

INF/DC/001/15

**INFORME CNMC SOBRE LA PROPUESTA DE LNFP DE CONDICIONES PARA  
LA COMERCIALIZACIÓN CENTRALIZADA DE LOS DERECHOS  
AUDIOVISUALES DE CAMPEONATO NACIONAL DE FÚTBOL EN LAS  
TEMPORADAS 2015/2016 A 2017/2018**

**I. ANTECEDENTES**

- (1) Con fecha 3 de junio de 2015 tuvo entrada en la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (en adelante, CNMC) escrito de Liga Nacional de Fútbol Profesional (en adelante, LNFP), por el que se solicita informe previo a esta CNMC acerca de la propuesta de condiciones para la comercialización centralizada de los derechos audiovisuales de clubes de la Primera y Segunda División en las temporadas 2015/2016 a 2017/2018.
- (2) La solicitud formulada por LNFP se realiza 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, RDL 5/2015).
- (3) En el último párrafo artículo 4.3 del RDL 5/2015 se determina que *“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) Adicionalmente, el artículo 4.5 del RDL 5/2015 establece que *“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.”*
- (5) Con fecha 9 de junio de 2015 la CNMC solicitó a LNFP información acerca de los clubes de fútbol o sociedades anónimas deportivas cuyos derechos audiovisuales para la temporada 2015/2016 serán comercializados de manera centralizada por parte de LNFP.
- (6) Con fecha 12 de junio de 2015, tuvo entrada en la CNMC escrito de LNFP contestando a la solicitud de información que había sido efectuada. En él se indicaba que LNFP estaba en disposición de negociar conjuntamente los derechos audiovisuales de cuatro clubs y que se encontraba negociando con MEDIAPRO para poder comercializar conjuntamente los derechos audiovisuales de los 34 clubs de fútbol con los que MEDIAPRO tenía contrato individual firmado para la temporada 2015/2016.

- (7) Con fecha 18 de junio de 2015, tuvo entrada en la CNMC escrito de LNFP en el que se aportaba el contrato firmado entre la entidad y MEDIAPRO el 15 de junio de 2015, por el que el operador audiovisual cedía a LNFP los derechos audiovisuales de clubs de fútbol de Primera y Segunda División del Campeonato Nacional de Liga de la temporada 2015/2016 de los que es propietario MEDIAPRO.
- (8) Con fecha 23 de junio de 2015, tuvo entrada en la CNMC escrito remitido por LNFP en el que se aportaban determinados documentos relacionados con las reuniones mantenidas por el Órgano de control de la gestión de derechos audiovisuales, al que alude el artículo 7 del RDL 5/2015, los días 3 y 12 de junio de 2015.
- (9) Con fecha 24 de junio de 2015, tuvo entrada en la CNMC el borrador de bases para la petición de ofertas para la comercialización de los derechos de explotación de contenidos audiovisuales de la liga de Primera y Segunda División en España, las condiciones generales de petición de ofertas para la producción de los partidos de fútbol de Primera y Segunda División del Campeonato Nacional de Liga de fútbol y las condiciones de comercialización de estos derechos fuera de España.
- (10) Junto con estos documentos, LNFP aportó otras serie de documentos de cara a contextualizar la propuesta de oferta enviada para la emisión del informe previo al que se refiere el artículo 4 del RDL 5/2015.
- (11) Con fecha 29 de junio de 2015, tuvo entrada en la CNMC nueva documentación aportada por LNFP en relación con el borrador de petición de ofertas para la comercialización de los derechos audiovisuales de la Primera y Segunda División del Campeonato Nacional de Liga de fútbol, así como una contextualización de cómo se está desarrollando la producción de los partidos de fútbol por parte de otras Ligas de fútbol.
- (12) Adicionalmente, se aportaba un adenda contractual firmado en la misma fecha por parte de LNFP y MEDIAPRO que modificaba determinadas cláusulas del contrato que ambas entidades habían firmado el 15 de junio de 2015.

## **II. MARCO NORMATIVO**

- (13) El reciente RDL 5/2015 introduce un cambio sustancial en la comercialización y explotación de los derechos audiovisuales de las competiciones del Campeonato Nacional de Liga de fútbol, tanto en Primera como en Segunda División, así como en la Copa de S.M. El Rey.
- (14) Si bien la negociación de esos derechos audiovisuales por parte de los clubs de fútbol hasta la temporada 2015/2016 (inclusive) se ha venido haciendo de manera individual entre cada club y los operadores audiovisuales interesados<sup>1</sup>, con la entrada en vigor de la nueva norma, cambia el modelo

---

<sup>1</sup> Las implicaciones que este sistema de negociación podían tener a efectos de la normativa de defensa de la competencia ha sido objeto de análisis por parte de la autoridad de competencia española a través de la Resolución del Consejo de la

de gestión de los derechos de Liga y Copa de S.M. El Rey, al atribuir a las entidades organizadoras de las principales competiciones futbolísticas que se disputan en España las facultades necesarias para comercializar de manera conjunta esos derechos audiovisuales de los clubs participantes.

- (15) En particular, el artículo 2 del RDL 5/2015 establece la obligatoriedad de la cesión por parte de los clubs de fútbol que participen en el Campeonato Nacional de Liga y Primera y Segunda División, la cesión a LNFP de las facultades de comercialización conjunta de sus derechos audiovisuales para las citadas competiciones en los siguientes términos:

*“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.*

*(...)”*

- (16) El desarrollo de las condiciones en las que LNFP deberá comercializar de manera conjunta los derechos audiovisuales respecto del Campeonato Nacional de Liga de Primera y Segunda División se determinan en el artículo 4 del RDL 5/2015 en el que se establece lo siguiente:

*“1. El sistema de comercialización y explotación de los derechos audiovisuales se regirá por el principio de libertad de empresa dentro del marco del sistema de evaluación establecido por la normativa europea y española de la competencia.*

*2. La comercialización de los derechos audiovisuales en los mercados nacional y de la Unión Europea podrá realizarse en régimen de explotación exclusiva o no exclusiva, incluyendo aquellas modalidades de comercialización no exclusiva en igualdad de condiciones a todos los operadores interesados, de conformidad con lo previsto en este artículo.*

*3. Las entidades comercializadoras establecerán y harán públicas las condiciones generales que regirán la comercialización de los derechos de explotación de contenidos audiovisuales objeto de comercialización centralizada, incluyendo la configuración de las ofertas para su explotación en los mercados nacional y de la Unión Europea, sus agrupaciones en Lotes*

*y los requisitos para su adjudicación y explotación, que deberán respetar en todo caso los límites y principios establecidos en este real decreto-ley.*

*Sin perjuicio de lo previsto en la Ley 3/2013, de 4 de junio, y el resto de normativa de competencia, con carácter previo a la aprobación de dichas condiciones, las entidades comercializadoras solicitarán de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia la elaboración de un informe sobre las citadas condiciones de comercialización de derechos. Dicho informe será elaborado en el plazo de un mes desde que fuera solicitado.*

*4. A los efectos de la determinación de las condiciones de comercialización centralizada de derechos señalada en el apartado anterior, se tendrán en cuenta los criterios siguientes:*

*a) En las condiciones de comercialización se concretará el alcance de los Lotes de derechos objeto de comercialización, señalando, en particular, los contenidos incluidos en cada Lote, el ámbito geográfico para su explotación, si se destinan a su emisión en abierto o en codificado y los que serán objeto de explotación exclusiva o no exclusiva.*

*b) Se deberá garantizar la comercialización de los derechos correspondientes a los acontecimientos de interés general para la sociedad, a los que se refieren el artículo 20 y la Disposición transitoria sexta de la Ley 7/2010, de 31 de marzo.*

*c) Se deberá precisar en las condiciones de la oferta la fecha y horario de celebración de cada uno los eventos comercializados o las condiciones que permitan su determinación a los adjudicatarios.*

*d) La adjudicación de los derechos debe realizarse mediante un procedimiento público, transparente, competitivo y sin discriminación de licitadores, basado en criterios objetivos entre los que deberán figurar, principalmente, la rentabilidad económica de la oferta, el interés deportivo de la competición, y el crecimiento y el valor futuro de los derechos audiovisuales que pueda aportar el adjudicatario.*

*e) La adjudicación de cada Lote o paquete se realizará de manera independiente. Las condiciones de adjudicación establecidas por las entidades comercializadoras y las ofertas presentadas por los licitadores no podrán estar condicionadas a la adquisición de determinados paquetes o Lotes o a la concurrencia de determinados eventos.*

*f) La duración de los contratos de comercialización no podrá exceder de tres años.*

*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.”*

- (17) En la práctica, y a la vista de los contratos de comercialización individual de derechos audiovisuales firmados por los clubes de fútbol previamente a la entrada en vigor del RDL 5/2015, parece que el comienzo de la comercialización conjunta de los derechos se producirá en principio en la temporada 2016/2017, si bien es cierto que la misma norma prevé la posibilidad de que este plazo pudiera adelantarse a la temporada 2015/2016, siempre que se reúnan determinados requisitos.
- (18) En particular, la disposición transitoria primera del citado real decreto-ley determina que:

*“1. A partir de la entrada en vigor de este real decreto-ley, ningún club o entidad participante en una competición oficial de fútbol profesional podrá suscribir contratos individuales de comercialización de derechos audiovisuales, salvo que obtenga la autorización de la entidad comercializadora y que la duración del contrato no se extienda más allá de la fecha de expiración del último contrato individual en vigor.*

*2. El sistema de comercialización conjunta de los derechos audiovisuales previsto en este real decreto-ley será de aplicación a partir de la temporada en la que expire la vigencia del último contrato de explotación de derechos audiovisuales que hubiese suscrito individualmente un club o entidad que participe en la competición.*

*Cuando los derechos audiovisuales de una temporada no hayan sido comercializados individualmente por, al menos, el 80 por 100 de los participantes en el Campeonato Nacional de Liga, la Liga Nacional de Fútbol Profesional podrá proceder a la comercialización conjunta de los derechos no vendidos individualmente.*

*Las entidades deportivas que los hubieran comercializado ya, podrán pedir a la Liga Nacional de Fútbol Profesional que los incluya en la comercialización conjunta, asumiendo dichas entidades las obligaciones o indemnizaciones que pudieran surgir frente a las entidades que hubieran adquirido esos derechos.*

*3. La Liga Nacional de Fútbol Profesional y, en su caso, la Real Federación Española de Fútbol, podrán negociar con los adjudicatarios de la explotación y comercialización de los derechos audiovisuales de la competición la resolución anticipada de los contratos, garantizando a los clubes y sociedades anónimas deportivas que los hubieran vendido el importe íntegro de la contraprestación acordada.*

*Esta resolución anticipada en ningún caso podrá suponer un perjuicio para los intereses de los acreedores de los clubes y sociedades anónimas deportivas que hubieran vendido sus derechos.*

*(...)”*



### III. PROPUESTA DE COMERCIALIZACIÓN CONJUNTA PRESENTADA POR LNFP

- (19) Con carácter previo hay que señalar que, **la obligación de informe previo impuesta por el RDL 5/2015 debe realizarse sobre el conjunto de derechos que conforman la oferta conjunta que formule LNFP. Esta oferta conjunta, como se verá posteriormente, no reúne los requisitos mínimos exigibles para la valoración previa a la que alude el real decreto-ley y por tanto no cumple con los requisitos mínimos indispensables establecidos en el RDL 5/2015 para que la CNMC emita el informe preceptivo previsto en el artículo 4.3 del citado real decreto-ley.**
- (20) No obstante lo anterior esta CNMC va a valorar alguno de los elementos de la propuesta que se le ha presentado, siempre en el entendido que carece de la información necesaria para emitir el referido informe.
- (21) La propuesta de oferta presentada ante la CNMC el 3 de junio de 2015 por LNFP sobre las condiciones de comercialización centralizada de los derechos audiovisuales del Campeonato Nacional de Liga de Primera y Segunda División de fútbol para las temporadas 2015/2016 a 2017/2018 aportaba ciertos datos acerca de cómo se produciría la comercialización conjunta de esos derechos en España, pero no recogía ningún elemento de valoración referente a la comercialización conjunta del resto de derechos que componen el concepto de *“sistema de comercialización y explotación de los derechos audiovisuales”* al que alude el RDL 5/2015 sobre los que la CNMC tiene la obligación de emitir informe previo.
- (22) De hecho, en el momento de presentar la solicitud de informe a la CNMC, LNFP reconocía que únicamente tenía en aquellos momentos aptitud para comercializar conjuntamente derechos de cuatro clubs de fútbol (los que ascendieran a Segunda División A del Campeonato Nacional de Liga de fútbol) y que se encontraba negociando la posibilidad de adquirir la comercialización de los derechos audiovisuales de otros clubs de fútbol participantes en la Primera y Segunda División A de la Liga de fútbol con MEDIAPRO, que es el operador que había adquirido de manera individual la mayoría de los derechos audiovisuales de los clubs de fútbol participantes en la citada competición.
- (23) La información acerca de la aptitud de LNFP para comercializar conjuntamente un núcleo de derechos que superara los cuatro clubs de fútbol a los que hacía referencia en su escrito de 3 de junio de 2015 fue aportada el 15 de junio de 2015 y, junto con ella, se aportaron datos adicionales en relación con la comercialización internacional de los derechos audiovisuales del Campeonato Nacional de Liga de fútbol, toda vez que se había firmado un contrato de agencia con MEDIAPRO para que fuera esta entidad quien actuara en la comercialización de estos derechos en nombre de LNFP.
- (24) Por otra parte, dado que en paralelo a la solicitud efectuada el 3 de junio de 2015, LNFP se encontraba desarrollando los documentos que iban a

configurar las bases para la petición de ofertas para la comercialización en España de estos derechos, así como la producción de los partidos de fútbol, se remitieron borradores de ambos documentos a la CNMC el 24 de junio de 2015.

- (25) Adicionalmente, en esa misma fecha, se aportaron diversos documentos relacionados con la comercialización internacional de los derechos audiovisuales del Campeonato Nacional de Liga de fútbol.
- (26) Para llegar a esta conclusión, lo primero que debe hacerse es analizar los diversos documentos que LNFP ha aportado a la CNMC entre el 3 y el 29 de junio de 2015<sup>2</sup>.
- (27) Para una mejor comprensión de la propuesta de oferta de comercialización conjunta de los derechos audiovisuales futbolísticos sometida a informe de esta CNMC por parte de LNFP se va a proceder a analizar los distintos documentos presentados siguiendo el orden del documento general que compone la propuesta de oferta presentado por LNFP el 3 de junio de 2015.
- (28) La propuesta de oferta de comercialización conjunta presentada el 3 de junio de 2015 cuenta con cinco apartados. Los primeros tres apartados (introducción, marco normativo y objetivos de la comercialización centraliza) pretenden contextualizar el marco jurídico y económico en el que se produce el cambio de sistema de comercialización.
- (29) Los dos últimos apartados recogen la propuesta de comercialización conjunta de los derechos audiovisuales del Campeonato Nacional de Liga de fútbol, tanto en España, como en el resto del mundo.
- (30) Puesto que, de acuerdo con el RDL 5/2015, la CNMC debe centrar su análisis en las condiciones de comercialización centralizada de esos derechos audiovisuales, únicamente se desarrollará en este apartado el contenido de los dos últimos apartados de la propuesta de oferta remitida con las modificaciones que pudieran derivarse de los documentos que LNFP ha ido remitiendo a la CNMC con posterioridad a la solicitud de informe.
- (31) Asimismo, en el presente informe se va a dedicar un apartado específico a analizar aquellos aspectos del contrato firmado entre MEDIAPRO y LNFP que pudieran afectar al análisis previo que la CNMC debe hacer de las condiciones de comercialización conjunta de los derechos audiovisuales del Campeonato Nacional de Liga de fútbol a la luz del artículo 4 del RDL 5/2015.

### **III.1 Comercialización centralizada de los derechos audiovisuales del Campeonato Nacional de Liga en España**

#### **III.1.1 Calendario licitación**

---

<sup>2</sup> Como se ha establecido anteriormente, con fecha 29 de junio de 2015 LNFP presentó una versión modificada del borrador de petición de ofertas que modificaba la presentada el 24 de junio de 2015. Ahora bien, como el citado borrador de petición de ofertas a fecha de emitir el presente informe sigue modificándose y, dado que los cambios introducidos en el mismo por LNFP no son esenciales en relación con la información remitida el 24 de junio de 2015, la CNMC considera que no procede analizar en el actual momento procesal la versión remitida el 29 de junio de 2015 por LNFP.

- (32) En la medida que la propuesta de oferta remitida por LNFP incluye la temporada 2015/2016 que comenzará en el próximo mes de agosto y la convalidación del RDL 5/2015 se produjo el 26 de mayo de 2015, LNFP reconoce la imposibilidad de dilatar los plazos del proceso de adjudicación de derechos más allá del inicio de la competición y de la época estival.
- (33) A efectos orientativos, el calendario provisional incluido en la página 24 del borrador de bases para la petición de ofertas remitido por LNFP a la CNMC el 24 de junio de 2015 es el siguiente<sup>3</sup>:

CALENDARIO PROVISIONAL COMERCIALIZACIÓN DE LOTES LNFP	
Publicación convocatoria ofertas	04/07/2015
Consignación del precio de reserva	Antes del 19 de julio
Límite para presentación ofertas	20/07/2015 a las 12:00 a.m.
Apertura y valoración ofertas	20/07/2015, a partir de las 12:30 a.m.
Adjudicación provisional	22/07/2015 a las 24:00 horas
Límite firma acuerdos comerciales	24/07/2015

Fuente: Punto 6.1 del borrador de bases para la petición de ofertas para la comercialización de los derechos de explotación de contenidos audiovisuales de la Liga de Primera y Segunda División remitido por LNFP de 24 de junio de 2015

### III. 1.2 Lotes de derechos comercializados para su explotación en España

- (34) El RDL 5/2015 establece que la forma de explotación de los derechos del Campeonato Nacional de Liga debe realizarse mediante la elaboración por parte de la entidad organizadora de lotes de derechos, cuya adjudicación se realizará de manera independiente y con una limitación establecida en el artículo 4.4.g) RDL 5/2015: *“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.”*
- (35) Para hacer efectivo lo dispuesto en el real decreto-ley, LNFP propone elaborar una oferta con numerosos Lotes de derechos que garanticen *“la competencia aguas abajo”* y que puede resumirse de la siguiente forma<sup>4</sup>:

DERECHOS DE EMISIÓN EN ABIERTO LNFP	
LOTE	CONTENIDO PRINCIPAL

<sup>3</sup> Este calendario modifica el establecido en la propuesta de oferta presentada por LNFP el 3 de junio de 2015. Al haber sido remitido el borrador de bases para la petición de ofertas con posterioridad y ser éste un documento mucho más evolucionado que el primero a efectos de desarrollo de los elementos para la adjudicación definitiva de los derechos, la CNMC toma a efectos del análisis para el presente informe el calendario incluido en el documento posterior.

<sup>4</sup> Al igual que se ha establecido anteriormente, los Lotes de derechos de emisión que fueron remitidos por LNFP en la propuesta de oferta de 3 de junio de 2015 se han visto modificados por la documentación recibida el 24 de junio de 2015. Por ello, de cara al análisis, la CNMC tendrá en cuenta lo establecido en el último de los documentos presentados por LNFP.



LOTE A1	Partido en abierto de Primera División en exclusiva y segunda selección (no incluye partidos de equipos que estén participando en competiciones europeas en ese momento y, en ningún caso, Real Madrid Club de Fútbol, Fútbol Club Barcelona, Valencia Club de Fútbol, S.A.D. ni Atlético de Madrid, S.A.D).
LOTE A2	Resúmenes exclusivos
LOTE A3	Resúmenes no exclusivos
LOTE A4	Partido en abierto de Segunda División en segunda selección (emisión de mínimo 1 partido y máximo 10)

Fuente: Borrador de bases para la petición de ofertas para la comercialización de los derechos de explotación de contenidos audiovisuales de la Liga de Primera y Segunda División de 24 de junio de 2015 (páginas 9, 12 y 13)

(36) Dentro de las peculiaridades y derechos reconocidos en cada Lote de derechos de emisión en abierto de LNFP conviene destacar, a efectos de valorar la oferta propuesta por LNFP, lo siguiente:

- El canal de emisión para los distintos Lotes ofertados será el de televisión en abierto en cualquier plataforma del operador adjudicatario.
- En relación con el Lote A4, el borrador de bases para la petición de ofertas remitido por LNFP establece, a diferencia del Lote A1 para el que no se establecen límites territoriales, que el Lote “*podrá ser emitido en todo el territorio nacional o restringirse a territorios en concreto*” y, además, un mismo partido puede ser emitido en modalidad de pago (Lote P3) al mismo tiempo que se emite en el ámbito territorial del Lote A4.

Para hacer efectiva la oferta, “*el Candidato... deberá especificar a cuántos partidos desea optar y para qué zonas...*”

DERECHOS DE EMISIÓN EN MODALIDAD DE PAGO LNFP	
LOTE	CONTENIDO PRINCIPAL
LOTE P1	Partido de Primera División y otro de Segunda División en primera selección y en exclusiva para clientes residenciales
LOTE P2	Derecho a comercializar en exclusiva el Canal Liga TV que incluirá, entre otros contenidos futbolísticos, los 8 partidos de Primera División en tercera selección en exclusiva para clientes residenciales
LOTE P3	Hasta 10 partidos de Segunda División en segunda selección para clientes residenciales
LOTE P4 <sup>5</sup>	Clips o mini resúmenes de tres minutos de cada partido de forma no exclusiva en internet y con reserva a favor de LNFP de usar el contenido para la promoción de la competición

<sup>5</sup> La comercialización de los clips-resúmenes y de la emisión de partidos bajo la modalidad bajo demanda, figuraban como derechos reservados a LNFP para su comercialización en un momento posterior a la adjudicación de los derechos de emisión de partidos y resúmenes de Primera y Segunda División del Campeonato Nacional de Liga de fútbol y se han incluido por primera vez en el borrador de bases presentado el 24 de junio de 2015.

LOTE P5	Partidos bajo demanda no exclusivos por internet, y en plataformas ajenas a los operadores de televisión, a partir de una hora después de la finalización de cada partido y hasta 7 días después. LNFP se reserva el uso de estos partidos para promoción de la competición.
LOTE P6	Partidos de 1 y 2 División para establecimientos públicos

Fuente: Propuesta de oferta LNFP de 24 de junio de 2015 (folios 9 a 17)

(37) Al igual que se ha hecho respecto a los Lotes de derechos para la emisión del Campeonato de Liga de Primera y Segunda División de fútbol en abierto, también deben realizarse determinadas precisiones para entender el alcance exacto de la propuesta enviada por LNFP:

- Los Lotes P1, P2 y P3 deberán ser emitidos en *“televisión de pago en cualquier plataforma del operador (Satélite, Fibra, Cable, Internet, etc.)...”* si bien el operador tendrá la obligación en todo caso de ofrecer ambos partidos simultáneamente en su plataforma de internet”.
- En el Lote P1 se establece que sólo se autorizará un máximo de 18 emisiones del Real Madrid Club de Fútbol y otras tantas del Fútbol Club Barcelona y sólo se podrá incluir 1 de los partidos disputados entre ambos clubes. Además, tampoco se permitirá ofrecer la ida y la vuelta del Real Madrid Club de Fútbol y del Fútbol Club Barcelona con el Athletic de Bilbao, Atlético de Madrid, Sevilla y Valencia.
- El Lote P2 establece que el adjudicatario también puede integrar los ocho partidos en directo del Campeonato Nacional de liga de fútbol incluidos en el Canal Liga TV en su propio canal de televisión, si bien *“deberá emitir en todo caso el Canal Liga TV en su plataforma en las mismas condiciones que emite su propio canal”*.
- El Lote P3 recoge la posibilidad de que el operador interesado pueda realizar una oferta sobre los derechos de los partidos de Segunda División de fútbol que se incluyen en el Lote A4, permitiendo una emisión territorial en términos análogos a los descritos anteriormente para el Lote derechos de emisión en abierto.

Además, LNFP incluye en el borrador de petición de ofertas que *“tendrá preferencia para asignar el Lote A4 ante ofertas similares recibidas en el Lote P3”* (página 14 del borrador de petición de ofertas)

(38) Quedan excluidos del procedimiento de licitación todos los derechos no incluidos expresamente en los Lotes de derechos de emisión en las modalidades de emisión en abierto y en pago (punto 5.1 del borrador de petición de ofertas), reservándose LNFP el derecho a ofrecer a sus patrocinadores, colaboradores o socios comerciales el derecho a la explotación de las imágenes de los partidos bajo determinadas condiciones y *“con fines amplios, tales como la promoción de La Liga, el prestigio de la misma y sus integrantes, entre otros”*.

### III.1.3 Desarrollo del proceso de licitación

- (39) De acuerdo con el borrador de petición de ofertas remitido por LNFP, la primera actuación que realizará LNFP para garantizar la máxima difusión del inicio del proceso de presentación de ofertas es publicar en una sección específica de su página web el anuncio de la **petición de ofertas** y las condiciones generales para que los operadores presenten sus ofertas. Esta publicación en la página web será complementada con una comunicación por parte de LNFP a las principales agencias de comunicación, así como medios de comunicación generales y deportivos en España del inicio del proceso de comercialización.
- (40) Desde la fecha de publicación de la petición de ofertas, LNFP ofrecerá la posibilidad de que los operadores presenten por escrito o presencialmente consultas y las respuestas serán publicadas en la sección relevante de la página web de la entidad sin desvelar la identidad del operador que ha formulado la consulta.
- (41) Dentro del plazo establecido, los operadores deberán **presentar sus ofertas** físicamente en la sede del Consejo Superior de Deportes (en adelante, CSD) en sobre sellado debidamente identificado.
- (42) Una vez finalizado el plazo de presentación de ofertas, LNFP publicará la identidad de los licitadores, así como las fechas en las que éstos presentaron su oferta.
- (43) En la fecha prevista, se procederá a la **apertura y evaluación de las ofertas** presentadas comenzando por los lotes de derechos para su emisión en abierto y después los de pago.
- (44) En primer lugar, se valorará el apartado técnico-cualitativo de cada una de las ofertas presentadas (al que se asigna un 35% del total de la valoración) y, en segundo lugar el económico (65% de la valoración), resultando adjudicatario el oferente que reúna mayor calificación de conformidad con una serie de criterios de valoración que se han incluido en las bases para la petición de ofertas remitida a la CNMC el 24 de junio de 2015.
- (45) El apartado económico se valorará según el precio propuesto por el candidato al Lote correspondiente, que deberá constar por escrito y expresado en euros.
- (46) La valoración del apartado técnico-cualitativo se basará en las respuestas que los candidatos formulen a los siguientes criterios definidos por LNFP para cada Lote (punto 6.4.2 del borrador de petición de ofertas):
- Explotación: se valorarán los medios técnicos y materiales de los que el candidato disponga priorizándose la oferta que proponga una mayor exposición de la competición.
  - Tratamiento editorial: se valorará la contribución de candidato al incremento del interés deportivo de la competición, el crecimiento y el valor futuro de los derechos.
  - Comunicación, promoción y publicidad: se valorará la estratégica de comunicación y promoción dirigida a dotar de mayor relevancia y valor

a la competición. Se valorará asimismo la cesión de espacios publicitarios gratuitos que permita a LNFP organizar campañas.

- Política de integridad y de antipiratería
  - Se valorará la colaboración con la estrategia digital de LNFP mediante la aportación de medios técnicos y humanos.
  - Garantías de la correcta ejecución de las obligaciones económicas asumidas.
- (47) En cuanto a la valoración de las ofertas económicas presentadas por los operadores interesados, se debe tener en cuenta que LNFP fijará un **precio de reserva** global secreto para la suma de los Lotes a adjudicar y un precio de reserva individual para cada Lote que serán depositados en el CSD.
- (48) En el caso de que se alcance el precio de reserva global se procederá en todo caso a la adjudicación de Lotes. Si no se alcanzara el precio de reserva global, *“el Órgano de Control procederá a comercializar en la forma descrita en el apartado 5.3”* del borrador de petición de ofertas.
- (49) El apartado 5.3 del borrador de petición de ofertas al que se alude en caso de no adjudicación establece que *“La Liga procederá a comercializar de forma no exclusiva todos o algunos de los Lotes de la modalidad de pago y, especialmente, el Canal Liga TV si las ofertas recibidas por su comercialización en exclusiva no cumplen los requisitos y expectativas de La Liga, y en especial si no se alcanza el precio de reserva...”*. En caso de comercialización no exclusiva, LNFP se compromete a utilizar un sistema remuneratorio *“que cumpla con los principios de transparencia y equidad, basado en el pago de los abonados a la televisión de pago y banda ancha e indexado al crecimiento de los abonados”*.
- (50) El precio de reserva global sólo será comunicado a los licitadores en caso de que no se proceda a la adjudicación de todos los Lotes, mientras que el precio de reserva individual sólo será comunicado a los oferentes del Lote afectado en caso de que este Lote no se adjudicara.
- (51) Ahora bien, en el caso de que el Lote 1 de derechos de emisión en modalidad de pago no alcance el precio de reserva el Órgano de control podrá incluirlo en el Canal Liga TV incluido en el Lote 2 de pago. Y en el caso de ocurra lo mismo con respecto al lote 6 de pago, el Órgano de Control podrá proceder a comercializar directamente a los clientes no residenciales los derechos incluidos en dicho lote.
- (52) Una vez finalizado el proceso de valoración de las ofertas y adoptada una decisión sobre el adjudicatario, el borrador de presentación de ofertas establece (punto 6.3.5) que en las bases de la oferta se fijará el plazo para la firma del contrato entre el adjudicatario provisional y LNFP (este plazo podrá extenderse de forma motivada por el Órgano de control).
- (53) En caso de que el Órgano de control y el adjudicatario no llegaran a un acuerdo definitivo, el Órgano de control *“podrá anular la adjudicación*

*provisional y proceder a la comercialización del Lote afectado por si misma o a la publicación de una nueva petición de ofertas.”*

### **III.1.4 Condiciones generales para la comercialización centralizada por parte de LNFP de los derechos audiovisuales de los clubs de Primera y Segunda División del Campeonato Nacional de Liga de fútbol**

#### **a) Condiciones generales para los operadores licitantes a los Lotes**

(54) Según el epígrafe 6.2.1 del borrador de petición de ofertas pueden presentarse al procedimiento de licitación toda persona jurídica española o extranjera que tenga capacidad de obrar y acredite solvencia económica, financiera y profesional. También se permite la constitución de uniones temporales de empresas<sup>6</sup>.

(55) Para acreditar la solvencia suficiente requerida por LNFP se establece lo siguiente:

- La solvencia económica y financiera se justificará mediante la presentación de las cuentas anuales de la entidad o un extracto de las mismas, así como *“una declaración orientativa de la cifra de negocios global y de los servicios o negocios desarrollados por la sociedad en el curso de los tres últimos ejercicios vinculados al sector audiovisual”*. Como cláusula de cierre, se establece que el candidato que no pueda aportar esta documentación pueda aportar cualquier otra que sea suficiente conforme a lo que establezca LNFP.
- La solvencia profesional se acreditará mediante un informe detallado de las actividades y proyectos que la entidad haya desarrollado vinculados al sector audiovisual, así como una declaración sobre los efectivos personales y medios de la empresa durante los tres últimos ejercicios y los medios técnicos y humanos de los que disponga *“para el desarrollo de proyectos audiovisuales análogos a los que constituya el objeto de su oferta”*.

(56) Conjuntamente con ello, el borrador de petición de ofertas establece unas cláusulas de exclusión de oferentes similares a algunas de la previsiones que actualmente establece la Ley de Contratos del Sector Público como causas de exclusión en el marco de las licitaciones convocadas por las Administraciones Públicas.

#### **b) Condiciones generales para la asignación de Lotes**

(57) Al margen del procedimiento descrito anteriormente, las condiciones generales de comercialización recogidas en el punto 6 del borrador de petición de ofertas determinan que cada candidato es libre de presentar oferta por uno o más Lotes si bien deberá presentar una oferta individual independiente para cada uno.

---

<sup>6</sup> Debe tenerse en cuenta que en la propuesta de oferta presentada por LNFP el 3 de junio de 2015 no se establecían los criterios generales que debían concurrir en los oferentes (o Candidatos, según los documentos aportados por LNFP), ni tampoco las causas de exclusión. Únicamente se incluía la posibilidad de que LNFP excluyera a aquellos consorcios que reunieran a competidores aguas abajo y que pudieran distorsionar la competencia.



- (58) No obstante, un mismo candidato no podrá ser adjudicatario de manera directa o indirecta de derechos exclusivos de explotación en el mercado nacional de contenidos correspondientes a más de dos Lotes salvo que respecto de alguno no existieran más ofertas.
- c) Condiciones generales para la explotación de los derechos
- (59) El borrador de petición de ofertas establece la obligación de los operadores de explotar los contenidos en las condiciones previstas en la petición de ofertas salvo razones de fuerza mayor y LNFP se reserva el derecho a rescindir el contrato en caso de incumplimiento de esa obligación.
- (60) Además, el punto 5.4.8 del borrador de petición de ofertas establece que los adjudicatarios de los Lotes en modalidad de pago deberán permitir que los clientes puedan contratar sus emisiones en la plataforma web de LNFP *“que operará como un mero intermediario o canal de venta del propio operador”*.
- (61) Las previsiones de explotación a través de la web de LNFP se complementan con la obligación para los operadores que emitan en su propia plataforma de Internet alguno de los Lotes de pago de *“permitir que sus clientes accedan a su emisión desde la propia página web de La Liga, en las mismas condiciones en las que se ofrecen acceso en su propia plataforma de Internet”*.
- d) Otras condiciones generales para la comercialización conjunta de los derechos audiovisuales del Campeonato Nacional de Liga de fútbol.
- (62) Además de lo establecido, LNFP establece otra serie de condiciones generales en el punto 7 del borrador de petición de ofertas que pueden resumirse de la siguiente manera:
- Derecho de LNFP a modificar las condiciones de las bases de petición de ofertas. En particular, la configuración de los Lotes o incluso la cancelación del procedimiento de comercialización *“si el desarrollo del procedimiento y las circunstancias de mercado así lo aconsejan”*, respetando los principios generales de comercialización recogidos en el artículo 4.2 del RDL 5/2015.
  - Reserva a favor de LNFP de la facultad de autorizar cualquier licencia/cesión de los derechos adjudicados a terceros y podrá rescindir sin ninguna contrapartida el contrato comercial en caso de que un tercero adquiera una participación de control en un adjudicatario
  - Obligación por parte de los adjudicatarios de colaborar con LNFP en materia de integridad.
  - Obligación de colaborar con la política anti-piratería
  - Pervivencia de todos aquellos puntos de las bases que no contradigan la normativa española y comunitaria.
  - Falta de responsabilidad por parte de LNFP *“ante los Candidatos o los Adjudicatarios de ninguna pérdida, daño o perjuicio... en relación con el*

*contenido de las presentes bases o el contenido del futuro contrato de comercialización a firmar con el Adjudicatario”.*

Se añade, además, que LNFP “*no realiza ninguna manifestación o garantía sobre la precisión, idoneidad o integridad de cualquier información contenida en las presentes bases.*”

- Confidencialidad y legislación aplicable, así como sometimiento al arbitraje de la resolución de conflictos ante el Tribunal Español de Arbitraje Deportivo del Comité Olímpico.

### **III.2 Producción de los partidos de fútbol de Primera y Segunda División del Campeonato Nacional de Liga**

- (63) El punto 5.4.2 del borrador de petición de ofertas recoge que la producción de la retransmisión de todos los partidos corresponderá a LNFP y será llevada a cabo en HD, distinguiendo cuatro tipos de producción según los diferentes partidos de que se trate.
- (64) Conjuntamente con el borrador de petición de ofertas, LNFP remitió a la CNMC el 24 de junio de 2015 un borrador de solicitud de ofertas para la producción de todos los partidos del Campeonato Nacional de Liga de Primera y Segunda División que se disputarán durante las temporadas 2015/16 a 2017/2018.
- (65) El citado documento desarrolla de forma somera la forma en la que los interesados deberán presentar sus ofertas, indicándose que los interesados deberán identificar el nombre de la empresa interesada en la presentación de una oferta y fijar un precio de oferta, distinguiendo entre partidos de Primera y Segunda División de Liga de fútbol.
- (66) En el borrador de solicitud de ofertas para la producción se señala que LNFP se reserva el derecho de modificar, extender o interrumpir el proceso de asignación en cualquier momento, si bien cualquier modificación general será comunicada por escrito a los interesados.
- (67) En el mismo documento, también se señala la reserva a favor de LNFP del derecho de no adjudicar la producción de una o varias competiciones a las que se refiere el concurso, así como a mantener discusiones o negociaciones con uno o varios interesados y abrir nuevas rondas de ofertas.
- (68) A diferencia de lo indicado en la oferta para la comercialización de los derechos de emisión en España, la información remitida por LNFP no recoge el calendario previsto para hacer efectiva la comercialización de los derechos de producción y cómo se desarrollará el proceso de adjudicación en relación con estos derechos.
- (69) En relación con este último punto, es decir, el procedimiento de adjudicación de los derechos de producción de los partidos del Campeonato Nacional de Liga de fútbol, la única información que incluye el borrador de petición de ofertas es que los trámites se realizarán por correo electrónico y que sólo se aceptarán solicitudes de información por parte de los interesados hasta dos días antes de la finalización del periodo de presentación de ofertas.

- (70) Por último, en relación con los criterios de valoración, LNFP determina que no necesariamente será adjudicada la producción a la oferta con un monto económico inferior, sino que se tendrán en cuenta otros criterios relacionados con los medios técnicos y humanos del oferente.

### **III.3 Estrategia de distribución del Campeonato Nacional de Liga de fútbol en el resto del mundo**

- (71) Si bien los documentos aportados por LNFP en relación con la comercialización conjunta en el ámbito internacional de los derechos del Campeonato Nacional de Liga de fútbol no pueden ser analizados sin tener en cuenta el acuerdo firmado entre LNFP y MEDIAPRO el 15 de junio de 2015, la sistemática seguida en la exposición del presente informe (esto es, la misma que LNFP aportó en su documento de 3 de junio de 2015) requiere la inclusión de la estrategia internacional en este punto del informe.
- (72) LNFP aportó el 24 de junio de 2015 dos documentos relacionados con la estrategia para la distribución comercial de la Liga de fútbol en Europa (limitada a tres temporadas) y el resto del mundo.
- (73) Como acompañamiento a esos documentos generales, también se aportó un anexo en el que se señalan para cada país/territorio la identidad de los operadores (incluidas agencias de medios en el caso de los contactos desarrollados en Europa) a los que MEDIAPRO habría solicitado oferta a partir de la temporada 2015/2016

#### **III.3.1 Comercialización de los derechos en Europa**

- (74) La información aportada a la CNMC en relación a la comercialización de los derechos del Campeonato Nacional de Liga de fútbol en Europa se limita a señalar que los objetivos que se pretenden alcanzar de cara al próximo ciclo de explotación la Liga de fútbol son incrementar la cobertura de la competición y los ingresos generados, por lo que los criterios de valoración de las ofertas presentadas serán la oferta económica y la cobertura de la cadena, su solvencia, audiencia, número de suscriptores, derechos de otras ligas que pueda emitir...etc.
- (75) Así, con el objetivo de mejorar la cobertura, la estrategia contempla que las cadenas deberán emitir como mínimo 3 partidos de competición por cada jornada (al menos 2 en directo), un programa de highlights semanales y una página web para su territorio donde puedan verse todos los partidos en directo.
- (76) Por otra parte, de cara a indicar cómo se está produciendo el proceso de licitación, LNFP señala que se ha contactado para solicitar ofertas con los operadores más importantes de cada país, así como con las agencias que acostumbran a comercializar este tipo de contenidos. Y, asimismo, se ha informado a los medios de comunicación especializados del proceso a la vez que se ha habilitado un correo especial al que pueden dirigirse los interesados habiéndose informado en la página web de MEDIAPRO y de la LNFP del inicio del proceso de comercialización internacional.

#### **III.3.2 Comercialización de los derechos en el resto del mundo**

- (77) En este caso el documento aportado realiza una evaluación de cómo ha sido en el pasado la gestión de derechos audiovisuales futbolísticos, a qué operadores debería solicitarse una oferta y, en relación con algunos territorios, con qué operadores ha contactado MEDIAPRO para comercializar los derechos y las razones de idoneidad de los candidatos contactados.

#### **IV. CONTRATO FIRMADO ENTRE LNFP Y MEDIAPRO EL 15 DE JUNIO DE 2015**

- (78) Como se ha apuntado anteriormente, la comercialización de los derechos audiovisuales del Campeonato Nacional de Liga de fútbol tanto en España como fuera de España no puede entenderse sin analizar pormenorizadamente el contrato firmado entre LNFP y MEDIAPRO el 15 de junio de 2015, por lo que la CNMC considera necesario desarrollar este acuerdo en un apartado específico del presente informe.
- (79) Mediante la firma de este contrato, MEDIAPRO cede en favor de LNFP todos los derechos audiovisuales para la temporada 2015/2016 derivados de los 34 contratos que el operador audiovisual había firmado con los clubs de Primera y Segunda División del Campeonato Nacional de Liga de fútbol. Esta cesión de derechos no implica la subrogación de LNFP en la posición que MEDIAPRO tenía en esos contratos, que formalmente siguen en vigor, si bien LNFP se compromete a abonar a MEDIAPRO el importe de los contratos de este último con los clubs de fútbol, conforme a se vayan facturando.
- (80) En el mismo instrumento contractual, LNFP designa a MEDIAPRO como agente en exclusiva para promover la comercialización de los derechos audiovisuales de Primera y Segunda División del Campeonato Nacional de Liga de fútbol y Copa de S.M. El Rey para la temporada 2015/2016 en todo el mundo, excepto en España, así como los derechos audiovisuales del Campeonato Nacional de Liga de Fútbol en Primera y Segunda División para las temporadas 2016/2017 a 2019/2020, con los límites territoriales mencionados anteriormente.
- (81) Quedan fuera del ámbito de comercialización que LNFP otorga a MEDIAPRO los productos audiovisuales “*off match*”, goles y resúmenes para la promoción en las redes sociales, para lo que MEDIAPRO y LNFP fijarán la mejor forma de explotación fuera de España.
- (82) Además, en este contrato se recoge la posibilidad de que MEDIAPRO pueda extender la vigencia del mismo hasta la temporada 2020/2021.
- (83) La cláusula segunda del contrato firmado entre LNFP y MEDIAPRO el 15 de junio de 2015 establece que MEDIAPRO deberá comercializar los derechos audiovisuales de LNFP respetando los principios de transparencia, igualdad, publicidad y libre competencia entre operadores.
- (84) Además, el contrato prevé que el operador audiovisual adjudicatario deberá emitir simultáneamente por internet todos los contenidos que emita a través de un canal lineal, ofreciendo para ello MEDIAPRO los medios necesarios al

operador para la emisión simultánea, incluso la creación de la plataforma en caso de que el adjudicatario careciera de ella.

- (85) MEDIAPRO informará a una Comisión de Seguimiento compuesta a partes iguales por el operador audiovisual y LNFP acerca de las gestiones realizadas como agente quincenalmente.
- (86) Además, el contrato también prevé que 2 meses antes del inicio de la temporada 2015/2016 (y, en su caso, con la misma antelación para temporadas ulteriores) que LNFP y MEDIAPRO se reúnan para que la primera pueda determinar las condiciones de venta en aquellos territorios denominados como “*estratégicos*” por LNFP, a efectos de la comercialización de derechos en los que MEDIAPRO no hubiera alcanzado acuerdo con algún operador. A estos efectos, se establecen cláusulas específicas en caso de que las condiciones de comercialización pudieran afectar a la contraprestación de MEDIAPRO como agente comercializador, de tal manera que se garantiza por parte de LNFP la compensación de la eventual pérdida económica que MEDIAPRO pudiera sufrir por la negociación en estos territorios estratégicos.
- (87) El sistema de remuneración establecido para MEDIAPRO se regula mediante un sistema de tramos en los siguientes términos:
- Un [...] % sobre los ingresos si la cantidad total está por debajo de una determinada cifra.
  - Si se alcanzara unos ingresos situados entre la cifra total establecida en el primer punto y otra cifra superior, se establece el derecho de MEDIAPRO a una comisión equivalente al exceso sobre la cifra del primer punto, minorando la contraprestación a la que se refiere el punto anterior
  - Si MEDIAPRO supera la cifra máxima establecida en el segundo punto, MEDIAPRO tiene derecho a un [...] % del total de la venta de derechos<sup>7</sup>.
- (88) En el contrato también se establece que si MEDIAPRO no alcanzara la cifra establecida en el primer punto por la venta de derechos, será MEDIAPRO quien tenga que compensar a LNFP (descontando su comisión) hasta alcanzar esa cantidad neta.
- (89) El 29 de junio de 2015, LNFP y MEDIAPRO firmaron un adenda modificativa del contrato de 15 de junio de 2015 en lo relativo al mínimo garantizado a favor de LNFP, de tal manera que si MEDIAPRO no alcanzara el mínimo de ingresos previsto por LNFP en el citado contrato, LNFP podrá resolver el nombramiento de MEDIAPRO como agente exclusivo.
- (90) Como cláusula de cierre del sistema de remuneración se recoge una particularidad para la comercialización de los derechos audiovisuales de la

---

<sup>7</sup> Debe tenerse en cuenta que, en caso de ampliarse el contrato de agencia hasta la temporada 2020/2021, los tramos de ingresos por la venta de los derechos audiovisuales establecidos contractualmente son superiores (cláusula 5.1 b) del contrato firmado por LNFP y MEDIAPRO el 15 de junio de 2015).



temporada 2015/2016, ya que TELEFÓNICA posee los derechos audiovisuales de Liga de fútbol y Copa de S.M. El Rey de determinados clubs de fútbol.

- (91) A este respecto, el contrato firmado entre LNFP y MEDIAPRO determina que se establecerá un descuento sobre la cantidad total estipulada para esa temporada, según la fórmula de reparto de ingresos entre los clubs de fútbol establecida en el RDL 5/2015.
- (92) Junto con este sistema general, el contrato regula otros elementos de la relación LNFP/MEDIAPRO, de los que esta Dirección de Competencia, a efectos de elaborar el presente informe, destaca los siguientes:
- Inclusión al contrato de los derechos audiovisuales de Copa de S.M. El Rey en caso de que LNFP fuera comercializadora de los mismos.
  - Acuerdo de horarios orientativos entre LNFP y MEDIAPRO. De tal manera que los principales partidos seleccionados para su explotación internacional se disputarán los sábados a las 16:00 horas y los domingos a las 19:00 horas.

## **V. VALORACIÓN CNMC PROPUESTA LNFP**

- (93) De acuerdo con lo establecido en la exposición de motivos del RDL 5/2015, *“En el caso del mercado de derechos audiovisuales de las competiciones de fútbol profesional tres son las razones que legitiman la intervención urgente del Gobierno: por un lado, la indiscutible relevancia social del deporte profesional, en segundo lugar, la reiterada y unánime demanda de dicha intervención desde todos los sectores afectados y, finalmente, la necesidad de promover la competencia en el mercado de la televisión de pago actuando sobre uno de sus activos esenciales.”*
- (94) La importancia de la defensa de la competencia en los mercados relacionados con los derechos audiovisuales futbolísticos es destacada, de nuevo, en el articulado del RDL 5/2015, cuando en su artículo 4.1 establece que *“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.”*
- (95) De esta manera, a la hora de diseñar e implementar su oferta de derechos audiovisuales, LNFP no sólo está obligada a cumplir con lo establecido en el RDL 5/2015, sino que también se encuentra sometida a las obligaciones establecidas en los artículos 1 y 2 de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia (en adelante, LDC) y en los artículos 101 y 102 del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea (en adelante, TFUE).
- (96) En todo caso, en el presente informe no se va a entrar a valorar la compatibilidad de la propuesta de oferta de LNFP con los artículos 1 y 2 LDC y 101 y 102 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 esta normativa de

competencia de las actuaciones que finalmente realice en relación con la comercialización de los derechos audiovisuales del Campeonato Nacional de Liga de fútbol en Primera y Segunda División.

- (97) Estos parámetros son los que la CNMC va a utilizar de cara a valorar la propuesta de oferta para la comercialización de los derechos audiovisuales del Campeonato Nacional de Liga en Primera y Segunda División de fútbol.

**V.1 Idoneidad de la incorporación a la oferta de comercialización centralizada de los derechos audiovisuales del Campeonato Nacional de Liga para Primera y Segunda División de fútbol de la temporada 2015/2016**

- (98) Antes de analizar la propuesta de oferta de comercialización conjunta sometida a informe de la CNMC por parte de LNFP, debe hacerse notar la extraordinaria premura con la que se prevé la convocatoria de la licitación de esos derechos y la adopción de una decisión definitiva por parte de la entidad convocante (en este caso, LNFP).

- (99) Las condiciones generales que deben regir la convocatoria de ofertas recogidas tanto en el RDL 5/2015 como en el propio documento remitido por LNFP, incluyen como elemento indispensable que la comercialización de los derechos de emisión del Campeonato Nacional de Liga de fútbol en Primera y Segunda División se realicen *“con la suficiente antelación para que su explotación se lleve a cabo de una manera adecuada”* (artículo 4.4 h) del RDL 5/2015) *“para facilitar a los licitadores y, eventualmente a los adjudicatarios una planificación adecuada de sus ofertas y de la explotación de los derechos y, en suma, generar un clima de seguridad jurídica inexistente hasta la fecha”* (punto 4.1.1 de la propuesta de oferta remitida por LNFP el 3 de junio de 2015).

- (100) Estas previsiones de temporalidad quedan, de acuerdo con el borrador de petición de ofertas para la emisión de partidos y otros contenidos audiovisuales del Campeonato Nacional de Liga en España, limitadas a un periodo de quince días (del 4 al 19 de julio de 2015), lo que reduce de manera muy significativa los periodos establecidos para la presentación de ofertas en los sistemas de venta centralizada de otras ligas europeas, como por ejemplo la Liga alemana, que establece un periodo de cuatro semanas desde la publicación en la página web de la Bundesliga para que los operadores puedan formular ofertas a los Lotes de derechos licitados.

- (101) La justificación que ofrece LNFP para limitar el periodo de formulación de ofertas es que *“la publicación del RDL 5/2015 el 1 de mayo y su convalidación posterior por el Congreso el 13 de mayo, publicada en el BOCG de 26 de mayo, impide garantizar un mayor espacio temporal entre la publicación de la petición de ofertas, por un lado, y el plazo para presentación de ofertas y el comienzo del periodo de explotación, por el otro, en relación a la temporada 2015/2016.”*

- (102) Ello lleva a la CNMC a analizar lo establecido en la disposición transitoria primera del RDL 5/2015, en la que se determina el comienzo de la implementación del nuevo sistema.

(103) La citada disposición transitoria primera del RDL 5/2015 comienza su apartado segundo estableciendo que *“El sistema de comercialización conjunta de los derechos audiovisuales previsto en este real decreto-ley será de aplicación a partir de la temporada en la que expire la vigencia del último contrato de explotación de derechos audiovisuales que hubiese suscrito individualmente un club o entidad que participe en la competición.”*

(104) La extraordinaria y urgente necesidad en la que se ampara la utilización del mecanismo del real decreto-ley para establecer un sistema de venta centralizada de los derechos audiovisuales del Campeonato Nacional de Liga de fútbol en Primera y Segunda División se justifica en la exposición de motivos del RDL 5/2015 en que, en el momento de elaboración del citado real decreto-ley, se estaban comenzando a negociar el futuro ciclo de cesión derechos audiovisuales de los clubs de fútbol.

*“La extraordinaria y urgente necesidad de la intervención deriva de la situación contractual de los clubs y entidades participantes en relación con la comercialización de sus derechos audiovisuales. Aunque, como consecuencia de la comercialización individual, los supuestos son diversos, la mayoría de los clubs y entidades participantes en el Campeonato Nacional de Liga ya han suscrito contratos para la comercialización individual de sus derechos hasta la temporada 2015/16, y deberían concluir las negociaciones del nuevo periodo de venta en 2015. Algunos contratos individuales terminan su vigencia en la temporada 2014/15 y los clubs correspondientes están en disposición de negociar y suscribir nuevos contratos, que podrían prorrogar su vigencia hasta la temporada 2017/18.*

*(...)*

*En estas circunstancias, existe la oportunidad de implantar con plenas garantías el sistema de comercialización centralizada de los derechos audiovisuales a partir de la temporada 2016/17, respetando los compromisos contractuales vigentes. Para lograr este objetivo, resulta imprescindible que los nuevos contratos que están negociando las entidades deportivas que aún no los han comercializado en la temporada 2015/2016 tengan una vigencia de una única temporada...*

*Puesto que estos nuevos contratos se están negociando en estos momentos y deberían suscribirse con antelación suficiente respecto al inicio de la próxima temporada (septiembre de 2015), resulta de extraordinaria y urgente necesidad la aprobación de la norma legal que permite la implantación del modelo de explotación y comercialización conjunta y que definitivamente aporte seguridad a todos los operadores y agentes potencialmente implicados.”*

(105) En definitiva, a la luz de lo establecido en el RDL 5/2015, esta CNMC considera que la venta centralizada de derechos de emisión del Campeonato Nacional de Liga de fútbol en Primera y Segunda División únicamente estaba asegurada a partir de la temporada 2016/2017, en la medida que el RDL 5/2015 descartaba la expropiación de los contratos individuales de

comercialización de los derechos audiovisuales de la competición firmados por determinados clubes de fútbol para la temporada 2015/2016.

(106) Sin embargo, en la propuesta de oferta remitida, LNFP establece que el ciclo de temporadas que la entidad va a licitar comienza en la temporada 2015/2016 y finaliza en la 2017/2018.

(107) Esta inclusión de la temporada 2015/2016 alude a lo establecido en la disposición transitoria primera del RDL 5/2015 que ya se ha citado anteriormente:

“1. (...)

2. (...)

*Quando los derechos audiovisuales de una temporada no hayan sido comercializados individualmente por, al menos, el 80 por 100 de los participantes en el Campeonato Nacional de Liga, la Liga Nacional de Fútbol Profesional podrá proceder a la comercialización conjunta de los derechos no vendidos individualmente.*

*Las entidades deportivas que los hubieran comercializado ya, podrán pedir a la Liga Nacional de Fútbol Profesional que los incluya en la comercialización conjunta, asumiendo dichas entidades las obligaciones o indemnizaciones que pudieran surgir frente a las entidades que hubieran adquirido esos derechos.*

*3. La Liga Nacional de Fútbol Profesional y, en su caso, la Real Federación Española de Fútbol, podrán negociar con los adjudicatarios de la explotación y comercialización de los derechos audiovisuales de la competición la resolución anticipada de los contratos, garantizando a los clubes y sociedades anónimas deportivas que los hubieran vendido el importe íntegro de la contraprestación acordada.*

*Esta resolución anticipada en ningún caso podrá suponer un perjuicio para los intereses de los acreedores de los clubes y sociedades anónimas deportivas que hubieran vendido sus derechos.*

*Particularmente, en caso de existir embargos de créditos, efectos, valores y derechos tanto de la Hacienda Pública como de la Tesorería General de la Seguridad Social, la Liga Nacional de Fútbol Profesional y, en su caso, la Real Federación Española de Fútbol, en proporción al importe comercializado por cada una de estas dos entidades deberán ingresar, en el momento de resolución anticipada de los contratos, el importe total de las deudas incluidas en los embargos citados.”*

(108) Según los datos aportados por LNFP el 12 de junio de 2015, LNFP tiene constancia de que no han vendido de forma individualizada sus derechos audiovisuales para la temporada 2015/2016 “*Real Oviedo SAD, Club Atlético Osasuna y los dos clubes que asciendan a la Segunda División A para la próxima temporada.*”. Además de ello, desde el 15 de junio de 2015, MEDIAPRO cedió a favor de LNFP los derechos audiovisuales de los 34 clubes de fútbol de Primera y Segunda División, con los que el operador tenía firmados contratos audiovisuales.

- (109) Ahora bien, a la luz del contrato firmado entre LNFP y MEDIAPRO el 15 de junio de 2015, formalmente no se ha producido ninguna resolución contractual de los contratos individuales, tal y como prevé disposición transitoria primera del RDL 5/2015 en su apartado tercero, ya que MEDIAPRO preserva la condición de parte firmante en tales contratos de cesión de derechos de Liga y Copa de S.M. El Rey.
- (110) En todo caso, esta permanencia de los contratos individuales de MEDIAPRO con clubes de fútbol es discutible, especialmente cuando MEDIAPRO cede a LNFP todos los derechos audiovisuales contenidos en los mismos y LNFP asume los pagos a los clubes derivados de los contratos.
- (111) Quedarían pendientes de resolución contractual los contratos firmados entre 4 clubes de fútbol (entre otros, F.C. Barcelona, Celta de Vigo y Real Sociedad) y TELEFÓNICA que, de acuerdo con la información aportada por LNFP no están siendo objeto de negociación y cuyos derechos, por tanto, continuarán perteneciendo a TELEFÓNICA.
- (112) Esta situación jurídica invalida lo establecido por LNFP en la propuesta remitida a la CNMC en cuanto a las ventajas derivadas de la implementación del nuevo modelo para la temporada 2015/2016:
- “En todo caso, si la petición de ofertas sigue el calendario previsto por La Liga, la adjudicación de los Lotes antes del inicio oficial de la competición y del periodo estival supondrá un avance en relación a la comercialización individualizada, que obligaba a los operadores a llegar acuerdos de última hora durante o después del periodo estival para poder explotar los derechos audiovisuales de los clubes.”* (punto 4.1.1 de la propuesta de oferta presentada el 3 de junio de 2015).
- (113) Esta CNMC no encuentra en este caso las ventajas aludidas por LNFP, en la medida en que, a fecha actual, LNFP ni tiene los derechos para poder comenzar a comercializar de manera conjunta los derechos del Campeonato Nacional de Liga de fútbol de Primera y Segunda División, ni es previsible tampoco que alcance el 100% de esos derechos, toda vez que según la información aportada por la propia LNFP, no parece estar manteniendo negociación alguna con TELEFÓNICA en relación con la resolución anticipada de los contratos individuales con clubes de fútbol firmados por este operador.
- (114) Incluso tras la cesión de derechos por parte de MEDIAPRO a favor de LNFP de los derechos audiovisuales de Liga de fútbol y Copa de S.M. El Rey para la temporada 2015/2016 de 34 equipos de Primera y Segunda División, LNFP está obligada a negociar con TELEFÓNICA, el tenedor de los derechos de los otros 4 clubes, de cara a la puesta a disposición de la integridad del contenido audiovisual del Campeonato Nacional de Liga, que es lo que lleva implícito la propuesta de condiciones de comercialización que ha presentado LNFP para informe de esta CNMC.
- (115) De lo contrario, la propuesta de condiciones de comercialización de LNFP no se ajustaría a la realidad, porque LNFP no estaría en disposición de comercializar los derechos audiovisuales de los partidos de la temporada



2015/2016 que jueguen en casa los equipos cuyos derechos ha adquirido de forma individual TELEFÓNICA, entre ellos el F.C. Barcelona, que es uno de los equipos de la competición que mayor interés suscitan a los operadores audiovisuales.

- (116) De esta manera, toda licitación por parte de LNFP que no se ajuste a la realidad estaría distorsionada y vulneraría, entre otros, los principios de transparencia y libre competencia.
- (117) Por otra parte, el hecho de que LNFP haya negociado con MEDIAPRO la cesión de derechos audiovisuales de Liga y Copa de S.M. El Rey de fútbol o pueda negociar con TELEFÓNICA la resolución anticipada de los contratos individuales que hubiera firmado con clubes de fútbol para la temporada 2015/2016 o la implementación de sistema de explotación conjunta, a la vez que diseña e implementa en paralelo a estas negociaciones un sistema de venta centralizada para el periodo 2015/2016 a 2017/2018, genera un riesgo significativo de distorsión de la competencia en favor de estos dos operadores, que son potenciales licitadores de los derechos audiovisuales ofertados por LNFP, dada su presencia en el mercado de televisión de pago en España.
- (118) En particular, LNFP podría ligar de facto el diseño y la implementación del sistema de venta centralizada para el periodo 2015/2016 a 2017/2018 a los acuerdos con MEDIAPRO o TELEFÓNICA en relación con los derechos audiovisuales que ambos operadores han adquirido para la temporada 2015/2016.
- (119) De hecho, la propia LNFP ha presentado ante la CNMC el 3 de junio de 2015 una solicitud de arbitraje frente a TELEFÓNICA en relación con las condiciones de comercialización mayorista de Canal Liga TV en la plataforma IPTV de televisión de pago en España de TELEFÓNICA, en la que reconoce abiertamente que ha estado negociando con TELEFÓNICA las condiciones de comercialización de Canal Liga TV con carácter previo a la licitación de sus derechos de emisión.
- (120) Además, tal y como se ha explicado anteriormente, en el contrato firmado el 15 de junio de 2015 por el que MEDIAPRO cede a LNFP la comercialización de los derechos audiovisuales de 34 clubes de fútbol de Primera y Segunda División del Campeonato Nacional de Liga, se regula la condición de agente exclusivo de MEDIAPRO para la comercialización fuera de España de estos derechos en un marco temporal de hasta 6 años.
- (121) La firma de ese contrato permite, por ejemplo, a LNFP comercializar contenidos adicionales de Copa de S.M. El Rey de fútbol para la temporada 2015/2016 que no estarán, sin embargo, incluidos en próximas temporadas a la luz del RDL 5/2015, lo que, a juicio de esta CNMC puede distorsionar el precio final de los contenidos si su comercialización se vincula a temporadas posteriores.
- (122) Además, y a modo de ejemplo, debe tenerse en cuenta que MEDIAPRO y LNFP han negociado elementos como los horarios en los que se disputarán los partidos más atractivos de cada jornada de Liga de fútbol (que serán

negociadas entre MEDIAPRO y LNFP en contra de lo establecido en la propuesta para la comercialización conjunta de derechos a nivel nacional) o el precio mínimo establecido por LNFP para la venta internacional, que puede condicionar la presentación de ofertas para los derechos en España en igualdad de condiciones por parte de todos los operadores interesados. De hecho, los horarios que se prevén en el contrato entre MEDIAPRO y LNFP para los partidos más atractivos de cada jornada no coincidían con los previstos en la propuesta de oferta que LNFP remitió a la CNMC el 3 de junio de 2015 y, sin embargo, se aproximan a los que se han presentado en las bases de petición de ofertas el 24 de junio de 2015.

- (123) A la luz de todo lo anterior, esta CNMC considera que dadas las excepcionales circunstancias que rodean la posible comercialización centralizada de los derechos audiovisuales de la competición para la temporada 2015/2016, la incertidumbre sobre los clubes y derechos que estarán incluidos dentro de la venta centralizada de la LNFP para esa temporada, y las premuras en los plazos, es más adecuado de cara a la preservación de los principios de transparencia y libre concurrencia la separación temporal de la venta centralizada de la temporada 2015/2016 respecto a subsiguientes temporadas.
- (124) De esta manera, se evitaría que las distorsiones inherentes a estas excepcionales circunstancias que se dan en la temporada 2015/2016 se extiendan a subsiguientes temporadas.
- (125) La inclusión de las temporadas 2016/2017 y 2017/2018, en una negociación tan apresurada como la que LNFP debe afrontar para la temporada siguiente supone una merma de las condiciones necesarias para que los operadores interesados en los diversos paquetes de derechos ofertados puedan valorarlos y, en palabras de la propia LNFP *“facilitar a los licitadores y, eventualmente a los adjudicatarios una planificación adecuada de sus ofertas y de la explotación de los derechos”* y no generan ninguna ventaja respecto a la situación anterior.
- (126) Finalmente, tampoco puede aceptarse de plano la existencia de plusvalías importantes como elemento que justifique la inclusión de los derechos que LNFP pudiera comercializar en la temporada 2015/2016 conjuntamente con las temporadas sucesivas.
- (127) MEDIAPRO y TELEFÓNICA firmaron contratos individuales con los distintos clubs de fútbol para la temporada 2015/2016 con base a un escenario jurídico y económico muy diferente del que el real decreto-ley prevé para la comercialización de los derechos del Campeonato Nacional de Liga de fútbol a partir de la temporada 2016/2017 y siguientes y, por lo tanto, podrían verse perjudicados en la estrategia comercial que asumieron en el momento de firma de esos contratos por el cambio en las circunstancias de comercialización que LNFP propone en el marco del contrato de comercialización conjunta para las tres próximas temporadas.
- (128) En definitiva, esta CNMC considera que la negociación de los derechos de la temporada 2015/2016 tiene unas características jurídicas y económicas tan

diferentes y particulares con respecto a las que rodearán la negociación de los derechos de emisión del Campeonato Nacional de Liga de fútbol para las temporadas 2016/2017 y siguientes que deberían negociarse al margen y en un momento temporal posterior, una vez cerradas las negociaciones de todas las cuestiones relativas a la temporada 2015/2016.

- (129) Además, a esta CNMC le surgen dudas de cara a que se entienda cumplido lo establecido en el RDL 5/2015 con el presente informe de la CNMC, pues éste se realiza sobre la base de una oferta por parte de LNFP de unos derechos que actualmente no tiene en su integridad, por lo que la configuración de la licitación que finalmente convoque y adjudique LNFP podría separarse significativamente de la oferta informada por la CNMC.

## **V.2 Valoración de la propuesta de oferta para la comercialización de los derechos del Campeonato Nacional de Liga de Primera y Segunda División de fútbol en España**

- (130) Antes de analizar la propuesta presentada por LNFP debe hacerse notar que la misma ha sido objeto de una modificación sustancial desde el 3 de junio de 2015, momento en el que LNFP presentó ante la CNMC la solicitud de informe previo prevista en el artículo 4 del RDL 5/2015.

- (131) La intención de LNFP de iniciar el procedimiento de adjudicación de los derechos correspondientes al Campeonato Nacional de Liga de fútbol en Primera y Segunda División A a partir del día 4 de julio de 2015, y el análisis por parte de la CNMC de la documentación remitida a efectos de evaluar la oferta de comercialización conjunta muestra cómo LNFP se encuentra trabajando actualmente en la elaboración de los documentos que finalmente compondrán las bases para la petición de ofertas a nivel nacional, por lo que **no cabe descartar que las condiciones sobre las que la CNMC emite informe previo puedan ser modificadas por LNFP en el momento de iniciarse el procedimiento de petición de ofertas o durante el proceso de licitación.**

- (132) De hecho, en el borrador de petición de ofertas se incluye una cláusula (punto 7.1) por la que LNFP advierte a los oferentes o Candidatos la posibilidad de modificar las bases de la solicitud de ofertas “*y, en particular, la configuración de los Lotes o incluso cancelar el procedimiento de comercialización si el desarrollo del procedimiento o las circunstancias del mercado así lo aconsejan*”.

### V.2.1 Análisis de los Lotes de derechos propuestos por LNFP

- (133) El primer punto que esta CNMC desea analizar en relación con la propuesta de oferta presentada por LNFP es el de la adecuación de los mismos de acuerdo con lo establecido en el artículo 4.4.e) del RDL 5/2015.

- (134) En este artículo 4.4.e) del RDL 5/2015 se establece que “*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”.*

- (135) En las modificaciones a la propuesta de oferta remitida por LNFP el 3 de junio de 2015 a la CNMC introducidas en el borrador de bases para la petición de ofertas de 24 de junio de 2015, se observa que el contenido de derechos reunido bajo cada uno de los Lotes que componen la oferta se ha mejorado en relación con el documento inicial, al incluir para cada Lote un contenido diferente e independiente de los demás, favoreciendo la capacidad de decisión de los licitantes respecto de los contenidos de su interés.
- (136) Sin embargo, a la CNMC le surgen dudas en relación con el sistema que propone LNFP para los partidos de fútbol de Segunda División.
- (137) Tal y como se ha expuesto, el contenido del Lote 4 de emisión en abierto coincide con el contenido del Lote 3 de televisión de pago, lo que deja abierta la puerta a que los partidos objeto de ambos lotes puedan ser emitidos simultáneamente en el ámbito nacional y en un ámbito territorial limitado, estableciéndose una cláusula de cierre por la que *“La Liga tendrá preferencia para asignar este lote –abierto- ante ofertas similares recibidas en el lote P3”*.
- (138) La CNMC considera que no tiene mucho sentido incluir una cláusula de cierre cuando, en apariencia estos partidos van a poder ser adquiridos por los operadores de televisión en abierto y los operadores de televisión de pago de manera simultánea sin exclusividad alguna, a menos que LNFP tenga la intención de condicionar la adjudicación de los derechos de emisión de los partidos de Segunda División en la modalidad de pago a lo que suceda en la valoración de las ofertas en modalidad de televisión en abierto.
- (139) El término *“oferta similar”* contribuye a crear confusión en lo que a criterios interpretativos se refiere, ya que no queda claro qué criterios va a seguir LNFP en relación con la adjudicación simultánea de estos partidos de Liga de fútbol.
- (140) Por lo tanto, la CNMC considera que la adjudicación definitiva de los lotes que contienen partidos de Segunda División está condicionada a la concurrencia de múltiples factores, dando a la LNFP un margen de discrecionalidad excesivo para determinar a qué oferente adjudica los lotes y el alcance de cada uno de ellos, basándose para ello en una cláusula de cierre tan indeterminada como la de *“oferta similar”*.
- (141) Por otra parte, existe una incompatibilidad entre el contenido del Lote 2 de emisión en pago (derechos de emisión de un canal editado por LNFP, que se obliga a al adjudicatario a emitir en su plataforma) y el modelo de adjudicación del mismo (en exclusiva).
- (142) A juicio de esta CNMC, LNFP estaría restringiendo injustificadamente la libertad de empresa del adjudicatario, en la medida que al ser el adquirente exclusivo de los derechos de emisión para clientes residenciales de los partidos de Primera División incluidos en Canal Liga TV, no existe ninguna

justificación para que se vea obligado a emitir este canal en su plataforma, y no pueda optar por incluir estos partidos en un canal de edición propia (algo que LNFP permite) sin emitir Canal Liga TV (no permitido por LNFP).

- (143) Solo en el caso de que los derechos de emisión de Canal Liga TV se adjudicasen de forma no exclusiva tendría sentido este empaquetamiento de los derechos de emisión para clientes residenciales de los partidos de Primera División, pues contribuiría al acceso en igualdad de condiciones por parte de todos los operadores a estos contenidos, minimizando los riesgos de distorsión de la competencia.
- (144) Por ello, de cara a preservar la competencia efectiva en el mercado de televisión de pago, sería preferible que LNFP ofertase directamente la comercialización no exclusiva de Canal Liga TV, en vez de establecerlo como opción subsidiaria, en la medida que LNFP no está presente en el mercado de televisión de pago y en principio tiene menos incentivos a discriminar entre los distintos operadores de televisión de pago.
- (145) Asimismo, un sistema de comercialización no exclusivo de Canal Liga TV previsiblemente contribuiría a maximizar los ingresos de LNFP en el medio/largo plazo, al incrementar el número de vías de distribución del mismo. En todo caso, como se verá más adelante, ello dependerá de que LNFP establezca condiciones de comercialización no exclusiva en televisión de pago que no distorsionen la competencia entre los distintos interesados.
- (146) Asimismo, debe hacerse notar que en el borrador de petición de ofertas se ha incluido la imposibilidad de que un mismo operador acapare más de dos lotes de derechos en modalidad de pago, salvo que respecto de alguno de ellos no existieran más ofertas.
- (147) LNFP considera que esta prohibición deriva de lo establecido en el RDL 5/2015, pero la CNMC considera que ello no es así.
- (148) En efecto, si bien en el primer borrador de oferta remitido a la CNMC cabía la posibilidad de que un único operador pudiera acaparar todo el contenido exclusivo de pago sometido a licitación, mediante la presentación de ofertas a dos únicos lotes, en el nuevo borrador remitido a la CNMC esta posibilidad desaparece al tener el contenido de los lotes de pago un carácter diferenciado.
- (149) El artículo 4.4 g) del RDL 5/2015 determina, en aras de evitar el acaparamiento de derechos exclusivos en manos de un único operador, que éstos no podrán adquirir más de dos lotes de derechos, siempre y cuando *“no existieran licitadores o adquirentes u otras ofertas económicamente equivalentes”*.
- (150) El impedimento establecido por LNFP de adquirir esos tres lotes va mucho más allá de lo establecido en el RDL 5/2015, ya que la norma no excluye que un mismo operador pueda adquirir más de dos lotes, siempre que se reúnan los requisitos para ello. Precisamente porque existe esta posibilidad, el propio real decreto-ley prevé mecanismos subsidiarios de corrección en caso de que esta circunstancia se produzca.



- (151) Adicionalmente, en caso de que el oferente para todos los derechos exclusivos de televisión de pago fuera TELEFÓNICA, debe tenerse en cuenta lo establecido en los compromisos asumidos por la entidad el 14 de abril de 2015 en el marco de la operación de concentración que dio lugar al expediente C/0612/14 TELEFÓNICA/DTS, que no permiten en la práctica que el principal operador de televisión de pago en España (TELEFÓNICA) pueda explotar todos o parte de los derechos audiovisuales del Campeonato Nacional de Liga de fútbol en exclusiva. Este compromiso contribuye a preservar la competencia efectiva en el mercado de televisión de pago, y fue adoptado cuando existía incertidumbre sobre cómo se iban a comercializar y explotar los derechos audiovisuales de esta competición a partir de la temporada 2015/2016.
- (152) Asimismo, dado el significativo peso de TELEFÓNICA en el mercado de televisión de pago, la implementación práctica de estos compromisos a través de una oferta mayorista de TELEFÓNICA podría verse afectada por problemas y conflictos.
- (153) En definitiva, esta CNMC considera que existen determinados elementos que deberían ser revisados de cara a cumplir con lo establecido en el RDL 5/2015, especialmente la prohibición de adquirir más de dos lotes de derechos exclusivos introducida en el borrador de petición de ofertas que, sin embargo permite el RDL 5/2015 y las condiciones de comercialización de los lotes que contienen los partidos de Segunda División, toda vez que condicionan la presentación de ofertas por parte de los operadores y deja un amplio margen de discrecionalidad a favor de LNFP sin justificación aparente.
- (154) Por último, el diseño del Canal Liga TV en lo relativo a su vinculación con la adquisición en exclusiva de un lote de partidos de Primera División del Campeonato Nacional de Liga de fútbol también debería ser revisado y adaptado, de cara a evitar que ningún operador quede excluido del proceso de licitación.

#### V.2.2 No discriminación entre operadores

- (155) En este punto procede analizar si todos los operadores de televisión, independientemente de la modalidad en la que realicen sus retransmisiones, pueden presentar sus ofertas en condiciones competitivas y no discriminatorias, conforme a lo establecido en el RDL 5/2015.
- (156) En el borrador de petición de ofertas presentado por LNFP se ha establecido con carácter general que cualquier persona física o jurídica que tenga capacidad de obrar y acrediten su solvencia económica, financiera y profesional, incluidas las uniones temporales de empresas creadas a tal efecto, podrán concurrir a la oferta que se convoque por parte de LNFP.
- (157) Ahora bien, LNFP establece en el punto 7.3 del citado documento que puede rescindir el contrato de comercialización del Campeonato Nacional de Liga de fútbol por un cambio en la estructura de control del licenciataria, sin motivar las razones o circunstancias que justificarían tal actuación. Ello genera un grado de inseguridad jurídica muy alto al operador adjudicatario

de cara a planificar sus estrategias empresariales futuras, máxime cuando la rescisión contractual ocurre sin cláusula de penalización para LNFP, y sin que en ningún momento LNFP justifique la necesidad de introducir este mecanismo.

- (158) También se debe hacer mención a los requisitos que LNFP exigirá a los operadores de pago que opten a la adjudicación de los derechos de los Lotes 1 a 3 de esta modalidad para clientes residenciales y que, sin embargo no se exigen para los operadores en abierto.
- (159) En ellos se establece como canal de explotación el de televisión de pago en cualquier plataforma del operador (Satélite, Fibra, Cable, Internet, etc.), si bien el operador tendrá la obligación en todo caso de ofrecer los partidos simultáneamente en su plataforma de internet.
- (160) Esta previsión se refuerza si se tiene en cuenta que todos los adjudicatarios de los lotes de pago deben permitir que sus clientes contraten la emisión de los partidos a través de la página web de LNFP y, en caso de que emitan a través de su propia plataforma deben dar condiciones de acceso al contenido en las mismas condiciones en las que se ofrece el acceso en su propia plataforma de internet.
- (161) De la lectura de esta previsión parece deducirse que únicamente pueden acceder a los derechos exclusivos para televisión de pago, aquellos operadores que tengan diversos medios técnicos para la emisión de los partidos y, en todo caso, emisiones a través de internet.
- (162) Esta CNMC considera que con una disposición de este tipo se estaría excluyendo a aquellos operadores que no cuentan con un canal de emisión a través de internet, sin que LNFP haya justificado convenientemente la necesidad de esta restricción.
- (163) En este sentido, si LNFP desea potenciar las modalidades de emisión cuyo desarrollo técnico y comercial todavía es incipiente (especialmente televisión por internet y televisión móvil), LNFP debería ofertar Lotes específicos para estas modalidades de emisión, al igual que ocurre con los bloques de derechos licitados en las Ligas inglesa y alemana, a las que el real decreto-ley alude en su exposición de motivos.
- (164) Es cierto que se han incluido como lotes derechos típicamente ligados a las nuevas tecnologías como los clips-resúmenes de los partidos y las emisiones en video bajo demanda, pero ello no excluye que el diseño de las ofertas deba permitir la entrada de estos operadores alternativos a los tradicionales en relación con los derechos exclusivos que son objeto de la oferta formulada por LNFP.
- (165) Por otra parte, la obligatoriedad de que todos los contenidos puedan ser accesibles a través de la página web de LNFP sin determinar cuáles serán los costes adicionales en los que puede incurrir el adjudicatario puede condicionar la presentación de ofertas por parte de éstos y, al mismo tiempo sitúa a LNFP en una posición privilegiada con respecto a otros operadores OTT, lo que distorsiona la dinámica competitiva en este mercado.

- (166) En efecto, vinculado a la adquisición de los lotes, el operador adjudicatario está obligado a poner a disposición de los clientes las aplicaciones necesarias para que éstos puedan acceder a esos contenidos través de la página web de la Liga. Esta situación introduce distorsiones a la competencia,
- (167) En conclusión, con su propuesta de ofertas **LNFP obtiene un margen de discrecionalidad excesivo en alguno de sus puntos de cara a la adjudicación y rescisión de los contratos de comercialización de los derechos de emisión de la Primera y Segunda División del Campeonato Nacional de Liga de fútbol, lo que podría dar lugar a situaciones de discriminación no justificadas entre los potenciales interesados.**

### V.2.3 Procedimiento de adjudicación de los derechos de emisión

- (168) Ya se ha apuntado anteriormente que, desde el momento en que LNFP se convierte en la entidad que va a gestionar todo el proceso de licitación y adjudicación de los derechos audiovisuales del Campeonato Nacional de Liga de fútbol en España, está en disposición de utilizar esta posición para distorsionar la competencia en los mercados aguas abajo, especialmente los de televisión de pago y televisión en abierto.
- (169) Por ello es reseñable que el RDL 5/2015 recogiera en su articulado los principios de publicidad, transparencia, competencia y no discriminación a la hora de determinar las condiciones en las que los distintos paquetes de partidos deben ser licitados.
- (170) Ya se ha establecido anteriormente que la CNMC no puede estar de acuerdo con la inclusión en este ciclo de presentación de ofertas de los derechos de retransmisión para la temporada 2014/2015, al no reunir las condiciones jurídicas y económicas para garantizar el cumplimiento de lo establecido en el artículo 4.4 h) del RDL 5/2015, por lo que no se va a incidir de nuevo en ello.
- (171) Ahora bien, en caso de que LNFP quisiera seguir adelante con la propuesta de oferta remitida, esta CNMC considera que la mención a la existencia de un cierto margen temporal para la valoración y formulación de ofertas es fundamental para garantizar la libre concurrencia al proceso de licitación, tal y como se ha puesto de manifiesto en las Decisiones adoptadas por la Comisión Europea en los precedentes en los que se han analizado el sistema de venta centralizada de alguna de las ligas europeas.
- (172) El más reciente de ellos, el caso de la Liga Alemana (COMP/C-2/37.214) establece un periodo de cuatro semanas entre el anuncio de la convocatoria de ofertas y la presentación de ofertas.
- (173) Pues bien, el calendario inicialmente previsto por LNFP reduce el plazo de cuatro semanas a dos (quince días) en los que los operadores deben analizar los Lotes, formular sus ofertas y resolver las dudas que pudieran surgir en relación con la convocatoria (y, por consiguiente, que la respuesta a la eventual consulta sea publicada dentro de ese plazo de quince días).

- (174) La novedad del sistema y el reconocimiento público por parte de LNFP de que en estos momentos está manteniendo conversaciones con MEDIAPRO y TELEFÓNICA sitúan, a juicio de esta CNMC, en una situación de ventaja competitiva a los actuales incumbentes respecto del resto de potenciales licenciatarios, lo que podría restringir la competencia.
- (175) El procedimiento de adjudicación también podría quedar mermado si se mantienen ciertas discordancias en lo relativo al diseño de los lotes y a las garantías de libre competencia a todos ellos, pero también por la falta de desarrollo de los criterios de valoración y cuantificación de las distintas ofertas recibidas, de los que únicamente se especifican los conceptos concretos a valorar (punto 6.4.2), pero no la puntuación asignada a cada uno de ellos.
- (176) En este sentido, al igual que ocurre en los sistemas de contratación pública, es esencial para asegurar la libre competencia en la adjudicación que los criterios de valoración de las condiciones económicas y técnico-cualitativas se cuantifiquen y se objetiven mediante fórmulas prefijadas y conocidas por todos los potenciales licitadores. Asimismo, preferentemente estas fórmulas deberían ser lineales, a fin de asegurar la preservación de los incentivos de todos los operadores a competir entre sí.
- (177) Por ello, esta CNMC considera que LNFP podría incumplir los criterios de transparencia, competencia y no discriminación con los criterios de adjudicación propuestos, dado el grado de discrecionalidad y opacidad de los mismos.
- (178) Por último, esta CNMC, tampoco comparte la solución que LNFP propone en aquellos casos en los que, habiendo adjudicado uno o varios Lotes de derechos a un operador, no se puede formalizar los instrumentos contractuales (punto de la propuesta de oferta).
- (179) En estos casos, el Órgano de control *“podrá anular la adjudicación provisional y proceder a la comercialización del lote afectado por sí misma o a la publicación de una nueva petición de ofertas”*.
- (180) La indeterminación del proceso de adjudicación resulta muy llamativa, especialmente si se tiene en cuenta que parece que la intención de LNFP es comercializar los derechos del Campeonato Nacional de Liga de Primera y Segunda División de fútbol de la temporada 2015/2016, antes de que comience la primera jornada.
- (181) Ni se establece si la segunda mejor oferta podría ser la adjudicataria (véase el artículo 4.6 del RDL 5/2015), ni cuál sería el sistema de comercialización directa que LNFP utilizaría (por ejemplo, la integración del contenido en el Canal Liga TV, como se prevé en los Lotes de comercialización en la modalidad de pago), ni tampoco se determina bajo qué criterios se produciría la convocatoria de la nueva oferta, toda vez que, tal y como ha reconocido la propia entidad organizadora del Campeonato Nacional de Liga de fútbol, es necesario conceder un cierto margen temporal a los operadores para que formulen ofertas, que desaparecería en este eventual supuesto.

- (182) Adicionalmente, se debe tener en cuenta que el punto 5.3 del borrador de petición de ofertas incluye una cláusula por la que si LNFP considera que las ofertas recibidas en los lotes exclusivos de la modalidad de pago no cumplen los requisitos y expectativas de la entidad convocante puede proceder a la comercialización de estos lotes de forma no exclusiva y que también se puede modificar el contenido de los Lotes y otros aspectos de la oferta, cuando las circunstancias así lo aconsejen (punto 7 del borrador de petición de ofertas).
- (183) Esto introduce todavía más incertidumbre en relación con los supuestos de no adjudicación y, además, dota a LNFP de un margen de discrecionalidad bastante elevado en la medida en que no se han definido cuáles son las “*expectativas*” que la entidad considera óptimas para adjudicar un lote de estas características.
- V.2.4 Supuestos de no adjudicación de los derechos licitados por no alcanzar el precio de reserva global o individual fijado por LNFP
- (184) Lo primero que debe hacerse notar es que las soluciones alternativas propuestas por LNFP en caso de que esta circunstancia surja dentro del proceso de adjudicación de derechos de explotación es que no se establece ninguna previsión específica para los Lotes de derechos de emisión en abierto, por lo que esta CNMC considera que éstos se adjudicarán en cualquier caso o se someterán a una nueva licitación.
- (185) Una vez establecida esta premisa, debe valorarse lo dispuesto en relación a los Lotes en modalidad de pago.
- (186) Tal y como se ha apuntado anteriormente en este informe, si no se alcanzara el precio de reserva individual del Lote 1 de la modalidad de pago, “*la Liga podrá incluirlo en el Canal Liga TV, incluido en el Lote 2 de la modalidad de pago.*”
- (187) Lo primero que llama la atención es, de nuevo, la falta de concreción que LNFP incluye en esta previsión. Los partidos del Lote 1 de derechos para emisión en modalidad de pago suponen el núcleo de derechos más atractivos para los operadores de televisión de pago y, por ello, es esencial que la solución que se ofrezca en la oferta sea indubitativa en relación con ellos, por lo que deben incluirse todas las soluciones posibles siguiendo un orden de prelación de ellas para garantizar la transparencia y no discriminación en cuanto al proceso de adjudicación.
- (188) Esto lleva a analizar los supuestos contenidos en la propuesta de oferta de LNFP en caso de que no se hubieran adjudicado los Lotes 2 y 6 de la modalidad de pago.
- (189) Puesto que esta CNMC considera que éste puede ser uno de los elementos más distorsionadores de la competencia dependiendo de cómo se aplique por parte de LNFP, se va a proceder a analizar las dos propuestas remitidas en cuanto a la comercialización no exclusiva de Canal Liga TV (Lote 2).
- (190) En la propuesta remitida a la CNMC el 3 de junio de 2015, se establecía que LNFP podría proceder a comercializar de forma no exclusiva este Lote



mediante un sistema de remuneración mayorista inspirado en el establecido en los compromisos de la operación de concentración TELEFÓNICA/DTS.

- (191) Sin embargo, esta solución propuesta era significativamente indeterminada, en la medida que dejaba al absoluto arbitrio de LNFP si la implementa o no, y no especifica los plazos de implementación. Todo ello sin perjuicio de que esta CNMC considere, como se ha señalado anteriormente, que es la vía más adecuada para garantizar la competencia en el mercado de televisión de pago en España.
- (192) En todo caso, al no concretar las condiciones económicas y técnicas para adquirir derechos de emisión de Canal Liga TV en condiciones no exclusivas, se imposibilita a esta CNMC valorar en qué medida las mismas no distorsionan la competencia..
- (193) Respecto a la referencia de LNFP de que aplicaría un sistema de fijación de precios por los derechos de emisión no exclusiva de Canal Liga TV inspirado en los compromisos de la operación de concentración TELEFÓNICA/DTS, cabe señalar que las circunstancias de LNFP y TELEFÓNICA no son directamente equiparables.
- (194) Así, los riesgos que asume LNFP con esta comercialización centralizada son más indeterminados, en la medida que el RDL 5/2015 sólo busca salvaguardar las cantidades cobradas individualmente hasta el momento por cada club miembro de LNFP.
- (195) Estos ingresos no sólo dependen de la comercialización que haga LNFP en España, sino también de las ventas internacionales, con mayor proyección de crecimiento por su menor desarrollo, de tal manera que a priori LNFP no puede determinar la cantidad mínima que debe obtener de forma fija por la comercialización en España y menos todavía la que correspondería obtener a través de Canal Liga TV.
- (196) Por ello, todo intento de LNFP de establecer un fijo muy elevado a repartir entre los distintos operadores de televisión de pago interesados en emitir Canal Liga TV podría ser distorsionador de la competencia y contraproducente para el desarrollo comercial de Canal Liga TV en España.
- (197) La actual propuesta recogida en el borrador de petición de ofertas varía la fórmula de remuneración al determinar que ésta se basará en el pago de los abonados a la televisión de pago y banda ancha, indexado al crecimiento de los abonados (punto 5.3 del borrador de petición de ofertas).
- (198) La CNMC no puede pronunciarse en estos momentos acerca de la misma ya que se desconoce cómo operaría en la realidad. La base sobre la que LNFP considera que debería establecerse el precio de distribución no exclusivo del Canal Liga TV es el precio minorista al que los operadores de televisión de pago y banda ancha ofrecen sus productos al consumidor final.
- (199) Este precio viene determinado por múltiples factores y opciones comerciales que no necesariamente están relacionados con la adquisición de derechos de competiciones futbolísticas y, en particular el Campeonato Nacional de

Liga de fútbol, por lo que la utilización de estos precios minoristas podría introducir distorsiones entre los distintos operadores, respecto de las que no cabe pronunciarse en este momento dada la falta de concreción de la fórmula planteada.

- (200) En cualquier caso, la CNMC entiende que LNFP debe asumir un riesgo razonable en relación con la comercialización no exclusiva de Canal Liga TV a clientes residenciales, por lo que el fijo a repartir entre los distintos operadores de televisión de pago interesados en emitir Canal Liga TV debería situarse en niveles razonables que permitan una compartición equilibrada de los riesgos comerciales y que tengan en cuenta los ingresos de LNFP por otras vías.
- (201) Respecto a Lote 6 de la modalidad de pago, destinado a clientes no residenciales, LNFP prevé una solución radicalmente distinta en caso de que no se adjudique. A diferencia del anterior, en este caso, LNFP propone *“la posibilidad de comercializar directamente a los clientes no residenciales los derechos incluidos en dicho Lote”*.
- (202) Esta solución es claramente distorsionadora de la competencia, pues habilita a LNFP a reservarse de facto un segmento del mercado de televisión de pago muy deseable, el no residencial, trasladando el monopolio sobre los derechos audiovisuales del Campeonato Nacional de Liga de Fútbol a este ámbito.
- (203) En este sentido, dado que existen múltiples operadores de televisión de pago que ofertan servicios al segmento no residencial de televisión de pago, no tiene ninguna justificación que en caso de no fructificar la oferta exclusiva de los derechos de emisión del Campeonato Nacional de Liga de Fútbol para este segmento no residencial, LNFP no opte por una solución menos distorsionadora, la oferta de estos derechos en condiciones no exclusivas, al igual que prevé para el segmento residencial.

#### V.2.5 Reservas de derechos en favor LNFP

- (204) El punto 5.1 de las bases para la petición de ofertas establece que LNFP se reserva el derecho a comercializar todos los derechos audiovisuales no incluidos expresamente en los lotes objeto del procedimiento de adjudicación de los derechos en España.
- (205) Debe tenerse en cuenta que todos los ingresos derivados de estos derechos audiovisuales no incluidos en la propuesta de oferta de LNFP inciden, a juicio de esta CNMC, en el precio garantizado que el RDL 5/2015 establece para la venta conjunta de derechos y, por ello, deberían ser tenidos en cuenta a la hora de la negociación de los derechos de comercialización de los lotes incluidos en la oferta conjunta, evitando así distorsiones en el precio final o precio de reserva de estos productos.
- (206) Además, la inclusión de nuevos derechos también puede tener incidencia en la valoración que la CNMC debe hacer con respecto a la comercialización y explotación de los derechos audiovisuales del Campeonato Nacional de Liga

de fútbol en Primera y Segunda División, de acuerdo con lo previsto en el citado real decreto-ley.

#### V.2.6 Producción de todos los partidos del Campeonato Nacional de Liga de fútbol de Primera y Segunda División

- (207) En el momento actual la CNMC únicamente dispone de un borrador muy preliminar del diseño de la oferta de comercialización conjunta la producción de los partidos de fútbol del Campeonato Nacional de Liga de fútbol.
- (208) De acuerdo con la redacción actual, parece que LNFP se dirigirá a los potenciales interesados mediante carta en la que se indicarán los requisitos técnicos que la entidad requiere para la producción de los distintos partidos del Campeonato Nacional de Liga de fútbol.
- (209) Las condiciones para la presentación de ofertas son muy imprecisas y, especialmente, lo referido a los criterios de valoración y adjudicación.
- (210) Como se ha señalado anteriormente, la documentación remitida únicamente establece que se valorarán, entre otros, aspectos como el precio, la calidad de los equipos de producción, la experiencia en producción de “*este tipo de eventos*”, las mejoras en producción que hubieran sido propuestas y la capacidad del oferente para cumplir con los compromisos contractuales.
- (211) No se establece orden de prelación alguno entre estos conceptos ni la puntuación asignada a cada uno de ellos, tampoco se tiene seguridad acerca de si se valorarán otra serie de conceptos por parte de LNFP y, por tanto, la CNMC considera que no se reúnen los requisitos esenciales establecidos por el artículo 4 del RDL 5/2015 en sus apartados 3 y 4.
- (212) Ahora bien, debe hacerse notar que la comercialización conjunta de derechos audiovisuales, a la luz de lo establecido en el artículo 3 del RDL 5/2015, no excluye a los derechos de producción de los partidos, que están directamente asociados a los derechos audiovisuales, y, por lo tanto, **LNFP tiene la obligación de remitir las condiciones de esa comercialización a la CNMC para que este organismo elabore el informe previo al que hace referencia el artículo 4.3 del RDL 5/2015.**
- (213) Además, hay que tener en cuenta que los dos principales operadores con capacidad de producción de partidos de fútbol en España son MEDIAPRO y TELEFÓNICA, y que éstos a la vez son potenciales demandantes de los derechos audiovisuales comercializados por LNFP.
- (214) Por ello, una adjudicación de los derechos de producción de los partidos del Campeonato Nacional de Liga de fútbol a uno de estos dos operadores, que no se rigiese por los principios de principios de publicidad, transparencia, no discriminación y respecto a las normas de competencia, contravendría lo establecido en el RDL 5/2015 y sería susceptible de distorsionar la adjudicación de los derechos audiovisuales contenidos en la propuesta de oferta de comercialización presentada por LNFP a esta CNMC.

### **V.3 Valoración de la propuesta de oferta para la comercialización de los derechos del Campeonato Nacional de Liga de Primera y Segunda División de fútbol en la Unión Europea**

- (215) Ya se ha explicado anteriormente que **LNFP no ha proporcionado los datos necesarios para valorar la oferta de derechos para el resto del mundo**, más allá del contrato de agencia firmado con MEDIAPRO el 15 de junio de 2015 y la estrategia general de comercialización aportada el 24 de junio de 2015 de la que únicamente puede resaltarse a efectos de valoración que se ha habilitado en las páginas web de LNFP y MEDIAPRO un buzón al que los interesados pueden remitir ofertas y que MEDIAPRO ha comenzado a solicitar ofertas a determinados operadores.
- (216) La modificación contractual introducida el 29 de junio de 2015, elimina el riesgo inicial con el que MEDIAPRO incurría de cara a la comercialización de derechos, pero a este respecto, conviene tener en cuenta que LNFP sólo puede resolver el contrato si MEDIAPRO no alcanza el mínimo de ingresos anuales previsto por LNFP.
- (217) En la práctica, MEDIAPRO está negociando ciclos plurianuales de derechos audiovisuales de competiciones futbolísticas con distintos contenidos (al menos en la temporada 2015/2016 el núcleo de derechos será diferente), lo que hace que el mínimo anual establecido por LNFP para la resolución del contrato pueda verse distorsionado y que, en la práctica, la ejecutividad de esa cláusula de resolución contractual se vea mermada.
- (218) A la luz de lo establecido en el contrato de 15 de junio de 2015, LNFP concede a MEDIAPRO total libertad para comercializar los derechos internacionales, con la única excepción de la creación de una Comisión de Seguimiento en la que LNFP puede establecer territorios estratégicos, en los que lo único que se negociará entre LNFP y MEDIAPRO es el elemento del precio de comercialización y su incidencia en la contraprestación del agente exclusivo.
- (219) Esta libertad de comercialización de MEDIAPRO, viene reforzada por la información que LNFP ha remitido a la CNMC acerca de la comercialización internacional de los derechos audiovisuales futbolísticos.
- (220) De acuerdo con la documentación aportada es MEDIAPRO se limita a poner en conocimiento de LNFP con qué operadores ha iniciado contactos de cara a la comercialización internacional de los derechos audiovisuales en los distintos territorios donde ha comenzado a buscar ofertas.
- (221) Por lo tanto, deberá analizarse la forma en la que se efectúe la comercialización de los derechos audiovisuales del Campeonato Nacional de LNFP para valorar si esa libertad va más allá del concepto de agente a efectos de aplicar la normativa de defensa de la competencia. Si eso es así, se habría producido un incumplimiento de las obligaciones establecidas por el RDL 5/2015.
- (222) Ante la falta de información existente en el momento actual en relación con la comercialización de los derechos audiovisuales del Campeonato Nacional de Liga de fútbol, la CNMC considera que esta falta de información supone un incumplimiento de lo dispuesto en el RDL 5/2015 como información que la CNMC necesita para valorar el sistema de ofertas.

- (223) El artículo 4.1 del citado real decreto-ley determina que *“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.”*
- (224) Por otra parte, el artículo 4.3 de la misma norma determina que *“Las entidades comercializadoras establecerán y harán públicas las condiciones generales que regirán la comercialización de los derechos de explotación de contenidos audiovisuales objeto de comercialización centralizada, incluyendo la configuración de las ofertas para su explotación en los mercados nacional y de la Unión Europea, sus agrupaciones en Lotes y los requisitos para su adjudicación y explotación, que deberán respetar en todo caso los límites y principios establecidos en este real decreto-ley.*
- Sin perjuicio de lo previsto en la Ley 3/2013, de 4 de junio, y el resto de normativa de competencia, con carácter previo a la aprobación de dichas condiciones, las entidades comercializadoras solicitarán de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia la elaboración de un informe sobre las citadas condiciones de comercialización de derechos. Dicho informe será elaborado en el plazo de un mes desde que fuera solicitado.”*
- (225) Finalmente, el apartado 5 del artículo 4 del RDL 5/2015 determina que *“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.”*
- (226) En el presente caso se ha incumplido lo dispuesto en el RDL 5/2015 y, por lo tanto, la solicitud de informe no cumple con los requisitos mínimos exigibles por la norma y, por ende, impide que la CNMC elabore informe alguno respecto a los mismos.
- (227) Ahora bien, esta CNMC desea advertir a LNFP que comete un error de derecho al considerar que, al no ser estos derechos contenidos premium en otros países, su comercialización no pueden generar problemas de competencia a efectos de aplicación de la normativa de competencia<sup>8</sup>.
- (228) Estos acuerdos, se encuentran sujetos a las prohibiciones de los artículos 101.1 del TFUE y 1 de la LDC y, esta prohibición genérica, únicamente puede salvarse si el acuerdo cumple con los criterios establecidos en los artículos 1.3 de la LDC y 101.3 del TFUE.
- (229) Por estos motivos, no puede descartarse que la actuación de LNFP en relación con la comercialización de los derechos audiovisuales del Campeonato Nacional de Liga de fútbol en terceros países de la Unión Europea sea incompatible con la normativa de competencia y, en todo caso, su compatibilidad con la normativa de la competencia nunca habilitaría a LNFP para eludir las obligaciones de informe por parte de la CNMC que

---

<sup>8</sup> Véase en este caso, lo establecido por LNFP en la propuesta de oferta remitida a la CNMC el 3 de junio de 2015.



establece el RDL 5/105 en relación con las condiciones de comercialización de estos derechos en la Unión Europea.

## VI. CONCLUSIÓN

- (230) A la luz de todo lo anterior, esta CNMC considera que **la propuesta** de oferta para la comercialización conjunta de los derechos audiovisuales del Campeonato Nacional de Liga en Primera y Segunda División de fútbol, remitida por LNFP el 3 de junio de 2015, **no cumple con los requisitos mínimos indispensables establecidos en el RDL 5/2015 para que la CNMC emita el informe** preceptivo previsto en el artículo 4.3 del citado real decreto-ley.
- (231) En particular, en relación con la comercialización conjunta de los citados derechos en España, la CNMC desconoce:
- cuál va a ser el sistema que LNFP utilizará para puntuar a los operadores licitantes de cara a la valoración de las ofertas. En este caso resulta especialmente llamativo que se desconozca cómo se va a valorar el apartado técnico-cualitativo de la oferta.
  - Se desconoce qué medidas adoptará LNFP en caso de que no se pudiera adjudicar algunos de los Lotes de derechos.
  - Se desconoce cómo se va a efectuar la licitación de la producción de los partidos de fútbol de Primera y Segunda División del Campeonato Nacional de Liga de fútbol
- (232) En relación con la comercialización conjunta de los derechos audiovisuales del Campeonato Nacional de Liga fuera de España, la CNMC desconoce la oferta que LNFP pretende formular y, por ello, no puede formular comentario alguno en relación con la misma.
- (233) En todo caso, esta CNMC considera necesario advertir que, una vez eliminado todo riesgo financiero de MEDIAPRO en esa comercialización internacional de derechos audiovisuales, parece haberse matizado la calidad de agente de MEDIAPRO, si bien no puede descartarse que la aplicación práctica de la libertad contractual concedida al agente por LNFP pueda dar lugar a una valoración distinta a efectos de aplicación de la normativa de competencia.
- (234) Si de esa valoración posterior derivara que MEDIAPRO no ha actuado como mero agente de LNFP se debe advertir que el contrato firmado por LNFP podría constituir un acto de comercialización de los derechos audiovisuales del Campeonato Nacional de Liga de fútbol en países de la Unión Europea distintos de España, que se habría realizado sin haber respetado lo establecido en el RDL 5/2015.
- (235) **Respecto de algunos de los aspectos de la oferta que sí se conocen, cabe realizar por parte de la CNMC las siguientes observaciones críticas:**

- El sistema de Lotes propuesto incumple lo previsto en el RDL 5/2015, al condicionar la adjudicación de los lotes de partidos de Segunda División entre sí y en relación con la exclusión de la posibilidad de que un único operador pueda adquirir más de dos lotes de derechos exclusivos.

Tal y como se ha explicado anteriormente, el sistema previsto para adjudicar los Lotes de los partidos de Segunda División del Campeonato Nacional de Liga de fútbol, tanto en modalidad en abierto como de pago dejan un amplio margen de discrecionalidad a LNFP en lo relativo a la adjudicación definitiva de estos derechos y no cumplen, por tanto, con los requisitos de transparencia, competitividad y no discriminación entre operadores.

- Adicionalmente, el artículo 4.4 g) del RDL 5/2015, establece que *“Una misma persona o entidad no podrá ser titular o adquirir de manera directa o indirecta derechos exclusivos de explotación en el mercado nacional de contenidos correspondientes a más de dos paquetes o lotes, bien sea en el proceso de licitación o en un momento posterior mediante adquisición o cesión de derechos adquiridos por terceros, salvo que en algún lote o paquete no existieran licitadores o adquirentes u otras ofertas económicamente equivalentes”*.

Pues bien, LNFP en el borrador de petición de ofertas remitido el 24 de junio de 2015 no permite que un mismo operador pueda acceder a más de dos lotes de derechos aun cuando hubiera presentado oferta, lo que incumple el real decreto-ley e incluye una carga adicional para los operadores interesados en la presentación de ofertas.

- Además, tal y como se hace en otras Ligas europeas, los derechos deberían ser segmentados por tecnología de explotación en el caso de las tecnologías más incipientes (internet; televisión móvil). Con ello se garantiza un proceso mucho más competitivo en el que, por una parte se evita el acaparamiento de derechos y, por otra, se permite que operadores que no posean las distintas tecnologías puedan quedar fuera del proceso de adjudicación.
- Por último, debe tenerse en cuenta que LNFP se ha reservado una posición de privilegio en lo relativo a la distribución de los contenidos audiovisuales vía OTT al obligar al adjudicatario a desarrollar los mecanismos precisos para que los clientes puedan acceder a los contenidos licitados a través de la página web de LNFP.
- Las condiciones remitidas para el proceso de licitación, valoración y adjudicación no reúnen los requisitos de transparencia, competencia y no discriminación entre operadores.

Tal y como se ha puesto de manifiesto, la propuesta remitida por LNFP deja un amplio margen de discrecionalidad a la entidad convocante para tomar decisiones no regladas dentro del procedimiento de licitación.

En el caso de LNFP, esta CNMC considera que se debe desarrollar de una manera más pormenorizada y adecuada con la libre competencia el

contenido de los Lotes, el sistema de valoración y adjudicación de las ofertas recibidas, y el procedimiento a seguir para la rescisión de las adjudicaciones.

- El sistema propuesto por LNFP para la comercialización no exclusiva de los Lotes de derechos para emisión de pago en caso de que los Lotes exclusivos no fueran finalmente adjudicados debe revisarse en su totalidad.
- LNFP no debe reservarse derechos de emisión y los mismos deberían ser objeto del mismo procedimiento de licitación, en Lotes distintos.

(236) Este pronunciamiento se realiza sobre la base de los documentos remitidos por LNFP hasta el 24 de junio de 2015, por lo que **no cabe descartar que LNFP introduzca cambios en los mismos que puedan variar la valoración preliminar y parcial que la CNMC realiza de los elementos conocidos de la oferta de comercialización de los derechos del Campeonato Nacional de Liga de fútbol.**

(237) Por último, esta CNMC también quiere hacer notar que debería separarse material y temporalmente la comercialización conjunta de los derechos audiovisuales del Campeonato Nacional de Liga de Primera y Segunda División de fútbol de la temporada 2015/2016 del de las temporadas siguientes.

(238) Como se ha expuesto, tras el acuerdo con MEDIAPRO de 15 de junio de 2015, LNFP posee actualmente los derechos audiovisuales para la temporada 2015/2016 de una parte muy importante de los equipos del Campeonato Nacional de Ligan de fútbol, si bien no dispone de los derechos audiovisuales de equipos muy relevantes, como el F.C. Barcelona.

(239) Esto genera incertidumbre sobre la oferta que LNFP pueda sacar efectivamente al mercado, y el contrato firmado con MEDIAPRO y sus negociaciones con TELEFÓNICA para la rescisión de sus contratos individuales con clubes de fútbol para esa temporada o para acordar un sistema de explotación conjunto de los derechos audiovisuales que cada uno dispone para la temporada 2015/2016, son susceptibles de distorsionar el procedimiento de licitación y adjudicación, al situar a estos dos operadores en una situación de preminencia frente al resto de interesados en la explotación de los citados derechos.

(240) Por ello, esta CNMC considera que no procede extender esas eventuales ventajas competitivas de MEDIAPRO y TELEFÓNICA a un ciclo que abarque dos temporadas adicionales a la 2015/2016.