

**INFORME SOBRE LA PROPUESTA  
DE LA RFEF PARA LA  
COMERCIALIZACIÓN DE LOS  
DERECHOS DE EXPLOTACIÓN DE  
CONTENIDOS AUDIOVISUALES EN  
ESPAÑA Y ANDORRA DE LA COPA  
DE S.M. EL REY PARA LAS  
TEMPORADAS 2022/23, 2023/2024,  
2024/25, Y EN SU CASO, 2025/26 Y  
2026/27**

**INF/DC/012/22**

23 de febrero de 2022

**[www.cnmc.es](http://www.cnmc.es)**

## CONTENIDO

<b>1. Antecedentes .....</b>	<b>5</b>
<b>2. Marco normativo .....</b>	<b>5</b>
<b>3. Contenido de la propuesta objeto de informe previo .....</b>	<b>10</b>
<b>3.1. Identificación y formato de la competición .....</b>	<b>11</b>
<b>3.2. Descripción de los contenidos audiovisuales ofertados.....</b>	<b>12</b>
3.2.1. Lotes objeto de comercialización .....	12
3.2.2. Temporadas .....	16
3.2.3. Territorios .....	17
3.2.4. Producción de los partidos y de los resúmenes por parte de la RFEF.....	17
3.2.5. Oportunidades y obligaciones comerciales.....	19
3.2.6. Derechos excluidos y derechos no exclusivos .....	21
3.2.7. Condiciones de pago y formalización .....	22
<b>4. Formato y requisitos para la presentación y recepción de ofertas. Evaluación y adjudicación. Precio de reserva .....</b>	<b>23</b>
<b>5. Valoración de la propuesta para la comercialización de los derechos audiovisuales en el mercado nacional y Andorra de la Copa de S.M. El Rey, temporadas 2022/23 a, en su caso, 2026/2027.....</b>	<b>26</b>
<b>5.1. Derechos ofertados y atribución de derechos más allá del Real Decreto- Ley 5/2015.....</b>	<b>27</b>
<b>5.2. Restricciones ligadas a la publicidad .....</b>	<b>34</b>
<b>5.3. Requisitos para la presentación de ofertas y procedimiento de adjudicación.....</b>	<b>36</b>
<b>5.4. Sobre las temporadas ofertadas y la duración de los contratos de comercialización con los adjudicatarios .....</b>	<b>40</b>
<b>6. Conclusiones .....</b>	<b>42</b>

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

**INF/DC/012/22 COPA MERCADO NACIONAL /REAL FEDERACIÓN DE  
FÚTBOL**

**CONSEJO. SALA DE COMPETENCIA**

**Consejeros**

D<sup>a</sup>. María Ortiz Aguilar

D<sup>a</sup>. 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 23 de febrero de 2022

Vista la solicitud de la Real Federación Española de Fútbol (RFEF), que tuvo entrada en la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) el 28 de enero de 2022, de elaboración del informe previo a la comercialización de los derechos de explotación de contenidos audiovisuales en España y Andorra de la Copa de S.M. el Rey para las temporadas 2022/23, 2023/2024, 2024/25, y en su caso, 2025/26 y 2026/27, en virtud de lo establecido en el artículo 4 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, modificado 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 y por la disposición final undécima del Real Decreto-ley 26/2020, de 7 de julio de medidas de reactivación económica para hacer frente al impacto del COVID-19 en los ámbitos de transportes y vivienda, la **SALA DE COMPETENCIA** acuerda emitir el siguiente informe.

## **INF/DC/012/22**

# **INFORME SOBRE LA PROPUESTA DE LA RFEF PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE LOS DERECHOS DE EXPLOTACIÓN DE CONTENIDOS AUDIOVISUALES EN ESPAÑA Y ANDORRA DE LA COPA DE S.M. EL REY PARA LAS TEMPORADAS 2022/23, 2023/2024, 2024/25, Y EN SU CASO, 2025/26 y 2026/27.**

## **INF/DC/012/22 RFEF –COPA DE ESPAÑA – NACIONAL**

### **1. ANTECEDENTES**

- (1) Con fecha 28 de enero de 2022, tuvo entrada en la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (en adelante CNMC) solicitud de la Real Federación Española de Fútbol (RFEF) de elaboración de informe previo a la comercialización de los derechos de explotación de contenidos audiovisuales del Campeonato de España Copa de S.M. el Rey, en España y Andorra, para las temporadas 2022/23, 2023/2024, 2024/25, y en su caso, 2025/26 y 2026/27. Este informe se solicita en virtud de lo establecido en el artículo 4, apartados 3 y 5 del Real Decreto-ley 5/2015, de 30 de abril, de medidas urgentes en relación a la comercialización de los derechos de explotación de contenidos audiovisuales de las competiciones de fútbol profesional (en adelante, Real Decreto-ley 5/2015).
- (2) En el presente informe será objeto de análisis la propuesta de comercialización de los derechos de explotación de contenidos audiovisuales de la Copa de S.M el Rey en territorio nacional y Andorra.
- (3) La solicitud de informe de la RFEF, de 28 de enero de 2022, se acompaña de un documento consistente en las bases de la Oferta, y cuatro anexos denominados:
  - Anexo 1: formato de la competición y clubs participantes
  - Anexo 2: niveles de producción
  - Anexo 3: formulario de presentación de ofertas – oferta económica.
  - Anexo 4: Contrato de cesión de derechos

### **2. MARCO NORMATIVO**

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

*“El objeto de este real decreto-ley es establecer las normas para la comercialización de los derechos de explotación de contenidos audiovisuales de competiciones futbolísticas correspondientes al Campeonato Nacional de Liga de Primera y Segunda División, a la Copa de S.M. el Rey, a la Supercopa de España y al resto de competiciones de ámbito estatal, tanto masculinas como femeninas, organizadas por la Real Federación Española de Fútbol<sup>1</sup>; así como fijar los criterios para la distribución de los ingresos obtenidos entre los organizadores y participantes en las mismas.”*

- (5) El alcance de los derechos audiovisuales de las competiciones futbolísticas objeto de comercialización conjunta se encuentra en el párrafo segundo del citado artículo 1.1<sup>2</sup>:

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

- (6) Lo previsto en el apartado 1.1, “se entiende sin perjuicio la emisión de breves resúmenes informativos a que hace referencia el artículo 19.3 de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual”.
- (7) Este artículo excluye de su ámbito los derechos de explotación de contenidos para su emisión a través de los servicios de comunicación audiovisual radiofónica.
- (8) El Real Decreto-ley 5/2015 reconoce expresamente que la titularidad de los derechos audiovisuales corresponde a los clubes, si bien establece la necesidad de ceder las facultades de comercialización conjunta a la RFEF de la Copa de S.M. el Rey, de la Supercopa de España y 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, 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.*

---

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

<sup>2</sup> 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.

*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 y<sup>3</sup> del resto de competiciones de ámbito estatal que organice, tanto masculinas como femeninas, en todas las especialidades de la modalidad del fútbol en tanto dichas competiciones no sean declaradas competiciones profesionales. A partir de dicha declaración, adquirirá la condición de entidad organizadora la Liga Profesional que se cree a tal efecto.”*

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

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

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

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

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

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

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

---

<sup>3</sup> 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.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

*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*

---

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



por terceros, salvo que en algún Lote o paquete no existieran licitadores o adquirentes u otras ofertas económicamente equivalentes.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

- El artículo 19.3 de la LGCA, donde se establece que

*“El derecho de emisión en exclusiva no puede limitar el derecho a la información de los ciudadanos. Los prestadores del servicio de comunicación audiovisual que hayan contratado en exclusiva la emisión de un acontecimiento de interés general para la sociedad deben permitir a los restantes prestadores la emisión de un breve resumen informativo en condiciones razonables, objetivas y no discriminatorias [...] No será exigible contraprestación alguna cuando el resumen informativo sobre un acontecimiento, conjunto unitario de acontecimientos o competición deportiva se emita en un informativo de carácter general, en diferido y con una duración inferior a noventa segundos”.*

- (13) La propuesta de condiciones de comercialización de los derechos de explotación de contenidos audiovisuales de la Copa de S.M. el Rey, en España y Andorra, va a ser informada mediante el presente informe siguiendo el esquema siguiente: en primer lugar, se expondrá de forma resumida 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**

- (14) Mediante el escrito presentado a la CNMC el 28 de enero de 2022, 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 la Copa de S.M. el Rey, para el período 2022/23, 2023/2024, 2024/25, y en su caso, 2025/26 y 2026/27.
- (15) El proceso de licitación se recoge en el precitado documento denominado “Proceso de recepción de ofertas para la contratación de determinados derechos de retransmisión audiovisual relacionados con el Campeonato de España, Copa de S.M. El Rey periodo 2022/23, 2023/24, 2024/25 y, en su caso, las temporadas 2025/26 y 2026/27” (en adelante, PRO).
- (16) El PRO se estructura en diversos epígrafes:
- 1.- Introducción
  - 2- Objeto y descripción de la competición
  - 3.- Condiciones de comercialización
  - 4.- Convocatoria a candidatos
  - 5.- Derechos ofertados
  - 6.- Producción y señal
  - 7.- Oportunidades y obligaciones comerciales
  - 8.- Uso de las marcas por los adjudicatarios
  - 9.- Otros servicios y cuestiones técnicas
  - 10- Derechos no exclusivos
  - 11.- Propiedad intelectual
  - 12.- Contrato y vigencia
  - 13.- Calendario de pagos y aval
  - 14.- Cesiones y sublicencias
  - 15.- Requisitos para la presentación y recepción de las ofertas
  - 16.- Procedimiento y calendario
  - 17.- Evaluación de las ofertas y adjudicación
  - 18.- Otorgamiento del contrato
  - 19.- Resolución
  - 20.- Precio de reserva

21.- Suspensión y cancelación

22.- Disposiciones legales de la IRO [Invitación de Recepción de Ofertas]

- (17) Si bien la RFEF cita en el PRO cinco anexos, acompañando a la solicitud de informe se han remitido a la CNMC los cuatro anexos reseñados *supra*, faltando el relativo al *Programa de patrocinio*. Se indica en la oferta que “*Todas las oportunidades comerciales deberán respetar el Programa de Patrocinio de la RFEF, y a sus Patrocinadores relacionados con el mismo*”.
- (18) A continuación, se realiza un resumen del contenido principal del PRO, atendiendo al literal del texto, que posteriormente será objeto de valoración.

### 3.1. Identificación y formato de la competición

- (19) El documento realiza a modo de introducción unas indicaciones sobre los orígenes del Campeonato de España - Copa de S.M. El Rey y sobre las ediciones Copa 2020 y 2021.
- (20) Respecto de la edición 2022, se indica que, sin perjuicio de posibles cambios en el sistema de competición decididos por los órganos competentes de la RFEF, actualmente participan en la competición 106 clubs en un formato de 7 eliminatorias, todas ellas a un solo partido salvo las semifinales que se juegan a doble partido. La competición completa consta de 117 partidos con el siguiente sistema de eliminatorias: 1ª ronda (56 partidos); 2ª ronda (veintiocho partidos), dieciseisavos de final (dieciséis); octavos de final (ocho); cuartos de final (cuatro); ida de semifinales (dos); vuelta de semifinales (dos); final de la Copa.
- (21) El documento de oferta detalla los participantes en la Copa de S.M. el Rey y el sistema de competición (apartado 2.3).
- (22) Las **fechas de celebración** están por determinar por la RFEF. Se ofrecen unas fechas previstas a efectos informativos para la celebración de las eliminatorias: “jornadas en noviembre, diciembre, enero, febrero, marzo y abril”. La RFEF se reserva el derecho a modificar las eliminatorias, las fechas y los horarios de los partidos en la temporada 2022/23, por razón del Mundial de Qatar.
- (23) El horario de inicio de los partidos será en dos franjas, orientativamente a las 19 y las 21 horas. La RFEF comunicará al adjudicatario, con al menos dos meses de antelación, el horario del partido de la Final, que podrá iniciarse entre las 21 y las 21:30. Está previsto que los partidos se celebren en martes, miércoles y jueves para las jornadas intersemanales y sábado/domingo para las jornadas en fin de semana. La fecha y horario definitivo de cada partido será determinado por la RFEF teniendo en cuenta en la medida de lo posible las propuestas expresadas por el adjudicatario. No se indica nada sobre el lugar de celebración.

## 3.2. Descripción de los contenidos audiovisuales ofertados

- (24) El objeto del procedimiento de licitación cuyo borrador se informa es la recepción de ofertas para la contratación de determinados derechos de retransmisión audiovisual relacionados con la competición Copa de S.M. el Rey correspondiente a las temporadas 2022/2023 hasta, en su caso, temporada 2026/2027, en el ámbito geográfico de España y Andorra.

### 3.2.1. Lotes objeto de comercialización

- (25) Los derechos ofertados se presentan en **cuatro Lotes**, que se resumen en el siguiente cuadro:

<b>Lote 1</b>	<p>El Lote incluye <b>todos los partidos</b> de la competición que se indican, en directo, y en exclusiva. El adjudicatario tendrá derecho a la emisión en diferido en régimen de no exclusiva.</p> <p>Todos los partidos (56) de la Primera Ronda (como mínimo deben ser emitidos 16, de equipos de Primera División).</p> <p>Todos los partidos (28) de la Segunda Ronda (como mínimo deben ser emitidos 16, de equipos de Primera División).</p> <p>Dieciséis (16) partidos de dieciseisavos de final.</p> <p>Ocho (8) partidos de octavos de final.</p> <p>Cuatro (4) los partidos de cuartos de final</p> <p>Cuatro (4) partidos de las semifinales</p> <p>Un partido (1) de la Final de la Copa de SM el Rey</p> <p>En total 117 partidos.</p>
<b>Lote 2</b>	<p>Derecho de emisión y explotación audiovisual <b>en abierto</b> de <b>resúmenes</b> en <b>no exclusiva</b>, con una duración aproximada de 4 minutos por partido que hayan sido producidos por la RFEF, una vez finalizado el último partido de cada uno de los días de encuentros.</p>
<b>Lote 3</b>	<p>Derecho de emisión y explotación audiovisual en canales <b>de pago</b> de <b>resúmenes</b> en <b>no exclusiva</b>, con una duración aproximada de 4 minutos por partido que hayan sido producidos por la RFEF, una vez finalizado el último partido de cada uno de los días de los encuentros</p>
<b>Lote 4</b>	<p>Los <b>diez (10) partidos de la fase previa territorial</b> en directo y en régimen de <b>no exclusiva</b>. El adjudicatario tendrá derecho a la emisión en diferido en régimen de no exclusiva.</p>

- (26) Las características de cada Lote son las siguientes:

## **Lote 1**

- (27) El derecho se concede para la explotación exclusiva y en directo **en abierto o cerrado** para su emisión mediante los siguientes soportes a través de cualquier medio o plataforma. Se incluye a título enunciativo y no limitativo: internet, cable y satélite, ondas hertzianas, ADSL, IPTV, wifi, tecnologías 3G, 4G y 5G y generaciones futuras, portales móviles, páginas web, y cualquier otro medio, sistema o modalidad que se desarrolle en el futuro, salvo las dos eliminatorias de semifinales y la final que deberán emitirse en abierto, con cobertura en todo el territorio, gratuitamente, de conformidad con la Disposición Transitoria Sexta de la LGCA.
- (28) En lo relativo a la elección de fechas y horarios, la fecha y horario definitivo de cada partido será determinado por la RFEF teniendo en cuenta en la medida de lo posible las propuestas expresadas por el adjudicatario del Lote 1. Se establece que el adjudicatario comunicará a la RFEF las fechas y horarios que se propongan para la celebración de cada partido dentro de las 24 horas posteriores a la finalización del sorteo de cada eliminatoria, indicando también los soportes de radiodifusión televisiva elegidos para ello (TV digital, emisión por internet, por cable o satélite). La RFEF comunicará la fecha y horarios definitivos de los partidos dentro del plazo máximo de 3 días naturales a contar desde el siguiente de la propuesta del adjudicatario. Para los partidos desde dieciseisavos hasta las semifinales la comunicación se efectuará el mismo día del sorteo antes de las 24:00 (apartado 5.1).
- (29) Los adjudicatarios podrán ofrecer la opción al usuario de acceder a los comentarios de la retransmisión en todas las lenguas co-oficiales en aquellos territorios en los exista una lengua co-oficial. Para el territorio de Andorra la explotación es en exclusiva para la emisión en el idioma oficial y en castellano.
- (30) Este Lote 1 confiere los siguientes derechos y obligaciones:

*Programa en directo: programa que incluye la retransmisión exclusiva y continua sin cortes ni interrupciones de todos los partidos en su totalidad, en tiempo real, en abierto o en servicio codificado, de forma gratuita o mediante pago, en cualquier dispositivo, salvo las dos eliminatorias de semifinales y la final que deberán emitirse en abierto, con cobertura en todo el territorio, gratuitamente. Los partidos deberán emitirse en tecnología HD cuando se disponga de dicha tecnología.*

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

*Programas en diferido: programa que incluye la emisión de diferidos de cada partido en no exclusiva y en su totalidad, con posterioridad a su celebración. Con vigencia hasta un mes después de la finalización del partido de Final de la Copa de SM el Rey de la última temporada de vigencia del contrato.*

*Programas de video a la carta: incluye la emisión continua en exclusiva y en su totalidad, con posterioridad a su celebración a través del sistema de video a la carta*

*(“video on demand”, catch-up tv, etc.), y por medio de los diferentes Canales habilitados para ello pudiendo ofrecer ese partido después de su celebración.*

*Proyecciones Públicas: El adjudicatario podrá organizar proyecciones públicas en cines o espacios públicos para el ciclo de derechos que haya adquirido. Dichas proyecciones deberán contar con la previa aprobación y por escrito de la RFEF. A su vez, en el caso que llegue propuestas a la RFEF para poder realizarse la proyección pública, ésta deberá informar de ello al adjudicatario en aras de poder facilitar la misma, siempre y cuando el adjudicatario esté de acuerdo.*

### **Lote 2.**

- (31) El derecho se concede para la emisión y explotación audiovisual **en abierto** de resúmenes en no exclusiva, con una duración aproximada de 4 minutos por partido que hayan sido producidos por la RFEF, una vez finalizado el último partido de cada uno de los días de encuentros.

### **Lote 3.**

- (32) El derecho se concede para la emisión y explotación audiovisual **en canales de pago** de resúmenes en no exclusiva, con una duración aproximada de 4 minutos por partido que hayan sido producidos por la RFEF, una vez finalizado el último partido de cada uno de los días de los encuentros.
- (33) Condiciones comunes a los Lotes 2 y 3.
- El derecho de emisión caducará al inicio del primer partido de la siguiente jornada. **Los resúmenes serán producidos y entregados por la RFEF** en un plazo máximo de dos horas desde el final de cada día de partido.
  - Estarán disponibles un mínimo de 65 y un máximo de 117 resúmenes, dependiendo de los partidos producidos por la RFEF. En el caso que se produzcan más partidos de Primera y Segunda Ronda, los resúmenes de estos partidos también estarán disponibles para su adquisición.
  - Los partidos de Primera y Segunda Ronda cuyos resúmenes estén disponibles para su adquisición se podrán solicitar a la RFEF (tv@rfe.es) a partir del cuarto día posterior al día del sorteo de cada eliminatoria. Los futuros adjudicatarios podrán enviar su intención de adquisición de uno o varios resúmenes hasta tres días naturales antes de la celebración del primer partido de cada ronda.
  - Los adjudicatarios podrán utilizar imágenes de los resúmenes de las rondas anteriores que hayan adquirido, para la realización de reportajes o programas dedicados a la Competición.
  - Los adjudicatarios no podrán modificar el contenido de los resúmenes entregados por la RFEF o por quien ella designe si bien, por motivos de programación podrá acortar hasta en un 20% el contenido de los mismos.

- f. Todos los resúmenes llevarán la mosca de la competición, mosca que tiene ser visible en la emisión, no pudiendo ser tapada por otra mosca y otro grafismo. Únicamente podrán insertar la identificación del canal.
- (34) En cuanto a los precios de los resúmenes, la RFEF señalar haber analizado los precios de productos similares y haber consultado a empresas especializadas. Se fija un muy amplio rango de precios de cada resumen de partido/Lotes de partidos que atiende a las diferentes rondas, especificaciones y cobertura nacional o autonómica, local o digital del operador.

#### **Lote 4**

- (35) Los candidatos podrán presentar su oferta para un solo partido, o para varios partidos, dentro de los 6 días naturales anteriores a la celebración de los encuentros.
- (36) El derecho se concederá para la comercialización en régimen de no exclusiva. La emisión se realizará en directo mediante los siguientes soportes a través de cualquier medio o plataforma. Se incluye a título enunciativo y no limitativo: internet, cable y satélite, ondas hertzianas, ADSL, IPTV, wifi, tecnologías 3G, 4G y 5G y generaciones futuras, portales móviles, páginas web, y cualquier otro medio, sistema o modalidad que se desarrolle en el futuro. Para el territorio de Andorra la explotación es en exclusiva para la emisión el idioma oficial y en castellano.
- (37) **Los adjudicatarios de lote 4 serán responsables de la producción** y tendrán que cumplir las condiciones de producción fijadas en el anexo 2.
- (38) Los adjudicatarios del Lote 4 se comprometen a enviar a la RFEF un resumen del cada partido emitido en un plazo no superior a 45 minutos tras la finalización del mismo, que podrá ser emitido en las plataformas de la RFEF (apartado 5.4).
- (39) La RFEF declara haber analizado los precios de mercado de productos similares y haber tenido en cuenta que los interesados deben asumir los costes de producción. Con el objetivo declarado de lograr la mayor difusión de los encuentros, se fijan como precios de adquisición de cada partido de la fase Previa Territorial: 1.500.-€+IVA para TVs nacionales y 750.-€+IVA para TVs autonómicas, locales y medios digitales.
- (40) Los partidos del Lote 4 que no se hubieran adjudicado podrán ser emitidos en directo por los clubs participantes, las Federaciones Autonómicas de los clubs participantes en dicho encuentro y la RFEF, así como en perfiles oficiales en las redes sociales de los mismos. En estos casos, la producción será a cargo de los adjudicatarios de la emisión. A tal efecto se solicitará autorización a la RFEF para la emisión dentro de los 5 días naturales anteriores a la celebración del encuentro.

- (41) El borrador de Procedimiento realiza mención específica a los breves resúmenes informativos emitidos por operadores audiovisuales, conforme a lo dispuesto en el artículo 19.3 de la LGCA y los criterios establecidos por la CNMC (párrafo 3.2).
- (42) Asimismo, se indica que los derechos de radiodifusión de los partidos en directo son sin carácter exclusivo (párrafo 3.2). Parece entenderse que se refieren a radiodifusión *sonora*.
- (43) En el caso de los Lotes 1 (todos los partidos) y 4 (diez partidos de fase previa territorial), 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 de sublicencia deberá realizarse como mínimo 30 días naturales antes de la fecha de emisión de los partidos y deberá indicar con detalle “el canal y las audiencias del mismo [sublicenciario]” (apartado 14.1). La RFEF contestará en el plazo de 15 días naturales. Si bien no se indica expresamente que la decisión negativa deba ser motivada, se señalan cuatro causas para denegar la sublicencia: situación de impago del potencial sublicenciario con la RFEF; riesgo reputacional de la RFEF por contenidos socialmente inadecuados de los canales; formato de explotación de los derechos por el potencial sublicenciario contrario a lo establecido en las bases; y potencial sublicenciario incurso en causa de exclusión.
- (44) En el caso de los Lotes 2 y 3, los adjudicatarios no pueden sublicenciar, ceder o intercambiar el contenido (total o parcial) de los resúmenes.

### 3.2.2. Temporadas

- (45) El Lote 1 se comercializa por un plazo de *tres temporadas*, y en su caso de *cuatro o cinco temporadas*, siempre a contar desde la temporada 2022/2023. La temporada se inicia el 1 de julio de cada año y finaliza el 30 de junio del año siguiente.
- (46) En relación a las temporadas y su conexión con la oferta, el documento sometido a informe de la CNMC precisa lo siguiente:

*“Los candidatos interesados en el Lote 1 presentarán una oferta para un mínimo de tres temporadas como criterio general (temporadas 2022/23, 2023/24 y 2024/25). Cuando el candidato presente una oferta que sea superior a tres temporadas que requiera necesariamente y en función de la cuantía ofertada o de los medios técnicos puestos a disposición, de un periodo superior de amortización de la inversión a los efectos de poder cubrir con criterios económico-financieros habituales y coherentes lo ofertado. En este último caso, la empresa deberá justificar de manera suficiente y completa, mediante informe detallado, la necesidad de ampliar el período de vigencia del contrato a cuatro o cinco años en función de su oferta y su plan de inversiones, así como la amortización razonable de las mismas. Dicho informe deberá estar incluido, necesariamente, dentro del sobre de la oferta económica y deberá explicar de forma detallada el plan de negocio, los criterios de amortización y la justificación*



*de la necesidad de disponer de cuatro o cinco años para poder cubrir la inversión efectuada caso de ser adjudicatario y en función de la oferta efectuada.*

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

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

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

- (47) Los candidatos interesados en los Lotes 2, 3 y 4 podrán ostentar los derechos para uno o varios resúmenes (Lotes 2 y 3) o partidos (Lote 4).

### 3.2.3. Territorios

- (48) En cuanto a los **territorios** en los que se comercializan los derechos, los Lotes se ofrecen en España y Andorra (Territorio).
- (49) El adjudicatario deberá garantizar que los derechos sean exclusivamente accesibles desde el Territorio y se compromete a implementar todas aquellas medidas de seguridad, tales como la encriptación de señales o sistema de geobloqueo, sistemas DRM, para evitar que se pueda tener acceso a los mismos desde fuera del Territorio y/o de manera ilegal. Se añade que se 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.
- (50) En lo que respecta a los contenidos a través de Internet u otro medio de emisión equivalente, el adjudicatario también se comprometerá a implantar todas aquellas medidas que impidan la copia, almacenamiento, conservación o envío de cualquiera de los contenidos audiovisuales adquiridos, así como a utilizar un sistema que prohíba el acceso o visualización fuera del país donde emite los contenidos.

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

- (51) La producción de todos los partidos, salvo los de la fase previa (Lote 4) será a cargo y bajo responsabilidad de la RFEF (apartado 6.1). No obstante, la RFEF podrá recibir asistencia técnica de terceros con el fin de garantizar un nivel adecuado de producción. El adjudicatario abonará a la RFEF los costes de producción de los partidos y de los resúmenes de cada partido (apartado 13.3). El Anexo 2 detalla tales costes, diferenciando seis distintos niveles de producción, en función de los equipos participantes y con precios distintos para Madrid, península e islas, costes que el PRO indica que se han elaborado

conforme a “precios promedio de mercado”. Los importes oscilan entre 180.000 euros para la producción tipo A (Final de la Copa del Rey) en las Islas y 7.000 euros para la producción tipo F (Segunda ronda donde no participe equipo de Primera o Segunda división, Primera ronda con equipo de Segunda, y en los partidos donde únicamente participen equipos de fútbol no profesional) en Madrid. Los partidos de la fase previa (Lote 4) los producirá directamente el adjudicatario.

- (52) La RFEF garantiza al adjudicatario del Lote 1 que podrá disponer, sin coste adicional, de señal con grafismo en español en 2 partidos de cada una de las fases en las que se desarrolla la competición, desde la Primera Fase hasta Cuartos de Final, y también en los partidos de Semifinales y Final.
- (53) Se regulan con detalle (apartado 6 del PRO) los elementos gráficos a utilizar por el adjudicatario en la personalización, en lo relativo al uso del nombre de la RFEF, la mosca con el logo de la RFEF/la competición y/o del patrocinador principal de la competición.
- (54) El adjudicatario podrá personalizar la producción acorde a sus preferencias, mediante el uso de locuciones, comentarios y apariciones de sus locutores, narradores y comentaristas. No obstante, no podrá personalizar la imagen de juego más allá de lo indicado en el PRO, pero sí podrán añadir contenidos e imágenes grabadas de manera unilateral, previamente acordados con la RFEF.
- (55) Se indica que la RFEF “empleará todos sus mejores esfuerzos” para poner a disposición del adjudicatario del Lote 1 espacios para sus propias instalaciones para la personalización de los Programas. Las instalaciones comprenden los espacios para posiciones para comentarios, presentaciones, posiciones de cámara propias y otras instalaciones técnicas puestas habitualmente a disposición para la personalización de la producción de la cobertura televisiva del fútbol profesional.
- (56) En materia de entrevistas, respecto de los adjudicatarios del Lote 1, se indica por la RFEF que *“los clubes harán sus mejores esfuerzos para colaborar con la RFEF a los efectos de facilitar la celebración de entrevistas”*. Se prevén con alto grado de detalle (apartado 9.2) una serie de entrevistas para eliminatorias hasta cuartos de final, de cuartos de final y semifinales y final. Si bien el PRO señala que las entrevistas no son un derecho de los adjudicatarios ni una obligación para la RFEF (apartado 9.2), se prevé en algunos supuestos como un derecho: *“En los partidos de semifinales y la final el Adjudicatario tendrá derecho a realizar las siguientes entrevistas a los jugadores y entrenadores de los equipos”* (apartado 9.2.4).

### 3.2.5. Oportunidades y obligaciones comerciales

- (57) La RFEF hace referencia en el PRO a un Programa de Patrocinio que se anexaría a la misma (como se ha anticipado, no remitido a la CNMC) y establece que todas las oportunidades comerciales de los adjudicatarios deberán respetar el Programa de Patrocinio de la RFEF y a sus patrocinadores.
- (58) Para los Lotes relativos a partidos (Lotes 1 y 4) se imponen las siguientes obligaciones al adjudicatario en materia de oportunidades comerciales:
- No podrá designar ningún patrocinador de programaciones o contenidos relacionados con la RFEF y/o con las Competiciones, de forma que se entienda que patrocinan a la RFEF y/o a las Competiciones
  - La venta de espacios publicitarios por el Candidato [debe entenderse, adjudicatario] deberá respetar la prioridad de los espacios publicitarios que se reserve la RFEF. 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.
  - Deberá poner a disposición de la RFEF una serie de tiempos promocionales, con carácter gratuito:
    - (a) Sesenta segundos durante la retransmisión de todos los partidos, repartidos en cuatro carátulas de quince segundos de duración cada una, con la imagen de las entidades integrantes de los Programas de Patrocinio de la RFEF.
    - (b) Para los partidos de 1ª y 2ª ronda, dieciseisavos, octavos y cuartos de final: treinta segundos distribuidos en dos carátulas de quince segundos cada una, con la imagen de las entidades integrantes de los Programas de Patrocinio de la RFEF y dos promociones o Programas de Apoyo que realice el adjudicatario de la retransmisión de los partidos durante los días previos a estos. La publicidad anterior o posterior a dicha promoción y/o avance podrá ser efectuada libremente por el adjudicatario.
    - (c) Para los partidos de Semifinales y Final: setenta y cinco segundos distribuidos de la siguiente forma: cinco carátulas de quince segundos de duración cada una de ellas, en cinco promociones o Programas de Apoyo que realice el adjudicatario de la retransmisión de los partidos durante los días previos a estos. La publicidad anterior o posterior a dicha promoción y/o avance podrá ser efectuada libremente por el adjudicatario.
    - (d) Conexiones con el Video Operations Room: cuando se produzcan las interrupciones que los árbitros realizan durante los partidos para comprobar el asistente de vídeo (VAR), el adjudicatario pondrá a disposición de la RFEF los primeros 10 segundos de dicha conexión para

la inserción de una o varias infografías de las marcas de los patrocinadores de este sistema de video arbitraje. Estas marcas disfrutarán de exclusividad sectorial en estas conexiones con el VOR. Además, el paso a la conexión con la sala VOR podrá ir precedida por una cortinilla en la que aparezca el logo del patrocinador, junto con el de la RFEF.

- (59) El adjudicatario del Lote 1 tiene como obligaciones adicionales las siguientes:
- (60) En aras de cumplir con el artículo 14.1 de la Ley General de la Comunicación Audiovisual, el adjudicatario del Lote 1 ofrecerá y pondrá a disposición de la RFEF, que señala que “pagará a precios de mercado”, un derecho de adquisición preferente de hasta 8 minutos de tiempos publicitarios que se emitirán antes, durante y después de los partidos, en aras de poder ser ofrecidos a los miembros del Programa de Patrocinio de la RFEF para emitir sus mensajes publicitarios. Los espacios que compre la RFEF o sus patrocinadores se ubicarán inmediatamente antes y después del inicio y final de cada una de las dos partes de la retransmisión.
- (61) En relación con el partido de la Final, en el caso que la RFEF decidiera producir un espectáculo de entretenimiento en el terreno de juego durante el descanso del partido y con una duración orientativa de 10 minutos, éste podrá ser patrocinado. En el supuesto que dicho espacio fuera patrocinado, el adjudicatario se compromete a emitirlo en su totalidad, en directo y sin cortes y será compensado *“de acuerdo con la tarificación de la cadena aplicando sus precios preferentes por el mismo espacio de tiempo que dure el espectáculo de entretenimiento”*. Si no fuera patrocinado, el adjudicatario podrá emitirlo o no, pero no tendrá derecho a percibir compensación alguna por los minutos de emisión del espectáculo.
- (62) Para los Lotes relativos a resúmenes (Lotes 2 y 3) son obligaciones del adjudicatario las siguientes:
- Los resúmenes incluirán una mosca con el logo de la Competición y/o de la RFEF, y/o del Patrocinador principal de la Competición. Los adjudicatarios se comprometen a no eliminar esta mosca en la emisión de los resúmenes *“con el fin de dar publicidad y promoción a la Competición”*.
  - Los adjudicatarios no podrán designar ningún patrocinador de la emisión de dichos resúmenes que pueda entrar en conflicto con los Patrocinadores Oficiales de la Competición. Se comunicará a los adjudicatarios al inicio de la Competición el listado de dichos Patrocinadores de la RFEF. Se entiende por conflicto la asociación de la retransmisión de resúmenes con marcas competidoras de los Patrocinadores Principales de la RFEF respecto a este Campeonato. Dicha limitación no impone al adjudicatario exclusividad o restricción de venta de espacios publicitarios (distintos del patrocinio de

emisiones) respecto de los sectores y categorías del producto de los patrocinadores de la RFEF.

- En la explotación de los resúmenes el adjudicatario reservará a la RFEF antes y al final de cada bloque dedicado a los resúmenes, dos espacios para la promoción de la Competición y/ sus Patrocinadores de quince segundos.

(63) Se establece un genérico deber de todos los candidatos a *“trabajar conjuntamente con la RFEF para prevenir y adoptar las medidas oportunas para evitar el acceso o difusión ilegal de los contenidos audiovisuales comercializados por la RFEF”*. También se indica que tanto la RFEF como el adjudicatario se comprometen a colaborar de manera conjunta frente a cualquier amenaza que surja para proteger los Derechos cedidos, ya sea en materia de integridad (amaños, corrupción, apuestas, etc.) y/o antipiratería.

### **3.2.6. Derechos excluidos y derechos no exclusivos**

(64) El apartado 10 del PRO, denominado derechos no exclusivos, realiza una enumeración derechos “reservados no transferibles” que ostentarían la RFEF, y los clubes participantes o solo la RFEF.

(65) Se recogen como derechos de la RFEF y de los clubes participantes los siguientes:

- a. emitir en diferido el encuentro a partir de las 24 horas después de la finalización del mismo, siempre que lo hagan directamente a través de un canal de distribución propio dedicado temáticamente a la actividad deportiva del club o entidad participante, que tenga licencia de televisión en TDT y para emitir única y exclusivamente por dicho canal de televisión.
- b. Publicar clips y/o highlights de imágenes en sus perfiles oficiales (web y Redes Sociales). Dicha utilización estará restringida hasta un máximo de cuatro minutos de duración en total entre ambos productos, y para su publicación inmediatamente después a la finalización del partido.
- c. explotar la publicidad virtual conforme a los acuerdos que alcance con los clubs. La explotación de la publicidad virtual corresponderá al Club/SAD en cuyo estadio se disputa el encuentro, excepto en la Final que le corresponde a la RFEF. No obstante, el Club/SAD podrá ceder los derechos de explotación a la RFEF a cambio de precio.
- d. podrán hacer uso del que la RFEF califica como “derecho de archivo” (derecho a emitir el material de archivo) de todos los partidos de la competición en el caso de la RFEF y de los partidos disputados en el caso de los clubes.

- (66) Se prevén como derechos de la RFEF: (i) exhibir las *Jugadas Destacadas* a través de su Plataforma Oficial<sup>5</sup> desde el final del Partido; (ii) autorizar a que los Patrocinadores y/o Proveedores Oficiales de las Competiciones puedan utilizar imágenes de esta en las propias plataformas del patrocinador para promocionar su asociación con la Competición.
- (67) En cuanto a **derechos excluidos** de la Oferta, se mencionan expresamente:
- Los derechos europeos e internacionales que se comercializarán por la RFEF
  - La explotación del betting, scouting, videojuegos o similares,
  - Activos digitales tipo tokens, NFT's o similares.
- (68) En cambio, queda expresamente incluido el tratamiento de las imágenes para el segmento HORECA.
- (69) Reserva el PRO un apartado a aspectos que califica como de propiedad intelectual. Así, la RFEF y los clubes participantes respecto de los partidos que disputen, se dice que “en su condición de productores de los Partidos y Resúmenes”, ostentarán la totalidad de los **derechos de propiedad intelectual** sobre todos los contenidos y grabaciones audiovisuales. Además, la RFEF es titular de las **marcas y los signos distintivos** de la competición, sin perjuicio del uso no exclusivo que puedan hacer los clubes de los contenidos generados por los partidos.

### 3.2.7. Condiciones de pago y formalización

- (70) Se manifiesta expresamente que todas las cantidades propuestas por los candidatos serán liquidadas a percibir por la RFEF, es decir, libres de impuestos y realizadas las deducciones y/o retenciones que sean de aplicación.
- (71) Para el Lote 1 se establece la exigencia de aval, para cada pago anual, por un banco que se encuentre sujeto al control del Mecanismo Único de Supervisión bancaria implantado por el BCE (cláusula 13.6).
- (72) Señala el PRO que ningún acuerdo de derechos de difusión en los medios será vinculante para la RFEF hasta que el mismo haya sido aceptado “a su entera discreción” con la firma del contrato.

---

<sup>5</sup> Se entiende por Plataforma Oficial cualquier canal de distribución digital oficial operado por la RFEF incluido youtube, Instagram, twitter o similar.

## 4. FORMATO Y REQUISITOS PARA LA PRESENTACIÓN Y RECEPCIÓN DE OFERTAS. EVALUACIÓN Y ADJUDICACIÓN. PRECIO DE RESERVA

- (73) Además de la publicación de la invitación a recibir ofertas, se indica expresamente dónde y cómo (en una dirección de email en formato electrónico) deben ser presentadas las Ofertas, diferenciando entre documentación y oferta económica. Todas las ofertas deberán cumplir los términos y condiciones y el procedimiento establecido en el borrador de Procedimiento. Las ofertas no pueden estar sujetas a ninguna condición. La oferta es irrevocable y vinculará por un plazo de 60 días desde la finalización del plazo de recepción de ofertas.
- (74) El Formulario de presentación de Oferta se adjunta (sólo para el Lote 1) como ANEXO 3 al documento de Procedimiento.
- (75) A continuación, se detallan los **requisitos** que deberán cumplir las ofertas:
- (76) El candidato podrá ser cualquier persona jurídica española o extranjera con capacidad de obrar que cumplimente el formulario establecido por la RFEF y aporte la documentación requerida. Para el caso de los Lotes 2, 3 y 4 puede ser persona física empresario individual del sector audiovisual. Se añaden además las obligaciones de proporcionar detalles completos respecto al canal o canales propuestos para la emisión, e informar sobre la titularidad y control de dichos canales.
- (77) También podrán participar en la presentación de ofertas grupos de operadores y uniones de empresas que se constituyan temporalmente al efecto (UTE), siempre y cuando cumplan con todos los requisitos previstos en el PRO. En caso de adjudicarse a dichas empresas, podrán emitir simultáneamente los derechos adquiridos a través de sus canales. Se indica que los requisitos de solvencia exigidos se aplicarán a los socios de la UTE considerados colectivamente como una sola empresa, pudiendo la UTE constituirse después de la adjudicación de los derechos (apartado 4.4).
- (78) Cada candidato debe presentar una declaración responsable firmada por el representante legal relativa a (i) ausencia de condenas por ciertos delitos; (ii) no estar incurso en situación de concurso.
- (79) Respecto de los requisitos de **solvencia económica**, el candidato al Lote 1 debe acreditar un volumen anual de negocios superior a cinco millones de euros y disponer de aval bancario suficiente para hacer frente a la oferta económica de cada temporada (apartado 13.6).
- (80) En relación a la **solvencia profesional o técnica**, para el Lote 1, se exige que el candidato disponga de:

- servicios de comunicación audiovisual en abierto, de pago o gratuita (necesariamente gratuita para la emisión de las semifinales y final) y con cobertura en todo el Territorio.
- medios propios suficientes para explotar los Derechos ofertados, y su puesta a disposición al público;
- todas las licencias, autorizaciones o permisos necesarios por parte de la autoridad gubernamental o reguladora competente para explotar el/los canal/es designado/s propuesto/s;
- planes de programación, de una calidad de la señal suficiente, de cobertura y nivel de exposición acorde con el evento y las condiciones fijadas en el mismo;
- medios para garantizar el compromiso del Candidato en promocionar la Competición y en especial semifinales y Final, ya sea mediante un compromiso de programación mejorada u otras promociones, tanto durante la emisión de la misma como fuera de ella;
- un plan de programación específico para toda la Competición y especialmente para la Final de la Copa de S.M. el Rey, incluyendo el nivel de cobertura y exposición y adjuntando estimaciones o pronósticos de audiencia y cuota de mercado que esperan alcanzar si se les otorga el Paquete deseado.

(81) Todo ello se acreditará mediante informe técnico del candidato donde conste:

- Características de los servicios de comunicación audiovisual para la emisión de todos los partidos y en concreto para las semifinales y final se acreditará que la emisión se puede realizar en HD en abierto, gratuito (si el operador dispone de dicha tecnología), indicando la cobertura territorial de que dispone;
- Descripción de los medios propios suficientes para explotar los Derechos ofertados, y su puesta a disposición al público;
- Detalles de los planes de programación;
- 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 la misma como fuera de ella);
- Descripción del plan de programación de la Competición, incluyendo el nivel de cobertura y exposición y adjuntando estimaciones o pronósticos de audiencia y cuota de mercado que esperan alcanzar si se les otorga el Paquete deseado. En lo que respecta a las licencias autorizaciones y



permisos será precisa la Declaración Jurada del representante legal de la empresa, donde se haga constar que dispone de todas las licencias, autorizaciones o permisos necesarios por parte de la autoridad gubernamental o reguladora competente para explotar el/los Canal/es designado/s propuesto/s

- (82) Para el Lote 4, los candidatos deben realizar una descripción del plan de programación de los partidos, incluyendo el nivel de cobertura y exposición
- (83) Respecto de la **valoración de las ofertas** se indica que el criterio de adjudicación será, exclusivamente, el de la mejor oferta económica.
- (84) Se señala textualmente, en relación a la valoración y a las temporadas ofertadas:

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

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

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

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

- (85) No se indica en este caso, al contrario que en la oferta de comercialización de la Copa para mercados internacionales que *“Tanto en un caso como en otro, las ofertas a cuatro o cinco temporadas deberán ser siempre superiores en un 10% al precio de reserva para poder ser tenidas en consideración”.*
- (86) Los Lotes 2, 3 y 4 se adjudicarán a cada uno de los candidatos que se comprometan a cubrir el “precio mínimo” fijado por la RFEF.
- (87) Recoge el PRO la previsión del artículo 4.4 letra g) del Real Decreto-ley 5/2015, relativa a que una misma entidad no puede adquirir derechos exclusivos de explotación de más de dos paquetes o Lotes, salvo que en algún Lote o paquete no existieran licitadores o adquirentes u otras ofertas económicamente equivalentes. Prevé asimismo que *“en caso de empate entre varias Ofertas a las que no resulte de aplicación el artículo 4.4.g) del RDL 5/2015 la RFEF comunicará dicha circunstancia a los candidatos empatados dando un plazo de al menos veinticuatro (24) horas para mejorar su oferta económica”.*
- (88) En cuanto a la adjudicación provisional y la final (por el órgano de evaluación y el de control de la gestión de los derechos audiovisuales de la RFEF), el licitador elegido por la RFEF será un adjudicatario provisional de la explotación de los

Derechos Audiovisuales. La adjudicación definitiva está condicionada a la firma de un contrato entre el Adjudicatario y la RFEF, cuyo borrador figura como Anexo 4.

- (89) La RFEF desarrolla las previsiones sobre el **precio de reserva** del Lote 1 en un apartado específico (apartado 20), indicando que se fijará atendiendo a criterios de mercado, tomando como modo de referencia el precio de Lotes en otros países de similares condiciones.
- (90) Si ninguna oferta alcanza el precio de reserva, la RFEF podrá adjudicar el concurso a la mejor oferta o bien convocar una nueva ronda de ofertas entre los candidatos admitidos, adjudicándose al que alcance el precio de reserva. En esta nueva ronda los candidatos admitidos serán informados del importe del Precio de Reserva. La primera oferta presentada será vinculante. La segunda oferta se presentará en dirección de correo electrónico que indique la RFEF, y en el plazo que se acuerde que no será inferior a 2 días hábiles Si en esta nueva ronda ninguna oferta alcanzase el precio de reserva, la RFEF podrá adjudicar el concurso a la mejor oferta o bien cancelar el concurso.
- (91) Finalmente se establecen las siguientes **previsiones de carácter general**:
- La confidencialidad de cualquier información incluida en las ofertas.
  - Se señala que la RFEF se reserva el derecho a suspender o cancelar la licitación ante indicios de colusión, lo cual sería puesto en conocimiento de la correspondiente autoridad de competencia.

## **5. VALORACIÓN DE LA PROPUESTA PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE LOS DERECHOS AUDIOVISUALES EN EL MERCADO NACIONAL Y ANDORRA DE LA COPA DE S.M. EL REY, TEMPORADAS 2022/23 A, EN SU CASO, 2026/2027**

- (92) 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.
- (93) 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, aquí la RFEF, de solicitar informe previo de la CNMC sobre tales condiciones de comercialización.

- (94) El presente informe no tiene por objeto valorar la compatibilidad de las condiciones de comercialización con los artículos 1 y 2 de la 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.
- (95) En este sentido, la CNMC realiza las siguientes observaciones a las condiciones de comercialización presentadas por la RFEF para informe previo:

### 5.1. Derechos ofertados y atribución de derechos más allá del Real Decreto-Ley 5/2015

- (96) 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:
- (97) Respecto de las referencias a la **titularidad de los derechos** y a la condición de **productor** de la RFEF:
- (98) El artículo 1.1 del Real Decreto-ley 5/2015 dispone que el objeto de la norma es regular la *comercialización* de los derechos de explotación audiovisual de las competiciones de fútbol. Por tanto, la norma ampara exclusivamente la comercialización de los derechos, es decir, no estarían comprendidas en el ámbito del real decreto-ley otras actividades fuera de esta comercialización tales como la *explotación*, la *emisión*, la **producción** o la *difusión directa* por la RFEF.
- (99) 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):

*Artículo 2. La titularidad de los derechos audiovisuales. “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.*

*Artículo 4. Condiciones de comercialización conjunta de los derechos audiovisuales*

*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”*

- (100) 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 (con la carga de la cesión de las facultades de comercialización conjunta de los derechos audiovisuales recogidos en el segundo párrafo del artículo 1.1 del Real Decreto-ley) y la RFEF solo puede valerse de ellos si los clubes los ceden en virtud de acuerdos contractuales, siempre que dichos acuerdos respeten la normativa de competencia. La CNMC ya se manifestó sobre este particular, entre otros, en los informes INF/DC/062/19, INF/DC/094/19 y INF/DC/118/19 (citados también en el INF/DC/141/21, entre otros informes) 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.”*

- (101) En el PRO se contienen las siguientes manifestaciones: *“La RFEF será la responsable de la producción de los partidos de todos los Lotes salvo los partidos de la fase previa (Lote 4) que producirá directamente el adjudicatario (apartado 6.1); Los resúmenes serán producidos y entregados por la RFEF”* (apartado 5.2), etc.
- (102) Frente al reconocimiento de titularidad en favor de los clubes que realiza el artículo 2.1 del Real Decreto-ley 5/2015, el modelo de contrato de cesión de derechos que la RFEF acompaña como anexo 4 a su solicitud de informe realiza una declaración que no se corresponde con la previsión legal, en tanto que establece como cláusula contractual: *“Primero.- Que, la RFEF es titular-propietario, entre otros, de todos los derechos audiovisuales, de marketing y patrocinio relacionados con el Campeonato de España– Copa de S.M. El Rey”*.
- (103) Hay que subrayar que el artículo 33 de la Ley 10/90, del Deporte atribuye a las Federaciones deportivas españolas, bajo la coordinación y tutela del Consejo

Superior de Deportes, en otras, la función de “Calificar y organizar, en su caso, las actividades y competiciones deportivas oficiales de ámbito estatal” y como tal entidad organizadora se reconoce a la RFEF en el real decreto-ley, no como titular de los derechos audiovisuales.

- (104) Asimismo, el artículo 8.1, en conexión con el artículo 7 d) del Real Decreto-ley establece que el órgano de control de la gestión de los derechos audiovisuales de la RFEF tiene la función, respecto a las competiciones que comercialice, de:

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

- (105) Por todo lo anterior, la CNMC mantiene y reitera lo señalado en informes en relación a que la producción deba ser responsabilidad del adjudicatario o bien objeto de licitación. A este respecto es criticable que la RFEF señala que puede recibir la asistencia de terceros (cláusula 6.1.), pero no aclara si dicha designación se realizará de manera competitiva.
- (106) Esa asignación de la producción al adjudicatario no le es completamente ajena a la RFEF. Así, en el caso del Lote 4, la RFEF establece que tales partidos de la fase previa los producirá directamente el adjudicatario. Tal y como se señala en el apartado “Costes de Producción” del Anexo 2, *“el adjudicatario será el responsable de la producción de los partidos corriendo por su cuenta todos los costes de producción. Si resultaran dos o más adjudicatarios para un mismo partido, podrán unirse para producir los partidos. Si por cualquier razón fuera técnica o físicamente inviable que varios adjudicatarios produjeran el encuentro a la vez, la RFEF mediará para que uno de ellos produzca y el otro u otros asuma/n la parte correspondiente de los costes de producción. En todo caso tendrá preferencia la producción que retransmita en directo y por televisión. En igualdad de condiciones si no llegaran a un acuerdo se producirá un sorteo”*. Cabe señalar aquí, no obstante, la conveniencia, por razones de transparencia, de que esas aclaraciones sobre cómo se articula la producción en el caso de varios adjudicatarios del Lote 4 se incorporen al PRO, no solo al Anexo 2.
- (107) Y en caso los partidos de ese Lote 4 que no sean adjudicados, se prevé que podrán ser emitidos en directo por los clubs participantes, las Federaciones Autonómicas de los clubs participantes en dicho encuentro y la RFEF, siendo la producción a cargo de los autorizados por la RFEF para la emisión (apartados 5.4 y 6.1 del PRO).
- (108) Resulta en este sentido destacable también que la RFEF reconozca a los clubs/SAD participantes su condición de productores de los partidos y en tal medida la (co)titularidad de los derechos de propiedad intelectual sobre los contenidos y grabaciones audiovisuales generados (apartado 11). Si bien ello

resulta contradictorio con la calificación que en otras cláusulas se realiza de la RFEF como productora sin matices, supone un reconocimiento de tal titularidad en favor de los clubes/SAD, que es a los únicos sujetos a los que se la atribuye el Real Decreto-ley 5/2015.

- (109) En relación con los costes de producción por cuenta del adjudicatario (detallados en el anexo 2), 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/094/19 e INF/DC/141/21):

*“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.”*

- (110) Si bien la RFEF señala, solo para el caso de los costes de producción de los resúmenes, que son “a precio de mercado” (apartado 5.3) no se indican los criterios para determinar tales costes. Más allá de ello, la distribución de costes de producción debería realizarse de manera proporcionada y equitativa entre los diferentes adjudicatarios de derechos nacionales, europeos e internacionales (y de la RFEF como comercializadora de estos derechos), y también por parte de los clubes que deseen utilizar la señal para emisiones permitidas en el RD-ley 5/2015, así como cualquiera que utilice estos contenidos en el futuro.
- (111) El PRO contiene distintas previsiones bajo el título de “derechos no exclusivos” (apartado 10) en los que la RFEF se arroga una serie de derechos para su explotación que no encuentran apoyo en el Real Decreto-ley 5/2015, como la posibilidad de exhibir las jugadas destacadas a través de su Plataforma Oficial o la explotación de la publicidad virtual en la Final (apartado 10.1). 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.
- (112) Respecto de la previsión, en sede de derechos excluidos de la oferta, de que “la RFEF, y los Clubes y/o S.A.D que disputen los partidos podrán publicar clips y/o highlights de imágenes en sus perfiles oficiales (web y Redes Sociales). Dicha utilización estará restringida hasta un máximo de cuatro (4) minutos de duración en total entre ambos productos, y para su publicación inmediatamente después a la finalización del partido” [apartado 10.1 letra c)], hay que reiterar como en anteriores informes (INF/DC/141/21) 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.

- (113) Asimismo, hay que repetir que el derecho que reserva el PRO a *“La RFEF y los Clubes o Sociedades Anónimas Deportivas (S.A.D.) participantes podrán emitir en diferido el encuentro a partir de las 24 horas después de la finalización del mismo, siempre que lo hagan directamente a través de un canal de distribución propio dedicado temáticamente a la actividad deportiva del club o entidad participante dedicado temáticamente a la actividad deportiva del club o entidad participante, que tenga licencia de televisión en TDT y para emitir única y exclusivamente por dicho canal de televisión”* [apartado 10.1 letra a)], 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, que contempla este derecho a partir de la finalización de la jornada (no 24 horas tras el fin del partido), siendo un derecho no reconocido a la RFEF. Por otra parte, cuando se precisa que el adjudicatario del Lote 1 tendrá derecho a la emisión en diferido en régimen de no exclusiva, correspondería aclarar si la no exclusiva abarca más allá de la precitada emisión por los clubes y la RFEF.
- (114) Por otra parte, en relación con la previsión de que los partidos del Lote 4 que no se hubieran adjudicado *“podrán ser emitidos en directo por los clubs participantes, las Federaciones Autonómicas de los clubs participantes en dicho encuentro y la RFEF así como en perfiles oficiales en las redes sociales de los mismos. En estos casos, la producción será a cargo de los adjudicatarios de la emisión”*, se debe volver a señalar que en lo que respecta a la RFEF (y a las Federaciones Autonómicas), por un lado, ello no se corresponde con un derecho que le haya sido reservado por el Real Decreto-ley y, por otro lado, que se lo atribuye además sin contraprestación alguna. Adicionalmente, 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 del club. Debe además aclararse quién produce el partido si hay varios adjudicatarios y como se distribuyen los costes de producción en este caso.
- (115) Tampoco tiene cobertura en las previsiones del Real Decreto-ley 5/2015 el establecimiento de un deber a cargo de los adjudicatarios del Lote 4 de enviar a la RFEF un resumen del cada partido emitido en un plazo no superior a 45 minutos tras la finalización de este, que podrá ser emitido en las plataformas de la RFEF (apartado 5.4). Esta carga impuesta a los licenciatarios en beneficio de la RFEF se establece además sin previsión de compensación alguna.

- (116) En lo relativo a las facultades de personalización de la producción por el adjudicatario (apartado 6.6), que parece someterse para cada partido además a la aprobación previa de la RFEF (apartado 6.3), resulta en un régimen desproporcionado, dado lo limitado de las posibilidades de personalización. La precisión sobre la inclusión en el grafismo de los partidos de una mosca con el logo de la Competición y/o de la RFEF/del patrocinador principal de la competición tiene la virtualidad de constituir una modalidad de explotación de la Competición y no resulta amparada por las previsiones del Real Decreto-ley 5/2015.
- (117) Finalmente, en relación al denominado por la RFEF “derecho de archivo”, (apartado 11, en sede de derechos de propiedad intelectual) que se prevé en el PRO como derecho a emitir el material de archivo en favor de la RFEF en todo caso y de los clubes respecto de los partidos por ellos disputados, no está amparado en las previsiones del Real Decreto-ley 5/2015 y resulta desproporcionado en tanto que obliga a los licenciarios a devolver a la RFEF o destruir “cualquier material generado como consecuencia de la explotación del Lote adjudicado”, al objeto, se dice, de evitar un posible uso indebido de derechos audiovisuales más allá de la duración del contrato.
- (118) Respecto a los **contenidos audiovisuales objeto de comercialización**, como establece el artículo 1.1 segundo párrafo del Real Decreto-ley, se trata de “*los eventos que se desarrollen en el terreno de juego, incluyendo las zonas del recinto deportivo visibles desde el mismo, desde los dos minutos anteriores a la hora prevista para el inicio del acontecimiento deportivo hasta el minuto siguiente a su conclusión*”.
- (119) En este sentido, la CNMC ya señaló en los INF/DC/053/19 y INF/DC/062/19:

*“...los contenidos audiovisuales objeto de comercialización “comprenden los eventos que se desarrollen en el terreno de juego, incluyendo las zonas del recinto deportivo visibles desde el mismo, desde los dos minutos anteriores a la hora prevista para el inicio del acontecimiento deportivo hasta el minuto siguiente a su conclusión. Por tanto, en **todo lo que se excedan los tiempos** mencionados en el párrafo anterior, los contenidos audiovisuales ofrecidos por la RFEF no se encontrarían amparados por el Real Decreto-ley 5/2015.”*

- (120) Esta aseveración también se recogía en el INF/DC/094/19:

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



- (121) Estas remisiones a informes pasados también se recogían en el INF/DC/141/21 (entre otros informes). Sin embargo, la RFEF reitera la puesta a disposición y el derecho del adjudicatario a realizar entrevistas en diversos formatos, ruedas de prensa, zona mixta, etc. para cada una de las eliminatorias, como se detalla en el apartado 9 del PRO. Se afirma incluso respecto de los clubes que *“harán sus mejores esfuerzos para colaborar con la RFEF a los efectos de facilitar la celebración de entrevistas”*.
- (122) En relación con la sublicencia (cesión, subcontratación) para los Lotes 1 y 4, que se somete a consentimiento expreso, previo y escrito de la RFEF, se incluyen las causas para denegar la sublicencia (apartado 14.3), lo que supone una mejora respecto de anteriores ofertas sometidas a informe. Para mayor claridad, debería indicarse, no obstante, que la denegación debe ser motivada.
- (123) En cuanto al contenido sustantivo de los derechos ofertados, resulta oportuna la aclaración que realiza la RFEF en esta convocatoria respecto a qué se entiende por temporada, fijando una fecha concreta (se inicia el 1 de julio de cada año y finalizar el 30 de junio del año siguiente) para conocimiento de los candidatos.
- (124) No obstante, sería necesario que el PRO precisara qué debe entenderse por “partido”, en particular recogiendo lo señalado en el artículo 1.1 párrafo 2 del Real Decreto-ley 5/2015, para que quede garantizado el cumplimiento. Adicionalmente, si bien en sede de derechos excluidos se indica que *“Quedan expresamente incluidos el tratamiento de las imágenes para el segmento HORECA”*, sería aconsejable aclarar, en el apartado correspondiente a la descripción de los Lotes, que la explotación es para todos los tipos de usuarios minoristas residencial y no residencial (incluido HORECAS, establecimientos colectivos, etc.)
- (125) Con el fin de facilitar que el adjudicatario del Lote 1 pueda tomar las decisiones sobre calendario y horarios con suficiente antelación conforme a las normas establecidas en el PRO, los sorteos de emparejamiento de las diferentes eliminatorias deberían estar fijados o establecidas las condiciones para su determinación.
- (126) Por otra parte, se valora positivamente que en esta oferta todos los lotes se liciten de manera simultánea, de forma que los licitadores que opten a un determinado lote conozcan con certeza con carácter previo el alcance del resto de los lotes, dado que, como se ha indicado en previos informes, el valor de los lotes está muy interrelacionado y el alcance de unos lotes puede incrementar o reducir el valor de otros.
- (127) Corresponde hacer una serie de precisiones al apartado 5.1, al referirse al contenido del Lote 1 y a los programas:

- a. Respecto del programa en directo, debería añadirse la indicación, en aras a la precisión, de que la final deberá emitirse no solo en abierto, como se señala, sino *en directo* y en abierto. Por otra parte, correspondería para mayor claridad sustituir la expresión “en tiempo real” por “en directo” (apartado 5.1).
- b. En cuanto a la previsión de que “en el caso de presentarse la oferta por una UTE las semifinales y la final podrán emitirse de manera simultánea en dos o más canales”, lo relevante es que se cumplimente lo previsto en la Disposición Transitoria Sexta de la LGCA.
- c. Respecto de los programas en diferido, al establecerse que este incluye la emisión de diferidos de cada partido en no exclusiva “y en su totalidad”, correspondería aclarar si ello supone que el diferido no admite resúmenes.
- d. En lo relativo a programas de vídeo a la carta, hay que precisar que la modalidad de vídeo bajo demanda TVOD no excluye la emisión en directo. Corresponde aclarar este aspecto dado que en los derechos de emisión en directo no se limita la forma de acceso del usuario final al contenido (por ejemplo, en el caso de la TV de pago el operador podría ofrecer los partidos en modalidad de SVOD a cambio de una tarifa mensual o anual o bien mediante TVOD partido a partido).
- e. Para las proyecciones públicas hay que señalar que la comercialización de estos derechos a favor de terceros debe estar sujeta al régimen del Real Decreto-ley 5/2015, mientras que la explotación directa por la RFEF queda fuera del amparo del Real Decreto-ley. Además, se prevé la necesaria aprobación previa por escrito de la RFEF, debiéndose detallar cuáles puedan ser los motivos para denegar la solicitud.

## 5.2. Restricciones ligadas a la publicidad

- (128) El PRO sometido a informe establece numerosas restricciones y cargas al adjudicatario relativas a la publicidad, criticadas por la CNMC en previos informes por ser restrictivas de la libertad de empresa y de la capacidad de rentabilización económica del operador adquirente de los derechos y por no basarse en ninguna circunstancia objetiva admisible.<sup>6</sup>
- (129) Para los Lotes relativos a partidos (Lotes 1 y 4) se prevé que *“El adjudicatario no podrá designar ningún patrocinador de programaciones o contenidos relacionados con la RFEF y/o con las Competiciones, de forma que se entienda que patrocinan a la RFEF y/o a las Competiciones”* (cláusula 7.2). Respecto de los resúmenes (Lotes 2 y 3) se señala que *“Los adjudicatarios no podrán designar ningún patrocinador de la emisión de dichos resúmenes que pueda entrar en conflicto con los Patrocinadores Oficiales de la Competición. Se*

---

<sup>6</sup> INF/DC/118/19, INF/DC/094/19, INF/DC/053/19 e INF/DC/141/21.

*comunicará a los adjudicatarios al inicio de la Competición el listado de dichos Patrocinadores de la RFEF. Se entiende por conflicto la asociación de la retransmisión de resúmenes con marcas competidoras de los Patrocinadores Principales de la RFEF respecto a este.”* (cláusula 7.3). Aparte, en las condiciones de los lotes y 2 y 3 (cláusulas 5.2 y 5.3) se señala que los adjudicatarios solo podrá insertar la identificación del canal. Cabría precisar si esto afecta a algunos formatos de inserción de publicidad.

- (130) También el **contrato modelo** que se acompaña a la solicitud de informe como Anexo 4, prevé, en materia de “condiciones de publicidad” para el licenciario, que *“no podrá designar ningún patrocinador de programaciones o contenidos relacionados con la competición que pueda entrar en conflicto con los patrocinadores principales de la RFEF y/o de la competición”* (cláusula sexta)
- (131) Ya se han reseñado *supra* las restricciones de publicidad al licenciario que incluye el PRO (apartado 7) en aspectos relativos a venta de espacios publicitarios, compromisos de emisión de espacios, prioridades reservadas a la RFEF, tiempos promocionales a disposición de la RFEF con carácter gratuito, designación de patrocinadores, espacios comerciales de protección, derecho de adquisición preferente de tiempos publicitarios, etc. Pues bien, resultan injustificadas las previsiones que limitan la emisión publicitaria de los adjudicatarios, la cual solamente debe verse condicionada por la normativa audiovisual y por lo previsto en el artículo 7.d) en conexión con el artículo 8 del Real Decreto 5/2015. Asimismo, estas previsiones resultan susceptibles de establecer una discriminación no justificada entre operadores en abierto y operadores de pago, al depender proporcionalmente los primeros más de la emisión en publicidad. Otras cuestiones también pueden introducir distorsiones similares, como la posible obligación de emitir un espectáculo de entretenimiento en el descanso de la final. Aunque se señale la posibilidad de compensar al adjudicatario por la pérdida de ingresos publicitarios, la incertidumbre sobre si al final se proyectarán los anuncios retraerá a muchos anunciantes, lo que a su vez es un freno al interés de los adjudicatarios (especialmente de aquellos que más dependan de la publicidad).
- (132) Por otro lado, cabe recordar que no se ha enviado a la CNMC el anexo relativo al Programa de Patrocinio, con lo que no se pueden valorar estas cuestiones en su conjunto.
- (133) Por tanto, la CNMC insiste en la valoración expresada en anteriores informes respecto a que estas condiciones suponen una limitación injustificada de la libertad de empresa y de la capacidad de rentabilizar económicamente los derechos por parte del adjudicatario, sin justificación objetiva alguna y sin amparo en la normativa de aplicación. Por todo ello, la **CNMC considera que**

**este tipo de disposiciones deben ser eliminadas** tanto del borrador de solicitud de ofertas como del modelo de contrato.

### **5.3. Requisitos para la presentación de ofertas y procedimiento de adjudicación**

- (134) Los requisitos para la presentación de ofertas y la adjudicación deben garantizar un “procedimiento público, transparente, competitivo y sin discriminación de licitadores, basado en criterios objetivos” de acuerdo a lo establecido en el Real Decreto-ley 5/2015.
- (135) Para ello el propio diseño de la licitación también debe favorecer la competencia. A este respecto el Real Decreto-ley 5/2015 establece la necesidad de organizar lotes cuya adjudicación se realice de manera independiente, estableciendo el requisito adicional de que una misma persona o entidad no sea titular de más de dos paquetes o lotes (salvo que no existan ofertas económicamente equivalentes).
- (136) En este sentido, la CNMC en anteriores informes (como el INF/DC/116/21) ha señalado lo siguiente:

*La CNMC considera que el factor más relevante para promover la competencia es la existencia de más lotes, y en tal medida de lotes más pequeños y de lotes de distinto tamaño y con reparto más equilibrado de los partidos, de forma que pueda favorecer la competencia de más licitadores.*

- (137) En el presente procedimiento de adjudicación se valora negativamente la concentración de todos los recursos más valiosos en el Lote 1, lo que favorece a los operadores de mayor presencia en el mercado. En este sentido, podría haberse considerado un diseño más flexible de la licitación, con opciones que hubiesen permitido pujar por rondas concretas.
- (138) Entrando en las cuestiones más estrictamente relacionadas con la presentación de ofertas y el procedimiento de adjudicación, en este apartado se reproduce lo manifestado por la CNMC en su informe INF/DC/094/19 (también en el INF/DC/141/21), dado que ninguna de estas observaciones ha sido adoptada por la RFEF en el PRO sometido a informe:

*“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 competencia de determinados eventos”*

- (139) Al establecer el contenido de la oferta a aportar por el candidato al Lote 1 se señala en el PRO la necesidad de formalizar un compromiso de aval bancario

para “*Todas las obligaciones de pago anuales*” (apartado 13.6) y “*suficiente para hacer frente a la oferta económica de cada temporada*” y “*aval Bancario sobre el valor de la Oferta anual*” (apartado 15.3.2). Esta previsión de aval bancario, si se entiende como del mismo valor de la oferta anual, resulta excesiva. Tampoco se han motivado las razones para fijar el umbral concreto elegido para los requisitos de solvencia económica. El volumen anual de negocios superior a los cinco millones de euros es una barrera de entrada para empresas de reciente creación, por lo que podría considerarse una suavización de este criterio. Al menos se recomendaría, por ser menos restrictivo, que se tomase un valor medio de los últimos 3 años o que se hubiese superado ese umbral en alguno de esos 3 años. Finalmente, en relación con la referencia realizada a las cuentas depositadas en el Registro Mercantil, se recomienda hacerla extensiva al Registro equivalente de cualquier país de la UE o de países donde haya acuerdo de reciprocidad.

- (140) Debería revisarse la previsión, no exigible para empresas, de que las personas físicas candidatas sean necesariamente empresarios en el sector audiovisual. 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 (apartado 15.3.1).
- (141) Respecto al **procedimiento de licitación**, la propuesta no establece apenas ninguna precisión sobre los hitos del procedimiento: no fija su inicio, si bien señala como forma de publicación de la convocatoria la web de la RFEF y el envío de las condiciones a las principales agencias y medios de comunicación del territorio; respecto del calendario para el proceso, plazo para consultas, subsanación de posibles defectos, etc. no se indica ninguna fecha ni plazo, salvo 20 días naturales entre la adjudicación definitiva y la formalización del contrato y un plazo “*de al menos 48 horas para subsanaciones*”. Resulta imprescindible, para cumplir con los requisitos establecidos en el Real Decreto-ley 5/2015, así como para salvaguardar los principios de objetividad, no discriminación y libre competencia en el procedimiento de adjudicación, que la RFEF desarrollara con mayor detalle el procedimiento de adjudicación y los plazos entre las distintas fases. En particular, los plazos establecidos para solicitar aclaraciones, presentar ofertas y realizar posibles subsanaciones, deberían no ser demasiado ajustados, con el fin de posibilitar la participación del mayor número posible de competidores. Se recomienda un plazo que permita a los operadores interesados disponer de tiempo suficiente para preparar sus ofertas (por ejemplo, 4 semanas o 20 días hábiles).
- (142) Debe valorarse positivamente que se prevea que la presentación de ofertas se realizará a dos emails corporativos, diferenciándose entre resto de documentación y oferta económica y contemplándose un específico mecanismo para asegurarla confidencialidad de las ofertas económicas, con certificación de

entrada y sellado y participación de Notario (apartado 16.2.2). Asimismo, se ha establecido un somero procedimiento de apertura de las ofertas (apartado 17.2).

- (143) El PRO parece partir de un principio de adjudicación exclusivamente a la mejor oferta económica, indicando que *“Se adjudicará siempre a la mejor oferta económica de aquel candidato que haya presentado una oferta por tres temporadas salvo que exista una oferta por cuatro o por cinco temporadas que sea significativamente superior a la oferta de tres temporadas. Se considerará que la oferta es significativamente superior cuando el valor promedio anual sea superior al 20% del promedio de la oferta a 3 temporadas cuando la oferta lo es por cuatro temporadas y al 25% del promedio de la oferta a 3 temporadas cuando la oferta lo es por cinco temporadas” (apartado 17.3) 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*. Se añade que solo podrán tomarse en consideración las ofertas por cuatro o cinco temporadas 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.
- (144) Sin embargo, el documento carece de criterios de valoración y ponderación de los relativamente extensos requisitos de solvencia profesional y/o técnica que establece para el Lote 1 (apartado 15.3.3). Como se ha venido reiterando en anteriores informes<sup>7</sup>:

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

- (145) Esa falta de criterios de ponderación resulta especialmente grave dado que se establecen como causas de exclusión (apartado 15.4) *“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 15.3.3 no establecen unos umbrales concretos que deban superarse por parte de los licitadores.

---

<sup>7</sup> INF/DC/053/19 o INF/DC/143/21, entre otros.

- (146) Por otra parte, la previsión que establece el PRO sobre la posibilidad de constituir UTEs una vez adjudicados los derechos, puede suponer una conculcación de la debida igualdad entre los licitadores, así como un riesgo de que los participantes en la futura UTE eludan obligaciones de los licitadores, por lo que debería eliminarse.
- (147) Como también se ha indicado en informes previos<sup>8</sup>, 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. De ahí que, por razones de transparencia, deba sustituirse en el párrafo 16.2.3 la expresión “y/o” por “y” en la previsión de que las respuestas a las consultas se remitirán por correo electrónico y/o se publicarán a través de la página web.
- (148) En lo relativo al precio de reserva, 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. No obstante, debe valorarse positivamente que se indique la forma de adjudicación en caso de que las ofertas no superasen dicho precio de reserva, aunque se mantiene una discrecionalidad para la RFEF para adjudicar el concurso a la mejor oferta o convocar una nueva ronda sin explicar los criterios para una u otra decisión. También se señala que tal precio se fijará atendiendo a criterios de mercado y tomando como referencia la comparativa internacional de países de similares condiciones.
- (149) Respecto de la previsión del apartado 17.7 del PRO de que los Lotes 2, 3 y 4 se adjudicarán a cada uno de los candidatos que se comprometan a cubrir el precio “mínimo” fijado por la RFEF, dado que se trata de un precio fijo, no resulta aplicable la referencia a “mínimo”. Todavía sobre los precios de adquisición de resúmenes y del Lote 4, estos no parecen consistentes con el hecho de que los derechos sean no exclusivos, en particular cuando varios operadores adquieren los derechos para un mismo ámbito de cobertura, lo que debiera tener un reflejo en un ajuste en los precios. Por otra parte, Cuando se precisa, para los costes de producción de los resúmenes, que se repartirán entre el número de adjudicatarios finales, debe aclararse que ello incluye, en su caso, a los adjudicatarios internacionales.
- (150) 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

---

<sup>8</sup> Por todos, INF/DC/143/21.

contraria al principio de transparencia, en el sentido de que los candidatos no conocen el alcance concreto de tal colaboración, y debe ser concretada en sus requisitos mínimos, para seguridad jurídica de los candidatos y para evitar actuaciones discrecionales por parte de la RFEF. Por otra parte, tal alcance debería ser proporcionado y ajustado a aquellas actuaciones de colaboración que requieran de la participación del licenciario, y no incluir las que puedan ser desarrolladas por la propia RFEF.

#### **5.4. Sobre las temporadas ofertadas y la duración de los contratos de comercialización con los adjudicatarios**

- (151) Como se ha anticipado, el procedimiento de solicitud de ofertas sometido a informe posibilita la presentación de ofertas por hasta cinco temporadas. Añade el PRO 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 16.1).
- (152) 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.”<sup>9</sup>
- (153) Los antecedentes comunitarios<sup>10</sup> y nacionales<sup>11</sup> fundamentales en esta materia de duración máxima de los contratos de venta conjunta coinciden en establecer un límite de tres temporadas.
- (154) 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 Liga Nacional de Fútbol Profesional para la comercialización de los derechos de explotación de contenidos del campeonato nacional de liga en

---

<sup>9</sup> 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.»

<sup>10</sup> 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).

<sup>11</sup> Véase S/006/07 –AVS, MEDIAPRO, Sogecable y clubs de futbol de 1ª y 2ª división o IPN/CNMC/0001/14.



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)<sup>12</sup>.

*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.*

- (155) Ello es perfectamente conocido por la RFEF, en tanto que 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 2026/27<sup>13</sup>. Lo mismo corresponde decir de los informes previos a la comercialización de los derechos de explotación de contenidos audiovisuales en el mercado nacional de ciertas competiciones de fútbol femenino (INF/DC/143/21), fútbol Sala (INF/DC/145/21) y fútbol amateur (INF/DC/144/21).
- (156) Esta CNMC considera que los argumentos someramente apuntados por la RFEF en el escrito de solicitud de informe, relativos a la legislación española, los principios y reglas de la UE y las explicaciones de la CNMC en informes previos sobre los modelos de contratación en Reino Unido o Alemania y vinculados a la reversión necesaria de la inversión efectuada, no justifican una modificación de las conclusiones relativas a la no compatibilidad de la duración propuesta de hasta cinco años con las previsiones del Real Decreto-ley 5/2015.
- (157) En conclusión, 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.

---

<sup>12</sup> 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.

<sup>13</sup> 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. CONCLUSIONES

- (158) Visto el documento de Propuesta de comercialización de determinados derechos de retransmisión audiovisual relacionados con la Copa de S.M. el Rey por un plazo de tres y en su caso a cuatro o cinco temporadas a contar desde la temporada 2022/23, en los mercados nacional y Andorra, presentada por la RFEF el 28 de enero de 2022 para la emisión de Informe previo, la CNMC concluye que **no cumple con los requisitos establecidos en el Real Decreto-ley 5/2015**.
- (159) 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 las referencias a la titularidad de derechos que no tiene reconocidos.
  - Adecuar los contenidos audiovisuales objeto de comercialización a los márgenes y tiempos contenidos 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 las reservas de derechos o derechos no exclusivos que no se justifican conforme a las previsiones del Real Decreto-ley 5/2015.
  - No incluir obligaciones comerciales relativas a la publicidad que no se encuentran amparadas por la norma jurídica de aplicación y que resultan injustificadas y contrarias al principio de libertad de empresa.
  - Reformar aquellos aspectos señalados en el informe contrarios a los principios de publicidad, transparencia, competitividad y no discriminación en el proceso de adjudicación de los derechos, en particular con una adecuada ponderación de los requisitos económicos, técnicos y organizativos de acuerdo a criterios objetivos.
  - 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.
- (160) 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. Corresponde subrayar que la comercialización conjunta de derechos diferentes a los señalados en el artículo 1.1 no se efectúa 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.

- (161) 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.