



**COMISIÓN NACIONAL DE LOS
MERCADOS Y LA COMPETENCIA**



**INF/DC/142/21 INFORME SOBRE LA
PROPUESTA DE LA RFEF PARA LA
COMERCIALIZACIÓN DE LOS DERECHOS DE
EXPLOTACIÓN DE CONTENIDOS
AUDIOVISUALES EN LOS MERCADOS
INTERNACIONALES DE LA SUPERCOPA DE
ESPAÑA PARA LAS TEMPORADAS 2022/23,
2023/2024, 2024/25, Y EN SU CASO, 2025/26 y
2026/27.**

30 de noviembre de 2021

1. ANTECEDENTES	4
2. MARCO NORMATIVO	4
3. CONTENIDO DE LA PROPUESTA OBJETO DE INFORME PREVIO	9
3.1. IDENTIFICACIÓN DE LA RFEF Y ASESORES. FORMATO DE LA COMPETICIÓN.....	10
3.2. DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS AUDIOVISUALES OFERTADOS....	10
3.2.1. Lotes objeto de comercialización	10
3.2.2. Temporadas	11
3.2.3. Territorios	12
3.2.4. Producción de los partidos y de los resúmenes por parte de la RFEF	13
3.2.5. Derechos excluidos y derechos no exclusivos	13
3.2.6. Condiciones de pago	14
4. FORMATO Y REQUISITOS PARA LA PRESENTACION Y RECEPCION DE OFERTAS. EVALUACIÓN Y ADJUDICACIÓN. PRECIO DE RESERVA.....	14
5. VALORACIÓN DE LA PROPUESTA PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE LOS DERECHOS AUDIOVISUALES EN LOS MERCADOS INTERNACIONALES DE LA SUPERCOPA DE ESPAÑA, TEMPORADAS 2021/22 A, EN SU CASO, 2026/2027	17
5.1. Atribución de derechos más allá del Real Decreto-Ley 5/2015	18
5.2. Restricciones ligadas a publicidad	21
5.3. Derechos ofertados	22
5.4. Requisitos para la presentación de ofertas y procedimiento de adjudicación	24
5.5. Sobre las temporadas ofertadas y la duración de los contratos de comercialización con los adjudicatarios	26
6. CONCLUSIÓN	28

**INFORME SOBRE LA PROPUESTA DE LA RFEF PARA LA
COMERCIALIZACIÓN DE LOS DERECHOS DE EXPLOTACIÓN DE
CONTENIDOS AUDIOVISUALES EN ÁMBITO INTERNACIONAL DE LA
SUPERCOPA DE ESPAÑA PARA LAS TEMPORADAS 2022/23, 2023/2024,
2024/25, Y EN SU CASO, 2025/26 y 2026/27.**

**INF/DC/142/21 SUPERCOPA MERCADOS INTERNACIONALES/REAL
FEDERACIÓN DE FÚTBOL**

CONSEJO. SALA DE COMPETENCIA

Consejeros

D^a. María Ortiz Aguilar

D^a. María Pilar Canedo Arrillaga

D. Carlos Aguilar Paredes

D. Josep Maria Salas Prat

Secretario de la Sala

D. Miguel Bordiú García-Ovies

En Madrid, a 30 de noviembre de 2021

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 los mercados internacionales de la Supercopa de España para las temporadas 2022/23, 2023/2024, 2024/25, y en su caso, 2025/26 y 2026/27, en virtud de lo establecido en el artículo 4.5 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, que tuvo entrada en la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) el 5 de noviembre de 2021, la **SALA DE COMPETENCIA** acuerda emitir el siguiente informe.

INF/DC/142/21

INFORME SOBRE LA PROPUESTA DE LA RFEF PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE LOS DERECHOS DE EXPLOTACIÓN DE CONTENIDOS AUDIOVISUALES EN MERCADOS INTERNACIONALES DE LA SUPERCOPA DE ESPAÑA PARA LAS TEMPORADAS 2022/23, 2023/2024, 2024/25, Y EN SU CASO, 2025/26 y 2026/27.

INF/DC/142/21 RFEF –COPA DE ESPAÑA EN MERCADOS INTERNACIONALES

1. ANTECEDENTES

- (1) Con fecha 5 de noviembre de 2021, tuvieron entrada en la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (en adelante CNMC) cinco solicitudes 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 de (i) la Copa de S.M. el Rey y (ii) la Supercopa de España, en los mercados internacionales, para las temporadas 2022/23, 2023/2024, 2024/25, y en su caso, 2025/26 y 2026/27, así como solicitudes de informe previos a la comercialización de contenidos audiovisuales relacionados con las competiciones de (iii) fútbol femenino, (iv) fútbol masculino aficionados y (v) fútbol Sala, en España y Andorra, para hasta cinco temporadas, con inicio en la temporada 2022/23 o en la 2023/2024. Estos informes se solicitan 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).
- (2) En el presente informe será objeto de análisis la propuesta de comercialización de los derechos de explotación de contenidos audiovisuales de la Supercopa de España.
- (3) La solicitud de informe de la RFEF, de 5 de noviembre de 2021, se acompaña de un documento consistente en las bases de la Oferta Internacional, y cuatro anexos denominados:
 - Anexo 1: Listado de Territorios en los que la RFEF ofrece los derechos
 - Anexo 2: FORMATO DE LA CARTA DEL LICITADOR PARA FORMALIZAR UNA OFERTA Y OFERTA ECONÓMICA PARA LA ADQUISICIÓN DE LOS DERECHOS DE EXPLOTACIÓN DE LAS TEMPORADAS 2022/2023 2023/2024, 2024/25, Y EN SU CASO, LAS TEMPORADAS 2025/26 Y 2026/27.
 - Anexo 3: Declaración responsable
 - Anexo 4: CONTRATO SUPERCOPA

2. MARCO NORMATIVO

- (4) El Real Decreto-ley 5/2015 establece su objeto en el párrafo primero del artículo 1.1:

“El objeto de este real decreto-ley es establecer las normas para la comercialización de los derechos de explotación de contenidos audiovisuales de competiciones futbolísticas correspondientes al Campeonato Nacional de Liga de Primera y Segunda División, a la Copa de S.M. el Rey, a la Supercopa de España y al resto de competiciones de ámbito estatal, tanto masculinas como femeninas, organizadas por la Real Federación Española de Fútbol¹; así como fijar los criterios para la distribución de los ingresos obtenidos entre los organizadores y participantes en las mismas.”

- (5) El alcance de los derechos audiovisuales de las competiciones futbolísticas objeto de comercialización conjunta se encuentra en el párrafo segundo del citado artículo 1.1²:

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

- (6) Lo previsto en el apartado 1.1, “se entiende sin perjuicio la emisión de breves resúmenes informativos a que hace referencia el artículo 19.3 de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual”.
- (7) Este artículo excluye de su ámbito los derechos de explotación de contenidos para su emisión a través de los servicios de comunicación audiovisual radiofónica.
- (8) El Real Decreto-ley 5/2015 reconoce expresamente que la titularidad de los derechos audiovisuales corresponde a los clubes, si bien establece la necesidad de ceder las facultades de comercialización conjunta del Campeonato Nacional de Liga de Primera y Segunda División a la Liga Profesional que se cree a tal efecto, en los siguientes términos:

“Artículo 2

1. La titularidad de los derechos audiovisuales incluidos en el ámbito de aplicación de esta ley corresponde a los clubes o entidades participantes en la correspondiente competición.

2. La participación en una competición oficial de fútbol profesional conllevará necesariamente la cesión por sus titulares a la entidad organizadora de las

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

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

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

- (9) Con independencia de las facultades concedidas a las entidades organizadoras, el club o entidad en cuyas instalaciones se dispute el acontecimiento deportivo de las competiciones mencionadas anteriormente se reservará la explotación de los siguientes derechos establecidos en el punto 3 del artículo 2 de Real Decreto-ley 5/2015:

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

b) La emisión en directo, dentro de las instalaciones en las que se desarrolle el acontecimiento deportivo, de la señal audiovisual televisiva correspondiente a dicho acontecimiento.”

- (10) Finalmente, el apartado 4 del artículo 2 dispone que aquellos derechos audiovisuales no incluidos en el ámbito de aplicación del Real Decreto-ley 5/2015 podrán ser explotados y comercializados individualmente por los clubes o entidades participantes, directamente o a través de terceros.

- (11) Los principios y condiciones que rigen la comercialización conjunta de los derechos audiovisuales se establecen en el artículo 4:

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

2. La comercialización de los derechos audiovisuales en los mercados nacional y de la Unión Europea podrá realizarse en régimen de explotación exclusiva o no exclusiva, incluyendo aquellas modalidades de

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

comercialización no exclusiva en igualdad de condiciones a todos los operadores interesados, de conformidad con lo previsto en este artículo.

3. Las entidades comercializadoras establecerán y harán públicas las condiciones generales que regirán la comercialización de los derechos de explotación de contenidos audiovisuales objeto de comercialización centralizada, incluyendo la configuración de las ofertas para su explotación en los mercados nacional y de la Unión Europea, sus agrupaciones en Lotes y los requisitos para su adjudicación y explotación, que deberán respetar en todo caso los límites y principios establecidos en este real decreto-ley.

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

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

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

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

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

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

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

f) La duración de los contratos de comercialización se supeditará a las normas de competencia de la Unión Europea

Esta modificación será operativa para la comercialización de los derechos de explotación de los contenidos audiovisuales objeto de comercialización centralizada que se aprueben a partir de la entrada en vigor del Real Decreto-ley 15/2020, de 21 de abril ⁴.

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

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

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

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

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

(12) Finalmente, debe tenerse en cuenta lo establecido en:

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

“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.”

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

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

“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

“El derecho de emisión en exclusiva no puede limitar el derecho a la información de los ciudadanos. 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”.

- (13) La propuesta de condiciones de comercialización de los derechos de explotación de contenidos audiovisuales de la Supercopa de España va a ser informada mediante el presente informe siguiendo el esquema siguiente: en primer lugar, se expondrá el contenido de la propuesta; en segundo lugar, una valoración de las condiciones particulares de la propuesta.

3. CONTENIDO DE LA PROPUESTA OBJETO DE INFORME PREVIO

- (14) Mediante el escrito presentado a la CNMC el 5 de noviembre de 2021, la RFEF solicita el informe previo al que alude el artículo 4.5 del Real Decreto-ley 5/2015 para la comercialización de los derechos de emisión en mercados internacionales de la Supercopa de España, para el período 2022/23, 2023/2024, 2024/25, y en su caso, 2025/26 y 2026/27
- (15) El proceso de licitación se recoge en el precitado documento denominado **“SUPERCOPA DE ESPAÑA”**.
- (16) El documento se estructura en diversos epígrafes:
- Identificación de la RFEF y asesores
 - Derechos que se comercializan
 - Formato y fechas de los partidos
 - Derechos asignados a la Supercopa
 - Producción de los partidos
 - Propiedad intelectual, marcas y activos digitales
 - Documentación general a presentar con las ofertas de cada lote
 - Evaluación y adjudicación
 - Contrato
 - Suspensión de la Licitación y/o adjudicaciones

- Confidencialidad

(17) A continuación, se realiza un resumen del contenido principal del borrador de Procedimiento, atendiendo al literal del texto, que posteriormente será objeto de valoración.

3.1. IDENTIFICACIÓN DE LA RFEF Y ASESORES. FORMATO DE LA COMPETICIÓN

(18) 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.

(19) Sin perjuicio de posibles cambios en el sistema de competición decididos por los órganos competentes de la RFEF, actualmente la Supercopa de España se estructura mediante el formato conocido como “Final Four”, que se disputará en tres días de competición, de los cuales, dos serán las semifinales y uno la final. Los partidos se disputarán mediante el sistema de eliminatoria a partido único.

(20) Las **fechas de celebración** están por determinar por la RFEF. Se ofrecen como jornadas previstas el miércoles y jueves para los partidos de semifinales y el sábado o domingo para la final.

(21) No se precisa el **horario de inicio** de los partidos; la RFEF determinará el **lugar de celebración** pudiendo ser en territorio nacional o en el extranjero.

3.2. DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS AUDIOVISUALES OFERTADOS.

(22) El objeto del procedimiento de licitación sometido a informe es la recepción de ofertas para la contratación de determinados derechos de retransmisión audiovisual relacionados con la competición Supercopa de España correspondiente a las temporadas 2022/23 hasta, en su caso, temporada 2026/2027, en el ámbito geográfico internacional en abierto o servicio de pago y en los siguientes soportes de distribución: televisión, cable, satélite, ADSL, wifi, internet, web incluidas OTT, 3G, 4G, 5G, dispositivos móviles y formas de distribución futuras, y en formato lineal o no lineal y bajo demanda.

3.2.1. Lotes objeto de comercialización

(23) Los derechos ofertados se presentan en dos lotes:

Lote 1: Partidos

(24) Este lote consiste en:

- La retransmisión en exclusiva⁵ y en directo por cualquier canal de explotación de **los tres partidos de la Supercopa** en los Territorios Autorizados.

⁵ Los derechos se entenderán concedidos de forma exclusiva para los territorios que se adjudiquen a cada licitador. No obstante, los derechos se otorgarán de forma no exclusiva en aquellos territorios sujetos a superposición de la señal o cuando se indique expresamente en el anexo 1.

- La emisión en diferido de los partidos dentro de la temporada a que dicho partido corresponda.
- (25) El apartado 2.3 del documento sometido a informe indica que la adquisición de los contenidos audiovisuales da derecho a la emisión **en abierto o servicio de pago**, aunque no se diga en el apartado inicial (2.1) destinado a indicar el objeto del Lote 1.
- (26) La RFEF garantiza la producción de los tres partidos, en directo.

Lote 2: Clips de 5 minutos, en no exclusiva, de los partidos producidos

- (27) Derecho de emisión y explotación audiovisual en abierto o cerrado de **resúmenes** en no exclusiva, con una duración aproximada de 5 minutos por partido que hayan sido producidos por la RFEF, una vez finalizado el último partido de cada uno de los días de encuentros. El derecho de emisión caducará al inicio del primer partido de la siguiente jornada.
- (28) El contenido de los resúmenes, producidos por la RFEF, no puede ser modificado, salvo acordado hasta en un 20% por motivos de programación.
- (29) Se contemplan los derechos de explotación previstos en el artículo 2.3 del Real Decreto-ley 5/2015 respecto de cada club o entidad participante: emisión en diferido del partido a partir de la finalización de cada jornada a través de un canal temático de distribución propio; retransmisión en directo dentro de las instalaciones del Club/SAD donde se celebre un acontecimiento deportivo de la señal audiovisual televisiva correspondiente al partido (párrafos 4.3.1. y 4.3.2).
- (30) El borrador de Procedimiento no hace la debida mención específica a los breves resúmenes informativos emitidos por operadores audiovisuales, conforme a lo dispuesto en el artículo 19.3 de la Ley 7/2010, General de Comunicación Audiovisual y los criterios establecidos por la CNMC.
- (31) En el caso del Lote 1, los derechos y obligaciones del adjudicatario solo podrán ser vendidos, sublicenciados, subcontratados, etc. con el consentimiento expreso, previo y 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 5 días naturales y en ausencia de respuesta se considerará que la solicitud ha sido aceptada. Si la respuesta fuera negativa, se motivará la decisión (párrafo. 2.2).
- (32) En el caso del Lote 2, los adjudicatarios no pueden sublicenciar, ceder o intercambiar el contenido de los resúmenes (párrafo 2.1 *in fine*).

3.2.2. Temporadas

- (33) El Lote 1 se comercializa por un plazo de *tres temporadas*, y en su caso de *cuatro o cinco temporadas*, siempre a contar desde la temporada 2022/2023. El Lote 2 se comercializa *por partido*.
- (34) En relación a las temporadas y su conexión con la oferta, el documento sometido a informe de la CNMC precisa lo siguiente (párrafo 8.1):

“Los candidatos presentarán una oferta para tres temporadas como criterio general, salvo que el candidato presente una oferta económica que requiera necesariamente y en función de la cuantía ofertada o de los medios técnicos puestos a disposición, de un periodo superior de amortización de la inversión a los efectos de poder cubrir con criterios económico-financieros habituales y coherentes lo ofertado. En este último caso, la empresa deberá justificar de manera suficiente y completa, mediante informe detallado, la necesidad de ampliar el período de vigencia del contrato a cuatro o cinco años en función de su oferta y su plan de inversiones, así como la amortización razonable de las mismas. Dicho informe deberá estar incluido, necesariamente, dentro del sobre de la oferta económica y deberá explicar de forma detallada el plan de negocio, los criterios de amortización y la justificación de la necesidad de disponer de cuatro o cinco años para poder cubrir la inversión efectuada caso de ser Adjudicatario y en función de la oferta efectuada.

En estos supuestos, el plan de negocio y los criterios de amortización de la inversión, así como la periodización de la misma, serán evaluados por el órgano independiente de la RFEF como es el Comité de Auditoría de la RFEF que emitirá un informe previo a la adjudicación sobre la coherencia del plan y de la efectiva necesidad de disponer de un plazo superior de contrato.

Sólo podrá tomarse en consideración dicha oferta cuando el informe sea favorable.

Una misma empresa podrá presentar dos ofertas distintas, una para el plazo a 3 años y otra para un plazo superior con un máximo de 5 años.”

3.2.3. Territorios

- (35) En cuanto a los **territorios** en los que se comercializan los derechos, los Lotes se ofrecen por países. En el anexo 1 aportado junto a la solicitud de informe se incluye un listado de los territorios en los que la RFEF ofrece los derechos (distintos países de “Las Américas, Asia, Oriente Medio y Norte de África, África Subsahariana, Europa –países fuera del EEE– y Oceanía).
- (36) 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.
- (37) 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.

3.2.4. Producción de los partidos y de los resúmenes por parte de la RFEF

- (38) La producción internacional de los partidos será a cargo y a responsabilidad de la RFEF. No obstante, la RFEF podrá recibir asistencia técnica de terceros con el fin de garantizar un nivel adecuado de producción. Estos partidos son producidos como mínimo en formato HD (1080p50 pixeles) y los comentarios y los gráficos se entregarán en inglés.
- (39) El adjudicatario deberá abonar los costes técnicos relacionados con el suministro de la Señal *en los que incurra* la empresa proveedora de servicios designada por la RFEF. Se indica ya que dicho coste asciende a mil quinientos (1.500€) euros por partido y deben abonarse en un plazo de quince días tras la celebración de cada partido.
- (40) Los resúmenes correspondientes al Lote 2 son producidos por la RFEF, que los entrega en un plazo máximo de una hora desde el final de cada día de partido. Se aplican los costes de entrega de la señal internacional “a precio de mercado”. Los clips disponibles oscilan entre un mínimo de 3 y un máximo de 5, dependiendo de los partidos producidos por la RFEF.

3.2.5. Derechos excluidos y derechos no exclusivos

- (41) El apartado 4.2 de la Oferta, denominado derechos excluidos, realiza una enumeración de (i) derechos excluidos y (ii) derechos reservados bien a la RFEF bien a los clubes participantes.
- (42) En cuanto a **derechos excluidos** de la Oferta, se mencionan expresamente:
- los datos, estadísticas, scouting, realidad virtual, productos de entrenamiento interactivos,
 - la explotación por parte de plataformas de juego y/o casas de apuesta online con el fin de realizar prácticas de retransmisión en “streaming” para fines relacionados con las apuestas y el sector del juego
 - la posibilidad de retransmitir los partidos en trenes, vuelos y navegaciones de cualquier tipo
 - la difusión en cines y teatros o difusiones similares en locales o lugares con público espectador
- (43) En cambio, sí se autoriza la difusión en lugares públicos como bares, restaurantes y hoteles (siempre que se refiera a la exhibición de los partidos realizada de forma gratuita, sin cobrar entrada, de forma que la exhibición resulte accesoria al uso que el cliente haga del local para consumo o alojamiento).
- (44) En cuanto a derechos de los clubes y la RFEF, se indica que (apartado 4.3.1):
- Los Clubes o Sociedades Anónimas Deportivas (S.A.D.) participantes podrán **emitir en diferido el encuentro a partir de las 24 horas 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 dedicado temáticamente a la actividad deportiva del club o entidad participante, que tenga licencia de televisión en TDT y para emitir única y exclusivamente por dicho canal de televisión.

- La RFEF, y los Clubes y/o S.A.D que disputen los partidos podrán **publicar clips y/o highlights de imágenes en sus perfiles oficiales** (web y Redes Sociales). Dicha utilización estará restringida hasta un máximo de cuatro (4) minutos de duración en total entre ambos productos, e inmediatamente posterior a la finalización del partido.
- (45) Se establece como derecho reservado a la RFEF el de exhibir las Jugadas Destacadas desde el final del partido a través de su Plataforma Oficial (esto es, cualquier canal de distribución digital oficial operado por la RFEF, incluido Youtube, Instagram, Twitter o similar).
- (46) Durante la vigencia del contrato que se firme con los Adjudicatarios, solo la RFEF y los clubs participantes podrán hacer uso de cualquier activo digital entre ellos los **tokens**⁶ o **NFTs**⁷ (apartado 5 *in fine*).
- (47) La RFEF (y los clubes) podrá hacer uso del que califican como “**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 (apartado 5).
- (48) Además, la RFEF y los clubes participantes respecto de los partidos que disputen, se dice que “en su condición de productores de los Partidos y Resúmenes” ostentarán la totalidad de los **derechos de propiedad intelectual** sobre todos los contenidos y grabaciones audiovisuales. 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 (apartado 5).

3.2.6. Condiciones de pago

- (49) Se manifiesta expresamente que todas las cantidades propuestas por los candidatos serán libres de impuestos y realizadas las deducciones y/o retenciones que sean de aplicación.

4. FORMATO Y REQUISITOS PARA LA PRESENTACION Y RECEPCION DE OFERTAS. EVALUACIÓN Y ADJUDICACIÓN. PRECIO DE RESERVA.

- (50) En el borrador de Procedimiento no se recogen los hitos del procedimiento de presentación y valoración de ofertas, ni se incluye ninguna fecha (“dentro de los plazos indicados por la RFEF”, apartado 7). Lo que se indica es la documentación general a presentar con las ofertas de cada lote. Tampoco se precisa dónde se publicará el anuncio de la recepción de ofertas y las condiciones generales.

⁶ La RFEF no los define, pero se trata de una unidad individual creada con el fin de proporcionar a sus usuarios un producto de valor para interactuar con la entidad.

⁷ Un NFT (Non Fungible Token), es un token o vale digital que es único e irrepetible: coleccionable digital que es verificado por medio de blockchain, para que un video, imagen, película, canción, audio, URL o cualquier otro tipo de archivo digital, pueda autenticarse o catalogarse como “original”.

- (51) Todas las ofertas deberán cumplir los términos y condiciones y el procedimiento establecido en el borrador de Procedimiento. Las ofertas no pueden estar sujetas a ninguna condición. La oferta es irrevocable y vinculará por un plazo de 60 días desde la finalización del plazo de recepción de ofertas (apartado 8.1).
- (52) El Formulario de Oferta se adjunta (sólo para el Lote 1) como Anexo 2 al documento de Procedimiento⁸.
- (53) No se indica expresamente dónde y cómo (físicamente y/o en formato electrónico) deben ser presentadas las Ofertas, pero se indica que los interesados deben ponerse en contacto con la RFEF a través de una dirección de correo electrónico (audiovisuales@rfe.es).
- (54) A continuación, se detallan los **requisitos** que deberán cumplir las ofertas:
- (55) El candidato podrá ser cualquier persona jurídica con capacidad de obrar que cumplimente el formulario establecido por la RFEF y aporte la documentación requerida. La RFEF indica expresamente que aceptará **ofertas conjuntas** (apartados 7.1 y 7.1.8).
- (56) Los candidatos deberán aportar:
- Certificado actual de inscripción en el registro mercantil.
 - Copia de las últimas cuentas anuales auditadas del candidato y su matriz.
 - Apoderamiento o facultades del representante legal de la compañía
 - Acta de titularidad real.
 - Certificado de estar al corriente de sus obligaciones tributarias con la AEAT y con la Seguridad social, en caso de ser aplicable al candidato, por razón de residencia o establecimiento.
- (57) Cada candidato debe presentar una declaración responsable firmada por el representante legal relativa a (i) ausencia de condenas por ciertos delitos; (ii) ausencia de situación de concurso.
- (58) Si existen obligaciones pendientes del candidato o empresa del mismo Grupo societario con la RFEF, el candidato debe presentar una garantía equivalente a la cantidad pendiente de pago y a la oferta realizada en la licitación (apartado 7.1.4).
- (59) Respecto de los requisitos de **solvencia económica**, el candidato debe acreditar una facturación anual superior a un millón y medio (1.500.000,00€) de euros. No obstante, si un Candidato, por cualesquiera razones, no puede acreditar dicha facturación, podrá ser considerado elegible si se compromete a pagar en la primera temporada la totalidad (100%) de su oferta de la primera temporada en la fecha de firma del contrato de licencia.
- (60) Se señala la posibilidad de exigir aval para cada temporada (cláusula 7.1.3) por un banco que se encuentre sujeto al control del Mecanismo Único de

⁸ FORMATO DE LA CARTA DEL LICITADOR PARA FORMALIZAR UNA OFERTA Y OFERTA ECONÓMICA PARA LA ADQUISICIÓN DE LOS DERECHOS DE EXPLOTACIÓN DE LAS TEMPORADAS 2022/2023 2023/2024, 2024/25, Y EN SU CASO, LAS TEMPORADAS 2025/26 Y 2026/27.

Supervisión bancaria implantado por el BCE. La necesidad de ese aval es determinada por la RFEF tras la adjudicación.

- (61) Con relación a **la solvencia profesional o técnica**, para el Lote 1, se exige un Informe Técnico con el siguiente contenido mínimo:
- **Características de los servicios de comunicación audiovisual para la emisión de todos los partidos indicando la cobertura territorial de que dispone;**
 - **Descripción de los medios para explotar los Derechos ofertados, y su puesta a disposición al público;**
 - **Detalles de los planes de programación del lote;**
 - Descripción de la calidad de la señal;
 - Descripción de la cobertura y nivel de exposición acorde con los derechos;
 - Descripción de los medios disponibles para garantizar el compromiso del Candidato en promocionar la Supercopa de España (ya sea mediante un compromiso de programación mejorada u otras promociones, tanto durante su emisión como fuera de ella);
 - Descripción del plan de programación de la Supercopa incluyendo el nivel de cobertura y exposición;
 - La experiencia de la compañía en la explotación de contenidos audiovisuales, con expresa indicación de los contenidos relacionados con el fútbol;
 - **Métodos técnicos de distribución y segmento comercial (gratuito, de pago, pago por servicio etc.)**
- (62) Para el caso del Lote 2, el Informe Técnico debe tener el contenido de los apartados en negrilla, *supra*.
- (63) Respecto de la **valoración de las ofertas** se indica que el criterio de adjudicación será, exclusivamente, el de la mejor oferta económica.
- (64) Se señala textualmente, con relación a la valoración y a las temporadas ofertadas, para el Lote 1 (apartado 8.3):

“Se adjudicará siempre a la mejor oferta económica de aquel candidato que haya presentado una oferta por tres temporadas salvo que exista una oferta por cuatro o por cinco temporadas que sea significativamente superior a la oferta de tres temporadas.

Se considerará que la oferta es significativamente superior cuando el valor promedio anual sea superior al 20% del promedio de la oferta a 3 temporadas cuando la oferta lo es por cuatro temporadas y al 25% del promedio de la oferta a 3 temporadas cuando la oferta lo es por cinco temporadas.

Si no hubiera ofertas por 3 temporadas y sólo las hubiera por cuatro o/y cinco temporadas se aplicará el mismo criterio de que la oferta a cinco temporadas deberá ser superior en un 5% a la oferta a cuatro temporadas.

Las ofertas a cuatro o cinco temporadas deberán haber obtenido, en todo caso, el informe favorable previo del Comité de Auditoría autónomo e independiente de la RFEF.

Tanto en un caso como en otro, las ofertas a cuatro o cinco temporadas deberán ser siempre superiores en un 20% al precio de reserva para poder ser tenidas en consideración.”

- (65) Para el Lote 2, al no ser exclusivo, se adjudicará a toda empresa que pague la cantidad mínima fijada por cada clip.
- (66) La oferta aceptada por la RFEF se formalizará en un contrato cuyo borrador figura como Anexo 4.
- (67) En cuanto a la adjudicación provisional (por el órgano de evaluación) y la final (por el órgano de control de la gestión de los derechos audiovisuales de la RFEF), el licitador elegido por la RFEF será un Adjudicatario provisional de la explotación de los Derechos Audiovisuales. La adjudicación definitiva está condicionada (i) a la firma de un contrato de licencia entre el Adjudicatario y la RFEF (el "Contrato de Licencia); (ii) al acuerdo entre el Adjudicatario y la RFEF de las garantías adecuadas para la correcta ejecución de las obligaciones económicas asumidas; y (iii) a la cumplimentación de toda la documentación solicitada en el proceso.
- (68) La RFEF menciona la existencia de un **precio de reserva** (“las ofertas a cuatro o cinco temporadas deberán ser siempre superiores en un **20%** al precio de reserva para poder ser tenidas en consideración”), pero no indica cómo se fija ni ningún otro aspecto más (confidencialidad del mismo, por ejemplo, o qué sucede si ninguna oferta monetaria alcanza el precio de reserva).
- (69) Finalmente se establecen las siguientes **previsiones de carácter general**:
- La confidencialidad de cualquier información incluida en las ofertas.
 - Se señala que la RFEF se reserva el derecho a suspender o cancelar las Condiciones de Comercialización si el desarrollo del procedimiento, causas de fuerza mayor o cambios socioeconómicos así lo aconsejan y, especialmente, ante **posibles indicios de colusión** entre licitadores u otras prácticas anticompetitivas.

5. VALORACIÓN DE LA PROPUESTA PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE LOS DERECHOS AUDIOVISUALES EN LOS MERCADOS INTERNACIONALES DE LA SUPERCOPA DE ESPAÑA, TEMPORADAS 2021/22 A, EN SU CASO, 2026/2027

- (70) 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.
- (71) Las condiciones de comercialización objeto de este informe afectan a los mercados internacionales, por lo que es de aplicación el Real Decreto-ley

5/2015 en todos los casos, a excepción de los artículos 4.2, 4.3 primer párrafo y 4.4, que no se aplicarían a la comercialización fuera de la Unión Europea.

- (72) 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.
- (73) 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.
- (74) En este sentido, la CNMC realiza las siguientes observaciones a las condiciones de comercialización en los mercados internacionales presentadas por la RFEF:

5.1. Atribución de derechos más allá del Real Decreto-Ley 5/2015

- (75) En informes anteriores, emitidos a solicitud de la RFEF, 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, algunas estas observaciones no han sido tenidas en cuenta en la propuesta de condiciones de comercialización presentada y objeto de este informe. Por ello, se reiteran las observaciones a las condiciones del documento sometido a informe, instando de nuevo a la RFEF a su adopción con el fin de cumplir con lo establecido en el Real Decreto-ley 5/2015:
- (76) Respecto de la condición de productor de la RFEF:
- (77) El artículo 1.1 del Real Decreto-ley 5/2015 dispone que el objeto de la norma es regular la *comercialización* de los derechos de explotación audiovisual de las competiciones de fútbol. Por tanto, la norma ampara exclusivamente la comercialización de los derechos, es decir, no estarían comprendidas en el ámbito del real decreto-ley otras actividades fuera de esta comercialización tales como la *explotación*, la *emisión*, la **producción** o la *difusión directa* por la RFEF.
- (78) También contiene el Real Decreto-ley 5/2015 una previsión sobre **titularidad de los derechos** relevante en este contexto (artículo 2 apartados 1, 2 y 4):
- “1. La **titularidad** de los derechos audiovisuales incluidos en el ámbito de aplicación de esta ley corresponde a los **clubes** o entidades participantes en la correspondiente competición*

2. La participación en una competición oficial de fútbol de ámbito estatal conllevará necesariamente **la cesión** por sus titulares a la entidad organizadora de las facultades de **comercialización** conjunta de los derechos audiovisuales incluidos en el ámbito de aplicación de este real decreto-ley [...].

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

- (79) Asimismo, el artículo 8.1, en conexión con el artículo 7 d) 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”

- (80) La literalidad del Real Decreto-ley 5/2015 (artículo 2 apartados 1, 2 y 4) establece que los clubes son titulares de los derechos audiovisuales (salvo en el caso estricto de la comercialización) y la RFEF solo puede valerse de ellos si los clubes los ceden en virtud de acuerdos contractuales, siempre que dichos acuerdos respeten la normativa de competencia. La CNMC ya se manifestó sobre este particular, entre otros, 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.”

- (81) En la propuesta presentada por la RFEF con fecha 5 de noviembre de 2021 en relación a los derechos audiovisuales de la Supercopa de España para las temporadas 2022 a 2023 y sucesivas se contienen las siguientes manifestaciones: *“la producción de los partidos será a cargo y a responsabilidad de la RFEF; Dichos terceros en ningún caso serán responsables por la producción, siendo esta en todo momento responsabilidad de la RFEF; la RFEF y los Clubes/SAD participantes (estos últimos respecto de los partidos que hayan disputado), en su condición de productores de los Partidos y Resúmenes; Los resúmenes serán producidos y entregados por la RFEF”, etc.*

- (82) Por ello, la CNMC mantiene y reitera lo señalado en informes previos, para las ofertas de comercialización de ámbito nacional en relación a que la producción deba ser responsabilidad del adjudicatario o bien objeto de licitación.
- (83) Resulta en este sentido destacable que en dos distintos apartados del documento sometido a informe⁹ 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 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, que es a los únicos sujetos a los que se lo atribuye el Real Decreto-ley 5/2015.
- (84) En relación con los costes de producción por cuenta del adjudicatario (1.500 euros por cada partido en concepto de suministro de la señal), 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.”*
- (85) Si bien la RFEF señala que los costes de entrega de la señal internacional son “a precio de mercado” (apartados 2.1 y 7.3) no se indican los criterios para determinar tales costes. Más allá de ello, la distribución de costes de producción debería realizarse de manera proporcionada y equitativa entre los diferentes adjudicatarios de derechos nacionales, europeos e internacionales (y de la RFEF como comercializadora de estos derechos), y también por parte de los clubes que deseen utilizar la señal para emisiones permitidas en el RD-ley 5/2015, así como cualquiera que utilice estos contenidos en el futuro.
- (86) Respecto de la previsión, en sede de derechos excluidos de la oferta (apartado 4.3.1), de que *“la RFEF, y los Clubes y/o S.A.D que disputen los partidos podrán publicar clips y/o highlights de imágenes en sus perfiles oficiales (web y Redes Sociales). Dicha utilización estará restringida hasta un máximo de cuatro (4) minutos de duración en total entre ambos productos, e inmediatamente posterior a la finalización del partido”*, hay que señalar que tal reserva no está amparada por el Real Decreto-ley 5/2015 [art. 2.3 a)]. Por un lado, y respecto de los clubes, no corresponde a la RFEF determinar la forma de explotación o comercialización de los derechos no incluidos en el proceso de venta centralizada. Por otro lado, la RFEF no ostenta estos derechos

⁹ Cláusula 5.

conforme al Real Decreto-ley 5/2015, que exclusivamente lo faculta para la venta centralizada.

- (87) Asimismo, hay que precisar que el derecho que reserva el borrador de oferta a *“Los Clubes o Sociedades Anónimas Deportivas (S.A.D.) participantes podrán emitir en diferido el encuentro a partir de las 24 horas 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 dedicado temáticamente a la actividad deportiva del club o entidad participante, que tenga licencia de televisión en TDT y para emitir única y exclusivamente por dicho canal de televisión”* debe necesariamente restringirse al club o entidad en cuyas instalaciones se dispute el partido, tal como establece el artículo 2.3 a) del RD-ley 5/2015.
- (88) Finalmente, en relación al denominado por la RFEF **“derecho de archivo”**, que se prevé en la Oferta en favor de la RFEF en todo caso y de los clubes respecto de los partidos por ellos disputados (apartado 5), más allá de las dudas que plantea ese concepto de “derecho de archivo”, no está amparado en las previsiones del Real Decreto-ley 5/2015 y resulta desproporcionado en tanto que obliga a los licenciarios a devolver a la RFEF a devolver o destruir “cualquier material generado como consecuencia de la explotación del Lote adjudicado”, al objeto, se dice, de evitar un posible uso indebido de derechos audiovisuales más allá de la duración del contrato.

5.2. Restricciones ligadas a publicidad

- (89) No establece la RFEF en el documento de Oferta sometido a informe obligaciones comerciales del adjudicatario relativas a la publicidad, criticadas por la CNMC en previos informes por ser restrictivas de la libertad de empresa y de la capacidad de rentabilización económica del operador adquirente de los derechos y por no basarse en ninguna circunstancia objetiva admisible.¹⁰
- (90) No obstante, ya no la oferta, sino el **contrato modelo** que se acompaña a la solicitud de informe como Anexo 4, prevé, en materia de oportunidades publicitarias para el licenciario, que *“no podrá designar ningún patrocinador de programaciones o contenidos relacionados con la competición que pueda entrar en conflicto con los patrocinadores principales de la RFEF y/o de la competición”*. En caso de duda sobre si existe tal conflicto el adjudicatario se deberá poner en contacto con la RFEF pero no se establece criterio alguno, si bien se indica que *“El LICENCIATARIO no podrá celebrar contratos de patrocinio con entidades que se dediquen, total o parcialmente, a la producción, venta y/o distribución de productos y/o servicios que estén en la misma categoría de productos que los ofrecidos por los patrocinadores oficiales de la RFEF, incluidos los patrocinadores de estadísticas y/o datos de los Partidos.”* (cláusula 4, autodenominada “artículo”).
- (91) Pues bien, resultan injustificadas las previsiones del borrador de Procedimiento que limitan la emisión publicitaria de los adjudicatarios, la cual

¹⁰ INF/DC/118/19, INF/DC/094/19, INF/DC/053/19.

solamente debe verse condicionada por la normativa audiovisual y por lo previsto en el artículo 7.d) en conexión con el artículo 8 del Real Decreto 5/2015.

- (92) Por tanto, la CNMC insiste en la opinión expresada en anteriores informes respecto a que estas condiciones suponen una limitación injustificada de la libertad de empresa y de la capacidad de rentabilizar económicamente los derechos por parte del adjudicatario, sin justificación objetiva alguna y sin amparo en la normativa de aplicación. Por todo ello, la **CNMC considera que este tipo de disposiciones deben ser eliminadas** tanto del borrador de solicitud de ofertas como del modelo de contrato,

5.3. Derechos ofertados

- (93) La RFEF, por otro lado, y al contrario de lo sucedido en previas ofertas, ha modificado las condiciones establecidas en anteriores ocasiones de una forma respetuosa con las indicaciones expresadas por la CNMC en sus informes. Así, 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”*.
- (94) 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.”*
- (95) 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.”*
- (96) El documento de Condiciones de comercialización de los derechos audiovisuales sometido a informe, pese a declarar, respecto del Lote 1 que *“La difusión de los partidos comprenderá desde los dos (2) minutos anteriores a la hora prevista para el inicio de los mismos y hasta el (1) minuto siguiente a su conclusión, incluyendo las zonas del recinto deportivo que sean visibles”*, lo cierto es que contiene diversos apartados bajo diferentes denominaciones tales como *Derechos excluidos* (apartado 4.2) o *Derechos de los Clubes y la*

RFEF (apartado 4.3.1.) u *Otros derechos de la RFEF* (apartado 4.3.3) en los que la RFEF se arroga una serie de derechos que no encuentran apoyo en la norma.

- (97) Como ya se ha mencionado anteriormente, el artículo 2.1 del Real Decreto-ley 5/2015 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 artículo 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.”*
- (98) Por ello, el Real Decreto-ley 5/2015 no otorga derechos a la RFEF más 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.”*
- (99) Si bien no se hace ninguna mención en el documento de la oferta, en el anexo 4, que contiene el borrador de contrato, se prevé que la RFEF *“se reserva el derecho de comercializar en el Territorio hasta un máximo de 90 segundos por partido en los programas informativos, a partir de las 24 horas posteriores a cada partido.”* (cláusula 5.2)
- (100) Tampoco se precisa, como debería, en el apartado 4.3.1 de la oferta “Derechos de los Clubes y de la RFEF” si tales derechos afectan a la exclusiva en los territorios que se van a comercializar.
- (101) En relación con la sublicencia (cesión, subcontratación) para el Lote 1, que se somete a consentimiento expreso, previo y escrito de la RFEF, se deberán motivar por la RFEF los criterios para limitar o prohibir la sublicencia de manera que no resulte discrecional para la RFEF el conceder o no la autorización, generando así una posible discriminación entre candidatos.
- (102) En cuanto al contenido sustantivo de los derechos ofertados, resulta oportuno, asimismo, que la RFEF aclare qué se entiende por temporada, dado que es un concepto indeterminado y se considera conveniente fijar una fecha concreta para conocimiento de los candidatos. Adicionalmente, sería aconsejable aclarar, en el apartado 2.3, que se refiere a las formas de

distribución, que la explotación es para todos los tipos de usuarios minoristas (residencial y no residencial, incluido HORECAS, apuestas, etc.).

- (103) Todavía respecto del Lote 1, la indicación de que “el Adjudicatario también podrá emitir los Partidos en diferido dentro de cada temporada a que dicho partido corresponde” (apartado 4.1 in fine), debería aclarar si “en diferido” implica en exclusiva.
- (104) Se indica por la RFEF, respecto del formato de la competición (apartado 3.1) que *“Sin perjuicio de posibles cambios en el sistema de competición decididos por los órganos competentes de la RFEF, actualmente la Supercopa de España se estructura mediante el formato conocido como “Final Four” [...]”*. Por seguridad de los adquirentes, si la RFEF introduce modificaciones en el formato de la competición que afecten de manera relevante al formato de la misma o al número de partidos, debería reconocerse a los adjudicatarios como mínimo la posibilidad de terminar el contrato sin penalización alguna.
- (105) Tampoco se aclara en el documento sometido a informe si cabe la personalización de la señal por parte de los adjudicatarios (comentaristas locales, etc.), lo cual resulta relevante para la valoración de la oferta por parte de los candidatos interesados.
- (106) Por otra parte, la indicación, relativa al Lote 2, de que *“se comercializa por partido”*, resulta confusa y exige una aclaración adicional.
- (107) La precisión de que se reserva al Club anfitrión el derecho de retransmisión en directo dentro de las instalaciones del Club/SAD de la señal audiovisual televisiva correspondiente al partido (párrafo 4.3.2) parece irrelevante respecto de la oferta de derechos internacionales.
- (108) 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.

5.4. Requisitos para la presentación de ofertas y procedimiento de adjudicación

- (109) 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”

Respecto al proceso de evaluación de las ofertas, como la CNMC viene señalando en sus informes¹¹ 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.

- (110) La precisión de la RFEF de que la licitación no es una oferta de la RFEF sino una invitación a recibir ofertas de los licitadores y que *“Los licitadores, al presentar una oferta, aceptan que este concurso o cualquiera de sus disposiciones no constituyen un fundamento legal para cualquier reclamación contra la RFEF o cualquiera de sus asesores”* (apartado 8.1) resulta una previsión desproporcionada.
- (111) Al establecer el contenido de la oferta a aportar se señala en el documento sometido a informe la posible necesidad de formalizar un aval bancario *“para cada una o para la totalidad de las temporadas objeto del contrato”* (apartado 7.1.3). Esta previsión de aval bancario, si se entiende como del mismo valor de la oferta anual, parece excesiva.
- (112) El documento remitido por la RFEF, en el apartado relativo a OBJETO, informa que la RFEF contará con la asistencia de la *entidad SPORTRADAR*, la cual actuará como asesor. Esta Comisión señala de nuevo, como en anteriores informes, que la RFEF no indica los términos en que se desarrolla tal asesoramiento, ni las facultades otorgadas a la entidad asesora, 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 (por ejemplo, prestando servicios a cualquier licitador), al objeto de evitar un posible conflicto de intereses entre el asesor designado por la RFEF y las empresas participantes en la licitación.
- (113) 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 5/2015 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

¹¹ INF/DC/053/19.

generales del procedimiento de adjudicación: presentación de ofertas, requisitos, fase de adjudicación, etc., sin perjuicio de las especificidades propias de las condiciones en cada país.

- (114) La presentación de ofertas se realizará a un email no determinado, no contemplándose ningún mecanismo que asegure la confidencialidad de las mismas.
- (115) El documento sometido a informe carece de un procedimiento de apertura de ofertas y de criterios de valoración y ponderación de los requisitos técnicos y organizativos, indicando simplemente que “el criterio de adjudicación será exclusivamente el de la mejor oferta económica”, y añade que solo podrán tomarse en consideración las ofertas con informe favorable del Comité de Auditoría de la RFEF, que valorará el plan de negocio y los criterios de amortización, la coherencia del plan y la efectiva necesidad de disponer de un plazo superior de contrato, en su caso.
- (116) 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.”

- (117) Tampoco se incluye suficiente información sobre el precio de reserva, ni sobre la información objetiva que se utiliza para su determinación ni sobre la forma de adjudicación en caso de que las ofertas no superasen dicho precio de reserva. Ello genera incertidumbre entre los licitadores y excesiva discrecionalidad en la RFEF, afectando a la concurrencia en el procedimiento.

5.5. Sobre las temporadas ofertadas y la duración de los contratos de comercialización con los adjudicatarios

- (118) El procedimiento de solicitud de ofertas sometido a informe posibilita la presentación de ofertas por hasta cinco temporadas.
- (119) El artículo 4.4 del Real Decreto-ley 5/2015, que no es de aplicación a la comercialización fuera de la Unión Europea pero que resulta relevante como criterio orientador en este contexto, prevé en su letra f) que “La duración de los contratos de comercialización se supeditarán a las normas de competencia de la Unión Europea.”¹²

¹² La Disposición Final Quinta del Real Decreto-ley 15/2020, ha modificado la letra f) del apartado 4 del artículo 4 del Real Decreto-ley 5/2015 para indicar que «La duración de los contratos de comercialización se supeditarán a las normas de

- (120) Los antecedentes comunitarios¹³ y nacionales¹⁴ fundamentales en esta materia de duración máxima de los contratos de venta conjunta coinciden en establecer un límite de tres temporadas.
- (121) El INF/DC/047/19 (previo a la reforma introducida en este artículo 4.4 por el Real Decreto-ley 15/2020, de 21 de abril), relativo a la comercialización de los derechos audiovisuales internacionales asociados al Campeonato Nacional de la liga de primera y segunda hasta la temporada 2023/24 fuera del EEE, indicaba:

“[...] respecto a la duración de los contratos: se recomienda replantearse la propuesta de 5 años. Se ha venido recomendando por esta Comisión limitar la duración de este tipo de contratos de cesión en exclusiva de derechos a un máximo de tres temporadas. [...]. Los contratos de duración superior reforzarían los efectos de cierre del mercado en beneficio de los incumbentes y en detrimento de los que resultaran no adjudicatarios, incluyendo a los potencialmente existentes en los próximos años.”

- (122) De la manera análoga, el INF/DC/120/21 (ya con la nueva redacción con la reforma introducida en este artículo 4.4 por el Real Decreto-ley 15/2020, de 21 de abril), relativo a la comercialización de los derechos audiovisuales internacionales asociados al Campeonato Nacional de la liga de primera y segunda a partir de la temporada 2022/23 o 2023/24 (según el territorio) fuera del EEE, indicaba:

“Por último, respecto a la duración de los contratos: se recomienda replantearse la propuesta de cinco y ocho años¹⁵, dependiendo de los países. Se ha venido recomendando por esta Comisión limitar la duración de este tipo de contratos de cesión en exclusiva de derechos a un máximo de tres temporadas. De hecho, la duración máxima de tres años es la refrendada por las normas de competencia de la UE y los precedentes nacionales. Los contratos de duración superior reforzarían los efectos de cierre del mercado en beneficio de los incumbentes y en detrimento de los que resultaran no adjudicatarios, incluyendo a los potencialmente existentes en los próximos años. Si bien la LNFP formula en el documento de observaciones que acompaña a la solicitud de informe una serie de argumentos en favor de esas duraciones tan prolongadas, se recomienda ajustarse, como máximo, al tope de los tres años señalados para favorecer esa mayor concurrencia por parte de operadores no incumbentes y/o nuevos entrantes.”

competencia de la Unión Europea”, frente al hasta ahora vigente “La duración de los contratos de comercialización no podrá exceder de tres años.»

¹³ Decisión de la Comisión de 23 de julio de 2003— Venta conjunta de los derechos comerciales de la Liga de Campeones de la UEFA, asunto COMP/C.2-37.398 (párrafo 200), Decisión de la Comisión de 19 de enero de 2005 Asunto COMP/C-2/37.214 — Venta conjunta de los derechos mediáticos del campeonato de fútbol alemán Bundesliga y Decisión de la Comisión de 22 de marzo de 2006 relativa a un procedimiento de conformidad con el artículo 81 del Tratado CE (Asunto COMP/38.173 - Venta conjunta de los derechos de difusión de la FA Premier League (párrafo 32).

¹⁴ Véase S/006/07 –AVS, MEDIAPRO, Sogecable y clubs de fútbol de 1ª y 2ª división o IPN/CNMC/0001/14.

¹⁵ Para México y Centroamérica.

- (123) En conclusión, esta CNMC considera que la RFEF debería valorar la eliminación de la posibilidad de presentar ofertas por un plazo de cuatro y/o cinco temporadas, para favorecer un régimen de mayor concurrencia y adaptarse a una duración de los contratos adecuada a los principios y normas de competencia.

6. CONCLUSIÓN

- (124) Vistos el documento de Propuesta de comercialización de determinados derechos de retransmisión audiovisual relacionados con la Supercopa de España por un plazo de tres y en su caso a cuatro o cinco temporadas a contar desde la temporada 2022/23, en los mercados internacionales, presentada por la RFEF el 5 de noviembre de 2021 para la emisión de Informe previo, la CNMC concluye que **no cumplen con los requisitos establecidos en el Real Decreto-ley 5/2015**.
- (125) 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 y se acredite otro amparo para tal comercialización.
 - No incluir 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.
 - 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. En particular, la discrecionalidad de la RFEF a la hora de aceptar ofertas, la ausencia de garantías jurídicas y transparencia sobre el procedimiento y la falta de información sobre el papel del precio de reserva (ni respecto a los criterios objetivos utilizados para su fijación ni respecto a la forma de adjudicación ni no se alcanzase dicho precio).
 - Considerar una duración de los contratos adecuada a los principios y normas de competencia.
- (126) 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.

- (127) 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.