



COMISIÓN NACIONAL DE LOS
MERCADOS Y LA COMPETENCIA



INF/DC/145/21 INFORME SOBRE LA
PROPUESTA DE LA RFEF PARA LA
COMERCIALIZACIÓN DE LOS DERECHOS DE
EXPLOTACIÓN DE CONTENIDOS
AUDIOVISUALES DE CIERTAS
COMPETICIONES DE FÚTBOL SALA, PARA
DISTINTAS TEMPORADAS.

14 de diciembre de 2021

I. ANTECEDENTES.....	4
II. MARCO NORMATIVO.....	6
III. CONTENIDO DE LA PROPUESTA OBJETO DE INFORME PREVIO	10
3.1. EPÍGRAFE INTRODUCTORIO DEL DOCUMENTO SOMETIDO A INFORME.....	11
3.2. DESCRIPCIÓN DE LOS CONTENIDOS AUDIOVISUALES OFERTADOS. 12	
3.2.1. Lotes objeto de comercialización.....	12
3.2.2. Temporadas	18
3.2.3. Territorios	19
3.2.4. Producción de los partidos	19
3.2.5. Derechos no exclusivos y derechos excluidos.....	20
4. FORMATO Y REQUISITOS PARA LA PRESENTACION Y RECEPCION DE OFERTAS. EVALUACIÓN Y ADJUDICACIÓN. PRECIO DE RESERVA.....	23
5. VALORACIÓN DE LA PROPUESTA PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE LOS DERECHOS DE EXPLOTACIÓN DE CONTENIDOS AUDIOVISUALES DE CIERTAS COMPETICIONES DE FÚTBOL AFOCOPMADP EN ESPAÑA Y ANDORRA, EN DISTINTAS TEMPORADAS.....	26
5.1. Atribución de derechos más allá del Real Decreto-Ley 5/2015.....	27
5.2. Restricciones ligadas a publicidad	31
5.3. Derechos ofertados	32
5.4. Requisitos para la presentación de ofertas y procedimiento de adjudicación	35
5.5. Sobre las temporadas ofertadas y la duración de los contratos de comercialización con los adjudicatarios	38
6. CONCLUSIÓN	41

**INFORME SOBRE LA PROPUESTA DE LA RFEF PARA LA
COMERCIALIZACIÓN DE LOS DERECHOS DE EXPLOTACIÓN DE
CONTENIDOS AUDIOVISUALES DE CIERTAS COMPETICIONES DE FÚTBOL
SALA EN ESPAÑA Y ANDORRA, PARA DISTINTAS TEMPORADAS.**

INF/DC/145/21 RFEF – FÚTBOL SALA

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 14 de diciembre 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 de ciertas competiciones de fútbol sala en España y Andorra, en virtud de lo establecido en el artículo 4 del Real Decreto-ley 5/2015, de 30 de abril, de medidas urgentes en relación a la comercialización de los derechos de explotación de contenidos audiovisuales de las competiciones de fútbol profesional, que tuvo entrada en la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) el 5 de noviembre de 2021 y fue completada el 22 de noviembre, la **SALA DE COMPETENCIA** acuerda emitir el siguiente informe.

INF/DC/145/21

**INFORME SOBRE LA PROPUESTA DE LA RFEF PARA LA
COMERCIALIZACIÓN DE LOS DERECHOS DE EXPLOTACIÓN DE
CONTENIDOS AUDIOVISUALES DE CIERTAS COMPETICIONES DE FÚTBOL
SALA EN ESPAÑA Y ANDORRA, PARA DISTINTAS TEMPORADAS.**

INF/DC/145/21 RFEF – FÚTBOL SALA

1. ANTECEDENTES

- (1) Con fecha 5 de noviembre de 2021, tuvo entrada en la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) solicitud de la Real Federación Española de Fútbol (RFEF) de elaboración de informe previos a la comercialización de los derechos de explotación de contenidos audiovisuales de distintas competiciones de fútbol sala, para hasta cinco temporadas, con inicio en la temporada 2021/22 o en la 2022/2023, dependiendo de las distintas competiciones. Este informe se solicita en virtud de lo establecido en el artículo 4 del Real Decreto-ley 5/2015, de 30 de abril, de medidas urgentes en relación 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 las siguientes competiciones de fútbol sala:
 - El Campeonato de España/Copa de S.M. el Rey de Fútbol Sala, la Copa de España y la Supercopa de España de Fútbol Sala de las temporadas 2021/2022, 2022/2023, 2023/2024 y, en su caso, de las Temporadas 2024/2025 y 2025/2026.
 - La Primera División [Masculina] de Fútbol Sala, la Segunda División de Fútbol Sala de las temporadas 2022/2023, 2023/2024, 2024/2025 y, en su caso, de las Temporadas 2025/2026 y 2026/2027.
 - La Primera División Femenina de Fútbol Sala, la Copa de S.M. la Reina de Fútbol Sala y la Supercopa de España de Fútbol Sala Femenina de las temporadas 2022/2023, 2023/2024, 2024/2025, y, en su caso, de las Temporadas 2025/2026 y 2026/2027.
 - La División de Honor Juvenil, la Copa de España Juvenil y el Campeonato de España de selecciones autonómicas y los Campeonatos de España de Clubes Base de las temporadas 2022/2023, 2023/2024, 2024/2025, y, en su caso, de las Temporadas 2025/2026 y 2026/2027.
- (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 de fútbol sala y cuatro anexos denominados:
 - Anexo 1: Producción fútbol sala

- Anexo 2: Declaración responsable
 - Anexo 3: Formulario de la oferta económica.
 - Anexo 4: contrato de cesión de derechos para el territorio de España y Andorra
- (4) La Disposición transitoria primera, 2, del Real Decreto-Ley 5/2015 precisa: “El sistema de comercialización conjunta de los derechos audiovisuales previsto en este real decreto-ley será de aplicación a partir de la temporada en la que expire la vigencia del último contrato de explotación de derechos audiovisuales que hubiese suscrito individualmente un club o entidad que participe en la competición. Cuando los derechos audiovisuales de una temporada no hayan sido comercializados individualmente por, al menos, el 80 por 100 de los participantes en el Campeonato Nacional de Liga, la Liga Nacional de Fútbol Profesional podrá proceder a la comercialización conjunta de los derechos no vendidos individualmente.”
- (5) El borrador de oferta sometido a informe precisa, sin aportar información sobre número o identidad de los clubes afectados: “ [...] *a raíz de la consulta formal realizada por la RFEF a todos los clubes de la competición de Fútbol Sala, los siguientes clubes manifestaron expresamente que tenían contrato en vigor hasta el final de la Temporada 2022/2023: Si bien, la RFEF no reconoce la validez de dichos contratos y lo ha impugnado ante los Tribunales, en estos momentos no hay una resolución definitiva al respecto y los criterios de menor intervención y prudencia aconsejan que no se comercialicen los derechos de dichos clubes mientras mantengan, desde su punto de vista, contratos en vigor.*”¹
- (6) Con fecha 10 de noviembre de 2021, la Dirección de Competencia remitió a la RFEF requerimiento para que, en el plazo de diez días, completase su solicitud de informe. En particular, para que informase sobre la situación actual en lo relativo a la cesión de la facultad de comercialización a terceros por los clubes participantes en las competiciones de fútbol sala y la acreditase documentalmente, a los efectos de valorar el cumplimiento de las normas para la comercialización conjunta establecidas en el repetido real decreto-ley, si concurren los elementos necesarios que justifiquen la emisión de los preceptivos informes, y si la CNMC dispone de la toda la información precisa para la elaboración de tales informes previos.
- (7) Con fecha 22 de noviembre de 2021 se recibió contestación de la RFEF al requerimiento, anexando carta de 15 de julio de 2021 dirigida los clubes participantes en las competiciones de fútbol sala² afectadas solicitando que comuniquen a la RFEF “*la existencia de aquellos contratos de cesión de*

¹ Señala además la RFEF que “La LNFS obligaba por Estatutos a todos los clubes que participaban en las competiciones que organizaba a ceder los derechos audiovisuales como condición para poder participar en la competición”, añadiendo una reseña del document firmado anualmente por algunos clubes con la LNFP sobre cesión de derechos de imagen.

² “Comunicación dirigida a los Clubes que participan en las Competiciones de Ámbito Estatal y carácter no profesional.”

derechos audiovisuales a un tercero que se encuentren vigentes y que sean conformes a la legalidad vigente en el momento de su adopción". En su contestación, la RFEF *"certifica que se ha cumplido con lo previsto en la Disposición Transitoria Primera del Real Decreto Ley 5/2015 en cuanto a la suficiencia del número mínimo de clubes que deben tener disponibilidad de los derechos sin contrato en los períodos que la RFEF ha fijado como tiempos objeto de comercialización"* y que *"en el 99,9% de los casos no existe contrato alguno entre el Club y el canal, empresa o institución que emite los partidos puntualmente"*. Asimismo, incluye tabla con la relación de clubes que sí han declarado la existencia de un contrato en vigor, el operador co-contratante y la vigencia del contrato.³ Adjunta asimismo la RFEF la totalidad de las solicitudes y autorizaciones formuladas por los clubes correspondientes en las competiciones no profesionales en los últimos tres años para retransmitir los partidos disputados en su condición de local.

2. MARCO NORMATIVO

- (8) 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 Fútbol⁴; así como fijar los criterios para la distribución de los ingresos obtenidos entre los organizadores y participantes en las mismas."

- (9) El alcance de los derechos audiovisuales de las competiciones futbolísticas objeto de comercialización conjunta se encuentra en el párrafo segundo del citado artículo 1.1⁵:

"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

³ Además de la solicitud de informe previo sobre comercialización centralizada de ciertas competiciones de fútbol sala, la RFEF también solicitó con fecha 5 de noviembre de 2021 informe sobre la comercialización centralizada de competiciones de fútbol femenino y fútbol aficionado. La respuesta de 22 de noviembre de 2021 se refiere a los tres tipologías de competiciones no profesionales.

⁴ Se subraya la modificación por el apartado 1 por la disposición final 5.1 del Real Decreto-ley 15/2020.

⁵ 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.

en diferido, en su integridad y en versiones resumidas o fragmentadas, destinados a su explotación en el mercado nacional y en los mercados internacionales.”

- (10) Lo previsto en el apartado 1.1 del Real Decreto-ley 5/2015, “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”.
- (11) Este artículo 1 del Real Decreto-ley 5/2015, en su apartado 2, excluye de su ámbito los derechos de explotación de contenidos para su emisión a través de los servicios de comunicación audiovisual radiofónica.
- (12) 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 Copa de S.M. el Rey, de la Supercopa de España y del resto de competiciones no profesionales de cualquier modalidad de fútbol de ámbito estatal que organice, en los siguientes términos:

“Artículo 2

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

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

A efectos de este real decreto-ley, y sin perjuicio de las competencias reconocidas en la legislación deportiva general, tendrán la consideración de entidad organizadora:

a) La Liga Nacional de Fútbol Profesional, respecto del Campeonato Nacional de Liga de Primera y Segunda División.

b) La Real Federación Española de Fútbol, respecto de la Copa de S.M. el Rey, de la Supercopa de España y⁶ 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.

⁶ 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.

- (13) 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.”*
- (14) 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.
- (15) Los principios y condiciones que rigen la comercialización conjunta de los derechos audiovisuales se establecen en el artículo 4:
- “1. El sistema de comercialización y explotación de los derechos audiovisuales se regirá por el principio de libertad de empresa dentro del marco del sistema de evaluación establecido por la normativa europea y española de la competencia.*
 - 2. La comercialización de los derechos audiovisuales en los mercados nacional y de la Unión Europea podrá realizarse en régimen de explotación exclusiva o no exclusiva, incluyendo aquellas modalidades de comercialización no exclusiva en igualdad de condiciones a todos los operadores interesados, de conformidad con lo previsto en este artículo.*
 - 3. Las entidades comercializadoras establecerán y harán públicas las condiciones generales que regirán la comercialización de los derechos de explotación de contenidos audiovisuales objeto de comercialización centralizada, incluyendo la configuración de las ofertas para su explotación en los mercados nacional y de la Unión Europea, sus agrupaciones en Lotes y los requisitos para su adjudicación y explotación, que deberán respetar en todo caso los límites y principios establecidos en este real decreto-ley.*
- Sin perjuicio de lo previsto en la Ley 3/2013, de 4 de junio, y el resto de normativa de competencia, con carácter previo a la aprobación de dichas condiciones, las 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 abril⁷.

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.

⁷ Modificado por el punto 2 de la disposición final 5 del Real Decreto-ley 15/2020.

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.”

(16) Finalmente, señala el artículo 8.1 del Real Decreto-ley 5/2015 que:

1. La Real Federación Española de Fútbol podrá comercializar directamente los derechos audiovisuales de la Copa de S.M. el Rey y de la Supercopa de España de conformidad con el artículo 4. Asimismo, podrá comercializar directamente, en los términos previstos en el artículo 2.2, las demás competiciones de ámbito estatal que organice, tanto masculinas como femeninas, en régimen de concurrencia y publicidad, y con sujeción a lo previsto en el artículo 4.5.

(17) La propuesta de condiciones de comercialización de los derechos de explotación de contenidos audiovisuales de las referidas competiciones de fútbol 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 misma.

3. CONTENIDO DE LA PROPUESTA OBJETO DE INFORME PREVIO

(18) 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 del Real Decreto-ley 5/2015 para la comercialización de los derechos de emisión en España y Andorra de ciertas competiciones de fútbol sala para hasta cinco temporadas.

(19) El proceso de licitación se recoge en el precitado documento denominado “BASES PARA LA PRESENTACIÓN DE OFERTAS PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE LOS DERECHOS AUDIOVISUALES PARA LAS SIGUIENTES COMPETICIONES DE FÚTBOL SALA [...]” (en adelante, borrador de procedimiento o borrador de oferta).

(20) El borrador de procedimiento se estructura en diversos epígrafes:

- Un primer epígrafe introductorio de presentación de las competiciones que se comercializan a través de esta oferta, con un extenso repaso histórico de las mismas.
 - Epígrafe de introducción a la conformidad de las bases propuestas con el Real Decreto-ley 5/2015.
 - Descripción de los Lotes.
 - Producción.
 - Marcas, Publicidad y Promoción.
 - Derechos no exclusivos. Derechos excluidos.
 - Obligaciones del adjudicatario.
 - Presentación de las ofertas: formato, procedimiento y requisitos para la presentación y recepción de ofertas.
 - Otras autodesignadas disposiciones legales de la llamada Invitación de Recepción de Ofertas.
- (21) 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. EPÍGRAFE INTRODUCTORIO DEL DOCUMENTO SOMETIDO A INFORME

- (22) Se indica por la RFEF que “se ha acreditado que tanto los clubes como, en su caso, las federaciones participantes en las competiciones que son objeto de esta oferta pública no disponen de contrato vigente alguno en el momento de publicar esta oferta pública” (apartado 1 del borrador de procedimiento). Entiende la RFEF que, por tanto, y en atención a lo previsto en los artículos 1.1., 2.2 y 8.1, así como de la Disposición Transitoria Primera 2 del Real Decreto-ley 5/2015 (citados supra), “a partir de la temporada 2021/2022, la RFEF podrá comercializar conjuntamente los derechos de explotación de contenidos audiovisuales de las competiciones oficiales entre las que se incluyen las de Fase Nacional de la Copa de las Regiones de la UEFA, Campeonatos Nacionales de Selecciones Autonómicas, Fase Nacional de la Copa RFEF, División de Honor Juvenil, Copa de Campeones Juveniles, la Copa de S.M. el Rey Juvenil y las fases de ascenso de Tercera División RFEF a Segunda División RFEF y de Segunda División RFEF a Primera División RFEF.” No obstante, pese a esa mención a la temporada 2021/2022, hay que señalar que en esta licitación la primera de las temporadas que se comercializa es la 2022/2023.
- (23) RFEF informa de que contará con el asesoramiento de una compañía, cuyo nombre no indica, para la comercialización de los derechos. Al mismo tiempo, señala que “*corresponderá exclusivamente a la RFEF las decisiones sobre el análisis y valoración de las ofertas, la adjudicación, firma de los contratos, la percepción de las cantidades ofrecidas por los adjudicatarios directamente de estos últimos*” (apartado 3.2 del borrador de procedimiento, relativo a las temporadas de comercialización).

3.2. DESCRIPCIÓN DE LOS CONTENIDOS AUDIOVISUALES OFERTADOS.

- (24) El objeto declarado del borrador de procedimiento es la recepción de ofertas para la contratación de determinados derechos de retransmisión audiovisual relacionados con las Competiciones de fútbol sala de las temporadas 2021/22, 2022/23, 2023/24 y, en su caso, de las Temporadas 2024/2025 y 2025/2026, por un lado, y temporadas 2022/23, 2023/24, 2024/25 y, en su caso, de las Temporadas 2025/2026 y 2026/2027, por otro, dependiendo de las competiciones:

3.1.1. LOTES OBJETO DE COMERCIALIZACIÓN

- (25) Los derechos ofertados se presentan en 9 lotes, conforme a la siguiente tabla que incluye el borrador de oferta:

Lote 1	Un partido por jornada en directo, en abierto y en exclusiva correspondiente a la fase regular y a los Play Off por el título de la Primera División Masculina. Se establece un criterio de preferencia de elección de los partidos para el lote 1 sobre el Lote 2.
Lote 2	El resto de todos los partidos no incluidos en el Lote 1 en directo correspondientes a la fase regular de la Primera División Masculina y el resto de todos los partidos no incluidos en Lote 1 en directo del playoff por el título todos ellos en exclusiva. En cualquier caso, la exclusiva debe entenderse en el sentido que los partidos que no se emitan en directo por el operador podrán ser emitidos en directo por los clubs participantes en dicho encuentro a través de las plataformas, canales y perfiles oficiales en las redes sociales de dichos clubs y/o también podrán ser emitidos por los canales de la RFEF.
Lote 3	Todos los partidos en directo correspondientes la Copa de España, todos ellos en exclusiva.
Lote 4	Todos los partidos en directo correspondientes a la fase final o “final four” de la Copa de S.M. el Rey, todo ellos en exclusiva y en abierto .
Lote 5	Todos los partidos en directo correspondientes la Copa del Rey en exclusiva, con excepción de la final four. En cualquier caso, la exclusiva debe entenderse en el sentido que los partidos que no se emitan en directo por el operador podrán ser emitidos en directo por los clubs participantes en dicho encuentro a través de las plataformas, canales y perfiles oficiales en las redes sociales de dichos clubs y/o también podrán ser emitidos por los canales de la RFEF.
Lote 6	El partido o partidos (1 o 3 partidos) en directo correspondientes a la Supercopa de España, en exclusiva y en abierto.

Lote 7	<p>Todos los partidos en directo correspondientes a la Segunda División Masculina y el playoff de ascenso a Primera División todos ellos en exclusiva.</p> <p>En cualquier caso, la exclusiva debe entenderse en el sentido que los partidos que no se emitan en directo por el operador podrán ser emitidos en directo por los clubs participantes en dicho encuentro a través de las plataformas, canales y perfiles oficiales en las redes sociales de dichos clubs y/o también podrán ser emitidos por los canales de la RFEF.</p>
Lote 8	<p>1.-Todos los partidos en directo correspondientes a la Primera División Femenina, todos ellos en exclusiva.</p> <p>2.-Los partidos en directo correspondientes a los cuartos de final, semifinales y final de la Copa de S.M. la Reina en exclusiva.</p> <p>3.-Los partidos (1 o 3) en directo correspondiente la Supercopa de España, en exclusiva.</p> <p>En cualquier caso, la exclusiva a la que se refieren los apartados anteriores debe entenderse en el sentido que los partidos que no se emitan en directo por el operador podrán ser emitidos en directo por los clubs participantes en dicho encuentro a través de las plataformas, canales y perfiles oficiales en las redes sociales de dichos clubs y/o también podrán ser emitidos por los canales de la RFEF.</p>
Lote 9	<p>Todos los partidos de la División de Honor Juvenil de Fútbol Sala.</p> <p>Todos los partidos de la Copa de España Juvenil.</p> <p>Todos los partidos del Campeonato de España de selecciones autonómicas de fútbol sala juvenil femenino y masculino.</p> <p>Todos los partidos de los Campeonatos de España de Clubes Base</p>

- (26) Se indica en el borrador de oferta que “Para el caso del Lote 8 la RFEF pone a disposición del Adjudicatario un valor máximo de 135.000€ más IVA por temporada completa para los costes de producción de todos los partidos a condición de que sean emitidos todos los partidos de las competiciones citadas en directo y en abierto.”
- (27) A su vez, en el contexto de la producción (Anexo 1), se detalla que existe una opción A (mínimo de dos cámaras automatizadas) y una opción B (mínimo de dos/tres/cuatro cámaras realización en estadio) para los lotes 5, 7, 8 y 9.
- (28) En el apartado 3.3 del borrador de procedimiento se realiza una exposición de las distintas competiciones, indicando la tipología de clubs que participan, el total de partidos que se jugarán e indicaciones someras del formato y de las jornadas previstas, diferenciando entre competiciones de Primera División Masculina, de Segunda División Masculina, de Primera División Femenina y Juveniles de Fútbol Sala.

(29) A su vez, en el apartado 3.7 del borrador de procedimiento se recoge el detalle de los lotes, de la siguiente forma:

“El lote 1 incluye un partido por jornada en directo, en abierto y en exclusiva correspondiente a la fase regular y a los Play Off por el título de la Primera División Masculina. El adjudicatario de este lote tendrá derecho preferente de elección sobre el adjudicatario del lote 2 siempre que defina el partido de su elección con un mínimo de 4 semanas de antelación a la fecha de cada una de las jornadas.

En la temporada 2022/2023 existirá una limitación en la elección de aquellos clubes que están incluidos en el anexo 1.

El lote 2 incluye el resto de todos los partidos no incluidos en el lote 1 en directo correspondientes a la fase regular de la Primera División Masculina y el resto de todos los partidos no incluidos en el lote 1 del Play Off por el título, todos ellos en exclusiva. El adjudicatario deberá emitir un mínimo de (5) partidos en directo de cada jornada correspondiente a la Primera División. Todos los partidos que no se emitan en directo por el operador podrán ser emitidos en directo por los clubs participantes en dicho encuentro a través de las plataformas, canales propios de dichos clubs dedicados temáticamente a la actividad deportiva del club o entidad participante y en perfiles oficiales en las redes sociales de dichos clubs y/o también podrán ser emitidos por los canales de la RFEF. En estos casos, la producción será a cargo del club interesado en la emisión.

El Adjudicatario emitirá, como mínimo, a lo largo de la temporada un partido de cada club jugando como local. En la temporada 2022/2023 existirá una limitación en la elección de aquellos clubs que están incluidos en el anexo 1.

El lote 3 incluye todos los partidos en directo correspondientes a la Copa de España en exclusiva. El adjudicatario deberá emitir en directo todos los partidos de esta competición.

El lote 4 incluye todos los partidos en directo correspondientes a la fase final o “final four” de la Copa de S.M. el Rey, todos ellos en exclusiva y en abierto. El operador estará obligado a emitir todos los partidos.

El lote 5 incluye todos los partidos de la Copa de S.M. el Rey, salvo la final four, en exclusiva. El adjudicatario deberá emitir todos los partidos de las eliminatorias de octavos de final y cuartos de final en directo.

Todos los partidos que no se emitan en directo por el operador podrán ser emitidos en directo por los clubs participantes en dicho encuentro a través de las plataformas, canales propios de dichos clubs dedicados temáticamente a la actividad deportiva del club o entidad participante y en perfiles oficiales en las redes sociales de dichos clubs y/o también podrán ser emitidos por los canales de la RFEF. En estos casos, la producción será a cargo del club interesado en la emisión.

El lote 6 incluye el partido o partidos (1 o 3) correspondientes a la Supercopa de España, en exclusiva y en abierto, que deberán ser emitidos en directo por el adjudicatario.”

El lote 7 incluye todos los partidos correspondientes a la Segunda División Masculina en exclusiva. El adjudicatario deberá emitir un mínimo de un (1) partido por jornada de liga regular en directo y todos los partidos correspondientes al playoff de ascenso a Primera División. Todos los partidos que no se emitan en directo por el operador podrán ser emitidos en directo por los clubs participantes en dicho encuentro a través de las plataformas, canales propios de dichos clubs dedicados temáticamente a la actividad deportiva del club o entidad participante y en perfiles oficiales en las redes sociales de dichos clubs y/o también podrán ser emitidos por los canales de la RFEF. En estos casos, la producción será a cargo del club interesado en la emisión.

El Adjudicatario emitirá, como mínimo, a lo largo de la temporada un partido de cada club jugando como local. En la temporada 2022/2023 existirá una limitación en la elección de aquellos clubs que están incluidos en el anexo 2.

El lote 8 incluye varias competiciones:

- Todos los partidos correspondientes a la Primera División Femenina en exclusiva. El adjudicatario deberá emitir en directo todos los partidos de cada jornada.
- Los partidos de cuartos de final, de semifinales y final correspondientes a la Copa de S.M. la Reina en exclusiva. El adjudicatario deberá emitir todos estos partidos en directo.
- Los partidos (1 o 3) correspondientes a la Supercopa de España en exclusiva, debiendo el adjudicatario emitir dichos partidos en directo.

El lote 9 incluye varias competiciones:

-Todos los partidos de la División de Honor juvenil de fútbol sala en exclusiva. El adjudicatario deberá emitir en directo un mínimo de un partido a la semana de cualquier grupo debiendo alternar los grupos. Todos los partidos que no se emitan en directo por el operador podrán ser emitidos en directo por los clubs participantes en dicho encuentro a través de las plataformas, canales propios de dichos clubs dedicados temáticamente a la actividad deportiva del club o entidad participante y en perfiles oficiales en las redes sociales de dichos clubs y/o también podrán ser emitidos por los canales de la RFEF. En estos casos, la producción será a cargo del club interesado en la emisión.

-Todos los partidos de la Copa de España Juvenil en exclusiva. El adjudicatario deberá emitir en directo como mínimo las eliminatorias de cuartos, semifinales y final de la Copa de España. Todos los partidos que no se emitan en directo por el operador podrán ser emitidos en directo por los clubs participantes en dicho encuentro a través de las plataformas, canales propios de dichos clubs dedicados temáticamente a la actividad deportiva del club o entidad participante y en perfiles oficiales en las redes sociales de dichos clubs y/o también podrán ser emitidos por los canales de la RFEF. En estos casos la producción será a cargo del club interesado en la emisión.

-Todos los partidos del Campeonato de España de selecciones autonómicas femenina y masculina de fútbol sala juvenil sub19. El adjudicatario deberá emitir en directo como mínimo las dos semifinales y la final de cada uno de estos campeonatos. Todos los partidos que no se emitan en directo por el operador podrán ser emitidos en directo por las federaciones participantes en dicho encuentro a través de las plataformas, canales propios de dichas federaciones dedicados temáticamente a la actividad deportiva de la entidad participante y en perfiles oficiales en las redes sociales de dichas federaciones y/o también podrán ser emitidos por los canales de la RFEF. En estos casos la producción será a cargo de la federación interesada en la emisión.

-Todos los partidos de la Fase Final (Final Four) del Campeonato de España de Clubes de Base en exclusiva. El adjudicatario deberá emitir en directo todos los partidos de la Fase Final de cada una de las categorías que conforman el Campeonato de España de Clubes de Base.

(30) Se establecen unas condiciones específicas para todos los lotes:

“CANAL: Para la competición de Primera División Masculina, tanto en fase regular como en playoffs se emitirá al menos un (1) partido de cada jornada y de cada eliminatoria en directo en un canal de televisión, que deberá ser en abierto para el lote 1, de ámbito nacional y que tenga cobertura en el territorio de todo el estado español.

Para el resto de los partidos de la Primera División Masculina y del resto de competiciones incluidas en el tender, la retransmisión se realizará en directo mediante una señal de televisión tradicional (TDT) o bien a través de cable, satélite, ondas hertzianas, ADSL o IPTV, Internet, wifi, tecnologías 3G, 4G y generaciones futuras, portales móviles, páginas web, y / o en streaming, así como cualquier otro sistema o modalidad existente o que se desarrolle en el futuro.

EXCLUSIVA: Sí. En todo caso, dicha exclusividad deberá entenderse en el sentido de que los partidos que no se emitan en directo por el operador podrán ser emitidos en directo por los clubs, o en su caso, por las federaciones participantes en ese encuentro a través de las plataformas, canales propios de dichos clubs o federaciones dedicados temáticamente a la actividad deportiva del club o entidad participante y en perfiles oficiales en las redes sociales de dichos clubs o federaciones participantes y/o también podrán ser emitidos por los canales de la RFEF sin que sea precisa autorización ni derecho a compensación alguna al operador. En estos casos la producción será a cargo del club interesado en la emisión.

La exclusividad no impide que una vez finalizados los encuentros y en los plazos que se estipula en el punto 6 (derechos no exclusivos; derechos excluidos), los clubs o en su caso las federaciones participantes en los mismos puedan emitir el diferido, en su integridad y/o en versiones resumidas o fragmentadas de estos en sus canales y plataformas oficiales.

Para poder llevar a cabo la locución en directo de dicho partido y, de esta forma, poder emitir el encuentro en diferido, los clubes participantes que así lo soliciten recibirán la señal pool sin mosca del operador tal y como se estipula en la cláusula 4 del presente documento.

La exclusividad mencionada en estas bases no afecta al derecho de los clubes o en su caso de las federaciones participantes en los encuentros para poder grabar imágenes mediante medios propios del club o en su caso de la federación a los meros efectos internos de análisis técnico de los partidos y su uso para fines de entrenamientos y seguimiento de sus jugadores o de los equipos oponentes. La concesión de la autorización o denegación respecto de tales grabaciones recaerá en el equipo que dispute el partido en condición de equipo local.

La exclusividad tampoco impide a los clubes participantes y a la RFEF la posibilidad de grabar y emitir imágenes de los momentos previos o posteriores al partido, de los banquillos, así como de cualquier otra imagen que no sea de la disputa del partido en el terreno de juego. La concesión de la autorización o denegación respecto de tales grabaciones recaerá en el equipo que dispute el partido en condición de equipo local o de la RFEF cuando sea ella la que lo organice o sea en campo neutral.

En todo caso, el operador deberá facilitar al Departamento de Comunicación de la RFEF y de los clubes participantes un resumen de 3 minutos de duración aproximadamente sin que la RFEF ni los clubes participantes deban compensar o pagar cantidad alguna por dicha información e imágenes. La RFEF y los clubes participantes podrán utilizar dichas imágenes únicamente en su web y en sus redes sociales a partir de la finalización de cada partido.

CESIÓN A RFEF: El operador estará obligado a ceder en directo la totalidad de las imágenes que produzca y que estén relacionadas con el terreno de juego a la RFEF a los efectos de poder utilizarlas exclusivamente como soporte tecnológico para el video-arbitraje y/o para fines formativos. La RFEF no estará obligada a compensar cantidad económica alguna por la cesión de estas imágenes.

DIFERIDOS: La emisión ilimitada de los diferidos de cada partido y en su totalidad, con posterioridad a su grabación y dentro de la temporada a que dichos partidos correspondan.”

- (31) Las **fechas de celebración** de los partidos quedan a la ulterior determinación por la RFEF. Se indica en el borrador de procedimiento que la fecha y horario definitivo de cada partido será determinado por la misma. No obstante, a efectos solo orientativos, *para los partidos a emitir por TV*, se indica:

-“Si fuera en viernes el horario de inicio se sitúa entre 20:00 y 21:30 horas, los sábados entre las 12:00 y las 20:00 horas, los domingos o festivos entre las 11:00 y las 20:00 horas.

- Cuando la jornada se celebre entre semana, la RFEF designará las fechas y horarios de los partidos de forma que pueda configurarse el

calendario respetando las diversas normas que influyen en él (descanso de tres días entre partido, etc.) y el adjudicatario seleccionará el partido conforme a la programación realizada por la RFEF.

Los horarios de inicio indicativos serán los martes, miércoles y jueves entre las 17:00 y 21:30 horas.”

- (32) 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 10 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 (apartado 3.11 del borrador de oferta).
- (33) Se aclara en el documento sometido a informe que cabe la personalización de la señal por parte de los adjudicatarios (uso de locuciones, comentarios y apariciones de sus locutores, narradores y comentaristas). Se señala que podrán añadir contenidos e imágenes grabadas de manera unilateral, previamente acordados con la RFEF.
- (34) Se establecen como obligaciones del adjudicatario (o sublicenciario): (i) elaborar resúmenes de cada partido de aproximadamente 3 minutos de duración de los partidos que están obligados a emitir. Estos resúmenes serán facilitados a la RFEF y a los equipos que lo soliciten, antes de 60 minutos después de finalizar el partido, sin coste, para su difusión en los canales propios de la RFEF y de los clubs o federaciones que disputen cada partido (obligación aplicable a todos los lotes salvo los lotes 7 y 9) y (ii) entregar a la RFEF y a los clubs o federaciones participantes el partido grabado mediante FTP, siempre que lo soliciten (apartado 7 del borrador de oferta).

3.1.2. TEMPORADAS

- (35) Respecto de las temporadas que se ofrecen, la RFEF oferta hasta cinco temporadas, con inicio en la temporada **2022/2023** y hasta la temporada 2026/2027, en su caso, para competiciones regulares y con inicio en la temporada 2021/2022 y hasta la temporada 2025/2026 para las competiciones de la Copa de España, la Copa de S.M. el Rey, Copa de S.M. la Reina y la Supercopa de fútbol sala masculina y femenina.
- (36) En relación a las temporadas y su conexión con la oferta, el borrador de oferta establece (apartado 8.6.6):

“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 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 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.”

3.1.3. TERRITORIOS

- (37) En cuanto a los **territorios** en los que se comercializan los derechos, como se ha anticipado, son España y Andorra (apartado 3.5 del borrador de procedimiento).
- (38) El adjudicatario deberá garantizar que los derechos sean exclusivamente accesibles desde el territorio licitado 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. Se indica expresamente que el licenciatarario debe cumplir el Reglamento (UE) 2017/1128 del Parlamento Europeo y del Consejo de 14 de junio de 2017 relativo a la portabilidad transfronteriza de los servicios de contenidos en línea en el mercado interior.
- (39) 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.

3.1.4. PRODUCCIÓN DE LOS PARTIDOS

- (40) Se indica expresamente en el apartado 4 del borrado de oferta que “La producción audiovisual de todos los partidos en los que los clubs hayan cedido

voluntariamente esta facultad será llevada a cabo por la RFEF, que podrá contar al efecto con un asesor técnico, ya sea a través de sus propios medios técnicos y humanos o de terceros especializados debiendo la calidad de la misma ajustarse a los estándares de calidad establecidos”.

- (41) Los costes de producción serán abonados mensualmente a la RFEF por el adjudicatario conforme a los precios indicados en el anexo 1 que acompaña a la solicitud de informe, precios que oscilan entre los 1.500€/partido y 7.000€/partido dependiendo de los lotes y las opciones de cámaras (número y automatizadas o de realización en estadio). Ello no incluye los costes de envío de la señal.
- (42) No obstante, se prevé también que “La RFEF podrá encomendar la producción a la empresa adjudicataria en cuyo caso ésta asumirá la totalidad de los costes de producción sin nada que abonar a la RFEF. En ese caso, la RFEF y el adjudicatario firmarán un acuerdo autónomo de producción. En este caso el adjudicatario entregará la señal en directo a la RFEF sin coste alguno para la comercialización de los partidos fuera del territorio.”
- (43) Todavía en sede de producción, se establece que el grafismo a utilizar por el adjudicatario tanto en las retransmisiones en directo como en los resúmenes de los partidos será elaborado por la RFEF, asumiendo los costes el adjudicatario, con un máximo de 5.000 euros por lote.

3.1.5. DERECHOS NO EXCLUSIVOS Y DERECHOS EXCLUIDOS

- (44) El apartado 6 del borrador de oferta, denominado derechos no exclusivos y derechos excluidos, realiza una enumeración de derechos reservados bien a la RFEF bien a los clubes participantes, o a ambos.
- (45) En favor de la RFEF:
 - La RFEF podrá retransmitir en sus plataformas de medios oficiales designados las imágenes de los partidos en diferido, en su integridad y/o versiones resumidas o fragmentadas, a partir de 24 horas después de la finalización del mismo, siempre que lo hagan directamente a través de un canal de distribución propio de la RFEF dedicado temáticamente a la actividad deportiva de la RFEF y de sus propias competiciones.
 - 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.
- (46) En favor de la RFEF y los clubes:
 - La RFEF y los Clubes o en su caso las federaciones que disputen los partidos podrán elaborar resúmenes de imágenes en sus perfiles oficiales de las Redes Sociales y web oficial del club. Dicha utilización estará restringida hasta cinco (5) minutos de duración en total por partido y su

publicación será posterior a la finalización de cada partido y podrán ser publicadas en todo el mundo.

- La RFEF y los clubs o en su caso federaciones participantes en cada encuentro podrán exhibir las jugadas destacadas del partido a través de sus plataformas Oficiales y web oficial desde el final del mismo con un límite de cinco (5) minutos que podrán ser publicadas en todo el mundo.
- Clubs o en su caso federaciones que disputen los partidos en calidad de equipo local y la RFEF cuando el partido sea organizado por ella y/o se dispute en campo neutral se reservan la explotación de 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.

(47) En favor de los clubs:

- Los Clubs participantes podrán emitir en sus plataformas de medios oficiales designados en diferido en su integridad y/o versiones resumidas o fragmentadas 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 del club dedicado temáticamente a la actividad deportiva del club o entidad participante.

(48) Se precisa que en todos los casos de reserva de derechos para la RFEF o para esta y los clubs o para estos, ello supone su derecho a *reproducir* dichas imágenes, pero no a *explotarlas*, sin que puedan, por tanto, cederse dichas imágenes a ningún tercero.

(49) La RFEF podrá hacer uso del que la RFEF califica como “**derecho de archivo**” de todos los partidos y los clubs 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 6.2 del borrador de oferta).

(50) Una vez concluido el plazo de vigencia del contrato de comercialización, la RFEF y los Clubs/SAD participantes (estos últimos respecto de los partidos que hayan disputado), ostentarán la totalidad de los derechos de propiedad intelectual sobre todos los contenidos y grabaciones audiovisuales (archivos) que se hayan generado, pudiendo ser explotados en cualquier medio o soporte, sin limitación alguna en un ámbito territorial mundial por el período de máxima vigencia de tales derechos (apartado 6.2 del borrador de oferta).

(51) En cuanto a **derechos excluidos** del borrador de oferta, además de cualquiera no explícitamente ofertado, se mencionan expresamente (apartado 6.5 del borrador de oferta):

- Los derechos europeos e internacionales que se comercializarán por la RFEF
- la explotación del betting, scouting, videojuegos o similares, activos digitales tipo tokens o NFT`s

- (52) En cambio, sí se incluye expresamente como derechos objeto de venta centralizada el tratamiento de las imágenes para el segmento Horeca y los datos de estadísticas.
- (53) En materia de **marcas, publicidad y promoción** (apartado 5 del borrador de oferta), se prevé la obligatoria transmisión por el adjudicatario de cabeceras, cortinillas, gráficos y marcas propias de la RFEF, que aprueba con carácter previo su uso y su diseño.
- (54) La RFEF comunicará al operador quien es el llamado *title sponsor* de la competición y el adjudicatario estará obligado a aplicar el correcto *naming* y logotipo del *title sponsor* y de la competición.
- (55) Los adjudicatarios deberán poner a disposición de la RFEF (apartado 5.2. Espacios de publicidad para la RFEF) “*los siguientes tiempos promocionales, con un coste global de 10.000€ por temporada deportiva y por lote, excepto en Copa de España, Final de la Copa de S.M. el Rey, Supercopa masculina y Primera División RFEF de Fútbol Sala Masculino cuya cantidad será de 20.000€ por temporada deportiva.*
- *AUTOPROMOS: 4 autopromos o colas de patrocinio a emitir en los días previos al partido correspondiente. (duración de cada una: 15 segundos, total 60 segundos)*
 - *CARTELAS DE PATROCINIO: 4 cartelas alrededor del partido:*
 - 1 al inicio de la primera parte*
 - 1 al final de la primera parte*
 - 1 al inicio de la segunda parte*
 - 1 al final de la segunda parte**Duración de la cartela: 15 segundos, total 60 segundos.*
 - *SOBREIMPRESIONES:*
 - *En parte baja o inferior de pantalla: 10 impresiones de 6 segundos cada una por partido. En la presentación de las alineaciones al inicio del partido: 1 por cada equipo de 6 segundos cada una en cada partido.*
 - *Derecho de adquisición preferente por parte de los patrocinadores de adquisición de tiempos televisivos (spots) alrededor del partido al mejor precio posible y se ofrecerán con al menos 1 semana de antelación. La RFEF facilitará al operador el listado de patrocinadores y sus actualizaciones”.*
- (56) En materia de oportunidades publicitarias para el licenciataria, el borrador indica expresamente 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”.

- (57) A su vez, el **modelo de contrato** aportado por la RFEF como anexo 4 a su solicitud de informe contiene una cláusula 6.3. – Oportunidades y obligaciones comerciales, que establece deberes adicionales para el adjudicatario:

“El OPERADOR 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 las Competiciones.

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 OPERADOR deberá respetar la prioridad de los espacios publicitarios que se reserve la RFEF, según se dispone en la cláusula 6. 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.”

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

- (58) En el borrador de Procedimiento no se recogen más que de modo muy genérico los hitos del procedimiento de presentación y valoración de ofertas, mencionándose: (i) publicación de la oferta en la web de la RFEF y envío a las principales agencias y medios de comunicación del territorio; (ii) plazo de cinco días desde la publicación para solicitar aclaraciones; (iii) plazo para presentar ofertas (previsto orientativamente de hasta dos semanas); (iv) apertura y valoración de las ofertas y (v) adjudicación provisional dentro de los quince días posteriores a la apertura y la valoración. Pese al título del epígrafe (apartado 8.2, calendario), no se incluye ninguna fecha.
- (59) 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 más allá de lo previsto en la licitación. La oferta es irrevocable y vinculará por un plazo de 60 días desde la finalización del plazo de recepción de ofertas. Se indica que el candidato, *“en las condiciones y plazos señalados en estas bases”*, puede presentar una segunda oferta por un importe superior o mejore la oferta en un importe superior.
- (60) La RFEF se reserva el derecho a rechazar cualquier oferta que esté sujeta a cualquier condición distinta de las previstas en el documento de procedimiento y/o que no cumpla los requisitos establecidos en el mismo (apartado 8.1).

- (61) El Formulario de Oferta económica se adjunta como Anexo 3 al documento de Procedimiento⁸.
- (62) Se indica expresamente cómo (en formato electrónico) deben ser presentadas las ofertas, así como las características del buzón de correo, que cuenta con sistema de certificación de entrada y sellado de tiempo (apartado 8.6.4).
- (63) A continuación, se detallan los **requisitos** que deberán cumplir las ofertas:
- (64) El candidato podrá ser cualquier persona jurídica con capacidad de obrar que cumplimente el formulario establecido por la RFEF y aporte la documentación requerida, así como UTEs establecidas al efecto. También puede ser candidato una persona física que actúe como empresario individual en el sector audiovisual.
- (65) Los candidatos deberán aportar:
- Certificado actual de inscripción en el registro mercantil, en el caso de sociedades, en el caso de sociedades o registro correspondiente fuera de España.
 - 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.
- (66) Cada candidato debe presentar una declaración responsable (anexo 2 de la solicitud de informe) firmada por el representante legal relativa a (i) ausencia de condenas por ciertos delitos; (ii) ausencia de situación de concurso.
- (67) No se prevén requisitos de **solvencia económica**, en el sentido de facturación mínima del candidato.
- (68) Se señala la exigencia de aval por valor de la oferta anual para cada temporada (cláusula 8.6.2) por un banco que se encuentre sujeto al control del Mecanismo Único de Supervisión bancaria implantado por el BCE.
- (69) En relación a **la solvencia profesional o técnica**, se exige un Informe Técnico con el siguiente contenido mínimo:
- Características de los servicios de comunicación audiovisual para la emisión de los partidos indicando la cobertura territorial de que dispone.
 - Indicación del canal o canales de emisión.
 - Descripción de los medios propios suficientes para explotar los Derechos ofertados, y su puesta a disposición al público;
 - Detalles de los planes de programación del lote que desea;

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.

- 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 Competición (ya sea mediante un compromiso de programación mejorada u otras promociones, tanto durante la emisión de esta como fuera de ella).
 - Descripción del plan de programación de la Competición incluyendo el nivel de cobertura y exposición.
 - La experiencia de la compañía o del profesional individual en los últimos 3 años en la explotación de contenidos audiovisuales, con expresa indicación de los contenidos relacionados con el fútbol.
- (70) Cada candidato podrá presentar oferta por uno o más lotes, si bien deberá presentar una oferta individual independiente por cada uno de los lotes.
- (71) Se indica que el criterio de adjudicación “será exclusivamente la mejor oferta económica”. Ello se matiza de la siguiente forma (apartado 8.8, valoración de los lotes):
- “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 años.*
- Se considerará que la oferta es significativamente superior cuando el valor promedio anual será superior al 20% del promedio de la oferta a tres temporadas cuando la oferta lo es por cuatro temporadas y 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 años deberán haber obtenido, en todo caso, el informe favorable previo del Comité de Auditoría autónomo e independiente de la RFEF.*
- En todo caso, en uno y otro caso, las ofertas a cuatro o cinco temporadas deberán ser siempre superiores en un 20% al precio de reserva para poder ser tenidas en consideración”*
- (72) La oferta aceptada por la RFEF se formalizará en un contrato cuyo borrador figura como Anexo 4 a la solicitud de informe.
- (73) 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”, apartado 8.8).
- (74) Se incluye en el borrador de procedimiento una tabla en la que se pone de manifiesto la existencia de un precio de reserva diferenciado por lote y temporada, si bien este no se indica (apartado 8.11).

- (75) Si las ofertas recibidas fueran inferiores al precio de reserva, la RFEF convocará una nueva ronda de ofertas entre los candidatos admitidos, en cuyo caso la primera oferta presentada por los candidatos seguirá siendo vinculante, pudiendo ser mejorada. Si en esta nueva ronda ninguna oferta alcanzase el precio de reserva, la RFEF podrá (i) adjudicar los lotes la mejor oferta económica (ii) convocar una nueva ronda de ofertas, o bien (iii) cancelar el concurso.
- (76) Para la temporada 2022/23 y respecto a los lotes 1, 2 y 7 el precio de reserva viene referido al hecho que el Operador pudiera disponer de la totalidad de los derechos de todos los clubes participantes en las competiciones. En este sentido el operador deberá presentar una oferta con el valor total que pagaría si efectivamente estuvieran adheridos la totalidad de los clubes participantes en la Competición y para dicha temporada se aplicará el precio correspondiente de manera proporcional al número de equipos que hubieran cedido los derechos a la RFEF. Esto es, en la temporada 2022/23 la cantidad final a pagar de los lotes 1, 2 y 7 quedará reducida proporcionalmente al número de equipos que no forman parte de la comercialización.
- (77) Se señala que la RFEF se reserva el derecho a “suspender o cancelar” las Condiciones de Comercialización si el desarrollo del procedimiento y las condiciones de mercado así lo aconsejan y, especialmente, ante **posibles indicaciones injustificadas de colusión** entre candidatos u otras prácticas anticompetitivas (apartado 8.12).
- (78) Finalmente se establecen las siguientes **previsiones de carácter general** (denominadas disposiciones *legales* de la invitación a recibir ofertas):
- La confidencialidad de cualquier información, designada como confidencial por el licitador, incluida en las ofertas.
 - Motivos de cancelación automática del contrato: no emisión de las finales de los diversos torneos; más de 1/3 de los partidos comprometidos. En este caso, la RFEF se reserva el derecho a una indemnización del valor de la oferta anual.
 - Compromiso entre la RFEF y el adjudicatario de colaborar de forma conjunta en materia de integridad (amaños, corrupción, apuestas, etc.) y piratería.

5. VALORACIÓN DE LA PROPUESTA PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE LOS DERECHOS DE EXPLOTACIÓN DE CONTENIDOS AUDIOVISUALES DE CIERTAS COMPETICIONES DE FÚTBOL SALA EN ESPAÑA Y ANDORRA, EN DISTINTAS TEMPORADAS

- (79) 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.

- (80) Las condiciones de comercialización objeto de este informe afectan fundamentalmente al mercado nacional, más allá de que el territorio relevante engloba también a Andorra, por lo que es de aplicación el Real Decreto-ley 5/2015, en particular en lo que afecta a este informe, el artículo 4, relativo al contenido debido de las condiciones de comercialización conjunta, así como al deber de las entidades comercializadoras de solicitar informe previo de la CNMC sobre tales condiciones de comercialización. En particular, resultan aplicables a este procedimiento de comercialización centralizada los principios de concurrencia y publicidad.
- (81) Debe precisarse que 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.
- (82) En este sentido, la CNMC realiza las siguientes observaciones a las condiciones de comercialización de ciertas competiciones de fútbol sala presentadas por la RFEF:

5.1. ATRIBUCIÓN DE DERECHOS MÁS ALLÁ DEL REAL DECRETO-LEY 5/2015

- (83) 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 de estas observaciones no han sido tenidas en cuenta en la propuesta de condiciones de comercialización presentada y objeto de este informe. Por ello, se reiteran las observaciones a las condiciones del documento sometido a informe, instando de nuevo a la RFEF a su adopción con el fin de cumplir con lo establecido en el Real Decreto-ley 5/2015.
- (84) Respecto de la condición de productor de la RFEF:
- (85) 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 de contenidos audiovisuales de ciertas 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.

- (86) 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.”*

- (87) 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 voluntariamente, siempre naturalmente 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.”

- (88) En la propuesta presentada por la RFEF con fecha 5 de noviembre de 2021 en relación a los derechos audiovisuales de distintas competiciones de fútbol sala, se formula una previsión más acorde con el Real Decreto-ley. En las condiciones de la propuesta de procedimiento objeto de este informe, se indica que (apartado 4):

“La producción audiovisual de todos los partidos en los que los clubs hayan cedido voluntariamente esta facultad será llevada a cabo por la RFEF” y “La RFEF podrá encomendar la producción a la empresa adjudicataria en cuyo caso ésta asumirá la totalidad de los costes de producción sin nada que abonar a la RFEF. En este caso el adjudicatario entregará la señal en directo a la RFEF sin coste alguno para la comercialización de los partidos fuera del territorio. En ese caso, la RFEF y el adjudicatario firmarán un acuerdo autónomo de producción”.

- (89) Esa redacción es más respetuosa con las previsiones del Real Decreto-ley 5/2015, y se corresponde en mayor medida con lo señalado por la CNMC en previos informes en relación a que la producción deba ser responsabilidad del adjudicatario o bien objeto de licitación.
- (90) No obstante, la encomienda de la RFEF a la empresa adjudicataria de la producción no debe quedar condicionada a la decisión discrecional de la RFEF en cada caso (“*La RFEF podrá encomendar...*”) sino articularse de modo objetivo y general para todos los adjudicatarios. Adicionalmente, dado que se establece que el adjudicatario entregará la señal en directo a la RFEF sin coste alguno para la comercialización de los partidos fuera del territorio, debería establecerse un mecanismo objetivo para la contribución a los costes de producción por parte de estos operadores adjudicatarios de los derechos para fuera del territorio y/o de la entidad comercializadora.
- (91) En relación con los **costes de producción** por cuenta del adjudicatario en los supuestos en los que sea la RFEF la responsable de la producción (como se ha señalado *supra*, costes que oscilan entre 1.500€/partido y 7.000€/partido dependiendo del lote y conforme a lo que se establece 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.”*
- (92) 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.
- (93) Respecto de la previsión, en sede de derechos excluidos de la oferta, de que “La RFEF y los Clubes o Federaciones que disputen los partidos podrán elaborar resúmenes de imágenes en sus perfiles oficiales de las Redes Sociales y web oficial del club. Dicha utilización estará restringida hasta cinco (5) minutos de duración en total por partido y su publicación será posterior a la finalización de cada partido y podrán ser publicadas en todo el mundo”, 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 conforme al Real Decreto-ley 5/2015, que exclusivamente lo faculta para la venta centralizada.

- (94) Asimismo, hay que precisar que el derecho que reserva el borrador de oferta a la RFEF para “retransmitir en sus plataformas de medios oficiales designados las imágenes de los partidos en diferido, en su integridad y/o versiones resumidas o fragmentadas, a partir de 24 horas después de la finalización del mismo, siempre que lo hagan directamente a través de un canal de distribución propio de la RFEF dedicado temáticamente a la actividad deportiva de la RFEF y de sus propias competiciones”, no corresponde a la RFEF, puesto que el Real Decreto-ley no le atribuye más que la comercialización. Tal derecho, por el contrario, y pese a que el borrador de oferta no lo señala, 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.
- (95) Lo mismo cabe decir sobre la asignación a la REF de la facultad de “exhibir las jugadas destacadas del partido a través de sus plataformas Oficiales y web oficial desde el final del mismo con un límite de cinco (5) minutos que podrán ser publicadas en todo el mundo”, lo cual no tiene amparo en el Real Decreto-ley 5/2015. Tampoco tiene cobertura legal la previsión de que la RFEF, cuando el partido sea organizado por ella y/o se dispute en campo neutral, se reserva “la explotación de 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”. Estas previsiones son contrarias a los apartados 1 y 4 del artículo 2 del Real Decreto-ley.
- (96) Tampoco tiene facultad legal la RFEF para reservarse “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”. La adjudicación directa de derechos no está amparada por el Real Decreto-ley, debiéndose licitar conforme al mismo.
- (97) El borrador de oferta se refiere a que “Los Clubes o Federaciones participantes podrán emitir en sus plataformas de medios oficiales designados en diferido en su integridad y/o versiones resumidas o fragmentadas 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 del club dedicado temáticamente a la actividad deportiva del club o entidad participante”. No obstante, ese derecho está reservado por el Real Decreto-ley 5/2015 solo al club local y a partir de la finalización de la jornada deportiva, no un tiempo tras la finalización de un determinado partido [artículo 2.3 a) del Real Decreto-ley].
- (98) Para los lotes 3 y 4 se prevé que “Todos los partidos que no se emitan en directo por el operador podrán ser emitidos en directo por los clubs participantes en dicho encuentro a través de las plataformas, canales propios de dichos clubs dedicados temáticamente a la actividad deportiva del club o

entidad participante y en perfiles oficiales en las redes sociales de dichos clubes y/o también podrán ser emitidos por los canales de la RFEF. En estos casos, la producción será a cargo del club interesado en la emisión”. En lo que respecta a la RFEF, no se corresponde con un derecho que le haya sido reservado por el Real Decreto-ley y se lo atribuye además sin contraprestación alguna. Por otra parte, debe precisarse que la referencia a las redes sociales se corresponde con lo previsto en el Real Decreto-ley 5/2015 solo en tanto que cumplan con el requisito del artículo 2.3. a), esto es, que se trate de un canal de distribución propio dedicado temáticamente a la actividad deportiva de la entidad.

- (99) Finalmente, en relación al denominado por la RFEF “**derecho de archivo**”, (epígrafe 6.2) que se prevé en el borrador de oferta en favor de la RFEF en todo caso y de los clubes respecto de los partidos por ellos disputados, más allá de las dudas que plantea ese concepto de “derecho de archivo”, el mismo no está amparado en las previsiones del Real Decreto-ley 5/2015 y resulta desproporcionado en tanto que obliga a los licenciatarios a devolver a la RFEF “*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.
- (100) Tampoco la asignación a la RFEF de todos los derechos de propiedad intelectual (en co-titularidad con los clubes o, en su caso, federaciones autonómicas) sobre los contenidos y grabaciones audiovisuales generados tiene amparo en el Real Decreto-ley (apartado 6.3).

5.2. RESTRICCIONES LIGADAS A PUBLICIDAD

- (101) Establece la RFEF en el borrador de procedimiento (así como en el modelo de contrato que se anexa a la petición de informe) obligaciones comerciales del adjudicatario relativas a la publicidad, ya 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.⁹ Concretamente, se establece que el adjudicatario “*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*”.
- (102) Como se ha anticipado *supra*, se prevé además en el borrador de oferta que los adjudicatarios deberán poner a disposición de la RFEF una serie de tiempos promocionales (autopromociones, cartelas de patrocinio y sobreimpresiones), que se valoran por un coste global de 5.000€ por temporada deportiva y por lote (apartado 5.2).

⁹ INF/DC/118/19, INF/DC/094/19, INF/DC/053/19.

- (103) Adicionalmente, se establece una obligación publicitaria no amparada por el Real Decreto-ley: “La RFEF comunicará al operador quien es el title sponsor de la competición y el adjudicatario estará obligado a aplicar el correcto naming y logotipo del title sponsor y de la competición” (apartado 5.1).
- (104) También se señala, en sede de formato de emisión, que “se requerirá del Adjudicatario que cumpla con los requisitos de la RFEF respecto a los tiempos y secuencias de las cabeceras, los cortes publicitarios y la identificación del patrocinio de la retransmisión” o que “Las entrevistas a los jugadores se realizarán con las traseras de patrocinio que se faciliten por la RFEF”.
- (105) Esas limitaciones a las facultades de los licitadores en materia de publicidad se incluyen también en el modelo de contrato incluido en el anexo 4 adjunto a la petición de informe, bajo la cláusula 6.3. Oportunidades y obligaciones comerciales, reseñada más arriba.
- (106) Pues bien, resultan injustificadas las previsiones del borrador de procedimiento que limitan la emisión publicitaria de los adjudicatarios, la cual solamente debe verse condicionada por la normativa audiovisual y por lo previsto en el Real Decreto 5/2015.
- (107) Por tanto, la CNMC insiste en la opinión expresada en anteriores informes respecto a que estas condiciones en materia de publicidad 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 (anexo 4).

5.3. DERECHOS OFERTADOS

- (108) La RFEF, respecto a los derechos objeto de comercialización, como establece el artículo 1.1 segundo párrafo del Real Decreto-ley, prevé en el documento sometido a informe que comprenden “*los eventos que se desarrollen en el terreno de juego, incluyendo las zonas del recinto deportivo visibles desde el mismo, desde los dos (2´) minutos anteriores a la hora prevista para el inicio del acontecimiento deportivo hasta el minuto siguiente a su conclusión*” (apartado 2 del borrador de oferta).
- (109) 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.*”

- (110) Por lo tanto, el Real Decreto-ley 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.”

- (111) Igualmente, también señaló la CNMC en esos INF/DC/053/19 y INF/DC/062/19 que:

“...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.”*

- (112) Esta aseveración se recogía asimismo 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.”*

- (113) No obstante, el borrador de oferta sometido a informe contiene diversas condiciones bajo el apartado 6, *Derechos no exclusivos. Derechos excluidos* en las que la RFEF se arroga una serie de derechos que no encuentran apoyo en la norma.

- (114) En relación con la sublicencia (cesión, subcontratación) 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.

- (115) 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, respecto vigencia de los contratos que eventualmente pudiera firmar la RFEF con los operadores adjudicatarios, procede hacer referencia a los pronunciamientos que los Tribunales de Justicia, la CNMC y sus organismos predecesores han realizado en relación a lo que debe entenderse por temporada a efectos de aplicar este concepto a la adquisición de derechos audiovisuales de las competiciones futbolísticas¹⁰.
- (116) Adicionalmente, sería aconsejable aclarar, en el apartado 3.7.2 (CANAL), que se refiere a las formas de distribución, si la explotación es para todos los tipos de usuarios minoristas (residencial y no residencial, incluido HORECAS, apuestas, etc.).
- (117) Para todos los lotes se indica por la RFEF que “La exclusividad mencionada en estas bases no afecta al derecho de los clubes o federaciones participantes en los encuentros para poder grabar imágenes mediante medios propios del club o en su caso de la federación a los meros efectos internos de análisis técnico de los partidos y su uso para fines de entrenamientos y seguimiento de sus jugadores o de los equipos oponentes. La concesión de la autorización o denegación respecto de tales grabaciones recaerá en el equipo que dispute el partido en condición de equipo local” (apartado 3.7.2). Hay que subrayar que esta cuestión es ajena a la licitación, además de ser una materia que corresponde acordar a los clubes participantes.
- (118) Nuevamente supone una previsión ajena al ámbito propio de la licitación la que indica que “La exclusividad tampoco impide a los clubes o federaciones participantes y a la RFEF la posibilidad de grabar y emitir imágenes de los momentos previos o posteriores al partido, de los banquillos, así como de cualquier otra imagen que no sea de la disputa del partido en el terreno de juego. La concesión de la autorización o denegación respecto de tales grabaciones recaerá en el equipo que dispute el partido en condición de equipo local o de la RFEF cuando sea ella la que lo organice o sea en campo neutral”. La atribución de esta facultad a la RFEF es, nuevamente, contraria al Real Decreto-Ley (arts. 2.1 y 2.4 en conjunción con el art 1.1 párrafo segundo), dado que la norma no establece excepciones a la atribución de derechos a los clubes atendiendo al lugar donde se celebre el partido e incluye todas las competiciones organizadas por la RFEF. Igualmente, la atribución de derechos al club local no está amparada por el Real Decreto-ley.

¹⁰ Véanse en este sentido la Resolución del Consejo de la CNC de 14 de abril de 2010 en el expediente S/0006/07 (<https://www.cnmc.es/expedientes/s000607>), así como los diversos pronunciamientos adoptados por la CNC y CNMC en el marco de la vigilancia de la citada Resolución (<https://www.cnmc.es/expedientes/vs000607>), así como el INF/DC/0002/15 <https://www.cnmc.es/expedientes/infdc000215>

- (119) Por razones de transparencia y claridad, sería oportuno recoger los derechos de emisión en diferido (apartado 3.7.2) en los apartados de descripción de los lotes y en los cuadros resumen.
- (120) Respecto de la previsión de que corresponde al adjudicatario la “emisión ilimitada de los diferidos de cada partido y en su totalidad, con posterioridad a su grabación y dentro de la temporada a que dichos partidos correspondan”, resulta necesario señalar si los derechos de emisión en diferido son exclusivos [al margen de lo previsto en el 2.3.a) del Real Decreto-ley].
- (121) En el borrador de oferta se establece una prestación o carga para los adjudicatarios que no está relacionada con la comercialización de derechos que regula el Real Decreto-ley 5/2015. Así, se establece que *“El grafismo a utilizar por el Adjudicatario en las retransmisiones en directo y resúmenes de los partidos será elaborado por la RFEF o quien esta designe bajo su dirección, asumiendo al adjudicatario los costes que no podrán superar la cantidad de 5.000€ por lote.”*
- (122) Resulta también imprescindible que se precise cuál es el régimen de los resúmenes que se dice elabora el adjudicatario (apartado 7). Estos no se incluyen en la definición de derechos comercializados y lotes. Debe aclararse si el licenciario solo puede comercializar o también explotar estos por sí mismo (apartado 7.2). La carga que se establece de *“El operador o el sublicenciario de los lotes 1, 2, 3, 4, 5, 6 y 8 elaborarán resúmenes de cada partido de aproximadamente 3 minutos que facilitará a la RFEF y los equipos que lo soliciten al operador, antes de 60 minutos después de finalizar el partido, sin coste, para su difusión en los canales propios de la RFEF y de los clubs o federaciones que disputen cada partido”* (apartado 7.1), no tiene amparo en el Real Decreto-ley, en lo relativo a la RFEF ni al club. En el caso del club local, la facultad legal de emitir en diferido el encuentro no conlleva la carga para el adjudicatario de elaborar un resumen.

5.4. REQUISITOS PARA LA PRESENTACIÓN DE OFERTAS Y PROCEDIMIENTO DE ADJUDICACIÓN

- (123) 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.

- (124) Al establecer el contenido de la oferta a aportar se señala en el documento sometido a informe la necesidad para los licitadores de formalizar un aval bancario “sobre el valor de la Oferta anual de cada temporada”. Esta previsión de aval bancario, si se entiende como del mismo valor de la oferta anual, resulta excesiva en fase de presentación de ofertas y es susceptible de restringir la concurrencia de licitadores.
- (125) El documento remitido por la RFEF, en el apartado relativo a descripción de los lotes, informa que la RFEF contará con la asistencia de un asesor (cuya identidad no se indica) para la comercialización de estos derechos. 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 empresa 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 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 y las empresas participantes en la licitación.
- (126) Debería revisarse la previsión, no exigible para empresas, de que las personas físicas candidatas sean necesariamente empresarios en el sector audiovisual.
- (127) Asimismo, el que el candidato no pueda tener deudas con la RFEF no parece motivo de exclusión, que debería corresponder, en todo caso, por impagos de deudas firmes.
- (128) Respecto al **procedimiento de licitación**, la propuesta no establece ninguna clase de procedimiento: no fija su inicio, calendario para el proceso (solo meramente orientativo), plazo para consultas, subsanación de posibles defectos, etc. resulta imprescindible, para cumplir con los requisitos establecidos en el Real Decreto-ley 5/2015, que la RFEF desarrollara dentro de las condiciones de comercialización los elementos esenciales del

¹¹ INF/DC/053/19.

procedimiento de adjudicación: presentación de ofertas, requisitos, fase de adjudicación. A su vez, se recomienda reconsiderar el plazo orientativo de dos semanas para presentar ofertas, puesto que puede resultar excesivamente corto y suponer una limitación indeseada a la concurrencia de candidatos.

- (129) La presentación de ofertas se realizará a un email todavía no determinado, debiendo valorarse positivamente que se prevea un mecanismo de certificación de entrada y sellado de tiempo de los correos entrantes y que se asegure la confidencialidad de las mismas, en tanto que *“La RFEF no tendrá acceso a la información que los interesados remitan a las indicadas direcciones de e mail hasta la fecha y hora de apertura de candidaturas y de las ofertas económicas que se realizarán ante Notario. En el momento de abrir las ofertas, el proveedor de servicio facilitará a la RFEF, ante el Notario, las claves o sistemas que permitan acceder a los documentos de las ofertas”* (apartado 8.6.4 del borrador de oferta).
- (130) Si bien el documento sometido a informe prevé que *“el criterio de adjudicación será exclusivamente el de la mejor oferta económica”*, también se prevén una serie de requisitos técnicos y organizativos (apartado 8.4) que carecen de criterios de ponderación o baremos 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.
- (131) Como se ha anticipado por remisión a anteriores informes, esa falta de criterios de ponderación resulta especialmente grave dado que se establecen como causas de exclusión (apartado 8.5) *“No acreditar documentalmente y de manera suficiente, todos y cada uno de los requisitos fijados en los apartados precedentes”* y *“El incumplimiento de cualquiera de los requisitos fijados en los apartados”*. Estas causas de exclusión resultan contrarias a los principios de transparencia y concurrencia de licitadores, dado que los llamados requisitos relacionados con la solvencia profesional y/o técnica del apartado 8.4 no establecen unos umbrales concretos que deban superarse por parte de los licitadores.
- (132) En materia de consultas y aclaraciones, resulta imprescindible que se prevea la publicación por la RFEF de todas las respuestas dadas, para conocimiento de todos los posibles licitadores, y tal acceso a las respuestas debe estar disponible para todos los interesados a la vez que para el candidato que formula la consulta.
- (133) Tampoco se incluye suficiente información sobre los **precios de reserva** de cada lote, 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 en la segunda ronda (pudiendo libremente decidir la RFEF entre adjudicar los lotes a la mejor oferta económica, convocar una tercera ronda de ofertas o cancelar el concurso). La CNMC viene sistemáticamente criticando los sistemas de precios de reserva secretos y no

conocidos por los interesados. Esta CNMC es muy crítica con lo relativo a la fijación de los precios de reserva y la aplicación de los sistemas subsidiarios de adjudicación o no de los lotes en el caso de que no se alcancen, en la medida que el sistema propuesto es excesivamente discrecional e introduce incertidumbre y excesivas distorsiones de la competencia en el procedimiento de adjudicación de los lotes. Todo ello genera incertidumbre entre los licitadores y excesiva discrecionalidad en la RFEF, afectando a la concurrencia en el procedimiento (apartado 8.11).

- (134) En materia de adjudicación, resulta imprescindible que la RFEF haga mención expresa a la previsión del artículo 4.4 g) del Real Decreto-ley, en relación a la limitación respecto de la adjudicación de más de dos lotes a un mismo adjudicador.
- (135) La previsión de una obligación indeterminada de “colaboración” con la RFEF a cargo del adjudicatario frente a cualquier amenaza de los derechos cedidos en materia de integridad (amaños, corrupción, apuestas) y antipiratería resulta contraria al principio de transparencia, en el sentido de que los candidatos no conocen el alcance concreto de tal colaboración, y deben ser concretada en sus requisitos mínimos, para seguridad jurídica de los candidatos y para evitar actuaciones discrecionales. Por otra parte, tal alcance debería ser proporcionado y ajustado a aquellas actuaciones de colaboración que requieran de la participación del licenciatario, y no incluir las que puedan ser desarrolladas por la propia RFEF.

5.5. SOBRE LAS TEMPORADAS OFERTADAS Y LA DURACIÓN DE LOS CONTRATOS DE COMERCIALIZACIÓN CON LOS ADJUDICATARIOS

- (136) El procedimiento de solicitud de ofertas sometido a informe posibilita la presentación de ofertas por hasta cinco temporadas, en todas las distintas competiciones licitadas. En función de estas, las temporadas se inician en la en la 2022/23, prolongándose hasta la temporada 2026/27, en su caso.
- (137) Añade el borrador de procedimiento que solo podrán tomarse en consideración las ofertas a cuatro o cinco años 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 (apartado 8.6).
- (138) El artículo 4.4 del Real Decreto-ley 5/2015 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 competencia de la Unión Europea», frente al hasta ahora vigente “La duración de los contratos de comercialización no podrá exceder de tres años.»

- (139) 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.
- (140) 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.”

- (141) 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

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 futbol de 1ª y 2ª división o IPN/CNMC/0001/14.

¹⁵ Para México y Centroamérica.

esa mayor concurrencia por parte de operadores no incumbentes y/o nuevos entrantes.”

- (142) Muy recientemente, la CNMC ha reafirmado y motivado en extenso su criterio sobre esta cuestión, con motivo del informe, de 19 de octubre de 2021, sobre la propuesta de la LNFP para la comercialización de los derechos de explotación de contenidos del campeonato nacional de liga en España (primera división) a partir de la temporada 2022/2023 por una duración de tres, cuatro o cinco temporadas, según las ofertas (INF/CNMC/116/21 LNFP).¹⁶

En conclusión, esta CNMC considera que el contraste entre la propuesta y la normativa del Real Decreto-ley 5/2015 obliga a eliminar del documento sometido a informe la posibilidad de presentar ofertas por un plazo de cuatro y/o cinco temporadas. Las supuestas eficiencias que argumenta la LNFP para ese incremento de la duración de los contratos son argumentos válidos para justificar la propia comercialización centralizada, pero no para avalar un incremento de la duración de los contratos contrario a la normativa de competencia de la UE. Por tanto, ni el contexto jurídico ni económico justifican la consideración de plazos de duración de los contratos superiores a las 3 temporadas.

- (143) También se ha mantenido ese mismo criterio en 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 2026/27¹⁷.
- (144) Esta CNMC considera que los argumentos apuntados por la RFEF en el escrito de solicitud de informe relativos a las especiales características de mercado de las competiciones no profesionales (público, canales de distribución, ubicaciones e infraestructuras de captación y difusión diferentes a los de la competición profesional, etc.) así como a la mayor incertidumbre sobre el plan de negocio y viabilidad de los operadores interesados, no justifican una modificación de las conclusiones relativas a la no compatibilidad de la duración propuesta con las previsiones del Real Decreto-ley 5/2015.
- (145) Por lo anterior, esta CNMC considera que la RFEF debería eliminar 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.

¹⁶ Este informe, disponible como todos en la web de la CNMC (en este caso, <https://www.cnmc.es/expedientes/infdc11621>), formula una exposición extensa y detallada de las razones que justifican que la duración propuesta, superior a tres años, no resulte respetuosa con el Real Decreto-ley 5/2015 y, por ende, pueda resultar contraria a la normativa comunitaria y nacional sobre competencia.

¹⁷ Los informes correspondientes a ambas solicitudes han sido adoptados por la CNMC con fecha 30 de noviembre de 2021 (INF/DC/141/21 e INF/DC/142/2021, respectivamente).

6. CONCLUSIÓN

- (146) Visto el documento de Propuesta de comercialización de determinados derechos de retransmisión audiovisual relacionados con competiciones de fútbol sala por un plazo de tres y en su caso a cuatro o cinco temporadas a contar desde la temporada 2022/23, según las competiciones en el mercado nacional (y Andorra), presentada por la RFEF el 5 de noviembre de 2021 y completada con fecha 22 de noviembre, para la emisión de Informe previo, la CNMC concluye que **no cumple con los requisitos establecidos en el Real Decreto-ley 5/2015**.
- (147) Con el fin de adecuar la propuesta de comercialización sometida 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.
 - 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. 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 si no se alcanzase dicho precio).
 - Establecer una duración de los contratos adecuada a los principios y normas de competencia, eliminando la opción de que se pueda ofertar por cuatro y/o cinco temporadas.
- (148) 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.

- (149) 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.