombre y detalles del banco que el candidato ofrece a LALIGA como garantía bancaria
  - Información sobre el cumplimiento de los requisitos generales
  - Información sobre el cumplimiento de los criterios técnico-profesionales
  - Comentarios adicionales, en su caso.
- (46) En cuanto a los **requisitos generales de los candidatos**, estos deberán aportar:
- Certificado actual de inscripción en el registro mercantil.

- b. Copia de las últimas cuentas anuales auditadas del candidato y su matriz.
  - c. Certificado de estar al corriente de sus obligaciones tributarias con la AEAT y con la Seguridad social, en caso de ser aplicable al candidato por razón de residencia o alta en el censo de obligados.
- (47) En relación con los **requisitos técnico-profesionales**, el candidato deberá proporcionar la siguiente documentación:
- a. Descripción general del Candidato, descripción de otras competiciones deportivas que el Candidato explota, medios técnicos con lo que cuenta para la difusión de contenidos audiovisuales, solvencia y experiencia profesional en el sector audiovisual.
  - b. Si la oferta es presentada por un intermediario: descripción general de sus actividades y su oferta de contenido deportivo más importante.
  - c. Presentación de un plan de actuación, en el que se incluya la estrategia de marketing a desarrollar si el Candidato resulta elegido como Adjudicatario, así como la cobertura esperada de explotación de los contenidos audiovisuales ofertados.
  - d. Cifras de audiencia actual y potencial de los canales del Candidato en los que se vaya a emitir los partidos del Campeonato Nacional de Liga.
- (48) En el Formulario de **Oferta Económica**, en concepto de contrapartida por los contenidos audiovisuales comercializados, el candidato deberá presentar una oferta por al menos tres temporadas. También podrá presentar ofertas adicionales por cuatro o cinco temporadas consecutivas.
- (49) La oferta se presentará mediante correo electrónico, indicado por la LNFP en las Condiciones de Comercialización, donde se precisan además límites del tamaño de los archivos y otros aspectos prácticos de cara a la presentación de ofertas.
- (50) En el punto 3.4 del borrador de Procedimiento, LNFP desarrolla el llamado calendario del procedimiento para la solicitud de ofertas y la asignación de los derechos audiovisuales.
- (51) Las Condiciones de Comercialización no recogen las fechas concretas en las que se desarrollará el proceso de licitación y adjudicación, lo que incide en determinados aspectos del procedimiento de asignación de lotes.
- (52) LNFP publicará (se desconoce en qué fecha) una nota informativa en una sección específica de su página web y enviará una comunicación a tal efecto a los principales operadores e intermediarios más relevantes, así como información a los medios de comunicación especializados y pondrá a disposición las Condiciones de Comercialización y los formularios de oferta.
- (53) El **plazo para la presentación de ofertas** no está cerrado en el documento de Condiciones de Comercialización dirigido por LNFP a la CNMC para la

elaboración del presente informe previo, pero se indica que será de **tres a cuatro semanas** después de la fecha de publicación del Procedimiento.

- (54) Se indica que, **hasta tres días hábiles** después de la fecha de finalización del plazo para la presentación de ofertas, se valorará la correcta cumplimentación de la documentación exigida y se dará un plazo de **subsanción de errores (dos días hábiles)** desde esa misma fecha. Hasta dos días después de la finalización del plazo de subsanción de defectos u omisiones, se producirá la evaluación del formulario de oferta económica y la adjudicación provisional. “Hasta cinco días después de la **adjudicación provisional**”, se producirá la **firma del contrato** o contratos. Se indica que si fuera necesario se acordará entre el adjudicatario y la LNFP un plazo más extenso para tal firma.
- (55) La LNFP ofrecerá a todos los operadores interesados la posibilidad de realizar **consultas** por escrito con el fin de aclarar cualquier extremo relacionado con el Procedimiento, se indica que hasta dos semanas después de la publicación del Procedimiento. Las preguntas deberán ser enviadas a una dirección de correo dispuesta al efecto y serán contestadas, de forma individualizada a cada candidato, en un plazo de entre tres y cinco días hábiles a contar desde el día siguiente a su recepción. Las respuestas a las preguntas formuladas serán publicadas, sin indicar el plazo, en una sección especial de la página web de LNFP, respetando la confidencialidad de la información que pueda resultar comercialmente sensible.
- (56) Finalmente, se aclara que serán considerados días hábiles de lunes a viernes, ambos incluidos, con la excepción de los días que sean considerados festivos en la ciudad de Madrid.

### 3.4. Procedimiento de adjudicación

- (57) El procedimiento de adjudicación de los lotes es el siguiente:
- Primero se procederá a verificar el Formulario de Registro, es decir, el cumplimiento de los requisitos generales y técnico-profesionales a cumplir por los Candidatos.
  - Si LaLiga observara defectos u omisiones subsanables en la documentación presentada por un Candidato, lo comunicará lo antes posible mediante correo electrónico para que el Candidato lo corrija o subsane en el plazo indicado.
  - Seguidamente, una vez que se haya comprobado el cumplimiento de los requisitos generales y técnico-profesionales, se procederá a la evaluación de los Formularios de Oferta Económica. La oferta económica más elevada por temporada será el criterio principal para elegir al Adjudicatario.

- Ante la existencia de ofertas económicas similares, se realizará una valoración exhaustiva de qué Candidato cumple mejor los criterios técnico-profesionales y se valorarán positivamente las Ofertas recibidas por una duración más larga, con la finalidad de resolver cualquier empate.
- (58) Finalmente, se señala que la LNFP se reserva el derecho a suspender o cancelar las Condiciones de Comercialización si el desarrollo del procedimiento y las condiciones de mercado así lo aconsejan y, especialmente, ante **posibles indicaciones injustificadas de colusión** entre candidatos u otras prácticas anticompetitivas.
- (59) Se prevé, asimismo, que en el caso de no haber recibido Oferta/s satisfactoria/s durante el procedimiento de adjudicación de los distintos Lotes, la LNFP podrá iniciar una **segunda o sucesivas rondas de ofertas**, o bien cancelar las Condiciones de Comercialización, pudiéndose modificar, en su caso, el régimen de exclusividad de los Lotes, lo que será debidamente informado a los candidatos antes de presentar su Oferta.
- (60) El adjudicatario debe cumplimentar un Formulario de cumplimiento (relativo a la prevención de blanqueo de capitales y de financiación del terrorismo)

### 3.5. Condiciones generales

- (61) 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).
- (62) En material de **antipiratería**, se señala que los adjudicatarios serán responsables de que los contenidos audiovisuales sean exclusivamente accesibles desde el territorio, 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. La Liga llevará a cabo auditorías de seguridad activas y análisis en la implementación de medidas antipiratería. 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.
- (63) Se aclara que un suscriptor de servicios de contenidos en línea que resida en el territorio podrá tener acceso a los contenidos suscritos relacionados con el presente Procedimiento fuera de ese territorio, siempre y cuando se encuentre

temporalmente en otro Estado miembro de la Unión Europea, conforme a lo previsto en el Reglamento (UE) 2017/1128<sup>5</sup>.

- (64) Se establece una genérica obligación de “coordinación” con la LNFP en la estrategia de **comunicación, promoción, publicidad y estrategia digital**, sin detallar.
- (65) 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 TERRITORIOS EUROPEOS**

- (66) 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.
- (67) Las condiciones de comercialización objeto de este informe afectan al mercado del EEE, por lo que es de aplicación el Real Decreto-ley 5/2015, en particular en lo que afecta a este informe, el artículo 4, relativo al contenido debido de las condiciones de comercialización conjunta, así como al deber de las entidades comercializadoras, aquí la LNFP, de solicitar informe previo de la CNMC sobre tales condiciones de comercialización. También afecta a países que se encuentran fuera del EEE, por lo que para estos últimos es de aplicación el Real Decreto-ley 5/2015 a excepción de sus artículos 4.2, 4.3 primer párrafo y 4.4
- (68) La primera cuestión que es preciso señalar es que la valoración de la CNMC en este informe no se limita “a los efectos de velar por el cumplimiento de los principios de publicidad, transparencia y no discriminación” (como señala el

---

<sup>5</sup> Reglamento (UE) 2017/1128 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 14 de junio de 2017, relativo a la portabilidad transfronteriza de los servicios de contenidos en línea en el mercado interior.

apartado 1 de las Condiciones de Comercialización) sino que también comprende otras de las cuestiones establecidas en el Real Decreto-ley 5/2015.

- (69) 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.
- (70) 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

- (71) 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:
- (72) Respecto de las referencias a la **titularidad de los derechos** y a la condición de **productor** de la LNFP, la norma legal<sup>6</sup> otorga a la LNFP la facultad de comercialización conjunta de ciertos derechos audiovisuales, pero no así la producción o explotación directa de los mismos. Por dicha razón la comercialización de contenidos producidos por la LNFP a que se hace referencia en el apartado 2.1 de las Condiciones de comercialización, así como la reserva de determinados contenidos para su explotación por la LNFP recogida en el apartado 2.7 de las Condiciones, no se encuentran amparadas por las previsiones de la norma legal. De la pretensión del apartado 2.9 de que La Liga “entregue” todos los partidos, programas soporte y LALIGA TV Channel parece deducirse también que la LNFP se erige en responsable de asegurar la producción, lo cual no se corresponde con el Real Decreto-ley 5/2015.
- (73) De igual modo, la exclusión de determinados derechos de las condiciones de comercialización que se recoge en el apartado 2.7 no debe dar lugar a suponer

---

<sup>6</sup> Artículos 1.1 y 2, apartados 1,2 y 4 del Real Decreto-ley 5/2015

que la LNFP puede atribuirse estos derechos. Tampoco puede hacer uso de los partidos en todo lo que exceda los tiempos y espacios previstos en el Real Decreto-ley 5/2015.

## **4.2. Criterios para la valoración de requisitos y desarrollo del procedimiento**

- (74) El documento de Condiciones de comercialización señala que se establecerá como “criterio principal” para la adjudicación el valor económico ofertado por los posibles adjudicatarios (apartado 4.1). Sería deseable que las condiciones de comercialización contuvieran una mayor profusión y claridad respecto a:
- Un mayor detalle respecto de los requisitos generales de solvencia técnico-profesional para acceder a la licitación en la medida de lo posible objetivados mediante fórmulas, y especialmente, reflejando además con precisión la ponderación que se otorga a cada uno de ellos. Ello es de la mayor relevancia dado que esos criterios se utilizarán para resolver cualquier empate entre ofertas económicas. Estas indefiniciones suponen una injustificada inseguridad jurídica para los operadores interesados e implica riesgo de arbitrariedad por parte de LNFP al adjudicar los lotes. Esto es especialmente relevante porque la evaluación de la oferta económica solo se produce tras haber comprobado el cumplimiento de los requisitos generales y técnico-profesionales. Una falta de concreción de dichos requisitos implica una gran incertidumbre para los adjudicatarios sobre si su oferta económica será valorada.
  - Una mayor precisión respecto del concepto de “ofertas económicas similares”. Esto enlaza con el comentario anterior, pues “ante la existencia de ofertas económicas similares, se realizará una valoración exhaustiva de qué Candidato cumple mejor los criterios técnico-profesionales”. La falta de concreción de qué se entiende por “ofertas económicas similares”, unida a la antedicha indefinición de los requisitos generales y técnico-profesionales, implica excesiva discrecionalidad para la LNFP y mayor incertidumbre para los adjudicatarios.
- (75) Respecto de la reserva que realiza la LNFP sobre el derecho a suspender o cancelar las Condiciones de Comercialización si el desarrollo del procedimiento y las condiciones de mercado así lo aconsejan, sería precisa una mayor concreción sobre los supuestos que justifican tal suspensión o cancelación. De manera análoga, en el caso de no recibir “ofertas satisfactorias”, la LNFP tiene la potestad de iniciar una nueva ronda de ofertas, o bien cancelar las presentes Condiciones de Comercialización. Esto genera incertidumbre por la falta de concreción de qué se entiende por “ofertas satisfactorias” o cuáles son los

criterios para la toma de la decisión (de iniciar una nueva ronda de ofertas o cancelar las Condiciones de Comercialización).

- (76) También es impreciso el plazo para la presentación de ofertas, fijado en 3 a 4 semanas. Se recomienda a la LNFP el establecimiento de un plazo de 4 semanas o 20 días hábiles. De igual modo, hay otros plazos que, sin ser imprecisos, pueden resultar escasos, como el plazo de dos días para la detección y subsanación de errores o los cinco días hábiles para la firma del contrato vinculante
- (77) La LNFP prevé que “[...] la Oferta presentada por cada Candidatos es firme, incondicional e irrevocable, por lo que no podrá estar sujeta a condiciones” (apartado 3). 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”. De igual modo, la vinculación de 90 días parece excesiva, particularmente por la asimetría respecto a la discrecionalidad por parte de LALIGA para modificar las condiciones.
- (78) La obligación de emitir un mínimo de tres partidos con jornada puede desalentar a potenciales compradores que preferirían emitir un número menor de partidos. Igualmente, el apartado 2.8 establece como “requisitos de emisión” emitir ciertos Programas Soporte. La obligación de emitir dichos programas también distorsiona la licitación, pues perjudica a los operadores solo interesados en los partidos y no en dichos programas soporte.
- (79) El proceso de adjudicación recoge formulaciones que convendría definir con mayor precisión. De esta forma, sería deseable aclarar qué se entenderá por qué se considerará “debidamente comunicado” en relación con la comunicación de LALIGA a un candidato de su condición de adjudicatario (apartado 4.2). En ese mismo apartado, la referencia a las garantías financieras “adecuadas” es imprecisa.
- (80) En conclusión, la LNFP debe diseñar el procedimiento de forma que resulte más 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. De igual modo, debe adecuarlas a los principios de publicidad, transparencia y no discriminación contenidos en el Real Decreto-ley 5/2015.

### **4.3. Condiciones impuestas al adjudicatario en materia de publicidad y otras obligaciones**

- (81) Existen una serie de obligaciones cuya proporcionalidad es necesario evaluar a fin de que no se impongan cargas innecesarias a los candidatos y/o adjudicatarios. Así, se recomienda 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.
- (82) La misma crítica se puede realizar respecto a las obligaciones de coordinación en materia de integridad, en especial la imposición de algunas condiciones que pueden resultar desproporcionadas, como la imposición de auditorías por parte de la LNFP.
- (83) 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. La información proporcionada debe ajustarse al mínimo imprescindible.
- (84) De igual forma, en la obligación de publicidad y promoción del apartado 2.10, la referencia a incorporar carátulas de entrada y de salida de patrocinadores oficiales y avances de programación de los partidos que se vayan a transmitir resulta desproporcionada.
- (85) Por otra parte, la documentación señalada en el apartado 4.3 y que debe aportar el adjudicatario a efectos del cumplimiento de la Ley 10/2010, de 28 de abril, debe ser la estrictamente necesaria para el cumplimiento de las obligaciones de tal norma y no la “solicitada por LALIGA”.
- (86) 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 19 de la Ley 7/2010 General de la Comunicación Audiovisual y los artículos 14 y 15 de la Directiva 2010/13/UE, de 10 de marzo, de Servicios de Comunicación Audiovisual, en los términos señalados por la Sala de Supervisión Regulatoria de la CNMC en sus distintas Resoluciones.

#### 4.4. Duración de los contratos

- (87) Una duración superior a 3 años no sería compatible con los precedentes establecidos por la aplicación de las normas de competencia en la UE (pese a que el Real Decreto-Ley 5/2015 establece la obligación de respetar tales normas en sus artículos 4.1, 4.2 y 4.4.f, destacando este último apartado en lo relativo a la duración de los contratos de comercialización)<sup>7</sup>.
- (88) Teniendo en cuenta esta consideración, 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 recomienda a la LNFP que acote la duración máxima de los contratos a tres años. En el mismo sentido, no debería haber una mayor valoración de las ofertas que tengan una duración superior a las tres temporadas.

### 5. CONCLUSIONES

- (89) Vista la Propuesta de comercialización internacional de los derechos de explotación de contenidos audiovisuales del Campeonato Nacional de Liga en varios territorios europeos, presentada con fecha 29 de julio de 2024 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**.
- (90) 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. En este sentido, no debe incluir reservas de derechos que no se justifican.
  - 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

---

<sup>7</sup> Destacan la Decisión de la Comisión de 23 de julio de 2003 en el asunto COMP/C.2-37.398 (Venta conjunta de los derechos comerciales de la Liga de Campeones de la UEFA, párrafo 200), la Decisión de la Comisión de 19 de enero de 2005 en el asunto COMP/C-2/37.214 (Venta conjunta de los derechos mediáticos del campeonato de fútbol alemán Bundesliga, párrafo 27 y compromiso 2.3) y la Decisión de la Comisión de 22 de marzo de 2006 relativa a un procedimiento de conformidad con el artículo 81 del Tratado CE en el Asunto COMP/38.173 (Venta conjunta de los derechos de difusión de la FA Premier League, párrafo 32).

posible mediante fórmulas, aumentando la certidumbre para los operadores y limitando la discrecionalidad de la LNFP.

- Reformar aquellos aspectos señalados en el informe contrarios a los principios de publicidad, transparencia, competitividad y no discriminación en el procedimiento de presentación de ofertas y de adjudicación de los derechos. En particular, limitando la discrecionalidad de la LNFP en aspectos como la posibilidad de cancelar el procedimiento en función de parámetros no definidos que generan incertidumbre en los operadores.
- Buscar una mayor precisión en determinados aspectos que recogen formulaciones ambiguas o indeterminadas, a fin de aumentar la seguridad de los candidatos respecto a las condiciones del procedimiento.
- Evaluar la proporcionalidad de las obligaciones en materia de publicidad y coordinación con la LNFP, evitando imponer al adjudicatario cargas innecesarias y/o excesivas.
- 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.

(91) 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.