



**INF/DC/137/19 INFORME SOBRE LA
PROPUESTA DE LA RFEF PARA LA
COMERCIALIZACIÓN DE LOS DERECHOS
DE EXPLOTACIÓN DE CONTENIDOS
AUDIOVISUALES EN ESPAÑA, EUROPA E
INTERNACIONAL DE LA SUPERCOPA DE
ESPAÑA PARA LAS TEMPORADAS 2019-
2020/2021-2022**

29 de octubre de 2019

**INFORME SOBRE LA PROPUESTA DE LA RFEF PARA LA
COMERCIALIZACIÓN DE LOS DERECHOS DE EXPLOTACIÓN DE
CONTENIDOS AUDIOVISUALES EN ESPAÑA, EUROPA E INTERNACIONAL
DE LA SUPERCOPA DE ESPAÑA PARA LAS TEMPORADAS 2019-2020/2021-
2022**

INF/DC/137/19 SUPERCOPA/REAL FEDERACIÓN DE FÚTBOL

CONSEJO. SALA DE COMPETENCIA

Presidente

D. José María Marín Quemada

Consejeros

D^a. María Ortiz Aguilar

D. Josep María Guinart Solà

D^a. Clotilde de la Higuera González

D^a. María Pilar Canedo Arrillaga

Secretario de la Sala

D. Joaquim Hortalà i Vallvé

En Madrid, a 29 de octubre de 2019

Vista la solicitud de informe de la Real Federación Española de Fútbol (RFEF), previo a la comercialización de los derechos de explotación de contenidos audiovisuales en España, Europa y en los mercados internacionales de la Supercopa de España para las temporadas 2019-2020/2021-2022, en virtud de lo establecido en el artículo 4.3 del Real Decreto-ley 5/2015, de 30 de abril, de medidas urgentes en relación a la comercialización de los derechos de explotación de contenidos audiovisuales de las competiciones de fútbol profesional, que tuvo entrada en la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) el 4 de octubre de 2019, la **SALA DE COMPETENCIA** acuerda emitir el siguiente informe.

I. ANTECEDENTES

Con fecha 4 de octubre de 2019, tuvo entrada en la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (en adelante CNMC) la solicitud de la Real Federación Española de Fútbol (RFEF) de elaboración de los informes previos a la comercialización de los derechos de explotación de contenidos audiovisuales en España, Europa y en los mercados internacionales de la Supercopa de España para las temporadas 2019-2020/2010-2021/2021-2022. Este informe se solicita en virtud de lo establecido en el artículo 4, apartados 3 y 5 del Real Decreto-ley 5/2015, de 30 de abril, de medidas urgentes en relación a la comercialización de los derechos de explotación de contenidos audiovisuales de las competiciones de fútbol profesional (en adelante, Real Decreto-ley 5/2015).

La CNMC ha emitido en los meses de abril, mayo, julio y septiembre de 2019 los Informes previos a las condiciones de comercialización de los derechos audiovisuales de la Final de la Copa de SM el Rey 2019 en España (INF/DC/053/19), en Europa y los mercados internacionales (INF/DC/062/19), los contenidos audiovisuales de la Copa de S.M. el Rey para las temporadas 2019 a 2022 (INF/DC/094/19) y a la fase previa territorial y a los resúmenes de la Copa de S.M. el Rey para las temporadas 2019-2020 a 2021-2022 (INF/DC/094/19).

Por otra parte, con fecha 9 de octubre de 2019 tuvo entrada en la CNMC nueva solicitud de la RFEF de elaboración de un informe previo sobre el proceso de recepción de ofertas para la comercialización de los derechos de streaming para apuestas en directo para los mercados internacionales y europeos (excluida España). Esta última propuesta no se incluye en el presente análisis y será objeto de un informe aparte.

II. MARCO NORMATIVO

El artículo 1.1 del Real Decreto-ley 5/2015 establece el alcance de los derechos audiovisuales de las competiciones futbolísticas objeto de comercialización conjunta al amparo de esta norma. Dichos contenidos audiovisuales “comprenden los eventos que se desarrollen en el terreno de juego, incluyendo las zonas del recinto deportivo visibles desde el mismo, desde los dos minutos anteriores a la hora prevista para el inicio del acontecimiento deportivo hasta el minuto siguiente a su conclusión, e incluyen los derechos para su emisión tanto en directo como en diferido, en su integridad y en versiones resumidas o fragmentadas, destinados a su explotación en el mercado nacional y en los mercados internacionales.”

Los derechos de explotación de contenidos para su emisión a través de los servicios de comunicación audiovisual radiofónica, están excluidos del ámbito de la norma.

El Real Decreto-ley reconoce la titularidad de los derechos audiovisuales a los clubes, si bien establece la obligación de ceder las facultades de comercialización conjunta de la Copa de S.M. el Rey y de la Supercopa de España a la RFEF, 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.

b) La Real Federación Española de Fútbol, respecto de la Copa de S.M. el Rey y de la Supercopa de España.”

Los principios y condiciones que rigen la comercialización conjunta de los derechos audiovisuales de la citada competición se establecen en el artículo 4:

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

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.

*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.

2. 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.

Las entidades comercializadoras comercializarán los derechos que gestionen con la suficiente antelación para que su explotación se lleve a cabo de una manera adecuada.

5. Las condiciones de comercialización de los derechos audiovisuales en los mercados internacionales se harán públicas y se someterán al informe previo de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia en los términos previstos en el párrafo segundo del apartado 3 de este artículo. La entidad comercializadora ofrecerá a través de la web información actualizada sobre los contratos de comercialización vigentes.

6. Si alguno de los adjudicatarios no explotase los derechos audiovisuales, las entidades comercializadoras podrán resolver el contrato y adjudicarlo a otro licitador, sin perjuicio de las estipulaciones acordadas.

7. Los derechos audiovisuales incluidos en el ámbito de aplicación de este real decreto-ley que no sean objeto de comercialización conjunta podrán ser explotados y comercializados individualmente por los clubes o entidades participantes, directamente o a través de terceros.”

Finalmente, debe tenerse en cuenta lo establecido en:

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

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

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

En trasposición de esta normativa, el artículo 19.2 de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de Comunicación Audiovisual, dispone:

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

- El artículo 19.3 de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de Comunicación Audiovisual, donde se establece que *“...los prestadores del servicio de comunicación audiovisual que hayan contratado en exclusiva la emisión de un acontecimiento de interés general para la sociedad deben permitir a los restantes prestadores la emisión de un breve resumen informativo en condiciones razonables, objetivas y no discriminatorias...”*

No será exigible contraprestación alguna cuando el resumen informativo sobre un acontecimiento, conjunto unitario de acontecimientos o competición deportiva se emita en un informativo de carácter general, en diferido y con una duración inferior a noventa segundos...”

La solicitud de informe de la RFEF, de 4 de octubre de 2019, se acompaña de tres documentos y tres anexos denominados:

1. Proceso de recepción de ofertas para la contratación de determinados derechos de retransmisión audiovisual relacionados con la Supercopa de España periodo 2019-2022 para el territorio de España (PRO).
2. Proceso de recepción de ofertas para la contratación de determinados derechos de retransmisión audiovisual relacionados con la Supercopa de España periodo 2019-2022 para determinados territorios de Europa (PL).
3. Condiciones de comercialización de los derechos audiovisuales en los mercados internacionales de la Supercopa de España.

4. Anexo 1: Copa del Rey 2019/2020 a 2021/2022. Producción audiovisual.
5. Anexo 2: Plan de Patrocinio.
6. Anexo 3: Contrato de cesión de derechos audiovisuales entre la RFEF y [***] para la retransmisión audiovisual de la Supercopa de España 2019-2022.

Las tres propuestas de condiciones de comercialización van a ser informadas mediante el presente informe siguiendo el esquema siguiente:

En primer lugar, se expondrá el contenido de las tres propuestas, con mayor detalle en el caso de España y solo señalando en los casos de Europa y los mercados internacionales, los aspectos diferenciados o característicos de los correspondientes procedimientos.

En segundo lugar, una valoración de los aspectos comunes a todas ellas, para finalizar con la valoración individual de las condiciones particulares de cada propuesta.

III. CONTENIDO DE LAS PROPUESTAS OBJETO DE INFORME PREVIO

III.1. CONDICIONES DE COMERCIALIZACIÓN EN ESPAÑA DE LA SUPERCOPA DE ESPAÑA PARA EL PERIODO 2019-2022

El proceso de licitación se recoge en el precitado documento denominado “Proceso de Recepción de Ofertas para la contratación de determinados derechos de retransmisión audiovisual relacionados con la Supercopa de España, periodo 2019-2022 para el territorio de España” (en adelante PRO).

1. INTRODUCCIÓN, CLUBS PARTICIPANTES, FORMATO DE LA COMPETICIÓN Y LUGAR DE CELEBRACIÓN

El documento consta de una **Introducción** en la que se hace un repaso breve al origen e historia de la competición y se informa del cambio en el sistema de juego a partir de 2020: en el próximo año se pasará de un sistema de eliminación a partido único en terreno neutral a un sistema de *Final Four*.

Los clubes participantes en la competición serán: el campeón y el subcampeón del Campeonato de España/Copa de S.M. el Rey y el primero y el segundo clasificados del Campeonato Nacional de Liga de Primera División en la temporada 2018/2019. Este esquema se mantendrá en las próximas ediciones y se establece un mecanismo para el caso en que en un mismo equipo coincidan algunos de los títulos anteriores.

La Competición se estructura mediante el **formato “Final Four”**, que se disputará en tres días distintos, de los cuales, dos serán las semifinales con eliminación a partido único y uno la final.

Las **fechas de celebración** para la temporada 2019/20 están por determinar estableciendo dos opciones:

- Semifinales los días 7 y 8 enero y la final el 11 o 12 de enero de 2020.
- Semifinales el mismo día y la final el 11 o 12 de enero de 2020.

Para las siguientes temporadas las fechas serán similares. El horario de inicio de los partidos será entre las 18 y las 21 horas y la RFEF determinará el **lugar de celebración** pudiendo ser en territorio nacional o en el extranjero.

2. OBJETO

El objeto del procedimiento de licitación es la recepción de ofertas para la contratación de determinados derechos de retransmisión audiovisual relacionados con la competición correspondiente a las temporadas 2019/20 a 2021/22 en el ámbito geográfico nacional en los siguientes soportes de radiodifusión televisiva: televisión digital, por internet, por cable o por satélite.

3. DERECHOS OFERTADOS

Los derechos ofertados comprenden los tres partidos de la Competición compuesta por dos semifinales y una final, de las temporadas 2019/20 (supercopa 2019), 2020/21 (supercopa 2020) y 2021/22 (supercopa 2021).

El derecho se concede para la explotación exclusiva y en directo con cobertura estatal para su emisión mediante los precitados soportes de radiodifusión televisiva: televisión digital, internet, cable y satélite.

Se establece un lote con los siguientes derechos:

1.- Programa en directo: incluye la retransmisión en exclusiva y continua sin cortes ni interrupciones de los 3 partidos, en tiempo real, en abierto o cerrado, gratuito o de pago, en directo y en diferido, mediante todos los soportes de radiodifusión televisiva, incluyendo TDT, cable, satélite, internet, por todos los canales, en calidad HD o SD. También se incluye la telefonía móvil.

En el caso de presentarse la oferta por una UTE, las semifinales y la final podrán emitirse de manera simultánea en dos o más canales.

2.- Programas en diferido: Programa que incluye la emisión continua de hasta 3 diferidos de cada partido en exclusiva, dentro de la temporada deportiva española a que dichos partidos correspondan. Como excepción a la exclusiva la RFEF y los clubes ostentan los derechos indicados en la *cláusula 17*.

3.- Programas resumen:

El adjudicatario podrá elaborar programas resumen de los partidos en exclusiva y en las siguientes condiciones:

- Se emitirán a la conclusión de los partidos de semifinales y tras la ceremonia de entrega de trofeos de la final.
- Se podrán realizar hasta 3 programas resumen por cada partido, que contengan un máximo de 10 minutos de secuencias en total por programa.
- Los resúmenes los elaborará el adjudicatario a su cargo y podrán ser comercializados.

4.- Programas de video a la carta:

Emisión continua en exclusiva y en su totalidad, con posterioridad a su grabación a través del sistema de video a la carta (“video on demand”, catch-up tv, etc.), y por medio de los diferentes Canales habilitados durante los 10 días posteriores a la finalización del partido.

5.- Proyecciones Públicas: El Adjudicatario podrá organizar proyecciones públicas en cines o espacios públicos para el ciclo de derechos que haya adquirido, que deberán contar con la previa aprobación por escrito de la RFEF. Si llegaran propuestas a la RFEF para poder realizar proyecciones públicas, se deberá informar al Adjudicatario para poder facilitar la misma, siempre con el acuerdo del adjudicatario.

Los derechos podrán ser explotados únicamente:

- a) dentro del Territorio licenciado durante la vigencia del contrato
- b) con cobertura que pueda alcanzar como mínimo al 80% de la población a través de cualquier tecnología o soporte
- c) en el/los Idioma/s Permitido/s específico/s;
- d) y conforme a lo dispuesto en el Contrato, en lo previsto en el RDL 5/2015, así como en las distintas resoluciones de la CNMC y legislación que sea de aplicación.

Los derechos y obligaciones del adjudicatario no podrán ser vendidos, sublicenciados, subcontratados, etc. sin el consentimiento previo escrito de la RFEF. La solicitud deberá realizarse como mínimo 15 días naturales antes de la fecha de emisión de los partidos. La RFEF contestará en el plazo de 3 días naturales y en ausencia de respuesta se considerará que la solicitud ha sido denegada.

4. DERECHOS NO EXCLUSIVOS

El apartado 8 del PRO, denominado derechos no exclusivos, realiza una enumeración de derechos reservados bien a la RFEF bien a los clubes participantes:

- a) La RFEF podrá retransmitir en sus plataformas de medios oficiales designados las imágenes de los partidos en diferido a partir de 1 hora después de la finalización del mismo.
- b) Los Clubes o S.A.D. participantes podrán emitir en diferido el encuentro a partir de 1 hora después de la finalización del mismo, siempre que lo hagan directamente a través de un canal de distribución propio dedicado temáticamente a la actividad deportiva del club o entidad participante.
- c) La RFEF, y los Clubes y/o S.A.D que disputen los partidos podrán elaborar clips de imágenes en sus perfiles oficiales de las Redes Sociales. Dicha utilización estará restringida hasta tres (3) minutos de duración en total, y deberá ser posterior a la finalización del partido.
- d) La RFEF se reserva el derecho a autorizar a que los Patrocinadores y/o Proveedores Oficiales de las Competiciones puedan utilizar imágenes de la misma en las propias plataformas del patrocinador para promocionar su asociación con la

Competición. Esas imágenes deberán ser colectivas, es decir representar a todos los clubes participantes. El patrocinador no podrá emitir clips ni resúmenes ni diferidos de los partidos.

e) La RFEF podrá exhibir las jugadas destacadas del partido a través de su plataforma Oficial desde la final del mismo.

f) La RFEF y los clubes participantes podrán exhibir imágenes con un máximo de 3 minutos en total de cada partido, a través de las apps de tecnología móvil que sean propias de los clubes y/o de la RFEF. Dispondrán de ese derecho después de la finalización de los partidos de semifinales y después de la entrega de trofeos y actos de celebración en el partido de la final.

g) Los derechos de circuito cerrado en el estadio.

g) Los derechos europeos e internacionales que se comercializarán por la RFEF.

h) La RFEF podrá hacer uso del derecho de “archivo” de todos los partidos y los clubes de aquellos que disputen. Transcurrido el plazo de vigencia del contrato los adjudicatarios estarán obligados a devolver a RFEF cualquier material generado como consecuencia de la explotación del Lote.

Además, la RFEF y los clubes participantes respecto de los partidos que disputen, en su condición de productores de los Partidos y Resúmenes ostentará la totalidad de los derechos de propiedad intelectual sobre todos los contenidos y grabaciones audiovisuales.

Como novedad se hace una mención especial a la exclusión de los derechos de explotación de las estadísticas, y en particular *sitios web de apuestas y aplicaciones web de apuestas, y dentro de los establecimientos de apuestas de Bookmaker* por medio de la transmisión IPTV. Los derechos otorgados en esta Licitación excluirán el acceso por parte de plataformas de juego y/o casas de apuesta online a los derechos con el fin de realizar prácticas de retransmisión en “streaming” para fines relacionados con las apuestas y el sector del juego.

Dentro de este apartado también se establecen unas restricciones a la publicidad más allá de las reservas de espacios publicitarios que la RFEF establece en el apartado 5:

a) El Adjudicatario no podrá designar ningún patrocinador de programaciones o contenidos relacionados con la RFEF y/o con las Competiciones, de forma que se entienda que patrocinan a la RFEF y/o a las Competiciones.

b) El Programa de Patrocinio de las Competiciones se incluirá en el Contrato que firmen las partes para la formalización de los derechos que se cedan y se actualizará por parte de la RFEF si fuera necesario. La venta de espacios publicitarios por el Candidato deberá respetar la prioridad establecida en el apartado 5. Entre los spots previos a la retransmisión de cada parte del partido que pudiera emitir el adjudicatario y que no pertenezcan al Programa de Patrocinio de la RFEF y la emisión de la carátula de patrocinio, se situarán al menos dos espacios comerciales de protección.

Estas restricciones de publicidad se entenderán formuladas en cualquiera de los sistemas o soportes y formatos en que se realice la explotación de los derechos.

5. PRODUCCIÓN Y SEÑAL.

La RFEF será la responsable de la producción audiovisual de todos los partidos ya sea a través de sus propios medios técnicos y humanos o de terceros especializados, debiendo ajustarse a los estándares internacionales de calidad. Para ello podrá contar con un asesor técnico.

La RFEF manifiesta que ostenta la condición de productora al amparo del artículo 120.2 del Real Decreto Legislativo 1/1996, de 12 de abril, por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley de Propiedad Intelectual¹, ya que se trata de una persona jurídica que tiene la iniciativa y asume la responsabilidad de dicha grabación audiovisual. Será responsable de realizar cuantos arreglos técnicos resultaren necesarios para la correcta entrega de la señal en el punto de emisión.

Correrán por cuenta del adjudicatario todos los costes de producción conforme a las tarifas que se indican en el Anexo 1.

Marca o “branding”

Para comunicar una marca e imagen unificadas y coherentes de la Competición se requerirá al adjudicatario que transmita las cabeceras, cortinillas, gráficos durante la misma, y sus Marcas y signos distintivos, según lo dispone y requiere la RFEF (incluidos cualquier plató de televisión y decorados), debiendo ser facilitados y/o aprobados expresamente y con carácter previo a su divulgación y/o publicación por la RFEF.

Para ello, la RFEF concederá al adjudicatario el derecho no exclusivo y la obligación de utilización del nombre de la RFEF, así como la denominación de la competición; el logotipo de la RFEF y de la competición; y la “mosca” permanente, y la “mosca” para cada una de las repeticiones de las emisiones que sean facilitadas por la RFEF.

El Adjudicatario podrá personalizar la producción de modo acorde a sus preferencias, pero no la imagen de juego más allá de lo indicado en este apartado. También podrá usar los signos distintivos, resúmenes de video, imágenes de archivo de ediciones anteriores y demás secuencias de imágenes de los partidos para anuncios publicitarios destinados a la promoción de la competición.

Con el fin de promover la adquisición y explotación de los partidos el Adjudicatario podrá usar los signos distintivos, resúmenes de video y demás secuencias de imágenes del partido en promociones publicitarias.

6. OPORTUNIDADES Y OBLIGACIONES COMERCIALES

El apartado 8 del PRO establece las oportunidades y obligaciones comerciales que se imponen a los adjudicatarios de los derechos audiovisuales. En primer lugar, se establece que todas las oportunidades comerciales deberán respetar el Programa

¹ Artículo 120.2 TRLPI : Se entiende por productor de una grabación audiovisual, la persona natural o jurídica que tenga la iniciativa y asumir la responsabilidad de dicha grabación audiovisual.

de patrocinio de la RFEF y sus patrocinadores relacionados. Se adjunta el plan de patrocinio como Anexo 2.

En segundo lugar, se señala la obligación del adjudicatario de poner a disposición de la RFEF los siguientes tiempos promocionales con carácter gratuito:

- 60 segundos durante la retransmisión de todos los partidos, repartidos en 4 carátulas de 15 segundos de duración cada una, que contengan la imagen de las entidades integrantes del programa de patrocinio de la RFEF de un modo determinado.
- 135 segundos distribuidos en:
 - cinco carátulas de quince segundos cada una, de idéntico contenido a las establecidas en el punto anterior, que deberán insertarse en 5 promociones o programas de apoyo que el adjudicatario realice durante los días previos a los partidos.
 - Cuatro carátulas de quince segundos de duración de idéntico contenido a las anteriores, en 4 promociones o programas de apoyo que realice el adjudicatario durante los días inmediatamente posteriores a los partidos de semifinales y previos a la Final

El documento introduce una nueva obligación respecto a PRO anteriores denominada *Conexiones VOR* (Video Operations Room), señalando que cuando se produzcan las interrupciones que los árbitros realizan durante los partidos para comprobar el asistente de vídeo (VAR), el Adjudicatario pondrá a disposición de la RFEF los primeros 10 segundos de dicha conexión para la inserción de una o varias infografías de las marcas de los patrocinadores de este sistema de video arbitraje. Estas marcas disfrutarán de exclusividad sectorial en estas conexiones con el VOR. Además, podrá ir precedida por una cortinilla en la que aparezca el logo del patrocinador, junto con el de la RFEF.

Finalmente, en aras de cumplir con el artículo 14.1 de la Ley General de la Comunicación Audiovisual, el adjudicatario ofrecerá y pondrá a disposición de la RFEF, que pagará a precios de mercado, un derecho de adquisición preferente de hasta 8 minutos de tiempos publicitarios que se emitirán antes, durante y después de los partidos, para poder ser ofrecidos a los miembros del Programa de Patrocinio de la RFEF para emitir sus mensajes publicitarios.

En relación con la Final, se establece que en el caso de que la RFEF decidiera producir un espectáculo de entretenimiento en el terreno de juego durante el descanso del partido con una duración orientativa de 10 minutos, este podrá ser patrocinado. En tal caso, el adjudicatario se compromete a emitirlo en su totalidad, en directo y sin cortes y la RFEF compensará económicamente al adjudicatario por el tiempo correspondiente.

7. MEDIOS DE COMUNICACIÓN

En este apartado del documento se señala que la RFEF empleará todos sus mejores esfuerzos para poner a disposición del adjudicatario espacios para sus propias instalaciones para la personalización de los Programas. Estas instalaciones

comprenden los espacios para comentarios, presentaciones, posiciones de cámara propias y otras instalaciones técnicas puestas habitualmente a disposición para la producción de la cobertura televisiva del fútbol profesional.

El adjudicatario podrá realizar entrevistas en una zona específica inmediatamente después de las semifinales y final en la que deberá hacer uso de las traseras de patrocinio facilitadas por la RFEF. También podrá realizar entrevistas a jugadores y entrenadores en los días anteriores a las semifinales y la final siempre en colaboración con los departamentos de prensa de los clubes y de la RFEF, con unas características fijadas en el documento.

Finalmente, la RFEF establece los límites a los que están sujetos el uso de estas instalaciones: disponibilidad, razones arbitrales, cumplimiento de los requisitos de reserva, seguridad y costes del listado de tarifas.

8. CONVOCATORIA A CANDIDATOS

Los derechos objeto del PRO se refieren al territorio de España. El adjudicatario deberá garantizar que los derechos sean exclusivamente accesibles desde el Territorio y se compromete a implementar todas aquellas medidas de seguridad, tales como la encriptación de señales o sistema de geo-bloqueo, sistemas DRM, para evitar que se pueda tener acceso a los mismos desde fuera del Territorio y/o de manera ilegal.

En lo que respecta a los contenidos a través de Internet u otro medio de emisión equivalente, el adjudicatario también se comprometerá a implantar todas aquellas medidas que impidan la copia, almacenamiento, conservación o envío de cualquiera de los contenidos audiovisuales adquiridos, así como a utilizar un sistema que prohíba el acceso o visualización fuera del país donde emite los contenidos.

El plazo de comercialización de los derechos de la competición se extiende a las tres temporadas 2019/20 a 2021/22 y finalizará el 31 de enero de 2022.

El candidato podrá ser cualquier operador de distribución de contenido (televisiones, canales de televisión por internet, empresas de telecomunicaciones y uniones de empresas que se constituyan temporalmente al efecto siempre que tal UTE esté justificada y respete las normas de competencia), que cuenten con la infraestructura, el alcance y los recursos adecuados, así como una sólida situación financiera y profesional, para explotar los derechos de la Competición dentro del territorio y que tengan capacidades propias de edición y emisión.

La oferta aceptada por la RFEF se formalizará en un contrato cuyo borrador figura como Anexo 3.

9. PROPIEDAD INTELECTUAL

El documento señala que la RFEF es cotitular, junto a los clubes, de todos los Derechos de Propiedad Intelectual de la competición. Además, la RFEF es titular de las Marcas y los signos distintivos de la misma, sin perjuicio del uso que puedan hacer los clubes de los contenidos generados en los partidos.

10. CALENDARIO DE PAGOS.

Se establece el Calendario de pagos para las tres temporadas de duración del contrato, y se manifiesta expresamente que todas las cantidades propuestas serán liquidadas a percibir por la RFEF, es decir, libres de impuestos y realizadas las deducciones y/o retenciones que sean de aplicación.

Todas las obligaciones de pago anuales estipuladas en el Contrato deberán estar avaladas por un banco que se encuentre sujeto al control del Mecanismo Único de Supervisión bancaria implantado por el BCE.

11. FORMATO, PROCEDIMIENTO Y REQUISITOS PARA LA PRESENTACION Y RECEPCION DE OFERTAS. EVALUACIÓN Y ADJUDICACIÓN. PRECIOS DE RESERVA.

El anuncio de la recepción de ofertas y las condiciones generales se realizará en la página web www.rfef.es, y se enviará además a las principales agencias y medios de comunicación del Territorio.

Todas las ofertas deberán cumplir los términos y condiciones y el procedimiento establecido en el PRO. La RFEF se reserva el derecho a rechazar cualquier oferta que esté condicionada o sujeta a cualquier condición y/o que no cumpla con los requisitos establecidos.

A continuación, se detallan los **requisitos** que deberán cumplir las ofertas:

Requisitos generales:

- Ser persona jurídica española y/o extranjera con capacidad de obrar y actuar en España.
- Disponer de los Canales oportunos para emitir los Derechos ofertados en HD o SD. A estos efectos deberá proporcionar detalles completos respecto al/a los Canal/es designado/s propuesto/s para la emisión y la titularidad y el control de los mismos.
- Deberá ser una empresa activa.
- Deberá ser una empresa, grupo de empresas o formar parte de un grupo de empresas donde ninguna de ellas (matriz o filiales) haya sido sancionada penalmente o haya reconocido su responsabilidad penal o la de sus Directivos, en cualquier país del mundo, en los últimos tres (3) años por alguno de los siguientes delitos:

a) representación falsa; b) delitos contra la propiedad y el orden socioeconómico; c) soborno; d) malversación; e) tráfico de influencias; f) uso de información privilegiada; g) delitos relacionados con la corrupción de autoridades o funcionarios españoles o extranjeros o de corrupción entre particulares, en cualquier ámbito territorial nacional o internacional; h) delitos contra la seguridad social; i) delitos contra los derechos de los trabajadores, j) delitos contra la Hacienda Pública estatal o de la Unión Europea.

Esta prohibición se extenderá a los directores o administradores que hayan sido condenados por alguno de los delitos mencionados y/o por otros delitos, de igual naturaleza.

- No haber solicitado o haberse declarado en concurso de acreedores en el momento de presentar la candidatura.
- Hallarse al corriente en el cumplimiento de las obligaciones frente a la Agencia Tributaria y/o de la Seguridad Social en España.
- No mantener deuda alguna con la RFEF, y/o deberá estar al corriente en el cumplimiento de sus obligaciones con dicha Real Federación.

Requisitos de solvencia económica

- Deberá disponer de un volumen anual de negocios superior a los cinco millones de euros (5.000.000,00 €)
- Deberá estar en disposición de presentar un aval bancario, sobre el valor de la oferta anual, para garantizar el pago ofrecido en las temporadas 2020/21 y 2021/22.

Requisitos de solvencia profesional y/o técnica

- El Candidato deberá disponer de servicios de comunicación audiovisual en HD o SD.
 - Deberá disponer de una plantilla profesional igual o superior a veinte (20) empleados, que garantice la correcta explotación de los Derechos, y puesta a disposición al público;
 - Deberá disponer de medios propios suficientes para explotar los Derechos ofertados, y su puesta a disposición al público;
 - Deberá disponer de todas las licencias, autorizaciones o permisos necesarios por parte de la autoridad gubernamental o reguladora competente para explotar el/los Canal/es designado/s propuesto/s;
 - Deberá disponer de planes de programación, de una calidad de la señal suficiente, de cobertura y nivel de exposición acorde con el evento y las condiciones fijadas en el mismo;
 - Deberá disponer de los medios para garantizar el compromiso del Candidato en promocionar la Competición y en especial semifinales y Final, ya sea mediante un compromiso de programación mejorada u otras promociones, tanto durante la emisión de la misma como fuera de ella.
 - Deberá disponer de un plan de programación específico para toda la Competición, incluyendo el nivel de cobertura y exposición y adjuntando estimaciones o pronósticos de audiencia y cuota de mercado que esperan alcanzar si se le otorga el Paquete deseado.

Documentación acreditativa y causas de exclusión

El PRO establece la documentación que los candidatos deben aportar para acreditar el cumplimiento de los requisitos mencionados anteriormente y señala que serán causas de exclusión:

- a) No acreditar documentalmente los requisitos

- b) Incumplir cualquiera de estos requisitos
- c) Introducir en el sobre 1 cualquier dato de económico que indique o pueda llevar a conocer la oferta económica, que deberá constar única y exclusivamente en el sobre 2.
- d) Presentar fuera de plazo la documentación señalada en el PRO.

Procedimiento y proceso de la Oferta

Las ofertas se presentarán físicamente ante el notario de Las Rozas en papel y en un sobre cerrado debidamente identificado como “Oferta para la Comercialización de los derechos audiovisuales de la Supercopa de España 2019” y contendrá, a su vez dos sobres, cerrados y sellados y debidamente identificados como “sobre 1” y “sobre 2”. No se aceptará ninguna Oferta presentada por cualquier otro medio (incluido, a título enunciativo y no limitativo, el correo electrónico y el fax).

En el “sobre 1” se incluirá la documentación referida a los requisitos generales, solvencia económica y técnica, y cualquier otra documentación que acredite las condiciones de las bases, sin referencia alguna a la oferta económica.

En “sobre 2” se presentará exclusivamente la oferta económica detallada para cada una de las tres temporadas deportivas, el compromiso del avalista y las fechas propuestas de pago.

Las consultas y/o aclaraciones respecto al contenido del PRO deberán dirigirse por correo electrónico a audiovisuales@rfef.es, dentro del plazo indicado en el calendario. La respuesta de la RFEF se publicará a través de la página web www.rfef.es para que la misma esté disponible para todos los candidatos, pero sin desvelar la identidad del que realizó la consulta.

Evaluación de las ofertas

La apertura y evaluación de las Ofertas la realizará el órgano de evaluación de la RFEF con la intervención de un notario público que levantará acta. En primer lugar, se procederá a la evaluación del sobre 1 rechazándose aquellas ofertas que no cumplan con los requisitos establecidos.

Si la RFEF observara defectos u omisiones subsanables en la documentación presentada, no se abrirá el sobre que contenga la oferta económica y se lo comunicará por escrito al interesado o interesados para que, en un plazo de 48 horas, el Candidato o Candidatos lo corrijan y/o lo subsanen, con la posibilidad de quedar excluidos si no cumple con el plazo indicado.

Si los defectos u omisiones fueran no subsanables o la subsanación no se hubiera efectuado dentro del plazo, se procederá a su exclusión, haciendo pública la lista definitiva de admitidos a la segunda fase y se procederá a abrir el sobre 2 de aquellos candidatos que hubieran sido admitidos, así como el sobre que contiene el precio de reserva.

Se valorarán las ofertas económicas conforme a los siguientes criterios:

1.- El criterio de valoración de la oferta económica es el de adjudicación a la oferta más elevada. Las ofertas de operadores que emitan en SD deberán ser superiores

en un 20% a las ofertas de los operadores que emitan en HD para que se consideren equivalentes.

El órgano de evaluación elevará un informe al órgano de control de la gestión de los derechos audiovisuales de la RFEF, incorporando una propuesta de adjudicación provisional que deberá ser ratificada por dicho órgano de gestión.

Se establece un mecanismo para el caso en que se produzca un empate, adjudicándose finalmente a la mejor oferta económica.

Adjudicación provisional y final.

El órgano de control de la gestión de los derechos audiovisuales procederá a la adjudicación provisional, que será comunicada a todos los candidatos, publicada en la página web www.rfef.es y/o cualquier otro medio público. La adjudicación final quedará supeditada a la firma del correspondiente contrato.

Ningún acuerdo de derechos de difusión en los medios será vinculante para la RFEF hasta que dicho acuerdo haya sido aceptado, a su entera discreción, y plenamente otorgado por la RFEF, dentro del plazo fijado en la presente PRO y respetando las condiciones establecidas en la misma. La RFEF no exigirá condiciones adicionales o nuevas a las recogidas en esta PRO.

En el supuesto que el Candidato y la RFEF no formalizaran un acuerdo para la difusión y explotación de los Derechos ofertados dentro del plazo fijado por causa imputable al Candidato, la RFEF podrá adjudicar los Derechos a la segunda mejor Oferta. Así sucesivamente.

Se podrán resolver las adjudicaciones de los acuerdos firmados en caso de que el adjudicatario incurra en alguna de las circunstancias previstas en el PRO, destacando el caso de incumplimiento de los compromisos de pago.

Precio de reserva

La RFEF fijará un precio de reserva que será depositado ante notario, que velará por su confidencialidad hasta el día de la apertura de los sobres que contengan las ofertas económicas.

Se indica que el precio de reserva se fijará atendiendo a criterios de mercado, tomando como modo de referencia el nuevo formato de la competición, el precio de productos similares, las fechas de celebración e interés del producto. El precio de reserva para la emisión en SD será superior en un 20% al de HD.

Si ninguna oferta monetaria alcanza el precio de reserva, la RFEF podrá adjudicar el concurso a la mejor oferta o bien convocar una nueva ronda de ofertas entre los candidatos admitidos, adjudicándose al que alcance el precio de reserva. En esta nueva ronda los candidatos admitidos serán informados del importe del precio de reserva. Nuevamente, si en la segunda ronda ningún candidato alcanza el precio de reserva, la RFEF puede bien adjudicar a la mejor oferta, o bien cancelar el concurso.

11. DISPOSICIONES LEGALES

Finalmente se establecen las siguientes previsiones de carácter general:

- La confidencialidad de cualquier información incluida en las ofertas.
- La responsabilidad del candidato sobre todos los costes, gastos y responsabilidades en que incurra él mismo o cualquier tercero que le asista en la preparación de su Oferta y en cualquier etapa posterior del proceso de Ofertas (incluidas cualesquiera *negociaciones* con la RFEF) tras la presentación de su Oferta.
- La obligación del candidato de explotar los derechos y el compromiso de colaboración con la RFEF frente a cualquier amenaza que surja para proteger los derechos objeto de comercialización.

III.2. CONDICIONES DE COMERCIALIZACIÓN DE LA SUPERCOPA DE ESPAÑA PARA EL PERIODO 2019- 2022 PARA DETERMINADOS TERRITORIOS DE EUROPA.

Las condiciones de comercialización se encuentran recogidas en el documento denominado “Propuesta de recepción de ofertas para la contratación de determinados derechos de retransmisión audiovisual relacionados con la Supercopa de España, periodo 2019-2022 para determinados territorios de Europa” (en adelante PL). Dada la similitud entre el contenido de este documento y el expuesto en el apartado anterior, solo se van a destacar los aspectos diferenciadores del proceso destinado a *determinados territorios de Europa*.

1. OBJETO

En este apartado, la RFEF informa que contará con el asesoramiento de la compañía SPORTRADAR para la comercialización de los derechos. Al mismo tiempo, señala que los interesados en la presentación de ofertas deberán ponerse en contacto con la persona de la RFEF indicada en el documento.

2. DERECHOS DE OFERTADOS

Los derechos disponibles que se ofrecen por la RFEF son los tres partidos de la competición, pudiéndose presentar ofertas a lotes individuales o por regiones recogidos en el anexo 1 del documento.

El lote confiere los siguientes derechos:

- i. La retransmisión *exclusiva y en directo* por cualquier canal de explotación de los tres partidos exclusivamente para el Territorio indicado en cada lote, en abierto y/o en codificado. Incluye la emisión de los partidos y jugadas destacadas y clips en todas las formas de explotación en abierto, en cerrado, gratuito, de pago, televisión, internet y móvil.
- ii. La retransmisión de forma *no exclusiva*, en el idioma autorizado conforme al Anexo 1, de los tres partidos referidos, en directo, para aquellos territorios mencionados en el Anexo 1 sujetos a superposición de la Señal.
- iii. La emisión *en diferido* de los partidos dentro de la temporada a que dicho partido corresponda. La temporada deportiva en España comprende desde el 1 de julio hasta el 30 de junio de la temporada siguiente.

iv. La posibilidad de que el adjudicatario elabore resúmenes de hasta 4 minutos de cada partido. Los resúmenes podrán *sublicenciarse* sin necesidad de autorización de la RFEF dentro del territorio adjudicado.

v. La emisión *en exclusiva por telefonía móvil* desde el inicio de los partidos de semifinales hasta la finalización de los mismos y desde el inicio del partido de la final hasta la ceremonia de entrega de premios y celebración en el caso del partido de la final.

vi. La emisión continua en exclusiva y en su totalidad, con posterioridad a su grabación a través del *sistema de video a la carta* (“video on demand”, catch-up tv, etc.), y por medio de los diferentes canales habilitados para ello pudiendo ofrecer ese partido durante los 10 días posteriores a la finalización del mismo.

3. PRODUCCIÓN Y SEÑAL

La producción de los partidos *será realizada* por la RFEF ya sea a través de sus propios medios técnicos y humanos o de terceros especializados, debiendo ajustarse a los estándares internacionales de calidad.

Se indica que el adjudicatario que tenga la intención de recibir la señal de los partidos de la Competición deberá abonar los costes técnicos relacionados con el suministro de la señal en los que incurra la RFEF. Estos costes son independientes de la oferta que realicen y no podrán ser compensados, de ninguna manera, con el precio final pagado por la adjudicación del territorio particular. La cantidad que abonar a la RFEF como productor corresponde al coste de facilitar el acceso a la señal. Dicho coste asciende a mil quinientos (1500 €) euros por partido y por adjudicatario.

4. OPORTUNIDADES Y OBLIGACIONES COMERCIALES

La RFEF podrá explotar en exclusiva la publicidad virtual de los partidos. Los adjudicatarios no podrán formalizar ningún acuerdo de patrocinio o publicidad con entidades que puedan suponer una amenaza para la reputación de la RFEF. Los contratos de publicidad y patrocinio deben cumplir con la normativa nacional del territorio autorizado en cuestión y su contenido no debe inducir a error a los consumidores “ni infringir el acto de competencia desleal aplicable” del territorio autorizado en el que el adjudicatario está autorizado a explotar los Derechos.

Los adjudicatarios que celebren acuerdos con patrocinadores/publicistas que no cumplan con los términos anteriores, y/o no solicitasen la aclaración de sus dudas a la RFEF sobre la compatibilidad del sponsor, serán los únicos responsables de los daños y/o costos producidos en relación con cualquier reclamación, acción, multa, sanción y otros daños consecuentes o indirectos que puedan surgir.

5. PROCEDIMIENTO

El PL establece con carácter general que será elegible aquel candidato que cuente con la infraestructura, el alcance y los recursos adecuados, así como una sólida situación financiera y profesional, para explotar los derechos de la competición y que tengan capacidades propias de edición y emisión de contenidos audiovisuales.

Como **Requisitos generales** se establecen:

- Ser una persona jurídica española y/o extranjera que tenga capacidad de obrar.
- Disponer de los canales oportunos para emitir los derechos ofertados
- Ser una empresa activa.
- Cumplimentar el formulario indicado en el anexo 2.
- Aportar la documentación que se indica
- Deberá aportar aval o garantía suficiente
- No debe encontrarse en los supuestos de exclusión

Requisitos económicos y de solvencia

El solicitante deberá acreditar una cifra de negocios internacional, a nivel de grupo, superior a un millón y medio de euros si la explotación es en más de un país o lotes regionales y de 500.000 euros en caso de ofertar lotes en un único país. También podrá ser elegible si se compromete a pagar la totalidad (100%) de su oferta en la fecha de firma del Contrato de Licencia, aunque no cumpla con el requisito de facturación anual.

En caso de que el licitante tuviera algún litigio pendiente con la RFEF en relación con el impago de derechos audiovisuales, la RFEF requerirá además, para participar en esta Licitación, una garantía equivalente a la suma de la cantidad pendiente de pago y la oferta realizada.

Se requiere estar al corriente de sus obligaciones tributarias con la AEAT y de la Seguridad Social en el caso de que el candidato fuera obligado tributario en España e inscrito en la SS española.

Criterios de exclusión

Se establecen como criterios de exclusión el haber sido sancionados o tener reconocida responsabilidad penal en ciertos delitos contra el patrimonio y el orden socioeconómico, la Administración pública, etc., especificados en el documento. También se considerará causa de exclusión haber solicitado o declarado en concurso de acreedores en el momento de presentar candidatura.

La RFEF aceptará *ofertas conjuntas* siempre que cumplan con los requisitos de elegibilidad y señalen como distribuirán los derechos entre los mismos. Se prohíbe expresamente la subcontratación entre los licitantes y se declara la responsabilidad solidaria entre los oferentes.

Formalización de la oferta:

La oferta deberá tener el siguiente contenido:

- Carta de Oferta según el modelo del Anexo II. Su no presentación será motivo de inadmisibilidad de la misma.
- Deberán facilitar todos los detalles de la contraprestación económica que se ofrece, que deberá ser en dinero. Todos los importes se considerarán sin IVA y se expresarán en euros.

- Aportar los documentos acreditativos de los requisitos establecidos
- Aportar el compromiso de aval por parte del Banco o como alternativa al aval bancario se indicarán con detalle las garantías de pago que se ofrecen.

Además, los documentos se deberán ajustar a las siguientes normas particulares:

- Las ofertas dirigidas a más de un Lote en la misma carta deben tener una oferta económica independiente para cada Lote. La falta de especificación de dicha oferta económica independiente hará que la totalidad de la oferta se considere inadmisibile.
- Las ofertas pueden presentarse en español o en inglés. Si la documentación que se acompañe para la formalización de la oferta figura en otro idioma deberá contener una traducción certificada a los idiomas indicados.
- Las ofertas que se presenten después de la fecha límite no serán consideradas elegibles bajo esta licitación.
- No se aceptarán las ofertas que se presenten en un formato distinto al establecido.

Envío de la Oferta

Las ofertas deberán presentarse por medios electrónicos a través de la dirección de email: audiovisuales@concursos.rfef.es. Este buzón de correo electrónico cuenta con un sistema de certificación de entrada y sellado de tiempo de los correos entrantes provisto por un tercero que cumple con los requisitos de la Ley 59/2003, de Firma Electrónica y el Reglamento (UE) 910/2014, de Servicios de Identificación Electrónica y Fiduciarios para Operaciones Electrónicas en el Mercado Interior (eIDAS).

La RFEF no tendrá acceso a la información que los interesados remitan a dicha dirección de email hasta la fecha y hora de apertura de candidaturas que se realizará ante notario. Solamente en el momento de abrir las ofertas, el proveedor de servicio facilitará a la RFEF, ante el Notario, las claves para acceder a los documentos de las ofertas.

Si la RFEF y/o sus Asesores observaran algún defecto u omisión susceptible de ser corregido en la documentación presentada, se lo comunicarán por escrito al Licitante afectado, quien dispondrá de un plazo estipulado en el calendario para realizar las modificaciones necesarias. Si el Licitante no realiza las correcciones dentro de dicho plazo, la RFEF tendrá derecho a excluirlo de la Licitación.

Apertura de las Ofertas

El órgano de evaluación de la RFEF con sus asesores, abrirá las ofertas ante notario, no aceptándose ofertas condicionales y las ordenarán por lotes. La RFEF, junto con sus asesores analizará si los licitantes cumplen con los requisitos de elegibilidad y tras descartar aquellos que no cumplan con dichos criterios, se iniciará la evaluación de las ofertas. El PL recoge los criterios de valoración de las ofertas otorgándoles una puntuación máxima de hasta diez puntos con la siguiente distribución:

- (i) La contraprestación económica deberá al menos igualar el Precio de Reserva. Se valorarán hasta 6 puntos las ofertas, otorgando 6 puntos a la oferta más elevada. Las siguientes ofertas reducirán los puntos en la misma proporción en que se reduzca la oferta en relación a la más elevada.
- (ii) Se valorará la experiencia del licitante en la explotación de Derechos en acontecimientos futbolísticos hasta dos (2) puntos, estableciéndose en este apartado los criterios de valoración
- (iii) Se concederán hasta dos (2) puntos en función de los niveles de cobertura para la retransmisión del evento

La RFEF señala expresamente que garantizará el respeto a los principios de procedimiento público, transparencia, competitividad y no discriminación, con respecto a las ofertas presentadas por cada licitador.

La adjudicación se realizará a la oferta que obtenga el mayor número de puntos de entre todos los licitantes interesados para un lote concreto.

Adjudicación de los Derechos

El órgano de evaluación realizará un informe que elevará al órgano de control de la gestión de los derechos audiovisuales de la RFEF, incorporando una propuesta de adjudicación provisional que deberá ser ratificada por dicho órgano de gestión.

La adjudicación definitiva se comunicará a todos los licitantes a través de la página web (www.rfef.es). Asimismo, la RFEF notificará a los licitantes ganadores de forma individual. Esta notificación llevará adjunta necesariamente una copia del Contrato de Licencia que deberá firmar el licitante con el fin de formalizar dicha adjudicación.

En caso de no proceder a la firma del Contrato de Licencia tras la fecha anteriormente mencionada, la RFEF podrá adjudicar los derechos al segundo mejor licitante, y así, sucesivamente.

Precio de Reserva

El criterio de adjudicación relativo a la contraprestación ofrecida parte de un precio de reserva. La RFEF ha fijado un precio de reserva de los lotes y depositado ante notario esa información, que se abrirá el día de la apertura de ofertas.

Si ninguna oferta alcanza el precio de reserva la RFEF podrá proceder a la adjudicación otorgando la puntuación señalada anteriormente o bien convocar una nueva ronda de ofertas entre los candidatos admitidos, aplicando también en ese caso la puntuación del 5.5 del Pliego. Si tampoco en ese caso se alcanzara el precio de reserva, la RFEF podrá iniciar una nueva o sucesivas rondas de ofertas, o bien cancelar el concurso, solicitando nuevo informe a la CNMC.

6. OTROS ASPECTOS DE LA PROPUESTA

Finalmente, la propuesta de comercialización recoge otros aspectos entre los que cabe mencionar:

- El Calendario y las condiciones generales del pago de la contraprestación por los adjudicatarios de los derechos.
- Las obligaciones de pago anuales estipuladas en el contrato deberán estar garantizadas, ya sea mediante aval bancario o de otra forma que la RFEF considere suficiente.
- Todos los costes, gastos y responsabilidades en que incurra el licitante o cualquier tercero que le asista en la preparación de su oferta y en cualquier etapa posterior del proceso de la oferta, serán a su cargo, incluidas cualesquiera *negociaciones* con la RFEF.
- La RFEF se reserva el derecho a rechazar cualquier oferta que esté condicionada o sujeta a cualquier condición y/o que no cumpla con los requisitos aquí establecidos.
- La RFEF tendrá derecho a resolver el contrato y a adjudicarlo a otro Licitante, si uno de los adjudicatarios no explota los derechos adjudicados.
- La RFEF garantizará la confidencialidad de cualquier información incluida en las ofertas.
- La RFEF es cotitular de los Derechos de Propiedad Intelectual de la competición. La RFEF podrá hacer uso del derecho de archivo de todos los partidos de la competición. Asimismo, los clubes dispondrán, también, del derecho de archivo de los partidos que disputen pudiendo hacer uso del mismo. Una vez concluido el plazo de vigencia del contrato de comercialización, la RFEF, en su condición de productor de los partidos y los resúmenes, ostentará la totalidad de los derechos de propiedad intelectual, pudiendo ser explotados en cualquier medio o soporte, sin limitación alguna.
- El derecho de “archivo” pertenecerá a la RFEF y concluido el plazo de vigencia del contrato de comercialización, la RFEF en su condición de productor de los partidos y resúmenes ostentará la totalidad de los derechos de propiedad intelectual sobre todos los contenidos.
- La versión inglesa de la licitación se considerará la única versión vinculante. En caso de contradicción entre la versión en español y la versión en inglés de la presente Licitación, prevalecerá la versión en inglés.

III.3. CONDICIONES DE COMERCIALIZACIÓN DE LOS DERECHOS AUDIOVISUALES EN LOS MERCADOS INTERNACIONALES DE LA SUPERCOPA DE ESPAÑA

El documento de condiciones de comercialización de los derechos audiovisuales en los mercados internacionales comienza informando que la RFEF cuenta con el **asesoramiento** de la empresa SPORTRADAR, y que los interesados en la presentación de ofertas deberán ponerse en contacto con la RFEF.

El objeto del procedimiento es la recepción de ofertas para la contratación de

determinados derechos de retransmisión audiovisual relacionados con la competición en los territorios que se indican en el Anexo 1².

El lote confiere los mismos derechos establecidos para el territorio europeo añadiendo en el apartado cinco como novedad una reserva de derechos:

“5.- la emisión exclusiva en telefonía móvil desde el inicio hasta la finalización de los partidos de semifinales y hasta la ceremonia de entrega de premios y celebración del partido de la final, *si bien a partir de este momento la RFEF y los clubs participantes podrán exhibir imágenes de un máximo de 3 minutos en total, a través de las apps de tecnología móvil que sean propias de los clubs y de la RFEF.*”

A continuación, se señalan los **derechos no exclusivos** y los **derechos excluidos** cuyo contenido es muy similar a los expuestos en los anteriores apartados de este informe.

La **producción** del partido será a cargo y responsabilidad de la RFEF si bien podrá recibir asistencia técnica de terceros. El operador final que tenga la intención de recibir la señal correrá con los costes técnicos de suministro de la señal que abonará a la RFEF. Estos costes son independientes de la oferta que realicen y no podrán ser compensados.

A continuación, se establece la documentación a aportar por el candidato que deberá adjuntar al modelo de solicitud establecido en el anexo 2 del documento:

- Deberán aportar una descripción general de la compañía interesada y experiencia en la explotación de derechos audiovisuales en acontecimientos deportivos. En el caso de agencias intermediarias deberán acreditar experiencia y capacidad en la distribución internacional de dichos eventos.
- Deberán acreditar una facturación anual superior a un millón y medio (1.500.000,00€) de euros. Se acreditará con la presentación de las cuentas anuales auditadas de la compañía correspondientes al ejercicio 2018. No obstante, si un candidato, por cualesquiera razones, no puede acreditar dicha facturación, podrá ser considerado elegible si se compromete a pagar la totalidad (100%) de su oferta en la fecha de firma del Contrato de Licencia.
- Estar en condiciones de garantizar el pago íntegro de todas las obligaciones económicas que puedan derivarse de la adjudicación de los derechos de explotación. A tal efecto la RFEF podrá establecer que el adjudicatario aporte aval bancario para cada temporada de la adjudicación con el fin de garantizar el pago de sus obligaciones de oferta.
- Si existen litigios pendientes entre la RFEF y el candidato, o una empresa perteneciente al mismo Grupo en relación con el impago de derechos audiovisuales, disponer de una garantía pagadera a primera reclamación a cargo del candidato, equivalente a la suma de la cantidad que está pendiente de pago y la oferta realizada.

Los derechos adquiridos y las obligaciones contraídas por el adjudicatario no se

² Comprende territorios de Las Américas, Asia, Oriente Medio y Norte de África, África (Subsahariana), Europa países fuera del EEE, y señalándose el régimen de exclusividad o no exclusividad del territorio.

podrán vender, sublicenciar, subcontratar, asignar, transferir ni enajenar sin el consentimiento previo por escrito de la RFEF, salvo los resúmenes, que se podrán sublicenciar sin autorización.

Se establece el compromiso de los interesados de garantizar las medidas necesarias para prevenir el fraude en la transmisión y cumplir con el ámbito geográfico que les haya sido adjudicado.

Finalmente, respecto al **Procedimiento**, se fijan las siguientes condiciones:

- Las ofertas se podrán presentar exclusivamente por email dirigiéndose a los asesores de la RFEF
- El órgano de evaluación analizará las ofertas y realizará un informe que elevará al órgano de control de la gestión de los derechos audiovisuales de la RFEF, con una propuesta de adjudicación provisional

Finalmente se señala que la RFEF respetará los principios de objetividad, no discriminación y libre competencia en el procedimiento de adjudicación. Se establece como criterios para la adjudicación: la rentabilidad económica de la oferta en su conjunto, el interés deportivo de la competición y el valor de los derechos que pueda aportar el adjudicatario. Así como las causas de resolución por incumplimiento y de suspensión de la licitación. Se indica que la RFEF se reserva el derecho de suspender o cancelar la licitación en caso de existir indicios de colusión entre licitadores, en cuyo caso la RFEF pondrá en conocimiento de la correspondiente autoridad de competencia y sin dilación indebida dichos ilícitos.

IV. VALORACIÓN DE LA PROPUESTA PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE LOS DERECHOS AUDIOVISUALES EN ESPAÑA, EUROPA Y EN LOS MERCADOS INTERNACIONALES DE LA SUPERCOPA DEL REY, TEMPORADAS 2019/2020, 2020/2021 y 2021/2022

La valoración por la CNMC de cualquier propuesta para la comercialización conjunta de los derechos audiovisuales de las competiciones de fútbol previstas en el Real Decreto-ley 5/2015 se hace a la luz del Real Decreto-ley en su conjunto. Esta norma dispone un diferente tratamiento de la comercialización de los derechos audiovisuales en función del territorio, estableciendo ciertas especificidades en el mercado nacional, en la Unión Europea y en los mercados internacionales.

Las condiciones de comercialización objeto de este informe afectan tanto a España como a países de Europa y a los mercados internacionales, por lo que es de aplicación el Real Decreto-ley 5/2015 en todos los casos, a excepción del 4.5 para España, los artículos 4.4 g) y 4.5 para los países de la Unión Europea y los artículos 4.2, 4.3 primer párrafo y 4.4, que no se aplicarían a la comercialización fuera de la Unión Europea.

En este sentido, se hace constar que el documento para el proceso de recepción de ofertas “...para **determinados territorios de Europa**”, incluye territorios europeos pertenecientes y no pertenecientes a la Unión Europea.

También se advierte, que con objeto de no reiterar las observaciones en la valoración de los tres documentos de “Procesos de recepción de ofertas”, una vez realizadas respecto del primer documento se entenderán hechas para los tres procesos siempre que se hayan recogido en las otras propuestas.

En todo caso, el presente informe no va a valorar la compatibilidad de las condiciones de comercialización con los artículos 1 y 2 de la Ley 15/2007, de Defensa de la Competencia (LDC) y 101 y 102 del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea (TFUE), en la medida que no es el cauce procedimental adecuado, sin perjuicio de que la CNMC pueda en un momento posterior, de oficio o tras una denuncia, investigar la compatibilidad con la normativa de competencia de las actuaciones que finalmente lleve a cabo la RFEF en relación con la comercialización de estos derechos audiovisuales.

Antes de iniciar la valoración de las condiciones de comercialización es de destacar que el presente informe es el quinto elaborado a petición de la RFEF durante el año 2019. Efectivamente, en el año 2019, la CNMC ha elaborado a petición de la Real Federación Española de Fútbol los siguientes informes:

- INF/DC/053/19: INFORME SOBRE LA PROPUESTA DE LA RFEF PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE LOS DERECHOS DE RETRANSMISIÓN AUDIOVISUAL EN ESPAÑA DE LA FINAL DEL CAMPEONATO DE ESPAÑA, COPA DE S.M. EL REY PARA EL AÑO 2019, de 16 de abril de 2019.
- INF-DC-062-19: INFORME SOBRE LA PROPUESTA DE LA RFEF PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE LOS DERECHOS DE RETRANSMISIÓN AUDIOVISUAL EN EUROPA E INTERNACIONAL DE LA FINAL DEL CAMPEONATO DE ESPAÑA, COPA DE S.M. EL REY PARA EL AÑO 2019, de 30 de abril de 2019.
- INF/DC/094/19: INFORME SOBRE LA PROPUESTA DE LA RFEF PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE LOS DERECHOS DE EXPLOTACIÓN DE CONTENIDOS AUDIOVISUALES EN ESPAÑA, EUROPA E INTERNACIONAL DE LA COPA DE S.M. EL REY PARA LAS TEMPORADAS 2019-2020/2021-2022, de 18 de julio de 2019.
- INF/DC/118/19: INFORME SOBRE LAS PROPUESTA DE LA REAL FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE FÚTBOL PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE LOS DERECHOS DE RETRANSMISIÓN AUDIOVISUAL DE LA FASE PREVIA TERRITORIAL Y DE LOS RESÚMENES DE LA COPA DE S.M. EL REY PARA LAS TEMPORADAS 2019-2020 A 2021-2022, de 3 de septiembre de 2019.

El título de los documentos objeto del presente informe: “Proceso de recepción de ofertas para la contratación de **determinados** derechos” permite deducir que la RFEF va a presentar otras solicitudes de Informes previos para **otros derechos** distintos de los ofertados (de hecho, como se ha anticipado, ha presentado una

nueva petición de informe con fecha 9 de octubre de 2019, sexta en este año³). Desde la perspectiva de la seguridad jurídica de los operadores interesados, al objeto de que pueden conocer mejor el valor potencial y el alcance de los derechos por los que optan, así como de los clubes, a quienes correspondería explotar los derechos no comercializados de manera centralizada, se insta a la RFEF a una planificación previa y presentación conjunta de aquellas solicitudes de similares características. Ello además redundaría en la optimización en el uso de los recursos y la eficiencia de la actuación administrativa por parte de la CNMC, en la emisión de los informes.

En todos los informes anteriores, la CNMC ha realizado una serie de observaciones de fondo respecto al objeto, ámbito de aplicación, titularidad y contenido de los derechos audiovisuales ofertados, que la RFEF debería adoptar para adecuar sucesivas propuestas al Real Decreto-ley. Sin embargo, estas observaciones no han sido tenidas en cuenta en las tres Propuestas de condiciones de comercialización presentadas y objeto de este informe. Por ello, se reiteran de nuevo las observaciones a las condiciones comunes a los tres documentos, instando de nuevo a la RFEF a su adopción con el fin de cumplir con lo establecido en el Real Decreto-ley 5/2015:

1. El artículo 1.1 dispone que el objeto de la norma es regular la *comercialización* de los derechos de explotación audiovisual de las dos principales competiciones de fútbol. Por tanto, la norma ampara exclusivamente la comercialización de los derechos, es decir, no estarían comprendidas en el ámbito del real decreto-ley otras actividades fuera de esta comercialización tales como la *explotación, la emisión, la producción o la difusión directa* por la RFEF.

La CNMC ya se manifestó sobre este particular en los informes INF/DC/062/19, INF/DC/094/19 y INF/DC/118/19 al señalar:

“Por otra parte, la norma legal otorga a la RFEF la facultad de comercialización conjunta de los derechos audiovisuales, pero no así la producción o explotación directa de los mismos....

En este sentido se recuerda que la RFEF es la entidad comercializadora de los derechos de explotación, pero la norma no le atribuye ni reserva ningún derecho de creación, emisión, difusión, explotación de los contenidos, por lo que las referencias a estos derechos a lo largo del PL no se sustentan en las previsiones del Real Decreto-Ley y exceden de la facultad que le ha sido otorgada.”

A lo largo de las propuestas presentadas por la RFEF con fecha 4 de octubre de 2019 en relación a los derechos audiovisuales de la Supercopa para las temporadas 2019 a 2022 se contienen las siguientes manifestaciones: *“La RFEF será la responsable de la producción audiovisual de todos los partidos”, “La producción de los partidos será realizada por la RFEF ya sea a través de sus*

³ Solicitud de informe relativa al Proceso de recepción de ofertas para la comercialización de los derechos de streaming para apuestas en directo para los mercados internacionales y europeos (excluida España).

propios medios técnicos y humanos o de terceros especializados “, “La RFEF, en su condición de productor de los partidos y los resúmenes...”, etc.

Por ello, la CNMC mantiene y reitera lo señalado en informes previos (INF/DC/118/19, respecto de los partidos de la fase previa territorial) en relación a que la producción deba ser responsabilidad del adjudicatario y por tanto objeto de licitación.

2. En relación con la facultad de producir señalada en el apartado anterior, debemos hacer mención a la previsión sobre **titularidad de los derechos** recogida en el artículo 2 apartados 1, 2 y 4 de la norma:

*“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....*

*4. Los **derechos** audiovisuales **no incluidos** en el ámbito de aplicación de este real decreto-ley podrán ser explotados y comercializados individualmente por los clubes o entidades participantes, directamente o a través de terceros.”*

Asimismo, el artículo 8.1 del Real Decreto-ley establece que el órgano de control de la gestión de los derechos audiovisuales de la RFEF tiene la función respecto a las competiciones que comercialice de:

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

La CNMC ya se manifestó en este sentido en el INF/DC/062/19 al señalar que:

- *“La titularidad de los derechos audiovisuales corresponde a los clubes.”*
- *“En relación con la propiedad intelectual, la RFEF manifiesta que mantendrá la titularidad de todos los Derechos de Propiedad Intelectual de la Copa de S.M. El Rey Final 2019., sus marcas y signos distintivos, etc., no encontrándose esto amparado por el Real Decreto-Ley como se ha señalado.”*

Sin embargo, la RFEF a lo largo de los tres documentos realiza afirmaciones tales como *“la RFEF, en su condición de productor de los partidos y los resúmenes, ostentará la totalidad de los derechos de propiedad intelectual, pudiendo ser explotados en cualquier medio o soporte, sin limitación alguna.”*

Por ello, se recuerda nuevamente a la RFEF que la norma solo le atribuye la función de establecer el patrón para la producción y realización de la grabación audiovisual, en el contexto del órgano de control de la gestión de los derechos audiovisuales, pero no la función de realizar la producción misma. El Real Decreto-ley dispone que la **titularidad de los derechos audiovisuales corresponde a los clubes**.

Resulta en este sentido destacable que en dos distintos apartados del documento sometido a informe⁴ la RFEF reconozca a los clubes/SAD participantes su condición de productores de los partidos y en tal medida la (co)titularidad de los derechos de propiedad intelectual sobre los contenidos y grabaciones audiovisuales (archivos) generados. Si bien ello resulta contradictorio con la calificación que en otras cláusulas se realiza de la RFEF como productora sin matices, supone un reconocimiento de tal titularidad en favor de los clubes/SAD.

3. Respecto a los **contenidos audiovisuales** objeto de comercialización, como establece el artículo 1.1 segundo párrafo del Real Decreto-ley, se trata de *“los eventos que se desarrollen en el terreno de juego, incluyendo las zonas del recinto deportivo visibles desde el mismo, desde los dos minutos anteriores a la hora prevista para el inicio del acontecimiento deportivo hasta el minuto siguiente a su conclusión”*.

En este sentido, la CNMC ya señaló en los INF/DC/053/19 y INF/DC/062/19:

“...los contenidos audiovisuales objeto de comercialización “comprenden los eventos que se desarrollen en el terreno de juego, incluyendo las zonas del recinto deportivo visibles desde el mismo, desde los dos minutos anteriores a la hora prevista para el inicio del acontecimiento deportivo hasta el minuto siguiente a su conclusión.”

*Por tanto, en **todo lo que se excedan los tiempos** mencionados en el párrafo anterior, los contenidos audiovisuales ofrecidos por la RFEF no se encontrarían amparados por el Real Decreto-ley 5/2015.”*

Esta aseveración también se recogía en el INF/DC/094/19:

*“Esta limitación tanto espacial como temporal es importante a la hora de determinar qué contenidos son objeto de comercialización, pues **estarían fuera de su objeto** cualquier contenido que no se encuentre dentro de las zonas del recinto deportivo visibles desde el mismo y del periodo de tiempo establecido, tales como: los **programas previos al partido, las entrevistas o las ruedas de prensa** que se celebren con anterioridad o posterioridad y/o fuera del terreno de juego y de las zonas visibles del recinto, etc.”*

⁴ Cláusulas 6. i) y 11.

Sin embargo, la RFEF vuelve a señalar que el adjudicatario podrá realizar entrevistas en una zona específica inmediatamente después de las semifinales y final. También podrá realizar entrevistas a jugadores y entrenadores en los días anteriores a las semifinales y la final, siempre en colaboración con los departamentos de prensa de los clubes y de la RFEF, por lo que estos contenidos audiovisuales ofertados estarían fuera de los comprendidos en la norma legal.

4. En cuanto a las **Oportunidades y obligaciones** comerciales relativas a la publicidad, se establecen una serie de obligaciones al adjudicatario como son:
- la puesta a disposición de la RFEF de unos tiempos promocionales con carácter gratuito que contengan imágenes de las entidades patrocinadoras
 - el derecho de adquisición preferente de hasta 8 minutos de tiempos publicitarios que serán ofrecidos a los miembros del Programa de Patrocinio
 - la prohibición de celebrar contratos de patrocinio con entidades que se entienda que patrocinan a la RFEF o a la competición, la prioridad de los espacios publicitarios que se reserve la RFEF y la imposición de condiciones cuando el adjudicatario haya contratado publicidad con una marca del mismo sector que la de los patrocinadores oficiales de la RFEF.

Cabe destacar como condición especialmente restrictiva y no justificada la previsión de que “Entre los spots previos a la retransmisión de cada parte del partido que pudiera emitir el adjudicatario y que sean de marcas que colisionen con la exclusividad del sector del Programa de Patrocinio de la RFEF, y la emisión de la carátula de patrocinio, se situarán al menos dos espacios comerciales de protección de marcas cuyos sectores no sean coincidentes con los integrantes del programa de patrocinio de la RFEF”.

Hay que señalar que la CNMC ya recordó en anteriores informes (INF/DC/118/19, INF/DC/094/19, INF/DC/053/19) su posición, manifestada en el INF/DC/041/18 relativo a la propuesta de comercialización de los Derechos de retransmisión de la Final de la Copa 2018:

“La introducción de estas cargas publicitarias adicionales no sólo implica una restricción de la libertad de empresa, sino, sobre todo, una limitación de la capacidad del operador de televisión adjudicatario de cara a rentabilizar económicamente los derechos audiovisuales que la RFEF tiene intención de licitar.

*Por todo ello, la **CNMC considera que este tipo de disposiciones deben ser eliminadas** tanto del borrador de solicitud de ofertas como del borrador de contrato, ya que suponen la imposición de una limitación injustificada de la libertad de empresa y de la capacidad de rentabilización económica del*

operador adquirente de los derechos y no se basan en ninguna circunstancia objetiva admisible.”

Por tanto, la CNMC vuelve a insistir en la opinión expresada en los cuatro anteriores informes respecto a que estas condiciones suponen una limitación injustificada de la libertad de empresa y de la capacidad de rentabilizar económicamente los derechos por parte del adjudicatario, sin justificación objetiva alguna.

5. Los tres documentos de Condiciones de comercialización de los derechos audiovisuales contienen diversos apartados bajo diferentes denominaciones tales como *Derechos no exclusivos, derechos reservados, otros derechos*, etc. en los que la RFEF se arroga una serie de derechos que no encuentran apoyo en la norma.

Como ya se ha mencionado anteriormente, el artículo 2.1 del Real Decreto-ley establece que *la titularidad de los derechos audiovisuales incluidos en el ámbito de aplicación de esta ley corresponde a los clubes*. Al mismo tiempo, el 2.4 señala que *aquellos derechos no incluidos en el ámbito de aplicación podrán ser explotados y comercializados individualmente por los clubes directamente o a través de terceros*. Finalmente, el artículo 4.7 dispone que *“los derechos audiovisuales incluidos en el ámbito de aplicación del real decreto-ley que no sean objeto de comercialización conjunta serán explotados y comercializados por los clubes directamente o por terceros.”*

Por ello, el Real Decreto-ley no otorga derechos a la RFEF mas allá de la facultad de comercialización. En este sentido, la CNMC ya se manifestó en los dos primeros informes elaborados en 2019:

INF/DC/053/19: *“De acuerdo con el Real Decreto-ley, la RFEF es la entidad comercializadora de los derechos de explotación, pero la norma no le atribuye ni reserva ningún derecho de explotación de los contenidos por lo que lo previsto en este apartado no se sustenta en ninguna norma y excede de la facultad que le ha sido otorgada.”*

INF/DC/062/19: *“La previsión de reserva de derechos a favor de la RFEF o la explotación de derechos por parte de la RFEF no se encuentra amparada por esta norma legal. En concreto, el Real Decreto-ley no ampara la reserva del derecho a explotar por parte de la RFEF las jugadas destacadas, los contenidos relacionados a través de su plataforma oficial (entrevistas, imágenes, etc.), ni ningún otro derecho a comunicar noticias, informaciones o estadísticas, etc.”*

Estas observaciones también fueron recogidas en los dos últimos informes: INF/DC/094/19 e INF/DC/118/19.

Como ya se puso de manifiesto en el INF/DC/094/19 relativo a la Copa del Rey, las propuestas de comercialización presentan aspectos susceptibles de mejora en cuanto a la justificación y claridad de los criterios de solvencia y de adjudicación recogidos” generando *“un incumplimiento de los principios de*

publicidad, transparencia y no discriminación que deben regir las condiciones de comercialización, no alcanzando en este aspecto el procedimiento propuesto el estándar mínimo exigible en relación con los criterios detallados en el artículo 4.4 del Real Decreto-ley.”

6. En cuanto al Calendario del procedimiento, debería valorarse ampliar los plazos establecidos para presentar de ofertas, aclaraciones y realizar posibles subsanaciones, al considerarse demasiado ajustados, con el fin de posibilitar la participación del mayor número posible de competidores.
7. Finalmente, la RFEF debe incluir las referencias al derecho de emisión de breves resúmenes informativos de los acontecimientos de interés general por los restantes prestadores del servicio de comunicación audiovisual, tal y como establecen el artículo 19 de la Ley 7/2010 General de la Comunicación Audiovisual y los artículos 14 y 15 de la Directiva 2010/13/UE, de 10 de marzo, de Servicios de Comunicación Audiovisual en los términos señalados por la Sala de Supervisión Regulatoria de la CNMC en sus distintas Resoluciones.

V. VALORACIÓN DE LAS CONDICIONES DE COMERCIALIZACIÓN DE LOS DERECHOS AUDIOVISUALES EN ESPAÑAA continuación, se procede a valorar aquellos aspectos específicos del PRO a la luz de las condiciones de comercialización conjunta de los derechos audiovisuales establecidas en el artículo 4.4 del Real Decreto-ley 5/2015.

DERECHOS OFERTADOS

El PRO indica que el derecho se concede para la explotación exclusiva y **en directo** con cobertura estatal para su emisión mediante los **siguientes soportes de radiodifusión televisiva**: televisión digital, internet, cable y satélite.

Sin embargo, al indicar el contenido del lote ofertado, se incluye no solo el programa en directo, sino programas en diferido, resúmenes y programas de video a la carta y proyecciones públicas. Por tanto, la RFEF debería aclarar este punto además de **confirmar que se trata de un único lote (“Lote 1”) con varios derechos y no de varios lotes**.

En relación con la emisión, el Anexo 3 relativo a las condiciones que rigen el contrato de licencia indica que: *“Los adjudicatarios tienen derecho a explotar sus derechos utilizando cualquier medio de comunicación (incluyendo, pero no limitado a satélite y/o TDT) ...”*. Esta previsión parece más amplia que la indicada en el propio PRO, por lo que también debería ser objeto de revisión.

Asimismo, parecería más adecuado recoger la exclusión de derechos en este apartado de DERECHOS OFERTADOS y no dentro de los DERECHOS NO EXCLUSIVOS, como es el caso de la exclusión de los derechos relativos *“al acceso por parte de plataformas de juego y/o casas de apuesta online a los derechos con el fin de realizar prácticas de retransmisión en “streaming” para fines relacionados con las apuestas y el sector del juego”*.

En lo relativo a las proyecciones públicas, se limitan las mismas a la previa aprobación por escrito de la RFEF, sin delimitar en absoluto los criterios para tal aprobación, lo que supone una indeterminación del contenido de los derechos que se ofertan.

DERECHOS NO EXCLUSIVOS

Con independencia de lo expuesto anteriormente respecto a los derechos no exclusivos, la previsión del derecho a la retransmisión en sus plataformas de las imágenes de los partidos en diferido a partir de 1 hora después de la finalización de los mismos, excede de lo establecido para los clubes en el artículo 2.3 a) del Real Decreto-ley, que establece que podrá realizarse a partir de *la finalización de la jornada deportiva* y establece una atribución de derechos a la RFEF no previstos en el Real Decreto-ley.

PRODUCCIÓN

En relación a los costes de producción por cuenta del adjudicatario, detallados en el Anexo 1, se reitera la posición de la CNMC tanto respecto a las facultades otorgadas a la RFEF como al método de determinación de los costes (INF/DC/94/19):

- *“En cuanto a los costes de producción que corren a cuenta del adjudicatario, se ha reiterado en éste y en previos informes el alcance limitado de las facultades que le han sido otorgadas a la RFEF, limitadas a “la comercialización conjunta de los derechos audiovisuales incluidos en el ámbito de este real decreto-ley”. No obstante, cabe cuestionar que respecto de tales costes no se especifique si las tarifas mencionadas en las condiciones se ajustan a precios de mercado ni se determinen los criterios utilizados para elaborarlas.”*

Adicionalmente, debe señalarse asimismo el diferente tratamiento de los costes de producción en el caso de los derechos internacionales (1.500 euros por cada operador adjudicatario) por comparación con el sistema de compartición de costes previsto en el Anexo 1 para los operadores adjudicatarios en territorio español, lo que puede suponer una discriminación injustificada respecto de estos últimos.

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Se valora positivamente la previsión de que la RFEF señale la necesidad de facilitar las entrevistas vinculadas a la personalización de la producción en favor del adjudicatario, no obstante no se precisa la forma de garantizar o acreditar por parte de los clubes la colaboración necesaria.

FORMATO, PROCEDIMIENTO Y REQUISITOS PARA LA PRESENTACIÓN DE OFERTAS

En este apartado se reproduce lo manifestado por la CNMC en su informe INF/DC/094/19, dado que ninguna de estas observaciones ha sido adoptada por la RFEF:

- *“En primer lugar, se observa cierta discrecionalidad por parte de la RFEF al reservarse el derecho a rechazar cualquier oferta que esté condicionada y o sujeta a cualquier condición, cuando el real decreto-ley solo establece que las*

- ofertas de los licitadores “no podrán estar condicionadas a la adquisición de lotes o a la concurrencia de determinados eventos”*
- *No se justifica el establecimiento de un procedimiento de presentación de ofertas en España (en papel ante Notario) diferente y más gravoso del previsto para Europa (en el que se permite la presentación electrónica).*
 - *Respecto al proceso de evaluación de las ofertas, como la CNMC viene señalando en sus informes⁵ los criterios de valoración deben ser cuantificados con el fin de reducir al máximo los márgenes de discrecionalidad. Al no haber fijado el PRO unos criterios objetivos para valorar los requisitos de solvencia profesional y/o técnica de los licitadores, que establece, tales requisitos pueden constituir, una barrera de entrada para nuevos entrantes. A falta de justificación de los concretos requisitos de solvencia económica y profesional, su valoración es necesariamente subjetiva y deja una amplia discrecionalidad a la RFEF para elegir al adjudicatario de los derechos.*
 - *Respecto al Otorgamiento de los derechos, se recuerda lo señalado por la CNMC en su Informe INF/DC/053/19 respecto a lo dispuesto en este apartado: “Ningún acuerdo de derechos de difusión en los medios será vinculante para la RFEF hasta que dicho acuerdo haya sido aceptado, a su entera discreción, y plenamente otorgado por la RFEF...”.*
Entiende esta Sala que la adjudicación del contrato a la empresa que ha resultado adjudicataria debe realizarse siempre que ésta cumpla con todas las condiciones impuestas en el PRO, no pudiendo la RFEF imponer nuevas u otras condiciones no recogidas en el PRO para proceder a la firma del acuerdo y alcanzar la ejecutividad pretendida.”

Al establecer el contenido de la oferta a aportar se señala la necesidad de formalizar un aval bancario sobre el valor de la oferta anual para las temporadas 2020/1 y 2021/22. Esta previsión de aval bancario, si se entiende como del mismo valor de la oferta anual, parece excesiva.

Debe añadirse a las anteriores consideraciones que el establecimiento como requisito para las ofertas económicas de los operadores que emitan en SD de un importe superior en un 20% a las ofertas de los que emitan en HD para que sean consideradas equivalentes, puede llevar a una exclusión de operadores, como ya se indicó en el INF/DC/053/19 en relación a la diferenciación prevista en la valoración de las ofertas del 30%.

Por otra parte, la previsión relativa al caso de empate entre varias ofertas y la posibilidad de mejora (cláusula 13.7) resulta insuficientemente precisa.

Asimismo, en lo relativo al precio de reserva secreto “del paquete” (cláusula 13.11), éste no se compadece con un procedimiento abierto y competitivo. Además, no se establece de forma coherente con la previsión relativa a que la adjudicación se realizará a la mejor oferta económica (cláusula 11.7). En el supuesto de que no se alcance el precio de reserva, la RFEF se arroga la facultad, sin establecer más criterios, de adjudicar el concurso a la mejor oferta o bien convocar una nueva ronda

⁵ INF/DC/053/19.

de ofertas entre los candidatos admitidos, ahora sí informados del importe del precio de reserva, al objeto de adjudicarse al candidato que alcance el precio de reserva.

Para la comercialización en determinados territorios de Europa se precisa que en el supuesto de cancelación del concurso debido a que en la segunda ronda tampoco se alcance el precio de reserva y así decida hacerlo la RFEF en lugar de adjudicarlo a la mejor oferta, se solicitará nuevo informe a la CNMC, previsión esta última que no se establece para la comercialización en España. Resulta preciso señalar que el informe a la CNMC corresponderá en todo caso si se cambian las condiciones del procedimiento previamente informado por la CNMC.

VI. VALORACIÓN DE LAS CONDICIONES DE COMERCIALIZACIÓN DE LOS DERECHOS AUDIOVISUALES EN EUROPA

La valoración de la propuesta de condiciones de comercialización de los derechos audiovisuales en Europa se realiza a la luz de las condiciones establecidas en el artículo 4 del Real Decreto-ley 5/2015, a excepción del 4.4 g). de aplicación exclusivamente al mercado nacional.

En primer lugar, el documento en su OBJETO informa que la RFEF contará con la asistencia de la *entidad SPORTRADAR*, la cual actuará como asesor. Esta Comisión señala de nuevo que la RFEF no informa de los términos en que se desarrolla tal asesoramiento, ni de las facultades otorgadas a la misma, por lo que la CNMC no puede emitir informe sobre la sujeción a lo establecido en el Real Decreto-ley 5/2015, al no poder constatar que se trata estrictamente de un servicio de asesoramiento. Adicionalmente, sería necesario garantizar que los asesores expertos no pueden participar, ni directa ni indirectamente, en las licitaciones de los derechos, evitando un posible conflicto de intereses entre el asesor designado y las empresas participantes en la licitación.

DERECHOS OFERTADOS

En cuanto al territorio de los lotes ofertados recogidos en el Anexo 1 del PL, sería recomendable que, en aras de la claridad y transparencia, figurarán en ese anexo todas las características de los lotes enumeradas en el artículo 4.4 a) del Real Decreto-ley.

GASTOS (negociación)

En este apartado, la RFEF hace mención a posibles negociaciones con el candidato en el siguiente sentido:

“El candidato es responsable de todos los costes, gastos y responsabilidades en que incurra o cualquier tercero que le asista en la preparación de su Oferta y en cualquier etapa posterior del proceso de la oferta (incluidas cualesquiera negociaciones con la RFEF) ...”

La CNMC recuerda que ya se manifestó sobre esta cuestión en el INF/DC/062/19 señalando:

“El Real Decreto-ley faculta a la RFEF a la comercialización de los derechos de explotación mediante un procedimiento público, transparente, competitivo y sin discriminación por lo que la negociación de las condiciones al margen de este procedimiento estaría fuera del amparo de la norma legal. Por otra parte, este mecanismo impediría cumplir el requisito legal de que las condiciones sean objeto de informe por parte de la CNMC.”

VII. VALORACIÓN DE LAS CONDICIONES DE COMERCIALIZACIÓN DE LOS DERECHOS AUDIOVISUALES EN LOS MERCADOS INTERNACIONALES

El Real Decreto-ley 5/2015 regula las condiciones de comercialización en los mercados internacionales en su artículo 4, a excepción de los apartados 2, 3 primer párrafo y 4, que no le son de aplicación.

En concreto, es el artículo 4.5 del Real Decreto-ley 5/2015 el que establece que las condiciones de comercialización en los mercados internacionales se deben ajustar a la obligación de hacer públicas dichas condiciones y ofrecer a través de la web información actualizada sobre los contratos de comercialización vigentes. Al mismo tiempo, la norma dispone que las condiciones se someterán a informe previo de la CNMC.

En este sentido, la CNMC realiza las siguientes observaciones a las condiciones de comercialización en los mercados internacionales presentadas por la RFEF:

- Respecto al procedimiento de licitación, la propuesta no establece ninguna clase de procedimiento: no fija su inicio, forma de publicación, calendario para el proceso, plazo para consultas, subsanación de posibles defectos, etc. Si bien el contenido mínimo obligado en el caso de las condiciones de comercialización de los derechos audiovisuales en los mercados internacionales se regula en el Real Decreto-ley de forma comparativamente más somera (art. 4.5 en relación con art. 4.3), sería apropiado, para salvaguardar los principios de objetividad, no discriminación y libre competencia en el procedimiento de adjudicación, que la RFEF desarrollara dentro de las condiciones de comercialización las líneas generales del procedimiento de adjudicación: presentación de ofertas, requisitos, fase de adjudicación, sin perjuicio de las especificidades propias de las condiciones en cada país.
- La presentación de ofertas se realizará a un email no determinado, no contemplándose ningún mecanismo que asegure la confidencialidad de las mismas.
- El documento carece de un procedimiento de apertura de ofertas y de criterios de valoración y ponderación de los requisitos técnicos y organizativos, indicando simplemente que se tendrá en cuenta la rentabilidad económica de la oferta, el interés deportivo y el valor de los derechos que pueda aportar el adjudicatario.

En este sentido como se señalaba en el INF/DC/094/19, remitiéndose al INF/DC/062/19:

“el artículo 4.5 del Real Decreto-ley 5/2015 establece que las condiciones de

comercialización en los mercados internacionales deben ser públicas, por lo que es necesaria la existencia y el establecimiento de unas condiciones de comercialización que deban cumplirse con independencia del país en que se comercialice. Se exige, por otra parte, que estas condiciones sean objeto de informe previo por parte de la CNMC por lo que la determinación de condiciones en un momento posterior no permitiría cumplir este requisito. A este respecto, se deberían fijar de antemano los aspectos que pueden ser objeto de negociación, los criterios a utilizar y que estos se hagan públicos de forma que sean idénticos y conocidos para todos los licitadores.”

- El Anexo 1 establece un listado de territorios sobre los que se indica su carácter exclusivo o no exclusivo, debiendo señalar también si es en abierto o de pago.

VIII. CONCLUSIÓN

Vistos los documentos de Propuesta de comercialización de determinados derechos de retransmisión audiovisual relacionados con la Supercopa de España para las temporadas 2019 a 2022 en España, Europa y en los mercados internacionales, presentada por la RFEF para la emisión de Informe previo, la CNMC concluye que **no cumplen con los requisitos establecidos en el Real Decreto-ley 5/2015**.

Con el fin de adecuar las propuestas de comercialización sometidas a informe a la norma y a los principios de Competencia, la RFEF debería:

- Definir las facultades que le han sido otorgadas y limitarlas a “la comercialización conjunta de los derechos audiovisuales incluidos en el ámbito de este real decreto-ley”.
- Eliminar la mención a la titularidad de derechos que no tiene reconocidos.
- Adecuar los contenidos audiovisuales objeto de comercialización a los tiempos mencionados en el artículo 1.1 del Real Decreto-ley 5/2015, salvo que se cuente con otro amparo para tal comercialización.
- No incluir oportunidades y obligaciones comerciales relativas a la publicidad que no se encuentran amparadas por la norma jurídica de aplicación y que resultan injustificadas y contrarias al principio de libertad de empresa.
- No incluir las reservas de derechos, derechos no exclusivos, derechos incluidos, derechos reservados, otros derechos, etc., que no se justifican.
- Reformar aquellos aspectos señalados en el informe contrarios a los principios de publicidad, transparencia, competitividad y no discriminación en el proceso de adjudicación de los derechos.

El Real Decreto-ley 5/2015 ampara la comercialización centralizada de los derechos señalados en el artículo 1.1. El artículo 2.4 prevé que el resto de derechos podrán ser explotados de manera individual por los clubes, por lo que su explotación por parte de la RFEF no estaría amparada por la norma legal. Evidentemente ello no quiere decir que la RFEF no pueda explotar esos derechos, pero para ello deberá haber obtenido previamente las facultades para ello, unas facultades que deben haber concedido los clubes previo contrato o acuerdo,

siempre que ello resulte compatible con el ordenamiento jurídico y en particular con la normativa en materia de competencia. La CNMC no dispone de información sobre si la RFEF ha obtenido el derecho para comercializar estos derechos más allá del artículo 1.1. del Real Decreto-ley 5/2015 y si ello se ha producido de manera lícita, por lo que subraya que la comercialización conjunta de derechos diferentes a los señalados en el artículo 1.1 no se efectúan por imperativo de lo establecido en el Real Decreto-ley 5/2015, lo que sí ocurre con los derechos previstos en el artículo 1.1.

En ese sentido, se reitera que la Propuesta de comercialización presentada por la RFEF estará sujeta a los artículos 1 y 2 de la Ley 15/2007, de Defensa de la Competencia (LDC), y 101 y 102 del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea (TFUE), en todos aquellos aspectos que excedan el amparo recogido en el Real Decreto-ley 5/2015.