

RESOLUCIÓN SOBRE LA SOLICITUD DE MEDIDAS PROVISIONALES DE LA UNIÓN DE TELEVISIONES COMERCIALES Y MEDIASET COMUNICACIÓN ESPAÑA, S.A.U. EN EL PROCEDIMIENTO DE ANÁLISIS DE COMPATIBILIDAD DE LAS CONDICIONES DE COMERCIALIZACIÓN DE LA PUBLICIDAD DEL MUNDIAL DE CATAR 2022 POR PARTE DE LA CORPORACIÓN DE RADIO Y TELEVISIÓN ESPAÑOLA CON EL MARCO NORMATIVO AUDIOVISUAL

(IFPA/D TSA/293/22)

CONSEJO. SALA DE SUPERVISIÓN REGULATORIA

Presidente

D. Ángel Torres Torres

Consejeros

D. Bernardo Lorenzo Almendros

D. Xabier Ormaetxea Garai

D.^a Pilar Sánchez Núñez

D.^a María Ortiz Aguilar

Secretario

D. Miguel Bordiu García-Ovies

En Madrid, a 4 de noviembre de 2022

La Sala de Supervisión Regulatoria del Consejo de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) con la composición expresada, ha dictado la siguiente resolución:

I. ANTECEDENTES

Primero. Escrito de la de la Unión de Televisiones Comerciales

Con fecha 22 de septiembre de 2022, ha tenido entrada en el Registro de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (en adelante, CNMC) un escrito de la Unión de Televisiones Comerciales (en adelante, UTECA) a través del cual viene a denunciar las condiciones de comercialización que estaría ofreciendo la Corporación de Radio y Televisión Española (en adelante, CRTVE) a los posibles interesados en relación con el Mundial de Fútbol “FIFA WORLD CUP 2022”¹ (en adelante, Mundial de Catar 2022).

El denunciante considera que, de conformidad con el artículo 7.1 de la Ley 8/2009, de Financiación de la Corporación de Radio y Televisión Española (en adelante, LFRTVE) la CRTVE tiene limitada la posibilidad de emitir competiciones deportivas con contratos de patrocinio u otras fórmulas comerciales.

A su entender, la CRTVE solo podrá emitir estos eventos con comunicaciones comerciales cuando *“éstas formen parte indivisible de la adquisición de derechos y de la producción de la señal a emitir”*. De igual forma, considera que *“los ingresos derivados de esta explotación no podrán incrementar el presupuesto de RTVE, sino que “se minorarán de las compensaciones por el cumplimiento de la adquisición de derechos y de la producción de la señal a difundir”,* haciendo referencia al inciso final del artículo 7.1 de la LFRTVE.

UTECA señala que del análisis de las condiciones de comercialización ofrecidas por MEDIAPRO *“la emisión de patrocinios u otras fórmulas comerciales no forman parte indivisible de la adquisición de los derechos ni de la producción de la señal a difundir”*.

En este sentido, UTECA entiende que estas formas de contratación y emisión comercial podrían contravenir el citado artículo 7 de la LFRTVE.

Así, en atención a todo lo anterior, junto a la solicitud de intervención de la CNMC, en su escrito, UTECA solicita, asimismo, la adopción de una medida provisional, tal y como se detalla más adelante.

¹ La CRTVE fue adjudicataria de la subasta llevada a cabo por el Grupo MEDIAPRO (en adelante, MEDIAPRO) de los derechos de retransmisión del Mundial de Catar 2022. <https://www.rtve.es/rtve/20220302/mundial-catar-abierto-rtve/2300440.shtml>

Segundo. Escrito de Mediaset España Comunicación, S.A.U.

Con fecha 23 de septiembre de 2022, tuvo entrada en el Registro de esta Comisión un escrito de Mediaset España Comunicación, S.A.U. (en adelante, MEDIASET) por el que venía a denunciar, en términos semejantes a los denunciados por UTECA, las condiciones de comercialización de la CRTVE de los espacios publicitarios asociados al Mundial de Catar 2022 que, a su entender, podrían contravenir las exigencias del artículo 7.1 de la LFRTVE.

En su escrito MEDIASET señala que la CRTVE, como titular de los derechos de emisión del citado evento, ha realizado una oferta comercial que prevé, entre otras explotaciones publicitarias, las siguientes: *“una estructura por partido que incluye la realización de bloques publicitarios (punto 5º de la Oferta Comercial) para la emisión de spots o anuncios de publicidad convencional [...]”*. Asimismo, señala que la *“Oferta también prevé la realización de “autopromociones patrocinadas” bajo el formato de autopromoción + careta de patrocinio de 10 segundos [...]”*.

De igual forma, sostiene que *“las bases rectoras del proceso de licitación de los derechos del Mundial de Catar organizado por MEDIAPRO no imponen ninguna obligación de emisión de spots o anuncios ni de autopromociones patrocinadas. Dichas bases se limitan a establecer, sólo para el caso de que el operador de televisión decidiera emitir spots o anuncios durante la retransmisión de cada partido, un derecho preferente de los espacios correspondientes a favor de los patrocinadores u afiliados oficiales”*.

Así, MEDIASET considera que la oferta publicitaria *“distribuida por RTVE supone una flagrante vulneración [d]el artículo 7 de la Ley de financiación de RTVE, puesto que la emisión de spots o anuncios publicitarios y “autopromociones patrocinadas” (consideradas publicidad convencional) no encuentran sustento entre ninguna de las excepciones previstas en el artículo 7” de la Ley de Financiación de RTVE.*

MEDIASET, en atención a todo lo anterior, junto a la solicitud de intervención de la CNMC, en su escrito, solicita, asimismo, la adopción de una medida provisional, tal y como se detalla más adelante.

Tercero. Comunicación de inicio del procedimiento

Mediante escritos de 28 de septiembre de 2022, se comunicó a UTECA, MEDIASET y CRTVE el inicio del procedimiento administrativo para analizar las condiciones de comercialización de la publicidad de los derechos de emisión del Mundial de Catar 2022 de la CRTVE en relación con las limitaciones previstas en su normativa sectorial y, especialmente, con la LFRTVE, con arreglo a la normativa sectorial y de conformidad con lo dispuesto en los artículos 4 y 21.4,

párrafo segundo, de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas (LPAC).

Asimismo, en el citado escrito, se requirió a CRTVE determinada información adicional, necesaria para el conocimiento y comprobación de los hechos objeto del procedimiento.

Cuarto. Contestación de la CRTVE al requerimiento de información

El 14 de octubre de 2022, la CRTVE dio contestación al requerimiento de información de la CNMC efectuado, adjuntando: i) una copia de las bases de la licitación de los derechos de la Copa del Mundo FIFA CATAR 2022, ii) un contrato suscrito con MEDIAPRO de 28 de febrero de 2022 como adjudicataria de los derechos de la citada Copa del Mundo, iii) copia de la oferta de comercialización y explotación de la publicidad durante los partidos de la Copa del Mundo FIFA CATAR 2022 que habría ofrecido la CRTVE al mercado y iv) copia del Informe de la Abogacía General del Estado-Dirección del Servicio Jurídico del Estado de 17 de noviembre de 2017 que sería aplicable al presente supuesto y que, a su entender, respaldaría la comercialización de la CRTVE.

Asimismo, la CRTVE realiza una serie de observaciones en relación con la posibilidad de emitir y obtener ingresos comerciales por la emisión de la Copa del Mundo de Catar 2022. Las alegaciones serán tenidas en cuenta en el cuerpo de la presente Resolución.

II. FUNDAMENTOS JURÍDICOS PROCEDIMENTALES

Primero. Habilitación competencial de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia

Las competencias de la CNMC para intervenir resultan de lo dispuesto en la normativa sectorial. Tal y como señala el artículo 9.6 y 7 de la Ley 3/2013, de 4 de junio, de creación de la CNMC (LCNMC), corresponde a la CNMC:

“6. Vigilar el cumplimiento de la misión de servicio público encomendada a los prestadores del servicio público de comunicación audiovisual de ámbito estatal, así como la adecuación de los recursos públicos asignados para ello, de acuerdo con lo dispuesto en el título III de la Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual”, y

“7. Supervisar y controlar el cumplimiento por los prestadores del servicio público de comunicación audiovisual de ámbito estatal de lo establecido en materia de ingresos procedentes de comunicaciones comerciales en

la Ley 8/2009, de 28 de agosto, de financiación de la Corporación de Radio y Televisión Española”.

De igual forma, el artículo 69.3 de Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual (en adelante, LGCA) establece que:

“La Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia supervisará el cumplimiento de la misión de servicio público encomendada a la Corporación de Radio y Televisión Española y la adecuación de los recursos públicos asignados, en los términos previstos en la Ley 3/2013, de 4 de junio, de creación de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia.”

En este sentido, el artículo 7.1 de la LFRTVE recoge que:

“1. La Corporación RTVE y sus sociedades prestadoras del servicio público podrán obtener ingresos, sin subcotizar los precios de su actividad mercantil, por los servicios que presten y, en general, por el ejercicio de sus actividades, incluyendo la comercialización de sus contenidos, tanto de producción propia como de producción mixta o coproducción, siempre que los ingresos no procedan de actividades de publicidad o de televenta en cualquiera de sus formas, incluido el patrocinio y el intercambio publicitario de productos o programas, ni se trate de ingresos derivados del acceso condicional que no estén autorizados conforme a la presente ley. No obstante, se permitirán los patrocinios y el intercambio publicitario de eventos deportivos y culturales, que se enmarquen dentro de la misión de servicio público de la Corporación, sin valor comercial y siempre que tengan este sistema como única posibilidad de difusión y producción.

Excepcionalmente podrán emitirse competiciones deportivas con contrato de patrocinio u otras formas comerciales cuando éstas formen parte indivisible de la adquisición de derechos y de la producción de la señal a difundir.

Asimismo, y en función de lo establecido en el artículo 9.1.k) de la presente ley, la Corporación RTVE podrá aceptar patrocinios, siempre que estos sólo sean difundidos a través de los canales internacionales de TVE.

Los ingresos derivados de lo establecido en los dos párrafos anteriores se minorarán de las compensaciones por el cumplimiento de las obligaciones de servicio público consignadas en los Presupuestos Generales del Estado de manera diferenciada para cada una de las sociedades prestadoras del servicio público”.

Este artículo ha sido modificado por la Disposición final cuarta de la LGCA. No obstante, la modificación introducida, de conformidad con la Disposición final

novena *in fine* de la LGCA “*entrará en vigor en el ejercicio 2023*”. Por lo que aún no sería de aplicación, estando vigente la redacción anterior del artículo 7 de la LFRTVE reseñada más arriba.

Atendiendo a los preceptos anteriores y a lo previsto en los artículos 20.1 y 21.2 de la LCNMC, y en virtud del artículo 14.1.b) del Estatuto Orgánico de la CNMC, aprobado por el Real Decreto 657/2013, de 30 de agosto, el órgano competente para resolver el presente procedimiento es la Sala de Supervisión Regulatoria de la CNMC.

Segundo. Habilitación legal para la adopción de medidas provisionales

La facultad de dictar medidas provisionales está recogida en la normativa audiovisual con anterioridad a la apertura de un procedimiento sancionador o una vez abierto éste, en los artículos 163 y 164 de la LGCA, respectivamente, así como en el artículo 56 de la LPAC, norma por la cual se rige esta Comisión en el ejercicio de las funciones públicas que la LCNMC y la LGCA le atribuyen para la resolución del procedimiento de referencia.

Así, de conformidad con el artículo 56.1 de la LPAC, la CNMC puede adoptar medidas provisionales en los siguientes términos:

“Iniciado el procedimiento, el órgano administrativo competente para resolver, podrá adoptar, de oficio o a instancia de parte y de forma motivada, las medidas provisionales que estime oportunas para asegurar la eficacia de la resolución que pudiera recaer, si existiesen elementos de juicio suficientes para ello, de acuerdo con los principios de proporcionalidad, efectividad y menor onerosidad”.

Conforme a esa misma disposición, el órgano administrativo competente para dictar las mencionadas medidas provisionales es la Sala de Supervisión Regulatoria de la CNMC, en virtud de lo dispuesto en el artículo 8.2.e), en relación con el artículo 14, del Estatuto Orgánico de la CNMC.

III. FUNDAMENTOS JURÍDICOS MATERIALES

Primero. Medidas provisionales solicitadas por UTECA

UTECA ha señalado en su escrito que la comercialización por parte de la CRTVE de los espacios publicitarios asociados al Mundial de Catar 2020 supondría, a su entender, una vulneración del artículo 7.1 de la LFCRTVE dado que no se podría encuadrar esta actividad dentro de las excepciones previstas en dicho artículo.

En este sentido, UTECA estima que la comercialización por la CRTVE de la venta de estos espacios puede generarle un ingreso de unos 15 millones de euros y que este volumen puede producir efectos muy negativos en los intereses del resto de los operadores del mercado de la publicidad audiovisual. De hecho, según UTECA, el impacto en el mercado publicitario ya se estaría produciendo dado que la contratación de la publicidad se realiza con varias semanas de adelanto y, algunos agentes ya estarían adquiriendo dichos espacios.

Así, dados los efectos que en el mercado publicitario ya se están produciendo por la contratación, por diversos anunciantes, de los espacios publicitarios ofertados por CRTVE y, que dicho daño en el mercado resultará en breve irreversible, teniendo en cuenta el tiempo mínimo necesario para contratarlos y la cercanía de la emisión del evento -el 20 de noviembre de 2022-, solicita a esta Comisión que adopte las medidas cautelares/provisionales necesarias que eviten que cuando se produzca la resolución del expediente principal, el daño en el mercado sea irreversible.

Segundo. Medidas provisionales solicitadas por MEDIASET

MEDIASET ha señalado en su escrito que la comercialización por parte de la CRTVE de spots y autopromociones patrocinadas no son compatibles con las limitaciones que la CRTVE tiene atribuidas para la obtención de ingresos publicitarios de conformidad con lo dispuesto en el artículo 7.1 de la LFRTVE.

MEDIASET sostiene que resulta pertinente y necesario que esta Comisión adopte las medidas necesarias para evitar que se materialice el incumplimiento normativo por parte de CRTVE; se evite el correspondiente perjuicio a los anunciantes y agencias que adquieran los espacios publicitarios indebidamente ofertados; se evite el correspondiente perjuicio al resto de operadores del mercado televisivo, en cuanto que la iniciativa denunciada, según MEDIASET, detraerá una parte importante de la inversión publicitaria televisiva que, de otra forma, revertiría sobre ellos; y se evite la quiebra del principio y equilibrio económico en los que descansa la denominada Tasa de RTVE, es decir, la aportación que los prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisivo deben realizar para contribuir a la financiación de RTVE.

Teniendo en cuenta lo anterior, MEDIASET reclama la adopción por parte de la CNMC provisionalmente de las medidas oportunas ante la eventualidad de que la resolución que ponga fin al procedimiento que se incoara pudiera demorarse hasta un momento, posterior al inicio de la Copa Mundial de Fútbol, en el que la resolución a dictar quedase vacía de contenido y eficacia. En concreto, solicita que se adopte: *“Orden a RTVE de cesar en la distribución y comercialización de la Oferta Publicitaria en lo relativo a anuncios publicitarios (spots) y*

autopromociones patrocinadas” y “Orden a RTVE de paralizar cualquier negociación con anunciantes, agencias de medios u otros, que tuviera por objeto la adquisición a RTVE de los espacios correspondientes a los anuncios y autopromociones patrocinadas antes señaladas, y evitar el cobro de cualquier ingreso que pudiera derivarse de la venta de dichas tipologías publicitarias, ordenando su devolución”.

Tercero.- Exégesis del derecho reconocido en el artículo 7.1 de la LFRTVE

Antes de entrar a analizar la viabilidad o no de las medidas provisionales solicitadas por UTECA y MEDIASET, se considera necesario acotar el ámbito de aplicación del artículo 7 de la LFRTVE dado que todo el análisis de las medidas solicitadas gira en torno al mismo.

La LFRTVE estableció un cambio en el sistema de financiación del prestador público pasando de un sistema tradicional de financiación mixta donde los ingresos provenían, por un lado, de los Presupuestos Generales del Estado y, por otro, de la participación de la CRTVE en el mercado publicitario, a un sistema en que la CRTVE renunciaba de forma inmediata y definitiva a los ingresos publicitarios, pasando su actividad a estar sustentada, en términos generales, por ingresos públicos.

Esta modificación pretendía otorgar a la CRTVE una mayor estabilidad y equilibrio presupuestario en su actividad, a la vez, que suponía una renuncia inmediata y definitiva a los ingresos publicitarios².

² Exposición de Motivos de la LFRTVE:

“La reducción de la publicidad en la Corporación RTVE tiene como objetivo garantizar la estabilidad en sus ingresos y, en consecuencia, favorecer el equilibrio presupuestario evitando riesgos para el mantenimiento de la prestación del servicio público encomendado. Este objetivo permite asimismo reforzar la independencia del servicio público frente a consideraciones de mercado que pudieran afectar a la prestación del servicio encomendado y facilita la determinación de la compensación a RTVE para poder cubrirlo.

El actual estado de cosas aconseja acelerar el proceso de cambio estructural del modelo de financiación de RTVE, renunciar definitiva e inmediatamente a los ingresos publicitarios y pasar a un sistema único de financiación basado en ingresos públicos, amortiguando situaciones de inestabilidad propias de los procesos de transición y consiguiendo que los efectos de la reducción publicitaria en RTVE se dejen sentir lo antes posible en el mercado televisivo. Y esa es la finalidad de la presente ley.”
(Subrayado añadido).

Esta renuncia a los ingresos publicitarios y a los contenidos de pago fue suplida por la propia norma mediante el establecimiento de una aportación financiera a determinados agentes como principales beneficiarios de dicho abandono del mercado publicitario³.

No obstante lo anterior, el legislador siendo consciente de que hay determinados eventos de indudable interés público y que se enmarcan dentro de la misión y encomienda de servicio público de la CRTVE, para cuya emisión el titular de los derechos exige a los adquirentes de los mismos la presencia de los patrocinadores del evento, estableció determinadas excepciones a la renuncia de la CRTVE a la emisión y obtención de ingresos publicitarios⁴.

Estas excepciones se recogen en el artículo 7 de la LFRTVE que, a los efectos del presente procedimiento, señala:

“1. La Corporación RTVE y sus sociedades prestadoras del servicio público podrán obtener ingresos, sin subcotizar los precios de su actividad mercantil, por los servicios que presten y, en general, por el ejercicio de sus actividades, incluyendo la comercialización de sus contenidos, tanto de producción propia como de producción mixta o coproducción, siempre que los ingresos no procedan de actividades de publicidad o de televenta en cualquiera de sus formas, incluido el patrocinio y el intercambio publicitario de productos o programas, ni se trate de ingresos derivados del acceso condicional que no estén autorizados conforme a la presente ley. No obstante, se permitirán los patrocinios y el intercambio publicitario de eventos deportivos y culturales, que se enmarquen dentro de la misión

³ Para mayor detalle ver los distintos Informes de la Misión de Servicio Público de esta Comisión. En especial el Informe de 27 de julio de 2016 donde se aborda con mayor intensidad la modificación del marco normativo y del sistema de financiación de la CRTVE.

Accesible: https://www.cnmc.es/sites/default/files/961558_8.pdf

⁴ El artículo 2.1 de la Ley 17/2006 de 5 de junio, de la radio y la televisión de titularidad estatal (en adelante, Ley 17/2006) recoge que el “servicio público de radio y televisión de titularidad del Estado es un servicio esencial para la comunidad y la cohesión de las sociedades democráticas que tiene por objeto la producción, edición y difusión de un conjunto de canales de radio y televisión con programaciones diversas y equilibradas para todo tipo de público, cubriendo todos los géneros y destinadas a satisfacer necesidades de información, cultura, educación y entretenimiento de la sociedad española; difundir su identidad y diversidad culturales; impulsar la sociedad de la información; promover el pluralismo, la participación y los demás valores constitucionales, garantizando el acceso de los grupos sociales y políticos significativos.”

Por su parte, el artículo 3.1 de la Ley 17/2006 y el artículo 68 de la LGCA encomiendan a la CRTVE la prestación del servicio público. El apartado 2 de este artículo 3 de la Ley 17/2006 señala que, en el ejercicio de su función de servicio público, la Corporación RTVE deberá, entre otras, “h) Ofrecer acceso a los distintos géneros de programación y a los acontecimientos institucionales, sociales, culturales y deportivos, dirigidos a todos los sectores de la audiencia, prestando atención a aquellos temas de especial interés público”.

de servicio público de la Corporación, sin valor comercial y siempre que tengan este sistema como única posibilidad de difusión y producción.

Excepcionalmente podrán emitirse competiciones deportivas con contrato de patrocinio u otras formas comerciales cuando éstas formen parte indivisible de la adquisición de derechos y de la producción de la señal a difundir. (Subrayado añadido).

Esta excepción, como ha señalado esta Comisión en anteriores ocasiones: *“obedece a la realidad del mercado audiovisual en relación con las competiciones deportivas, pues habilita el acceso a la CRTVE a ofrecer este tipo de contenidos en condiciones de igualdad respecto de los demás agentes que participan en el mercado.”*⁵

Además, esta previsión es perfectamente compatible con la renuncia de la CRTVE al mercado publicitario y la posibilidad de emitir contenidos de interés general que contengan estas comunicaciones comerciales, pues, como señaló esta Comisión⁶:

- *“la inclusión de esta excepción persigue garantizar que CRTVE cumpla con sus obligaciones y deberes como prestador del servicio público de comunicación audiovisual, entre las que se encuentra la emisión de determinados acontecimientos deportivos calificados de interés general para la sociedad;*
- *la aplicación de la excepción exige que los patrocinios u otras formas comerciales que se incluyan en la emisión formen parte indivisible de la adquisición de derechos de emisión de la competición deportiva;*
- *la excepción no genera un enriquecimiento injusto por parte de la CRTVE debido a que los ingresos derivados por la aplicación de dicha excepción han de minorarse de las compensaciones que percibe la Corporación de los obligados a realizar las aportaciones previstas en la Ley 8/2009 – último párrafo de su artículo 7.1-.”*

Sentado lo anterior, corresponde ahora determinar las exigencias que el propio artículo 7.1 de la LFRTVE establece para que se puedan emitir estos acontecimientos con patrocinio u otra fórmula comercial. Y ello es que la emisión

⁵ Resolución de la Sala de Supervisión Regulatoria de 11 de diciembre de 2019 del procedimiento sancionador incoado a la Corporación de Radio y Televisión Española, por el presunto incumplimiento del artículo 43.2 de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación -[SNC/D TSA/058/19](#)-. En adelante, Resolución SNC/D TSA/058/19.

⁶ Resolución SNC/D TSA/058/19.

de éstas sea una parte indivisible en la adquisición de derechos y de la producción de la señal a difundir.

Este aspecto también ha sido tratado por esta Comisión señalando que⁷:

“[...] debe establecerse si el titular del derecho de explotación audiovisual de los partidos de fútbol de esa competición haya establecido, en el mismo título del que resulte la adquisición de derechos de emisión de los partidos, de forma clara y expresa como condición sine qua non, que la adquisición de los derechos de emisión de los citados eventos deportivos resulta indivisible a la emisión de patrocinios u otras formas de publicidad durante la retransmisión de los partidos de fútbol.

Al respecto se ha pronunciado la Abogacía General del Estado en sus informes de 27 de noviembre de 2012 (A.G. Entes Públicos 129/2012), confirmado por su Centro Directivo en informe de 3 de diciembre de 2012 y, más recientemente, en su informe de 17 de noviembre de 2017 (A.G. Entes Públicos 94/2017), aportado por la CRTVE en sus alegaciones al acuerdo de incoación del presente procedimiento (folios 400 a 433). Esos informes desarrollan el requisito de indivisibilidad que debe existir entre la adquisición de derechos, la producción de la señal y las formas comerciales incluidas. En este sentido, ahí se establece que “En todo caso se requiere que el patrocinio o la forma comercial que se utilice sea inherente a la adquisición del derecho y a la producción de la señal, lo que en definitiva dependerá de la voluntad del titular y de las condiciones del mercado. Lo que sí es necesario es que el titular del derecho lo considere imprescindible, de tal suerte que no se pueden adquirir los derechos de comunicación sin dicho patrocinio u otras fórmulas comerciales.” Es decir, debe de quedar clara la voluntad de las partes de que la cesión de los derechos esté inexorablemente unida a un patrocinio u otras formas comerciales, en términos tales que el adquirente de los derechos quede constreñido a utilizar esa fórmula comercial.” (Subrayado añadido)

De esta forma, el objetivo de la excepción prevista en el artículo 7.1 de la LFRTVE es evitar que la CRTVE deje de emitir determinados eventos de interés público (como el Mundial) porque el titular de los derechos le obligue a que sus patrocinadores tengan presencia en la emisión del evento. Por ello, para que la CRTVE pueda acudir al mercado audiovisual a la adquisición de estos derechos en iguales términos que el resto de agentes, el artículo 7.1 le habilita para poder emitir las comunicaciones comerciales que el titular de los derechos exige a los adquirentes. Por tanto, la CRTVE no ve limitada su posición de compra y puede competir con el resto de agentes por la adquisición de dichos derechos, sin tener

⁷ Resolución SNC/DTSA/058/19

que renunciar a contenidos que están dentro de su misión de servicio público por las limitaciones propias de su normativa.

Así, para poder llevar a cabo dichas emisiones, es necesario que las formas comerciales formen parte indivisible de la adquisición de los derechos de emisión de las competiciones deportivas y que dichas formas comerciales formen parte indivisible de la producción de la señal a difundir⁸.

Cuarto. Requisitos necesarios para la adopción de medidas provisionales

De conformidad con el artículo 56.1 de la LPAC, el órgano competente para resolver el procedimiento podrá adoptar las medidas provisionales que estime oportunas cuando ello sea necesario para *“asegurar la eficacia de la resolución que pudiera recaer, si existiesen elementos de juicio suficientes para ello”*. Según el apartado 4 del mismo precepto, *“no se podrán adoptar medidas provisionales que puedan causar perjuicio de difícil o imposible reparación a los interesados o que impliquen violación de derechos amparados por las leyes”*.

La doctrina y jurisprudencia⁹ han sistematizado los presupuestos necesarios para obtener la tutela provisional. Tales requisitos son los siguientes:

- La existencia de apariencia de buen derecho (*“fumus boni iuris”*) o de elementos de juicio suficientes para adoptar la medida.
- Previsión razonable de la necesidad y urgencia de la medida (*“periculum in mora”*) para asegurar la eficacia de la resolución que pudiera recaer.
- La inexistencia de perjuicios de difícil o imposible reparación para los interesados o de efectos que impliquen violación de derechos amparados por las leyes.
- Es necesario que la medida a adoptar sea proporcional e idónea en la ponderación que hace la Administración entre el interés público que trata de satisfacer la actuación administrativa y los posibles perjuicios que se irroguen a los afectados por la misma.

⁸ En términos parecidos ver Resolución SNC/DTSA/058/19. FºJº III *in fine*.

⁹ El Tribunal Constitucional ha interpretado el régimen de adopción de medidas cautelares indicando que no se produce vulneración de derechos constitucionales siempre que exista una norma jurídica que permita su adopción; se adopten las medidas cautelares por resolución en Derecho; y se basen en un juicio de razonabilidad en cuanto a la finalidad perseguida y circunstancias concurrentes (ver STC 31/1981, de 28 de julio; 13/1982, de 1 de abril; 66/1984 y 108/1984, de 26 de noviembre y 22/1985, de 15 de febrero).

Quinto. Valoración de la concurrencia de los anteriores requisitos en el presente procedimiento

a) Apariencia de buen derecho.

Con esta expresión se alude a la verosimilitud o apariencia de que el derecho asiste al eventual beneficiario de la medida, de manera que la Administración lleva a cabo un ejercicio de predicción sobre la pretensión de fondo, debiendo tomarse en todo caso con cautela dicho presupuesto, pues no se trata de conocer sobre el fondo del asunto, tal y como se ha pronunciado en sucesivas ocasiones la Jurisprudencia del Tribunal Supremo (entre otras, STS de 27 de febrero de 2001, STS de 16 de octubre de 2000).

UTECA sostiene en su escrito que la posibilidad, excepcional, que brinda el artículo 7.1 de la LFRTVE a CRTVE, de emitir competiciones deportivas con contratos de patrocinio u otras formas comerciales, no es libre para CRTVE, sino que sólo se admite en el supuesto especialmente tasado por la norma: *"cuando éstas formen parte indivisible de la adquisición de derechos y de la producción de la señal a difundir"*. Entiende que la intención del legislador no ha sido permitir una explotación comercial excepcional favorable a RTVE para facilitar un aumento de sus ingresos o la financiación de la adquisición de los derechos de emisión de competiciones deportivas sino que el legislador ha querido asegurarse de que RTVE no quedara excluida de la posibilidad de emitir competiciones deportivas en aquellos caso en los que el licenciante de los derechos, o el responsable de la producción de la señal a difundir, impusieran como cuestión indivisible de la adquisición de derechos, o de la producción de la señal, determinada comercialización publicitaria, cosa que ocurre en ocasiones en determinadas emisiones de competiciones deportivas.

En este sentido, UTECA sostiene que en las condiciones del procedimiento de solicitud de ofertas que publicó MEDIAPRO¹⁰, como adjudicatario por la FIFA de los derechos de los derechos de la Copa del Mundo 2022¹¹, la emisión de patrocinios u otras fórmulas comerciales no forman parte indivisible de la adquisición de los derechos ni de la producción de la señal a difundir y, a su

¹⁰ Como se ha señalado en los antecedentes, las condiciones de solicitud de ofertas de MEDIAPRO han sido remitidas por este agente, MEDIASET y la CRTVE, siendo todas ellas coincidentes.

¹¹ Se puede acceder a la Nota de prensa publicada por MEDIAPRO como adjudicatario en este enlace: <https://t.co/WFGKE39WE4>

entender, la oferta comercial de la CRTVE no sería compatible con la excepcionalidad del artículo 7.1 de la LFRTVE.

Por su parte MEDIASET sostiene, en términos muy semejantes a UTECA, que las bases rectoras del proceso de licitación de los derechos del Mundial de Catar, organizado por MEDIAPRO (que son coincidentes con las establecidas previa e inicialmente por la FIFA, organizador de la competición), no imponen ninguna obligación de emisión de spots o anuncios ni de autopromociones patrocinadas. Dichas bases se limitan a establecer, sólo para el caso de que el operador de televisión decidiera emitir spots o anuncios durante la retransmisión de cada partido, un derecho de adquisición preferente de los espacios correspondientes a favor de los patrocinadores u afiliados oficiales. Por tanto, a su entender, no existiría una clara referencia a la emisión de comunicaciones comerciales por parte de la CRTVE en las bases de licitación, siendo especialmente relevante, la ausencia de referencias a las autopromociones y spots publicitarios.

Por el contrario, la CRTVE entiende que el plan de comercialización de publicidad de los derechos de emisión del Mundial de Catar es conforme a la legalidad vigente y, especialmente, a la LFRTVE al suponer uno de los supuestos permitidos en la Ley ya que el contrato firmado por CRTVE con MEDIAPRO para la cesión de los derechos de explotación televisiva del Mundial de Catar impone a la CRTVE la obligación de explotar todas las oportunidades comerciales publicitarias derivadas de la retransmisiones televisivas de los partidos.

Acudiendo a las bases rectoras del proceso de licitación de los derechos del Mundial de Catar organizado por MEDIAPRO, éstas recogen en su cláusula 6.3 relativa al *“Tiempo de emisión comercial/patrocinio de transmisión”* que:

“El licenciatarario designado proporcionará las siguientes oportunidades de forma gratuita con respecto al Evento:

- *El adjudicatario designado se asegurará de que a los Afiliados Comerciales seleccionados por FIFA y notificados por MEDIAPRO (tal y como se define en la Sección 7.5. posterior) se les otorgue el primer derecho para poder comprar y/o adquirir todas y cada una de las formas de patrocinio de transmisiones y oportunidades comerciales de “tiempo” que surjan de, y/o en conexión con, sus transmisiones en vivo y en diferido de la Copa Mundial de la FIFA 2022™ (incluidas las transmisiones de las mismas, así como cada programa de resumen y cada episodio de la Programación™ anteriores a la Copa Mundial de la FIFA 2022) en los términos y de acuerdo con los procedimientos determinados por FIFA y MEDIAPRO.* (Subrayado añadido)

De acuerdo con la cláusula 7.5 de las bases rectoras se entiende por “afiliado comercial de la FIFA” *“cualquier entidad a la que cualquier patrocinio u otros*

derechos comerciales hayan sido, o puedan ser, legalmente asignados, licenciados, sublicenciados o subcontratados por, o en nombre de, FIFA en relación con cualquier competencia o evento de FIFA (incluido el Evento), incluidos los socios de FIFA, los patrocinadores de la Copa Mundial de la FIFA, los aficionados regionales y los aficionados nacionales”.

De forma semejante, en los anexos que acompañan a las bases rectoras de la licitación se ha observado que existe alguna cláusula que permite y reconoce el derecho del licenciatarario a *“explotar alguna o todas las oportunidades comerciales”*¹² en la emisión del evento o la necesidad de que el licenciatarario *“otorgue a cada Afiliado Comercial seleccionado por la FIFA el primer derecho a comprar y/o adquirir cualquier forma de patrocinio de transmisión y/o oportunidades de tiempo de emisión comercial”* bajo una serie de condiciones¹³.

Además, la CRTVE ha remitido a esta Comisión una copia del contrato firmado con MEDIAPRO de 28 de febrero de 2022 que contiene una cláusula adicional, que no se encontraba en las bases de comercialización, la cláusula 10.9 del

¹² Cláusula 6.1.3 del Schedule 2 que acompaña a las bases de la licitación:

“Each of the Audiovisual Rights include all rights to exploit any and all commercial opportunities (for example, commercial airtime opportunities and, to the extent permitted herein, broadcast sponsorship) arising from, and/or in connection with, each such transmission, subject to, and in accordance with, the terms of this Agreement.” (Destacado añadido)

¹³ Cláusula 10.1 del Schedule 3 que acompaña a las bases de la licitación:

“Subject always to paragraphs 10.4 - 10.8 below, the Licensee shall grant to each Commercial Affiliate selected by FIFA the first right to purchase and/or acquire any and all forms of broadcast sponsorship and/or commercial airtime opportunities:

- (a) in relation to the Licensee’s programming featuring live or delayed transmission(s) of Audiovisual Coverage of any 2022 Match (in its entirety) during the period commencing with the beginning of the commercial break immediately prior to the start of such programming until the end of the commercial break which concludes such programming. In the case of live transmissions such obligation shall not apply to programming transmitted more than sixty (60) minutes prior to any such Match or to programming transmitted later than thirty (30) minutes following any such Match;*
- (b) in relation to the transmission by the Licensee of each Round-up Programme, during the period commencing with the beginning of the commercial break immediately prior to the start of transmission of each Round-up Programme until the end of the commercial break which concludes the transmission of each such Round-up Programme;*
- (c) in relation to each transmission by the Licensee of each episode of the Pre-2022 FIFA World Cup™ Programming, during the period commencing with the beginning of the commercial break immediately prior to the start of transmission of such episode until the end of the commercial break which concludes the transmission of such episode.”* (Destacado añadido)

Schedule III, que dispone (versión original en inglés, traducción ofrecida por CRTVE)¹⁴:

“10.9 Con la finalidad de aclarar, el Licenciante acuerda, acepta y reconoce que, para permitir que el Licenciatarario pueda cumplir y observar los derechos preferenciales que se otorgarán al Afiliado comercial seleccionado por la FIFA, el Licenciatarario está obligado a explotar todas y cada uno de los patrocinios y oportunidades publicitarias de las emisiones que surjan de este Acuerdo”.

Así, se observa que tanto en las bases de licitación como, esencialmente, en el contrato firmado entre MEDIAPRO y CRTVE parece existir una obligación por parte de la CRTVE de ofrecer a los afiliados comerciales de la FIFA la posibilidad de anunciarse y tener presencia en las emisiones del Mundial.

En efecto, desde el momento en el que las bases establecen que la CRTVE debe ofrecer a los patrocinadores y afiliados un derecho preferente para la adquisición de los espacios publicitarios, se puede entender que existe una obligación por parte de la CRTVE de realizar este ofrecimiento a los partners o afiliados de la FIFA.

Ello es así, porque lo que pretende la FIFA y, en general, los oferentes de este tipo de derechos, es garantizar la presencia de sus patrocinadores de forma destacada en la emisión de sus eventos, porque se asume que los adquirentes de los derechos van a emitir publicidad. Y dado que ello es así, no les obliga a hacer algo que ya hacen de forma natural, sino que se les exige que sus patrocinadores estén presentes de forma destacada en esos espacios.

De hecho, la propia Cláusula 10.9 del Schedule 3 del contrato firmado entre MEDIAPRO y la CRTVE reconoce esta interpretación al señalar que el licenciatarario (CRTVE) se ve obligado a explotar los patrocinios y oportunidades publicitarias que surjan de la emisión del Mundial de Catar *“para permitir que el Licenciatarario pueda cumplir y observar los derechos preferenciales que se otorgarán al Afiliado comercial seleccionado por la FIFA”.*

¹⁴ Cláusula 10.9 del Schedule 3 señala:

“For the sake of clarity it is hereby agreed, accepted and acknowledged by Licensor that in order to permit that Licensee could honor and observe the preferential rights that shall be granted to Commercial Affiliate selected by FIFA, Licensee is obliged to exploit any and all Broadcast Sponsorship and Commercial Airtime that arises from this Agreement”.

Es decir, se podría entender que la CRTVE viene obligada por las bases de la licitación y por el contrato a ofrecer a los Afiliados FIFA el derecho preferencial para que sus marcas o anuncios puedan verse en la retransmisión del Mundial de Catar.

Es en este contexto donde se debe situar la excepción prevista en art. 7.1 de la LFRTVE. Este artículo pretende asegurar que la CRTVE no pueda quedar excluida de la obtención de determinados derechos de reproducción por su limitación legal de no ingresar ni emitir publicidad, dado que la emisión de estos eventos está dentro de su misión de servicio público.

Sin embargo, esta Sala no aprecia en este momento, a la vista de la documentación aportada por los interesados, que la CRTVE pueda obtener un patrocinador ajeno a los afiliados o de los elegidos por el titular, pues eso conllevaría que la CRTVE pudiera contratar y emitir publicidad al margen de la excepción que, como se ha dicho, está ineludiblemente unida a los patrocinadores del evento.

De las bases de la licitación de los derechos del Mundial de Catar ofrecidas por MEDIAPRO y del contrato suscrito entre esta entidad y la CRTVE se desprende que la CRTVE se ve, en cierta forma, obligada a ofrecer a los patrocinadores del mundial o afiliados FIFA la posibilidad de tener una presencia destacada en la emisión de este evento, sin que, a priori y a expensas de lo que se pueda decidir en la Resolución que ponga fin al presente procedimiento, se observe que dicha obligación se pueda reputar de cualquier otro anunciante o interesado ajeno a los afiliados FIFA.

Por tanto, la CRTVE se ve obligada a ofrecer la emisión de publicidad a los anunciantes de la FIFA, desde el momento en que éstos ejerzan su derecho preferencial reconocido en las bases y en el contrato.

Sentado lo anterior, y a los efectos de la presente medida provisional, a continuación, se analizará la oferta comercial de la CRTVE y su posible ajuste a las limitaciones desarrolladas anteriormente.

La oferta comercial de la CRTVE se compone de dos partes principales: i) una primera, donde se explican los derechos adquiridos, el calendario de emisión de los partidos, los anunciantes partners de la FIFA y los datos de audiencia de esta competición en anteriores ocasiones y ii) una segunda, centrada en la propia oferta comercial.

Esta última se divide, a su vez, en dos partes: por un lado, la estructura del partido y los distintos bloques de explotación comercial durante el mismo¹⁵ y, por otro lado, desarrolla las oportunidades comerciales para cada uno de estos bloques mediante la comercialización de paquetes comerciales y/o spots individuales. Asimismo, se ofrece la posibilidad de patrocinar la emisión de partidos y de emitir “autopromociones patrocinadas” por uno o dos patrocinadores.

Así, la oferta comercial de la CRTVE está estructurada para permitir la entrada de anunciantes tanto durante la emisión del encuentro como en los procesos de promoción de la competición.

En cuanto a sus posibles destinatarios, si bien la oferta comercial en su página 4 recoge las marcas que tienen la categoría de “*FIFA Partners*” y “*FIFA World Cup Sponsors*”¹⁶, no determina de manera expresa los receptores de la misma, por lo que, en principio, al ser una oferta comercial de carácter general podría entenderse que se dirige a todo el mercado de anunciantes.

A este respecto, tanto UTECA como MEDIASET han señalado que la oferta comercial de la CRTVE estaría destinada a todo tipo de anunciantes y agencias en términos semejantes a las ofertas que han realizado en ocasiones anteriores los operadores de televisión comercial que han emitido anteriores mundiales de fútbol.

¹⁵ Los Bloques se distribuyen de la siguiente manera:

- Bloque High Quality. Entrada: Bloque con emisión previa al inicio del partido. Tiene una duración máxima de 60”
- Bloque Golden Break. 1ª Parte: Bloque con emisión posterior al final de la 1ª parte. Duración máxima de 40”.
- Bloque High Quality. Post 1ª Parte. Bloque con emisión previa al descanso. Duración máxima de 120”.
- Bloque High Quality. Pre 2ª Parte. Bloque con emisión posterior al descanso. Duración máxima de 120”.
- Bloque Golden Break. Pre2ª Parte: Bloque con emisión previa al final de la 2ª parte. Duración máxima de 40”.
- Bloque High Quality. Salida. Bloque con emisión posterior al final del partido. Duración máxima de 100”.
- Bloque Pre Ceremonia Copa. Partido Final. Bloque con una emisión previa a la Ceremonia de entrega de la Copa. Duración máxima de 60”.

¹⁶ FIFA Partners: Adidas, Coca-Cola, Wanda, Hunday/Kia, Qatar Airways, Qatar Energy y Visa. FIFA World cup sponsors: Budweiser, Byju’s, Crypto.com, Hisense, McDonald's, Mengniu y Vivo.

De hecho, la propia CRTVE viene a reconocer dicha circunstancia en su escrito de 14 de octubre de 2022 al señalar: “[...] *es de destacar que para FIFA es fundamental incluir la obligación de comercialización de los patrocinios y resto de oportunidades comerciales, bien sea de manera preferente a sus propios Afiliados Comerciales, siendo rigurosos con la terminología del contrato, y posteriormente a los patrocinadores nacionales de la Selección y al resto del mercado*”. (Subrayado añadido).

Por tanto, hay indicios suficientes para entender que la CRTVE estaría ofreciendo espacios comerciales no sólo a los Afiliados o partners FIFA, sino al mercado en general. Dicha circunstancia, como se ha señalado anteriormente, podría no ser compatible con el marco normativo de la CRTVE y podría tener efectos en el mercado publicitario nacional al distraer ingresos de los agentes comerciales. Por ello, se estima necesario la adopción de la medida provisional solicitada. Esto es, instar a la CRTVE a que sólo comercialice la publicidad que sea indivisible de la obtención de los derechos del mundial de Catar relativa a los afiliados o partners de la FIFA.

En esencia, se pretende asegurar que el marco normativo previsto en la LGCA y en la LFRTVE respecto a la actuación de la CRTVE en la posible emisión y obtención de ingresos publicitarios derivados de la emisión de los derechos del mundial de Catar, sin que éste se pueda ver alterado por un posible comportamiento inadecuado de la CRTVE que pueda tener efectos en el mercado publicitario. El alcance de las excepciones previstas en el artículo 7.1 de la LFRTVE, la emisión de determinadas figuras publicitarias y su posible extensión a otras marcas ajenas a los afiliados FIFA se dirimirá en el seno del procedimiento en el que se enmarca la presente medida provisional.

b) Necesidad y urgencia de la medida

La medida provisional solicitada es necesaria y urgente.

Hay que tener en cuenta la cercanía del comienzo del Mundial de fútbol de Catar el próximo 20 de noviembre de 2022 y que este tipo de comercializaciones suelen llevar un tiempo para su contratación, por lo que los efectos de la falta de la medida provisional pueden estar ya presentes en el mercado. Además, estos efectos pueden extenderse, al menos, durante los próximos dos meses dado que su comercialización y su duración están asociados al desarrollo del Mundial¹⁷.

¹⁷ El primer partido del Mundial es el 20 de noviembre y el último el 18 de diciembre de 2022.

En efecto, a este tipo de eventos, de indudable atracción pública, suelen concurrir muchos anunciantes de forma anticipada para asegurarse un espacio promocional. Así, como han señalado UTECA y MEDIASET, es probable que la CRTVE esté ya contratando los espacios publicitarios asociados a la emisión de los distintos encuentros de mundial. Por ello, para garantizar la actuación del prestador público dentro de su marco normativo y evitar los efectos indeseados que puede conllevar para el resto de prestadores la detracción de ingresos del mercado publicitario durante aproximadamente dos meses, se considera urgente y necesario adoptar la medida provisional indicada que pretende garantizar un entorno seguro y legal de actuación de la CRTVE en su papel de oferente de espacios publicitarios asociados a los derechos de emisión del mundial.

Además, no sólo se trata de garantizar el cumplimiento de la Ley por parte de la CRTVE, sino que también, se trataría de evitar los posibles perjuicios que puedan sufrir los anunciantes que hayan contratado o vayan a contratar un espacio publicitario asociado a los encuentros del mundial, y que, luego puedan no ser emitidos.

Por último, dado que estamos ante un procedimiento administrativo en el que las partes tienen intereses claramente contrapuestos y donde es necesario la solicitud en varias ocasiones de información específica, es muy probable que la Resolución final en la que se analice hasta qué punto la CRTVE puede llevar a cabo una comercialización publicitaria como la realizada en su oferta comercial, recaiga una vez el Mundial de fútbol haya comenzado, o poco tiempo antes, y, por tanto, la CRTVE haya ya vendido todos los espacios publicitarios previstos en la oferta comercial, desplegando todos los efectos en el mercado publicitario, por lo que la Resolución final no tendría efecto alguno.

c) Proporcionalidad de la medida

La medida provisional propuesta es idónea y plenamente respetuosa con el principio de proporcionalidad¹⁸, habiéndose llevado a cabo la necesaria ponderación entre el interés público que trata de satisfacer la actuación administrativa y los posibles perjuicios que se podrían irrogar a los afectados por la misma. En este sentido, la medida provisional que se propone adoptar por

¹⁸ El principio de proporcionalidad exige que los medios adoptados sean adecuados para lograr el objetivo perseguido y no rebasen los límites de lo que resulta necesario para su logro, entendiéndose que, cuando se ofrezca una elección entre varias medidas adecuadas, deberá recurrirse a la menos onerosa, y que las desventajas ocasionadas no deben ser desproporcionadas con respecto a los objetivos perseguidos, ver asunto C-331/88, *Fedesa*, sentencia del Tribunal de Justicia de 13 de noviembre de 1990.

medio de la presente Resolución no viola derechos amparados por las leyes ni ocasiona perjuicios de difícil o imposible reparación (artículo 56.4 de la LPAP).

La adopción de esta medida provisional se considera proporcionada a las circunstancias que concurren en el presente procedimiento, habiéndose realizado un análisis detallado de todas.

En efecto, la medida provisional propuesta resulta lo menos intrusiva posible atendiendo a los intereses tanto de UTECA y MEDIASET como de la CRTVE al consistir en el aseguramiento provisional de la actuación de la CRTVE en el ámbito comercial de los Afiliados FIFA en la emisión del Mundial de Catar y, por tanto, a priori, garantizar el cumplimiento del artículo 7.1 de la LFRTVE y de sus compromisos contractuales, con el derecho de los prestadores de servicios de comunicación audiovisual comercial a que la CRTVE cumpla la Ley, de tal manera que no extraiga del mercado publicitario posibles ingresos publicitarios que puedan no estar amparados por la LFRTVE.

Esta medida no supone perjuicio irreparable alguno a la CRTVE pues simplemente se está garantizando la comercialización de los espacios publicitarios asociados a los afiliados FIFA, en los términos que esta Comisión entiende que el artículo 7 de la LFRTVE permite al prestador público y que así viene determinado en las bases de la licitación de los derechos y en el contrato suscrito con MEDIAPRO¹⁹, por lo que no se estaría privando a la CRTVE de realizar comercialización alguna o adicional a lo previsto en su normativa y en el contrato suscrito con MEDIAPRO.

La resolución que finalmente ponga fin al procedimiento planteado por UTECA y MEDIASET determinará, efectivamente, si la oferta comercial de la CRTVE es compatible con las excepciones previstas en el artículo 7.1 de la LFRTVE, la emisión de determinadas figuras publicitarias y su posible extensión a otras marcas ajenas a los afiliados.

Además, en el supuesto en el que la Resolución que ponga fin al presente procedimiento ampare la posibilidad de ampliar los espacios publicitarios ofrecidos por la CRTVE o que puedan estar dirigidos a otros agentes distintos de los previstos en el programa de afiliados de la FIFA, la CRTVE puede reaccionar

¹⁹ Hay que recordar que la cláusula 10.9 del Schedule 3 del contrato con MEDIAPRO recoge expresamente que CRTVE debe explotar todas y cada uno de los patrocinios y oportunidades publicitarias de las emisiones que surjan de este Acuerdo “*para permitir que el Licenciario pueda cumplir y observar los derechos preferenciales que se otorgarán al Afiliado comercial seleccionado por la FIFA, (...)*”.

rápidamente y obtener patrocinadores de manera inmediata atendiendo a la relevancia del evento.

Teniendo en cuenta todo lo anterior, puede concluirse que la medida adoptada en sede provisional es plenamente consecuente con el principio de proporcionalidad y tiene también carácter idóneo para cumplir con el objetivo perseguido.

A la vista del cumplimiento de los requisitos mencionados, esta Sala considera razonable adoptar las medidas provisionales mencionadas.

Vistos los citados antecedentes y fundamentos jurídicos, la Sala de Supervisión Regulatoria de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, en uso de las competencias que tiene atribuidas,

RESUELVE

ÚNICO.- Intimar a la CORPORACIÓN DE RADIO Y TELEVISIÓN ESPAÑOLA a no contratar publicidad o comunicaciones comerciales relativas a los derechos de reproducción del Mundial de fútbol de Catar 2020 con anunciantes y/o marcas distintas de las estrictamente referidas a los afiliados comerciales de la FIFA.

Esta medida provisional estará en vigor desde el mismo momento de su notificación hasta la adopción de la Resolución que ponga fin al procedimiento en el que se encuadra.

Comuníquese esta Resolución a la Dirección de Telecomunicaciones y del Sector Audiovisual y notifíquese a los interesados, haciéndoles saber que pone fin a la vía administrativa y que contra ella podrán interponer directamente recurso contencioso-administrativo ante la Audiencia Nacional en el plazo de dos meses a partir del día siguiente al de su notificación.

Unión de Televisiones Comerciales

Mediaset España Comunicación, S.A.U.

Corporación de Radio y Televisión Española, S.A.