
Nueva regulación aplicable a la comercialización de los derechos de retransmisión de partidos de fútbol. ¿Una regulación procompetitiva?

A nadie sorprende si se le dice que las emisiones de eventos futbolísticos en España son un gran negocio. Los derechos de retransmisión de partidos de fútbol tienen un gran valor económico lo cual, unido a la gran popularidad de este deporte, ha ocasionado que, de forma histórica, el mercado de derechos audiovisuales del fútbol haya estado en el punto de mira de las autoridades.

El pasado 1 de mayo, el Gobierno publicó el Real Decreto-Ley 5/2015, de medidas urgentes en relación con la comercialización de los derechos de explotación de contenidos audiovisuales de las competiciones de fútbol profesional (RDLF), poniendo fin a largas y complejas negociaciones entre todas las partes interesadas, entre las cuales se encuentran la Liga Española de Fútbol (de la que forman parte todos los clubes de fútbol profesionales), la Federación Española de Fútbol y el Gobierno.

Antes de la entrada en vigor del RDLF, cada club de fútbol negociaba y vendía sus derechos de retransmisión de forma individual, al ser el propietario de estos el equipo que jugaba en casa. Esto llevaba a grandes diferencias entre los ingresos obtenidos por los equipos más populares (principalmente Madrid y el Barcelona) con el del resto de los equipos (ya que los partidos jugados por los equipos más populares alcanzan sistemáticamente precios elevados, mientras, respecto de los partidos en que juegan equipos más pequeños, la tendencia es que sólo en las ocasiones en las que uno de los contrincantes es uno de los equipos más populares, podrían alcanzarse precios elevados). Antes del RDLF, el equipo visitante, además, tenía que prestar su consentimiento para la retransmisión de cada partido, lo que podía generar discusiones entre licenciarios de los derechos en el caso de que el licenciario de los derechos del equipo visitante y el local fueran diferentes (en los últimos años, dos compañías fueron particularmente activas en la adquisición de estos derechos: Mediapro y Sogecable).

El sistema alcanzó un punto crítico con la investigación por parte de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) de los acuerdos sobre las licencias exclusivas de los derechos de retransmisión entre los clubes de fútbol y las entidades adquirientes (particularmente Mediapro y Sogecable). La nueva Ley 7/2010, General de Comunicación Audiovisual (LGCA), aprobada el 31 de marzo del 2010, había creado un nuevo marco regulatorio para la industria de las comunicaciones, estableciendo que las licencias exclusivas de retransmisión de los derechos del fútbol, tendrían una duración máxima de cuatro años, sin perjuicio de lo que se estableciera en casos concretos por aplicación de las normas de competencia. Unos días después de la entrada en vigor de la LGCA, la CNMC especificó (y los tribunales confirmaron) que la duración máxima de las licencias exclusivas relativas a derechos de retransmisión de eventos futbolísticos podía alcanzar tan solo los tres años, argumentando que esa duración máxima no era contradictoria con la establecida en la LGCA, pues se justificaba por las peculiaridades económicas del mercado de los derechos de retransmisión del fútbol.

El objetivo del RDLF, entre otros fines es establecer, redistribuir y regular los ingresos generados por la venta conjunta de los derechos de retransmisión de las competiciones del fútbol profesional (Primera División o liga BBVA, la segunda división o Liga Adelante, la Copa del Rey y la Supercopa de España).

Bajo el RDLF, la propiedad de los derechos de televisión sigue perteneciendo a los clubes de fútbol profesional que participan en las competiciones. No obstante, estos clubes asignarán en el futuro sus derechos de retransmisión a una entidad organizadora (con respecto a la primera y segunda división la encargada será la Liga Española de Fútbol, mientras que con respecto a la Copa del Rey y la Supercopa de España será la Federación Española de Fútbol). Esta entidad organizadora se encargará de la venta conjunta (a través de acuerdos por los que se otorgan las licencias que no durarán más de tres años, tal y como estableció la CNMC) y la distribución de los beneficios generados por la venta conjunta, de conformidad con el criterio establecido en el RDLF. Bajo el RDLF, la diferencia entre el club que perciba más y el club que perciba menos, no podrá ser mayor de 4,5 veces.

Editores:

Pedro Callol García (pedro.callol@callolcoca.com)
Jorge Manzarbeitia Pérez (jorge.manzarbeitia@callolcoca.com)
Manuel Cañadas Bouwen (manuel.canadas@callolcoca.com)
Santiago Roca Arribas (santiago.roca@callolcoca.com)
Santiago de la Rubia (santiago.delarubia@callolcoca.com)

Más información en: www.callolcoca.com

Alerta Derecho de la Competencia / Audiovisual – Junio 2015

**La información contenida en este documento es solamente informativa y no constituye asesoramiento.*