

RESOLUCIÓN

RUGBY

S/0005/19

CONSEJO. SALA DE COMPETENCIA

Presidenta

D^a. Cani Fernández Vicién

Consejeros

D. Carlos Aguilar Paredes

D. Josep Maria Salas Prat

D^a. María Jesús Martín Martínez

D. Bernardo Lorenzo Almendros

Secretario del Consejo

D. Miguel Bordiu García-Ovies

En Madrid, a 12 de abril de 2023

La Sala de Competencia del Consejo de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (**CNMC**) con la composición expresada, ha dictado la siguiente resolución en el procedimiento de referencia tramitado por la Dirección de Competencia a raíz de la denuncia presentada por el Valladolid Rugby Asociación Club contra la Federación Española de Rugby y Heineken España, S.A. por supuestas conductas prohibidas por la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia.

TABLA DE CONTENIDO

1. ANTECEDENTES DE HECHO	4
2. CONTENIDO DE LA DENUNCIA	5
3. LAS PARTES	5
3.1. VALLADOLID RUGBY ASOCIACIÓN CLUB (denunciante)	5
3.2. Denunciados	6
3.2.1. FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE RUGBY	6
3.2.2. HEINEKEN ESPAÑA, S.A.	6
4. MERCADO AFECTADO	7
4.1. Mercado de organización de las competiciones oficiales de rugby	7
4.1.1. Marco normativo	7
4.1.2. Mercado de producto	8
4.1.3. Mercado geográfico	9
4.2. Mercado de la explotación comercial de las competiciones deportivas	9
4.2.1. Descripción del mercado	9
4.2.1.1. Comercialización derechos audiovisuales de las competiciones deportivas	10
4.2.1.2. Patrocinio deportivo	12
4.2.2. Mercado de producto	13
4.2.3. Mercado geográfico	14
5. HECHOS ACREDITADOS	14
5.1. Normativa de la FER y competiciones oficiales de Rugby	14
5.1.1. Estatuto de la FER	15
5.1.2. Reglamento General de la FER	15
5.1.3. Reglamento Audiovisual para la retransmisión de encuentros de la “Liga Heineken” de División de Honor y Copa S.M. el Rey por TV	17
5.1.3.1. Temporada 2018/2019	17
5.1.3.2. Temporada 2019/2020	18
5.1.3.3. Temporada 2020/2021	19
5.1.3.4. Temporada 2021/2022	19
5.2. Explotación de derechos audiovisuales de competiciones oficiales de rugby	20
5.2.1. Temporada 2017/2018	20
5.2.2. Temporada 2018/2019	20
5.2.3. Temporada 2019/2020	21

5.2.4. Temporada 2020/2021	21
5.2.5. Temporada 2021/2022	21
6. FUNDAMENTOS DE DERECHO	22
6.1. Competencia para Resolver	22
6.2. Propuesta del órgano instructor	22
6.3. Valoración de la Sala de Competencia	23
6.3.1. Sobre la denuncia de abuso de posición dominante de la FER	23
6.3.2. Sobre la denuncia de conductas colusorias entre la FER y HEINEKEN	26
7. RESUELVE.....	27

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Requerimientos de información	4
--	---

1. ANTECEDENTES DE HECHO

- (1) El 13 de diciembre de 2018 el Valladolid Rugby Asociación Club (**VRAC**) presentó una **denuncia** ante la CNMC contra la Federación Española de Rugby (**FER**) y Heineken España S.A. (**HEINEKEN**), por supuestas conductas prohibidas por los artículos 1, letras c) y d), de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia (**LDC**) y 101 del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea (**TFUE**), así como contra la FER por supuestas conductas prohibidas por los artículos 2 de la LDC y 102 del TFUE (folios 3 a 62).
- (2) Con objeto de determinar la realidad de los hechos denunciados y si pudiera haber indicios de infracción en los mismos que justifiquen la incoación de un expediente sancionador, la Dirección de Competencia inició una **información reservada**, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 49.2 de la LDC.
- (3) Durante la instrucción del procedimiento, la Dirección de Competencia llevó a cabo los siguientes **requerimientos de información**:

Tabla 1. Requerimientos de información

Fecha requerimiento	Destinatario	Folios	Fecha contestación	Folios
27/01/2020	FER	63 a 66	17/02/2020	440 a 693
27/01/2020	VRAC	70 a 72	14/02/2020	80 a 419
12/01/2022	FER	708 a 710	02/02/2022	717 a 748

- (4) El 19 de septiembre de 2022, el VRAC remitió un escrito **desistiendo de su denuncia** (folio 752) siendo aceptada la misma por la Dirección de Competencia el 21 de septiembre de 2022, previa advertencia de que, con independencia de su desistimiento, el procedimiento proseguiría de oficio con todas aquellas actuaciones que fueran necesarias, de conformidad con el artículo 25.4 del Real Decreto 261/2008, de 22 de febrero, por el que se aprueba el Reglamento de Defensa de la Competencia (**RDC**) (folio 753).
- (5) El 4 de octubre de 2022, la Dirección de Competencia, en aplicación de lo dispuesto en el artículo 49.3 de la LDC, dictó **propuesta de no incoación de expediente sancionador y de archivo** de las actuaciones, al considerar que en los hechos denunciados no se apreciaban indicios de infracción de los artículos 1 y 2 de la LDC o 101 y 102 del TFUE.
- (6) De conformidad con lo dispuesto en el artículo 27 del RDC, también con fecha 4 de octubre de 2022, la Dirección de Competencia elevó a la Sala de Competencia del Consejo de la CNMC su propuesta de archivo.
- (7) La Sala de Competencia del Consejo de la CNMC ha deliberado y fallado el asunto en su reunión de 12 de abril de 2023.

2. CONTENIDO DE LA DENUNCIA

- (8) Las dos conductas denunciadas por el VRAC están relacionadas con la organización y la explotación de las competiciones oficiales de rugby y en particular de la Liga División de Honor, competición de la máxima categoría de ese deporte. En concreto, se hace referencia a la explotación de los derechos audiovisuales y la publicidad en los terrenos de juego.
- (9) Por un lado, el VRAC señala que determinada normativa federativa adoptada por la FER atribuye a ésta derechos audiovisuales que corresponden a los clubes, e impone a éstos determinadas previsiones en relación con la publicidad en los terrenos de juego en virtud de las cuales los clubes vendrían obligados a ceder a la FER espacios publicitarios en sus terrenos de juego en el caso de partidos televisados y a eliminar en dichos partidos la publicidad de las empresas competidoras con el patrocinador principal de la FER, HEINEKEN. Añade el denunciante que, en caso de incumplimiento de dicha normativa, los partidos del VRAC como club local no serían televisados y podría ser sancionado con multas económicas. Por lo anterior, el VRAC considera que dichas conductas de la FER serían contrarias al artículo 2 de la LDC y 102 del TFUE, suponiendo un abuso de la posición de dominio otorgada en su condición de organizador de la competición.
- (10) Por otra parte, la VRAC también denuncia que el acuerdo de patrocinio entre la FER y HEINEKEN podría ser contrario al artículo 101 del TFUE y al artículo 1 de la LDC, pues, a raíz de dicho acuerdo se derivaría la imposibilidad de anunciar en los partidos televisados una marca de cerveza distinta a HEINEKEN, patrocinador principal de la FER, reservándose éste la mayor parte de los espacios publicitarios, y obligando a "tapar" la publicidad de sus competidores.

3. LAS PARTES

- (11) Son partes interesadas en el procedimiento las que se relacionan a continuación:

3.1. VALLADOLID RUGBY ASOCIACIÓN CLUB (denunciante)

- (12) VALLADOLID RUGBY ASOCIACIÓN CLUB (**VRAC**)¹ es un Club Deportivo de los previstos en el artículo 13 de la Ley 10/1990 del Deporte². El VRAC tiene cerca de mil socios, y cuenta con equipos en varias de las categorías de las competiciones oficiales de Rugby (desde sub-6 a sub-18, Regional femenino,

¹ Véase <https://vracrugby.com/>.

² Norma derogada, con efectos desde el 1 de enero de 2023, por la disposición derogatoria única.a) de la Ley 39/2022, de 30 de diciembre, del Deporte, cuya disposición adicional décima otorga un plazo de un año para que los clubes deportivos estatales se adapten a lo dispuesto en su artículo 63 sobre el reconocimiento de la condición de club.

División de Honor B, Veteranos, y División de Honor, que es la máxima competición nacional en el rugby).

- (13) El equipo de División de Honor juega como local en los campos de Pepe Rojo, titularidad de la Fundación Municipal de Deportes del Ayuntamiento de Valladolid.

3.2. Denunciados

3.2.1. FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE RUGBY

- (14) La FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE RUGBY³ (**FER**) es una federación deportiva que se rige por la nueva Ley 39/2022, de 30 de diciembre, del Deporte; y por el Real Decreto 1835/1991, de 20 de diciembre, sobre Federaciones Deportivas Españolas. La FER se rige además, entre otra legislación⁴, por su Estatuto General⁵ y por un Reglamento General⁶.
- (15) La FER tiene atribuida, entre otras, la función de calificar y organizar las competiciones de rugby oficiales de ámbito estatal, conforme a lo establecido en los artículos 50 y 51 de la Ley 39/2022.
- (16) La FER, engloba a las Federaciones autonómicas de Rugby (Federaciones Territoriales), conforme al artículo 48 de la Ley 39/2022.

3.2.2. HEINEKEN ESPAÑA, S.A.

- (17) HEINEKEN ESPAÑA, S.A. (**HEINEKEN**)⁷ es una empresa fabricante y comercializadora de cervezas, que distribuye a través de diversas marcas como Heineken, Cruzcampo, Amstel, El Águila, *Buckler* 0,0, Desperados, *Affligem*, *Guinness* y *Paulaner*, etc. HEINEKEN cuenta con cuatro fábricas en España. Según el “Informe Socioeconómico del sector de la cerveza en España 2021”⁸ elaborado por la asociación Cerveceros de España que agrupa a la práctica totalidad de productores de cerveza en España, HEINEKEN elaboró en 2021 9,60 millones de hectolitros de cerveza, un 25,19% de los 38,11 millones de hectolitros producidos en total en España, siendo el tercer productor nacional por detrás de Mahou San Miguel y Grupo Damm.

³ Véase <https://ferugby.es/>.

⁴ Véase <https://ferugby.es/legislacion-fer>.

⁵ Véase el [Estatuto de la Federación Española de Rugby](#).

⁶ Véase el [Reglamento General de la Federación Española de Rugby](#).

⁷ <https://www.heinekenespana.es/sobre-heineken/>

⁸ https://cerveceros.org/uploads/62cfc9469b35d_InformeSocioeconomico_Cerveza2021.pdf.

4. MERCADO AFECTADO

- (18) De conformidad con los precedentes comunitarios⁹, en el presente procedimiento cabe identificar y distinguir dos mercados afectados distintos por cada una de las conductas denunciadas. Por un lado, se procede a analizar el mercado de organización de las competiciones deportivas, y en particular la organización de competiciones oficiales de Rugby, y por otro lado el mercado de la explotación comercial de las mismas, en particular de los derechos audiovisuales y la publicidad en recintos deportivos en los que se celebran partidos de las citadas competiciones.
- (19) No obstante, se advierte, en consonancia con la propuesta de resolución elevada por el órgano instructor, que no es necesario pronunciarse sobre la delimitación exacta de los mercados de producto y geográficos afectados, toda vez que lo anterior no afecta a la valoración de las conductas llevada a cabo por esta Sala en la presente resolución.

4.1. Mercado de organización de las competiciones oficiales de rugby

4.1.1. Marco normativo

- (20) La Ley 10/1990, del Deporte, derogada desde el 1 de enero de 2023 por la disposición derogatoria única.a) de la nueva Ley 39/2022, de 30 de diciembre, del Deporte, pero vigente al momento de los hechos objeto de la denuncia, establecía determinadas disposiciones relativas a la organización de las competiciones y las funciones de federaciones y ligas.
- (21) El artículo 33.1 de dicha norma legal establecía que "*Las Federaciones deportivas españolas, bajo la coordinación y tutela del Consejo Superior de Deportes, ejercerán las siguientes funciones: a) Calificar y organizar, en su caso, las actividades y competiciones deportivas oficiales de ámbito estatal.*" Asimismo, el artículo 34.1 disponía que "*Sólo podrá existir una Federación Española por cada modalidad deportiva, [...]*".
- (22) Por su parte, el artículo 41.1 de dicha ley disponía que "*En las Federaciones deportivas españolas donde exista competición oficial de carácter profesional y ámbito estatal se constituirán Ligas, integradas exclusiva y obligatoriamente por todos los Clubes que participen en dicha competición.*". El apartado 4 de dicho artículo 41 preveía que "*Son competencias de las Ligas profesionales, además de las que pueda delegarles la Federación deportiva española correspondiente,*

⁹ Véase la Sentencia del Tribunal de Justicia de la Unión Europea de 1 de julio de 2008, MOTOE (C-49/07, EU:C:2008:376), apartados 23 y 33, así como la Decisión de la Comisión de 8 de diciembre de 2017 AT-40208 normas de elegibilidad de la Unión Internacional de Patinaje (párrafo 105).

las siguientes: a) Organizar sus propias competiciones, en coordinación con la respectiva Federación deportiva española [...]"

- (23) De acuerdo con lo establecido en el artículo 7.1 del Real Decreto 1835/1991, de 20 de diciembre, sobre Federaciones Deportivas Españolas: *“Para la participación en actividades o competiciones deportivas oficiales de ámbito estatal será preciso estar en posesión de una licencia expedida por la correspondiente Federación deportiva española”*. Este precepto dispone asimismo que *“Las Federaciones deportivas españolas expedirán las licencias solicitadas en el plazo de quince días desde su solicitud, una vez verificado el cumplimiento de los requisitos deportivos establecidos para su expedición, en sus Estatutos o Reglamentos.”*
- (24) Así pues, las Federaciones deportivas ostentan la atribución exclusiva para organizar las competiciones oficiales salvo en lo que se refiere a las competiciones en las que exista una liga profesional. También les corresponde la expedición de licencias que permiten participar en competiciones oficiales, y establecer determinados requisitos para la participación en las mismas.
- (25) Conforme a lo establecido en la Disposición Adicional Sexta del Real Decreto 1251/1999, de 16 de julio, sobre sociedades anónimas deportivas, son competiciones de carácter profesional y ámbito estatal, la Primera y segunda división A de fútbol y la Primera división masculina de baloncesto, denominada liga ACB. Asimismo, la Primera División de fútbol femenino ha sido recientemente calificada como competición oficial de carácter profesional el 15 de junio de 2021 por parte de la Comisión Directiva del Consejo Superior de Deportes, al amparo de lo previsto en los artículos 8.e) y 10.2.f) de la Ley 10/1990.
- (26) Conforme a todo lo anterior, se concluye que **la FER tiene atribuida normativamente, de manera exclusiva, la organización de todas las competiciones oficiales de rugby**, al no tener ninguna de ellas carácter profesional.

4.1.2. Mercado de producto

- (27) La organización de las competiciones oficiales de rugby presenta diferencias con respecto a las competiciones no oficiales de rugby, o respecto de competiciones de otros deportes. En todos estos casos no existe sustituibilidad de la demanda, puesto que las condiciones y requisitos de participación en las diferentes competiciones se encuentran reglados, y por lo tanto los clubes y entidades deportivas participantes en las mismas no tienen posibilidad de cambiar libremente de competición. Además, los clubes no cambiarán de disciplina deportiva debido a la especialización de sus jugadores y a la especificidad de las instalaciones deportivas.

- (28) Tampoco las competiciones no oficiales son sustitutivas de las competiciones oficiales desde la perspectiva de la demanda por parte de los clubes, dado que éstas últimas cuentan con una serie de características diferenciales, como por ejemplo su carácter regular, el prestigio asociado a las mismas, su relevancia desde el punto de vista económico, el número y relevancia de los clubes participantes, o el hecho de que sólo ciertos clubes participantes en las mismas pueden tener acceso a las competiciones oficiales internacionales de clubes.
- (29) Igualmente, desde la perspectiva de los deportistas, la participación en las competiciones oficiales no es sustitutiva de las no oficiales atendiendo a la relevancia de las primeras desde el punto de vista económico y que para los deportistas estar presentes en competiciones oficiales facilita su participación en las selecciones nacionales y en las competiciones internacionales de selecciones, lo que aumenta su notoriedad y prestigio.
- (30) No existe tampoco sustituibilidad de la oferta puesto que, como se ha señalado, cada federación tiene atribuida la facultad exclusiva de organizar las competiciones en su modalidad deportiva, y solamente se prevé en la Ley del Deporte la existencia de una federación por cada modalidad. No parece factible, en cualquier caso, que un organizador de un deporte pueda pasar a organizar otro deporte de manera rápida y sin costes significativos.
- (31) Por ello, la organización de competiciones oficiales de rugby pertenece a un mercado diferenciado de la organización de las competiciones no oficiales de este deporte y de la organización de otras competiciones deportivas.
- (32) A los efectos de este procedimiento puede por tanto definirse un **mercado de organización de competiciones oficiales de rugby**, siendo posible definir mercados más estrechos como los correspondientes a cada una de las diferentes competiciones oficiales. En todo caso, no es necesario cerrar la definición del mercado pues ello no altera las conclusiones del análisis de esta Sala.

4.1.3. Mercado geográfico

- (33) En lo que se refiere al ámbito geográfico relevante de este mercado, el alcance es probablemente **nacional**, teniendo en cuenta que las principales competiciones se organizan y desarrollan en toda España.

4.2. Mercado de la explotación comercial de las competiciones deportivas

4.2.1. Descripción del mercado

Dentro de las modalidades de explotación comercial de las competiciones deportivas, y en particular de las competiciones oficiales de rugby, destacan, por un lado, las actividades de **comercialización de los derechos audiovisuales** y

por otro lado las actividades relativas al **patrocinio** de dichos eventos y competiciones.

4.2.1.1. Comercialización derechos audiovisuales de las competiciones deportivas

- (34) La comercialización de derechos audiovisuales de las competiciones oficiales de rugby es una actividad que **no ha sido objeto de una regulación específica que determine la titularidad de los derechos y las condiciones para su comercialización y explotación**, a diferencia de lo que ocurre con los derechos audiovisuales de diversas competiciones de fútbol profesional que sí han sido objeto de regulación por el Real Decreto-ley 5/2015 , de 30 de abril, de medidas urgentes en relación con la comercialización de los derechos de explotación de contenidos audiovisuales de las competiciones de fútbol profesional¹⁰.
- (35) El artículo 52.2 de la actual Ley 39/2022, de 30 de diciembre, del Deporte, en consonancia con el artículo 35.2 de su predecesora Ley 10/1990 reconoce como recursos de las federaciones deportivas españolas los rendimientos de las actividades que desarrollan -entre las que se incluyen las competiciones deportivas que organicen- así como cualesquiera otros que puedan serle atribuidos por disposición legal, convenio, contrato u otro negocio jurídico. Lo anterior, no supone que las federaciones deportivas ostenten derechos audiovisuales sobre cualquier evento deportivo que se celebre en España, aunque forme parte de competiciones oficiales, salvo que sean dichas federaciones propiamente organizadores del evento en cuestión¹¹.
- (36) Por su parte, los precedentes nacionales de la CNMC, relacionados con los derechos audiovisuales de los clubes deportivos, avalan que los clubes son titulares de determinados derechos audiovisuales en relación con las competiciones oficiales en las que participan¹². No obstante, es relevante considerar el alcance de dichos derechos en el contexto del conjunto de los derechos que concurren en un determinado evento deportivo desarrollado en el

¹⁰ En concreto, regula los derechos audiovisuales del Campeonato Nacional de Liga de Primera y Segunda División, de la Copa de S.M. el Rey y la Supercopa de España, así como el resto de las competiciones de ámbito estatal, tanto masculinas como femeninas, organizadas por la Real Federación Española de Fútbol.

¹¹ Véase al respecto la sentencia de Audiencia Provincial de Madrid (Sección 28) de 22 de febrero de 2016 (rec. 195/2015).

¹² Véase la resolución de la Sala de Competencia de la CNMC de 19 de julio de 2018 (expte. S/DC/0606/17, Real Federación Española de Fútbol) y la resolución del extinto Tribunal de Defensa de la Competencia de 26 de septiembre de 2006 (expte. 597/05, Emisión partidos de bolos), confirmada por la Audiencia Nacional mediante sentencia firme de fecha 7 de mayo de 2008 (SAN 1546/2008)

marco de una competición oficial, todo ello a la luz de lo señalado por el Tribunal Supremo¹³ y otros precedentes comunitarios¹⁴.

- (37) Por tanto, lo cierto es que **en los partidos o eventos deportivos de una determinada competición oficial, coexisten diferentes derechos que, conjuntamente, les confieren un valor económico.** Dicho valor económico se concreta en los denominados derechos audiovisuales del evento que pueden ser comercializados, lo que permitiría al adquirente realizar la grabación audiovisual correspondiente, naciendo en ese momento determinados derechos patrimoniales exclusivos, en particular el derecho de autorizar la comunicación pública de las grabaciones audiovisuales y un derecho de remuneración en el caso de determinadas modalidades de comunicación pública¹⁵.
- (38) Concurren por una parte los derechos de los clubes participantes en la competición. En concreto de cada uno de los dos clubes participantes en cada partido o evento, que contribuyen a dar valor a dichos eventos deportivos y por tanto a los derechos audiovisuales de los mismos y de la competición. Dicha aportación de valor se concreta, entre otros, mediante la participación de los jugadores que tienen contratados o a través de la imagen de marca de los propios clubes.
- (39) Concurren por otra parte los derechos de la entidad organizadora de la competición, en este caso la federación deportiva correspondiente, que contribuye asimismo a dar valor a la competición y a los partidos o eventos deportivos que se desarrollan en la misma, y a los correspondientes derechos audiovisuales. Dicha aportación de valor se concreta, por ejemplo, estableciendo y vigilando las normas de la competición, mediante la selección y formación de árbitros y su participación en los encuentros, a través de actuaciones de promoción de la competición y aportando a la misma imagen de marca, o debido al carácter oficial de la propia competición que le confiere un valor superior a una competición no oficial.
- (40) De este modo, para poder realizar la grabación audiovisual de un partido o evento deportivo, y la posterior explotación de los derechos que conlleva, **será necesario contar con los derechos de cada uno de los clubes participantes y los de la entidad organizadora de la competición, existiendo diferentes mecanismos para poner en conjunto estos derechos.**

¹³ Véase la sentencia de 25 de junio de 2013, de la Sala de lo Civil del Tribunal Supremo (STS 3872/2013, rec. 1778/2011).

¹⁴ Por todos, véanse los casos venta conjunta de los derechos comerciales de la Liga de Campeones de la UEFA (COMP/C.2-37.398 de julio de 2003), la Bundesliga (COMP/C-2/37.214 de enero de 2005) y La Premier League (COMP/C-2/38.173 de marzo de 2006)

¹⁵ Véanse los artículos 122.1 y 20.f) y g) del del Real Decreto Legislativo 1/1996, de 12 de abril, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Propiedad Intelectual, regularizando, aclarando y armonizando las disposiciones legales vigentes sobre la materia.

- (41) En ocasiones se producen acuerdos entre el organizador de la competición y los clubes participantes en la misma para la comercialización conjunta de los derechos audiovisuales, quedando plasmados en ciertos supuestos en normativa de la propia competición. Estos acuerdos están sujetos a la normativa de competencia, existiendo varios precedentes, en especial en el ámbito comunitario¹⁶.
- (42) Por ejemplo, en el caso del precedente más significativo referido a la Venta conjunta de los derechos comerciales de la Liga de Campeones de la UEFA (COMP/C.2-37.398 de julio de 2003) la Comisión ha considerado que en cada partido, los dos clubes participantes y la propia UEFA como organizadora de la competición, ostentan derechos audiovisuales: *“Un acuerdo entre los tres dueños (los dos clubes de fútbol y la UEFA) que son imprescindibles para producir una unidad de producción (el permiso para difundir un partido) no entraría en el ámbito de aplicación del apartado 1 del artículo 81 del Tratado”*.
- (43) Existen asimismo otras alternativas para la explotación de los derechos audiovisuales de un evento deportivo, por ejemplo, en el caso de que cada uno de los clubes y la entidad organizadora comercialicen de manera independiente sus derechos audiovisuales y un mismo titular adquiera la totalidad de dichos derechos para la retransmisión de un determinado partido, o bien se produzca un acuerdo entre los que hubieran adquirido dichos derechos, siempre que dichos acuerdos respeten la normativa de competencia.
- (44) Asimismo, los clubes podrían adoptar un acuerdo reconociéndose mutuamente el derecho de arena, en virtud del cual los derechos de un partido requerirían de la puesta en común de los derechos del club local y de la entidad organizadora.
- (45) En el caso concreto del presente procedimiento, el artículo 90 del Reglamento General de la FER establece que *“La FER podrá autorizar la celebración de acuerdos, convenios o concesión de autorizaciones para retransmisiones audiovisuales por parte de las entidades participantes en las competiciones, bien sea de forma global o de manera individualizada”*, habilitando la posibilidad de que la FER, como entidad organizadora de la competición, autorice a los clubes la explotación de los derechos audiovisuales de determinados partidos, cediendo los derechos audiovisuales de la propia FER, y requiriendo por tanto la puesta en común de los derechos de los dos clubes que participan en el evento.

4.2.1.2. Patrocinio deportivo

- (46) Dentro de las actividades de explotación comercial de las competiciones resulta asimismo relevante en el presente procedimiento la actividad relativa al patrocinio de eventos o competiciones deportivas. Dicha actividad de patrocinio

¹⁶ Por todos, véanse los casos Venta conjunta de los derechos comerciales de la Liga de Campeones de la UEFA (COMP/C.2-37.398 de julio de 2003), la Bundesliga (COMP/C-2/37.214 de enero de 2005) y La Premier League (COMP/C-2/38.173 de marzo de 2006)

puede ser realizada por parte de la entidad organizadora de las competiciones o de los clubes deportivos que participan en las mismas.

- (47) Dichas actividades de patrocinio tienen por objeto asociar la imagen de una determinada competición o de un club con una o varias marcas comerciales, y para ello conllevan en general actuaciones publicitarias, que pueden incluir, entre otras, la inserción de publicidad durante la celebración de los eventos deportivos tanto publicidad televisiva cuando son retransmitidos por televisión como inserción de publicidad en los recintos deportivos donde se desarrolla la competición, inserción publicitaria en vestuario de los deportistas, denominación de la competición utilizando la marca del patrocinador, etc.
- (48) En general los diferentes mercados de la publicidad han distinguido la publicidad atendiendo a los medios de comunicación utilizados o a las actuaciones publicitarias realizadas. A efectos de clasificar dichas actuaciones publicitarias se han venido clasificando en publicidad en medios convencionales (televisión, radio, diarios y revistas, exterior) y en medios no convencionales (*mailing* personalizado, *marketing* telefónico, patrocinios, buzoneo y folletos, ferias, etc.).
- (49) El patrocinio deportivo, como cualquier forma de publicidad, ofrece un valor al patrocinador que está relacionado con aspectos como la relevancia de la competición y su interés para los ciudadanos y en particular para los potenciales clientes de la empresa patrocinadora, el prestigio o la imagen de marca de la propia competición o del club patrocinado, etc. Adicionalmente, el carácter exclusivo del patrocinio incrementa, en general, el valor del mismo.
- (50) La circunstancia de que una determinada competición o un club deportivo, por su relevancia social, sea objeto de interés para diferentes medios de comunicación y en particular cuando se produce la retransmisión televisiva de partidos u otros eventos deportivos relacionados con la competición o relativos al club patrocinado, incrementa en valor para el patrocinador.

4.2.2. Mercado de producto

- (51) Ya se ha indicado que los precedentes comunitarios han identificado y separado la actividad de organización de competiciones y la actividad de explotación comercial y de los derechos audiovisuales de las mismas.
- (52) Al respecto, el Tribunal de Justicia de la Unión Europea (**TJUE**) determinó en la sentencia del caso MOTOE que el ELPA, miembro griego de la *Fédération Internationale de Motocyclisme*, estuvo activo tanto en la organización de eventos de motociclismo como en su explotación, señalando que estas dos actividades no son intercambiables sino funcionalmente complementarias¹⁷.
- (53) Por su lado, la Comisión Europea, en su Decisión en el caso de la Unión Internacional de Patinaje, destaca que para las competiciones internacionales de

¹⁷ Sentencia de 1 de julio de 2008, MOTOE (C-49/07, EU:C:2008:376), apartado 33

patinaje coinciden el organizador y el explotador comercial, pero deja abierta la posibilidad de ubicar estas dos actividades en mercados distintos¹⁸.

- (54) La explotación comercial de las competiciones puede concretarse a través de diferentes actividades como contratos de patrocinio, publicidad y seguro¹⁹, comercialización o explotación de derechos audiovisuales, o la venta de localidades para acceder a los estadios donde se celebran los acontecimientos deportivos.
- (55) Por todo lo anterior, a efectos del presente procedimiento se considera que existe un **mercado de explotación comercial de las competiciones oficiales de rugby**, si bien no se pueden descartar mercados más estrechos, en paralelo a lo apuntado para la organización de las competiciones.

4.2.3. Mercado geográfico

- (56) En lo que se refiere al ámbito geográfico relevante de este mercado, el alcance es probablemente **nacional**, por desarrollarse las principales actividades de explotación de las competiciones a nivel nacional. No obstante, no puede descartarse que determinadas actividades de explotación puedan desarrollarse en un ámbito geográfico local.

5. HECHOS ACREDITADOS

- (57) Las fuentes de prueba que conforman los hechos acreditados provienen de la información contenida en el escrito de denuncia y de la contestación a los requerimientos de información dirigidos a los interesados.

5.1. Normativa de la FER y competiciones oficiales de Rugby

- (58) El Real Decreto 1835/1991, de 20 de diciembre, sobre Federaciones deportivas españolas, establece en su artículo 2 que *“Las Federaciones deportivas españolas se rigen por lo dispuesto en la Ley 10/1990, de 15 de octubre, del Deporte²⁰, por el presente Real Decreto y disposiciones que les sean aplicables y por sus Estatutos y Reglamentos que, respetando las normas anteriores, sean debidamente aprobados”*.

¹⁸ Decisión de la Comisión de 8 de diciembre de 2017 AT-40208 normas de elegibilidad de la Unión Internacional de Patinaje (párrafo 105).

¹⁹ Sentencia de 1 de julio de 2008, MOTOE (C-49/07, EU:C:2008:376), apartado 23

²⁰ Norma actualmente derogada, con efectos desde el 1 de enero de 2023, por la disposición derogatoria única.a) de la Ley 39/2022, de 30 de diciembre, del Deporte, pero vigente al momento de producción de los hechos analizados en el presente procedimiento.

- (59) En concreto, la FER ha adoptado y sometido a autorización de la Comisión Directiva del Consejo Superior de Deportes (**CSD**) sus Estatutos (folios 448 a 487) y Reglamento general (folios 488 a 595).

5.1.1. Estatuto de la FER

- (60) Los Estatutos de la FER vigentes al momento de la comisión de las conductas denunciadas fueron aprobados por la Asamblea General FER el 7 de julio de 2018 y definitivamente por la Comisión Directiva del CSD el 13 de noviembre de 2018 (folios 448 a 487)²¹. Asimismo, se produjeron distintas modificaciones publicadas en el BOE de 26 de abril de 2017²² y de 2 de febrero de 2019²³.

- (61) Su artículo 7 establece:

“La FER es la única competente dentro del Estado español para la organización y control de las competiciones oficiales que afecten a más de una Comunidad Autónoma, correspondiéndole la elaboración y ejecución de los planes de preparación y competición del equipo nacional, así como de las selecciones nacionales” (subrayado añadido).

- (62) En lo que se refiere a la organización de competiciones oficiales de rugby, las principales competiciones oficiales regulares organizadas por la FER son las siguientes:

- “División de Honor”, máxima categoría masculina, denominada en las temporadas 2017/18 y 2018/19 “*Liga Heineken*”, en la que participan 12 equipos;
- “División de Honor B” masculina, compuesta por 3 grupos de 12 equipos cada uno de ellos;
- “División de Honor” de Rugby femenino, participada por 8 equipos; y
- “Copa De S.M. el Rey” bajo una modalidad de eliminatorias.

5.1.2. Reglamento General de la FER

- (63) El Reglamento General de la FER vigente al momento de la comisión de las conductas denunciadas fue aprobado por la Comisión Delegada de la FER el 20 de octubre de 2018 y definitivamente por la Comisión Directiva del CSD el 29 de marzo de 2019 (folios 488 a 595)²⁴.

²¹ No obstante, los Estatutos de la FER actualmente vigentes han sido aprobado por la Asamblea General FER el 2 de julio 2021 y definitivamente por la Comisión Directiva del CSD el 14 de marzo de 2022. Véase https://ferugby.es/wp-content/uploads/2022/03/i39_Estatutos-Rugby-CD-14.03.2022-2-43.pdf.

²² https://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-2017-4565

²³ https://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-2019-1388

²⁴ No obstante, el Reglamento General de la FER actualmente vigentes ha sido aprobado por la Comisión Delegada de la FER el 2 de noviembre de 2022 y ratificado por la Comisión Directiva del CSD el 11 de enero de 2023.

Véase <https://ferugby.es/wp-content/uploads/2023/02/Reglamento-General-FERugby.pdf>.

- (64) El Reglamento recoge en su Capítulo 9 (artículo 87) determinadas previsiones relativas a la publicidad, y en su capítulo 10 (artículos 88, 89 y 90) determinadas disposiciones relativas a los derechos audiovisuales:
- (65) En cuanto a la publicidad en los terrenos de juego, el Reglamento General de la FER, su artículo 87 apartado 2 recoge lo siguiente:

“2. La Publicidad en los terrenos de juego será libre, reservándose, si se diera el caso, la publicidad propia que la FER contrate para sus partidos internacionales. En el caso de que la FER llegara a un acuerdo comercial con una empresa que patrocine la competición en que un Club participa, éste tiene la obligación de colocar dicha publicidad en su terreno de juego, según se determinen en los acuerdos económicos firmados entre la FER y el Club o Asociación.” (subrayado añadido)

- (66) Respecto a los derechos audiovisuales de las competiciones, el Reglamento General de la FER prevé en sus artículos 88, 89 y 90 lo siguiente:

“Artículo 88

La FER será la titular exclusiva de los derechos audiovisuales correspondientes a las competiciones organizadas por la misma.

Estos derechos audiovisuales comprenderán la televisión terrestre, el satélite y cable en cualquiera de sus procedimientos analógico o digital, free, pay o pay per view o en cualquier otro soporte, formato, procedimiento técnico, sistema de explotación o sistema de transmisión, soportes digitales (CD-ROM, CDI, etc.), sistemas interactivos y sistemas on line (incluso internet). Tanto si es para exhibición pública como privada.

No se encontrarán comprendidas la captación de imágenes para medios exclusivamente escritos, así como la grabación y retransmisión mediante emisoras de radiofonía.” (subrayado añadido)

“Artículo 89

Los clubes, deportistas, técnicos, árbitros, delegados y, en general, todos aquellos que tengan participación en las competiciones se entenderá que consienten la cesión de derechos audiovisuales y de imagen correspondientes por el mero hecho de tomar parte en las mismas. Ello sin perjuicio de su derecho a la intimidad.

Los clubes y los titulares de las instalaciones en las que se celebren los encuentros correspondientes a las competiciones deberán facilitar el acceso e instalación de los medios técnicos necesarios para las grabaciones y retransmisión, incluyendo el acceso del personal técnico necesario.” (subrayado añadido)

“Artículo 90

La FER podrá autorizar la celebración de acuerdos, convenios o concesión de autorizaciones para retransmisiones audiovisuales por parte de las entidades

participantes en las competiciones, bien sea de forma global o de manera individualizada.

A tal efecto, la entidad que desee suscribir el acuerdo, convenio o conceder autorizaciones, deberá ponerlo en conocimiento de la FER, con la antelación suficiente, remitiendo copia de la documentación correspondiente para la aprobación, en su caso.” (subrayado añadido)

5.1.3. Reglamento Audiovisual para la retransmisión de encuentros de la “Liga Heineken” de División de Honor y Copa S.M. el Rey por TV

- (67) La Comisión Delegada de la Asamblea General la FER adopta un documento denominado “Reglamento Audiovisual para la retransmisión de encuentros de la “Liga Heineken” de División de Honor y Copa de S.M el Rey por TV” (**Reglamento Audiovisual**) cuya aplicación consta, al menos, desde la temporada 2018/2019 hasta la temporada 2021/2022 (folios 596 a 605, 606 a 615 y 721 a 735).

5.1.3.1. Temporada 2018/2019

- (68) El Reglamento Audiovisual en su epígrafe referido a los “**COMPROMISOS DE LOS CLUBES**” (folios 598 a 600) dispone que, para los partidos televisados de las dos competiciones señaladas, el Club local deberá facilitar el acceso a todas las personas vinculadas, tanto de la FER como de la productora y a las cadenas que lo vayan a televisar.
- (69) En cuanto a la “**PUBLICIDAD ESTÁTICA**” (folios 600 y 601), señala que en la “U” Televisiva (160 metros), con pancartas publicitarias en la zona más próxima y de inmediato de contacto con el terreno de juego la FER podrá utilizar el 60% (96 metros). De este porcentaje la FER cederá 2 vallas de 3x1m. al club visitante, si lo demanda. El Club Local podrá hacer uso del 40% (64 metros). Las vallas o protectores de porterías que anuncien productos de competencia directa con Heineken no podrán colocarse. Si la publicidad es mediante sistema LED, el tiempo de presencia de los anunciantes será proporcional a la distribución métrica señalada anteriormente.
- (70) En el resto del campo la FER podrá utilizar el 30% y el CLUB LOCAL el 70%. En el resto del interior del estadio no podrá haber publicidad de productos de competencia directa con Heineken. Si el estadio tuviese esta publicidad, deberá taparse.
- (71) En el apartado de “**INCUMPLIMIENTO DE OBLIGACIONES**” (folio 605) el Reglamento Audiovisual contempla, entre otras cosas, sanciones económicas de 600 a 3000 euros.
- (72) En su apartado 7 de “**ACEPTACIÓN**” (folio 605) señala que “*Los clubes interesados en que se les televisen encuentros que disputen como locales deberán confirmar por escrito la aceptación de este reglamento antes del inicio de la competición.*”

- (73) Asimismo, la FER adopta la “Circular Num 4”, de 7 de agosto de 2018. En esta circular, además de hacer referencia a lo dispuesto en los artículos 88 a 90 del Reglamento General determina, que:

“La FER ha llegado a un acuerdo con Televisión Española para emitir semanalmente un encuentro, a través de su canal Teledporte, los domingos por la tarde (algunos encuentros podrán ir en directo los domingos por la mañana). Los clubes deberán permitir instalar en los paramentos de separación del recinto de juego y la zona del público vallas publicitarias de anunciantes, todo ello conforme a lo establecido en el Reglamento Audiovisual de la FER. Las condiciones concretas de todo lo que afecte a la producción y retransmisión televisiva figura en el Reglamento Audiovisual de la Liga Heineken cuyo cumplimiento debe ser aceptado previamente. Dicha aceptación se entiende como otorgada por el hecho de participar en la Competición salvo que el club exprese de forma explícita y por escrito antes del 3 septiembre de 2018 su deseo de que los partidos que su equipo dispute como local no sean retransmitidos” (folio 346) (subrayado añadido)

- (74) En el escrito de la FER a los clubes de 9 de julio de 2018, señalando los requisitos para la inscripción en la competición División de Honor para la temporada 2018/19 (folio 644 y 645), no se recoge referencia alguna a los derechos audiovisuales o la publicidad.

5.1.3.2. Temporada 2019/2020

- (75) En lo que se refiere a la temporada 2019/20, la FER adopta una versión revisada del Reglamento Audiovisual para dicha temporada (folios 606 a 615). Esta nueva versión del documento recoge ligeras modificaciones en relación con el vigente en la temporada anterior, en particular, revisa el porcentaje de espacio en la U Televisiva aplicable en caso de partidos televisados, reduciendo el reservado a la FER al 50% quedando el 50% restante a disposición del club local. Se mantiene la limitación para que el club local incluya durante los partidos televisados, publicidad estática de marcas en competencia directa con HEINEKEN patrocinador de la FER, así como un apartado 7 por el cual “Los clubes interesados en que se les televisen encuentros que disputen como locales deberán confirmar por escrito la aceptación de este reglamento antes del inicio de la competición.”
- (76) Asimismo, la FER adopta la “Circular Num.8: Normas que regirán el LIII Campeonato de Liga Nacional de División de Honor Masculina en la temporada 2019/2020”, adoptada por la FER y comunicada a los clubes (folios 128 a 148), recoge lo siguiente en relación con la explotación de derechos audiovisuales:

“Los clubes, deportistas, técnicos, árbitros, delegados y, en general, todos aquellos que tengan participación en esta competición, por el mero hecho de tomar parte en las mismas, autorizan la cesión a la FER de sus derechos audiovisuales y de imagen correspondientes que surjan como resultado de su participación en estas competiciones. Ello sin perjuicio de su derecho a la intimidad. Esas personas participantes deberán confirmar esta cesión de

derechos en el momento que se convalide por la FER su credencial de participación en estas competiciones nacionales.

Estos derechos audiovisuales y de imagen indicados anteriormente, la FER podrá cederlos a un tercero con el fin de facilitar la promoción y difusión de las competiciones e incluso para obtener un beneficio económico, si así se presentara esta oportunidad. En este caso la FER repartirá entre los clubes participantes la mayor parte de este beneficio (al menos el 90%). [...]

Si la FER decidiera emitir algún encuentro por televisión, los clubes deberán permitir instalar en los paramentos de separación del recinto de juego y la zona del público vallas publicitarias de anunciantes, todo ello conforme a lo establecido en la Reglamentación Audiovisual de la FER.

Las condiciones concretas de todo lo que afecte a la producción y retransmisión televisiva figura en la Reglamentación Audiovisual para la temporada 2019-20 que se remitió junto con el escrito de inscripción y cuyo cumplimiento debe ser aceptado previamente. Dicha aceptación se entenderá como otorgada por el hecho de participar en la Competición salvo que el club exprese de forma explícita y por escrito antes del 2 septiembre de 2019 su deseo de que los partidos que su equipo dispute como local no sean retransmitidos.” (subrayado añadido)

- (77) En el escrito de la FER a los clubes de 10 de julio de 2019, señalando los requisitos para la inscripción en la competición División de Honor para la temporada 2019/20 (folio 160) se señala que “A los efectos de los encuentros que se puedan televisar, se adjunta Reglamentación Audiovisual, aprobada por la Comisión Delegada de 22 de junio de 2019 que será de aplicación para esta Competición en la Temporada 2019-20. La inscripción en dicha competición implica la aceptación de la misma como parte o anexo de la normativa aplicable que vendrá recogida en la correspondiente Circular, salvo renuncia expresa por parte de algún club de que se televisen sus encuentros que juegue como local.”

5.1.3.3. Temporada 2020/2021

- (78) En lo que se refiere a la temporada 2020/21 la FER afirma que “no se reguló desde la FER ninguna cuestión relativa a retransmisiones televisivas” (folio 717).

5.1.3.4. Temporada 2021/2022

- (79) En lo que se refiere a la temporada 2021/22, al FER adopta nuevamente un Reglamento Audiovisual para dicha temporada (folios 721 a 735). Este reglamento establece un reparto del espacio destinado a publicidad estática en el recinto deportivo donde se celebre el partido de un 50% para el club local y un 50% para la FER, afectando tanto a la U Televisiva perimetral como a otros espacios para instalación de pancartas publicitarias. Desparece en este Reglamento las limitaciones para que los clubes locales puedan insertar durante las retransmisiones publicidad estática de marcas que compitan con el patrocinador de la FER. Al igual que en temporadas anteriores se recoge que los clubes interesados en la retransmisión de partidos deben prestar su aceptación

a dicho Reglamento. Ello queda reflejado en su apartado 3.2.8 “*Los clubes interesados en que se les televisen encuentros que disputen como locales deberán confirmar por escrito la aceptación de este reglamento antes del inicio de la competición*”.

5.2. Explotación de derechos audiovisuales de competiciones oficiales de rugby

5.2.1. Temporada 2017/2018

- (80) En la temporada 2017/2018, la FER llegó a un acuerdo con HEINEKEN (folios 649 a 674) para que patrocinara la División de Honor, denominándola “*Liga Heineken*”, con la condición, entre otras, de que se televisara un encuentro por jornada (con 4 caretas publicitarias de la marca de 10 segundos) y se respete en el estadio donde se juega el encuentro televisado que no haya publicidad estática de marcas de productos que fueran competencia sectorial de Heineken. El importe neto recibido por la FER de Heineken en virtud de este contrato fue de **[confidencial]** euros en dicha temporada.
- (81) La FER llegó asimismo a un acuerdo con RTVE (folios 680 a 691) para que se televisara por su canal temático Teledeporte un encuentro semanal de Liga (y Copa y Supercopa) así como de un programa semanal (Pasión Rugby) de duración de 25 minutos, resumen de la jornada, para que se emitiera los jueves de semana. El coste de la producción correría a cargo de la FER.
- (82) El importe de los gastos que esa temporada 2017/2018 supuso a la FER esta producción televisiva (encuentros y programas) fue de **[confidencial]** euros. Dicho importe a pagar a RTVE se había financiado parcialmente con los ingresos del patrocinio antes señalados, si bien dichos ingresos cubrieron el 50-65% de dicho coste. Ante la insuficiencia de dichos ingresos derivados del citado patrocinio, la propia FER realizó una aportación por la diferencia **[confidencial]** euros (folio 97).
- (83) Durante la temporada 2017/2018 se televisaron 28 encuentros, con una audiencia media por partido de 42.964 espectadores (share medio de 0,41%). El programa Pasión Rugby emitió 34 programas con una audiencia media de 23.059 espectadores por programa (share medio del 0,43%) (folios 97 a 98 y 108).

5.2.2. Temporada 2018/2019

- (84) Para la temporada 2018/2019 se renovó el acuerdo de FER con RTVE y se mantuvo vigente el contrato de patrocinio con HEINEKEN. Se televisaron 28 encuentros y se produjeron 11 programas de Pasión Rugby. La audiencia media de los partidos fue de 33.325 telespectadores (share medio del 0,35%) y de los programas 15.600 telespectadores (share medio de 0,37%) (folio 21).

5.2.3. Temporada 2019/2020

- (85) En cuanto a la temporada 2019/2020, la FER convoca a los presidentes de los clubes nacionales a una reunión a celebrar el 15 de marzo de 2019 para presentar un proyecto para instalar cámaras en los recintos deportivos para producir la señal y puedan ser ofrecidos por *streaming* (o TV) a través de un canal (o varios) temático de TV (folios 84 a 95).
- (86) Posteriormente, la FER se dirige por correo electrónico a los clubes el 12 de junio de 2019 proponiendo a los clubes de competiciones nacionales continuar con la emisión de un partido en abierto por jornada en Teledporte e iniciar el citado proyecto. Para ello solicita que los clubes manifiesten su adhesión o rechazo a la propuesta, y autoricen el acceso de las cámaras a sus estadios o recintos deportivos (folios 97 a 99).
- (87) Como respuesta a ello, 10 de los 12 clubes de la División de Honor habrían rechazado la propuesta, por lo cual la REF, con fecha 19 de agosto de 2019, comunica a los clubes que deja en suspenso el patrocinio de HEINEKEN de la División de Honor y en consecuencia las retransmisiones de los encuentros semanales de esta competición, para la temporada 2019/20 (folios 96 y 165).
- (88) Por otra parte, la REF ha aportado copia de determinada documentación en la que se autoriza la retransmisión de varios partidos en los que el VRAC actúa como local, en los años 2018, 2019 y 2020, a través de la televisión autonómica de Castilla y León, conforme a lo previsto en el artículo 90 del Reglamento General de REF (folios 616 a 623).

5.2.4. Temporada 2020/2021

- (89) En lo que hace referencia a la temporada 2020/2021, la FER informa que ha alcanzado un acuerdo con la Asociación Nacional de Clubes de Rugby²⁵, para permitir a esta Asociación la producción y retransmisión de partidos de la División de Honor (excepto la Final) y de la Copa de SM el Rey (excepto la Final) de la temporada 2020-21, través del canal Youtube de MARCA TV. Aporta la FER copia del texto de dicho acuerdo (folios 736 a 738). La FER indica que no ha percibido ingresos por dichas retransmisiones.

5.2.5. Temporada 2021/2022

- (90) En cuanto a la temporada 2021/2022 la FER indica en su escrito de 2 de febrero de 2022 que existe un proceso de reformas en los Estatutos y el Reglamento general de la federación que tendría como objetivo *“que los clubes tengan el mayor margen de maniobra posible para celebrar contratos y obtener ingresos, correspondiéndole a la FER velar por la homogeneidad en la buena imagen del*

²⁵ De acuerdo con lo que se señala en su sitio de internet <https://www.ancrugby.es/> esta Asociación agrupa los principales clubes de la División de Honor.

deporte del rugby para potenciar su difusión” (folio 718) si bien no ofrece más detalles sobre esta iniciativa.

- (91) Por otra parte la FER señala en dicho escrito que *“para la temporada 2021/2022, la FER ha suscrito un acuerdo con la entidad a la que pertenece la plataforma conocida como “La Liga Sports TV”, a fin de que por aquella se retransmitan 2 partidos por semana de las competiciones de División de Honor”*. Acompaña copia del citado acuerdo (folios 739 a 748).
- (92) Este acuerdo, suscrito entre la FER y Digital & Sports Innovation S.L. (DSI) (sociedad filial de la Liga Nacional de Fútbol Profesional) contempla la cesión a DSI de los derechos de reproducción y comunicación pública de 2 partidos por jornada de la División de Honor Masculina para las temporadas 2021/22 y 2022/23. Prevé que la FER asuma la producción audiovisual de los partidos y el coste de dicha producción. DSI satisfará a la FER una contraprestación de **[confidencial]** euros.
- (93) Aclara la FER en su escrito de 2 de febrero de 2022 que la totalidad del precio del contrato va destinada a la producción de la retransmisión televisiva de los partidos, aportando la FER cantidades adicionales de su presupuesto anual a dicha producción.

6. FUNDAMENTOS DE DERECHO

6.1. Competencia para Resolver

- (94) De acuerdo con el artículo 5.1.c) de la Ley 3/2013, de 4 de junio, de creación de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, compete a este Organismo *“aplicar lo dispuesto en la Ley 15/2007, de 3 de julio, en materia de conductas que supongan impedir, restringir y falsear la competencia”*. El artículo 20.2 de la misma Ley atribuye al Consejo la función de *“resolver los procedimientos sancionadores previstos en la Ley 15/2007, de 3 de julio”* y, según el artículo 14.1.a) del Real Decreto 657/2013, de 30 de agosto, por el que se aprueba Estatuto Orgánico de la CNMC, *“la Sala de Competencia conocerá de los asuntos relacionados con la aplicación de la Ley 15/2007, de 3 de julio”*.
- (95) En consecuencia, la competencia para resolver este procedimiento corresponde a la Sala de Competencia del Consejo de la CNMC

6.2. Propuesta del órgano instructor

- (96) En relación con la conducta de abuso de posición de dominio contraria a los artículos 2 de la LDC y 102 del TFUE, si bien la Dirección de Competencia considera que no puede descartarse que la FER ostente una posición de dominio, no aprecia indicios de conductas ilícitas en sus actuaciones relacionadas con la explotación abusiva de las competiciones y en particular en lo que se refiere a los derechos audiovisuales de partidos de la División de Honor

de rugby masculino, y en el ámbito conexo de los patrocinios deportivos relacionados con la publicidad en los estadios o recintos deportivos durante la retransmisión televisiva de dichos partidos.

- (97) Sobre la posible conducta contraria a los artículos 1 de la LDC y 101 del TFUE, basada en el acuerdo de patrocinio de la Liga de División de Honor alcanzado entre la FER y HEINEKEN para las temporadas 2017/2018 y 2018/2019, relacionada con la limitación de incluir publicidad de marcas competidoras de HEINEKEN en los estadios durante los partidos televisados, la Dirección de Competencia entiende que no existen indicios de que la conducta sea restrictiva por su objeto o efecto.
- (98) Por todo lo anterior, la Dirección de Competencia propone la no incoación del procedimiento sancionador, así como el archivo de las actuaciones seguidas contra la FER y HEINEKEN como consecuencia de la denuncia presentada por el VRAC.

6.3. Valoración de la Sala de Competencia

- (99) En primer lugar, cabe recordar que de conformidad con los precedentes comunitarios²⁶ y el Tribunal de Justicia²⁷ la FER es una empresa en el sentido de la aplicación de la normativa de competencia, toda vez que realiza diferentes actividades económicas relacionadas con la explotación de las competiciones que organiza, y en particular en su rol de suscriptor de patrocinios deportivos y de explotador de derechos audiovisuales.

6.3.1. Sobre la denuncia de abuso de posición dominante de la FER

- (100) En lo que se refiere a la denuncia de una posible conducta de abuso de posición de dominio por parte de la FER relacionada con la explotación abusiva de las competiciones oficiales de rugby y en particular de los derechos audiovisuales de partidos de la División de Honor de rugby masculino, así como en el ámbito conexo de los patrocinios deportivos relacionados con la publicidad en los estadios o recintos deportivos durante la retransmisión televisiva de dichos partidos, lo primero que cabe analizar es si la FER se encuentra efectivamente en una posición de dominio.

²⁶ Decisión de la Comisión de 23 de julio de 2003 relativa a un procedimiento con arreglo a lo dispuesto en el artículo 81 del Tratado CE y en el artículo 53 del Acuerdo EEE (COMP/C.2-37.398 — Venta conjunta de los derechos comerciales de la Liga de Campeones de la UEFA) — párrafos 106 y 107

²⁷ Sentencia de 26 de enero de 2005, Piau/Comisión, T-193/02, EU:T:2005:22, apartados 69 a 75. Sentencia de 1 de julio de 2008, MOTOE (C-49/07, EU:C:2008:376), apartados 19 a 29

- (101) Al respecto, basta acudir a los artículos 33, 34 y 41 de la Ley 10/1990, del Deporte, actualmente derogada²⁸ pero vigente al momento de la comisión de los hechos denunciados, para evidenciar que la FER tiene atribuida de manera exclusiva la competencia para la organización de las competiciones deportivas oficiales, lo que le situaría, de forma preliminar, en una posición de dominio en el mercado de organización de las citadas competiciones. Lo anterior, no es en sí mismo contrario a las normas de competencia²⁹, pero sí le impone a la FER una responsabilidad especial de no impedir, con su comportamiento, el desarrollo de una competencia efectiva y no falseada en el mercado³⁰.
- (102) La denuncia cuestiona el contenido de los artículos 88, 89 y 90 del Reglamento General de la FER [hecho (66)] que regulan la explotación de los derechos audiovisuales de las competiciones oficiales de ámbito nacional organizadas por dicha federación. En términos generales, la normativa mencionada obligaría a los clubes, según la denuncia presentada, a la cesión obligatoria de sus derechos audiovisuales a favor de la FER por el mero hecho de participar en sus competiciones, así como la imposición de una autorización previa para la firma de cualquier acuerdo, convenio o concesión de autorizaciones para las retransmisiones audiovisuales por parte de los clubes participantes en las mismas.
- (103) Esta Sala ha analizado los hechos denunciados en coherencia con sus pronunciamientos previos, en concreto con lo señalado en su resolución de 19 de julio de 2018 (expte. S/DC/0606/17 REAL FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE FÚTBOL) en la cual ya se recalcó la importancia de salvaguardar la libertad de empresa de los clubes, minimizando las limitaciones a la explotación comercial de sus derechos audiovisuales:

“En este sentido, aunque la RFEF, en calidad de organizador de competiciones de fútbol oficiales en España, pueda ostentar la prerrogativa para autorizar la retransmisión audiovisual de los encuentros deportivos de las competiciones deportivas que organiza, se considera que una eventual limitación injustificada

²⁸ Norma derogada, con efectos desde el 1 de enero de 2023, por la disposición derogatoria única.a) de la Ley 39/2022, de 30 de diciembre, del Deporte,

²⁹ Sentencia del TJUE de 9 de noviembre de 1983, C-322/81, Michelin I (párrafo 57), Sentencia del TJUE de 17 de febrero de 2011, C-52/09 TeliaSonera Sverige (párrafo 24) y Sentencia del TJUE de 6 de septiembre de 2017, C-413/14, Intel (párrafo 133). A nivel nacional, véase la Sentencia del Tribunal Supremo de 8 de mayo de 2003, recurso 4495/1998 (Fundamento Jurídico Séptimo).

³⁰ Sentencia del TJUE de 9 de noviembre de 1983, C-322/81, Michelin I (párrafo 57); Sentencia del TJUE de 2 de abril de 2009, C-202/07 France Télécom (párrafo 105); Sentencia del TJUE de 27 de marzo de 2012, C-209/10 Post Danmark (párrafo 23); Sentencia del TJUE de 12 de junio de 2014, C-286/09, Intel (párrafo 205); Sentencia del TJUE de 6 de septiembre de 2017 C-413/14 P Intel (párrafo 135) y Sentencia del TJUE de 25 de marzo de 2021 C-165/19 P Slovak Telecom (párrafo 40). A nivel nacional, véase la Sentencia del Tribunal Supremo 3175/2010 del 16 de junio de 2010, recurso 4714/2007 (Fundamento de Derecho Séptimo), la Sentencia del Tribunal Supremo de 478/2011, de 10 de febrero de 2011, recurso 3042/2008 (Fundamento de Derecho Segundo), y la Sentencia de la Audiencia Nacional 8670/2004 de 14 de enero de 2004, recurso 892/2000 (Fundamento de Derecho Séptimo).

por parte de RFEF de la explotación comercial de los derechos de imagen de los clubes de segunda B y tercera división, de forma conjunta o individual, sí podría suponer una vulneración de la LDC, si bien esta situación no se habría producido hasta el momento, según la información disponible.”

- (104) En el mismo sentido que en el pronunciamiento citado, esta Sala considera que la redacción de los preceptos del Reglamento General de la FER relativos a la cesión de derechos podría, en abstracto y según la interpretación y aplicación que se haga de los mismos, contravenir la LDC.
- (105) Sin embargo, del análisis de los hechos acreditados se observa que la FER ha inscrito a todos los clubes que lo han solicitado en sus competiciones oficiales, incluso a aquellos que no aceptaron las condiciones propuestas en cuanto a la explotación de derechos audiovisuales, como ocurrió en la temporada 2019/2020 [hechos (85) a (88)]. Tampoco consta que la FER haya iniciado expedientes disciplinarios o impuesto sanciones a los clubes que, como el denunciante, rechazaron participar en el modelo de explotación propuesto por la FER para la temporada 2019/2020. Incluso se ha acreditado que, ante la negativa de 10 de los clubes de la División de Honor de aceptar las condiciones del Reglamento Audiovisual, la propia FER dejó en suspenso su patrocinio con HEINEKEN de la “*División de Honor*” y las retransmisiones de los encuentros semanales de esta competición, para dicha temporada [hecho (87)].
- (106) A juicio de esta Sala, lo anterior pone de manifiesto que, pese al tenor literal del contenido del clausulado del Reglamento General de la FER, la aceptación o rechazo de la cesión a la FER de los derechos audiovisuales de los clubes para la retransmisión televisiva de determinados partidos en los que actúan como locales ha tenido, a efectos prácticos, carácter voluntario, por lo que no puede considerarse que se haya interpretado o aplicado el Reglamento General de la FER de forma estricta o abusiva.
- (107) Además, desde un punto de vista económico, se ha acreditado que la retransmisión de los partidos por televisión no ha aportado ningún beneficio directo para la FER o los clubes participantes, más allá del beneficio indirecto sobre un mayor valor en los patrocinios deportivos suscritos por la por la federación y los clubes. Más al contrario, la propia FER ha satisfecho los costes de producción audiovisual de los partidos y programas de rugby emitidos a través del canal Teledeporte, todo ello asumiendo con su propio presupuesto el déficit entre lo ingresado por el patrocinio con HEINEKEN y los citados costes de producción [hechos (80) a (83)].
- (108) Por otra parte, en lo que se refiere a la imposición de una autorización previa para la firma de cualquier acuerdo, convenio o concesión de autorizaciones para retransmisiones audiovisuales por parte de los clubes participantes en las competiciones oficiales organizadas por la FER, se ha acreditado que la federación ha concedido todas las autorizaciones que le han sido solicitadas, varias de ellas por el propio denunciante, sin exigir contraprestación alguna, lo

que demuestra un ánimo colaborador y aperturista por parte de la federación [hecho (88)].

- (109) Asimismo, en relación con la regulación del Reglamento Audiovisual para la instalación de publicidad en los estadios y recintos deportivos [hecho (69)] el denunciante reconoce haber permitido a la FER que pusiera la publicidad de su patrocinador HEINEKEN sin haber tapado en ningún momento la de su propio patrocinador -Estrella Galicia-, y sin que se haya acreditado que la FER haya iniciado actuaciones sancionadoras ni impuesto sanción alguna al denunciante por tal incumplimiento reglamentario.
- (110) Huelga reiterar que, como ha traído a colación el órgano instructor, el valor de un patrocinio deportivo depende de diferentes variables. Algunas de las más relevantes son precisamente la retransmisión televisiva del partido en cuestión y las condiciones en las que ésta se produce, así como si dicho patrocinio tiene carácter exclusivo lo que vendría a incrementar, en general, el valor del mismo.
- (111) Considerando que la FER contribuye, junto con los clubes participantes, a la creación de valor para la explotación comercial de los partidos, a juicio de esta Sala no resulta desproporcionado que también pueda participar, de manera equitativa a su contribución, en la explotación de los derechos audiovisuales y de patrocinio de la competición.
- (112) En el presente caso se ha acreditado que la FER asume el coste neto de la retransmisión televisiva de los partidos, retransmisión que, por su parte, incrementa el valor de los patrocinios deportivos y de la publicidad en los recintos deportivos, mientras que, por el contrario, los clubes han resultado beneficiados de manera indirecta de dichas retransmisiones televisivas, al verse incrementado el valor para sus respectivos patrocinadores, sin que conste que dichos clubes hayan contribuido a satisfacer el coste neto de las mismas.
- (113) Por ello, esta Sala no aprecia indicios suficientes sobre la existencia de un ilícito contrario a los artículos 2 de LDC y 102 del TFUE en las actuaciones de la FER relacionadas con la explotación de las competiciones y en particular en lo que se refiere a los derechos audiovisuales de partidos de la División de Honor de rugby masculino, y en el ámbito conexo de los patrocinios deportivos relacionados con la publicidad en los estadios o recintos deportivos durante la retransmisión televisiva de dichos partidos.

6.3.2. Sobre la denuncia de conductas colusorias entre la FER y HEINEKEN

- (114) Sobre la denuncia por una posible conducta colusoria en relación con el acuerdo de patrocinio de la competición División de Honor alcanzado entre la FER y HEINEKEN consistente en la limitación para incluir publicidad de marcas competidoras de esta última en el estadio del club local durante los partidos televisados [hechos (67) a ((74)], esta Sala no observa que sea lo suficientemente nociva para la competencia como para ser considerarse como una práctica contraria a la LDC.
- (115) En primer lugar, la conducta habría tenido un alcance muy limitado, pues, desde un punto de vista cuantitativo, solo habría afectado a un total de 56 partidos entre las temporadas 2017/2018 y 2018/2019 (28 partidos por temporada) y además,

únicamente habría afectado a aquellos estadios que tuvieran publicidad estática de marcas competidores de HEINEKEN [hechos (68) a (77)]. Lo anterior, sin considerar que los propios clubes tienen libertad para decidir si desean que sus partidos como locales sean o no televisados, por lo que, en última instancia, son libres para asumir su propia sujeción al Reglamento Audiovisual a cambio de la renuncia a la retransmisión televisiva.

- (116) Además, como ya se ha indicado previamente en esta resolución, pero se reitera por su importancia para las conclusiones alcanzadas en relación con esta conducta, la retransmisión de partidos no conlleva beneficios derivados de la comercialización de derechos audiovisuales para la FER, sino que por el contrario representan un coste de producción audiovisual que es asumido por la FER y que ni siquiera se ve compensado en su totalidad con la ventaja derivada de la exclusividad acordada con HEINEKEN frente a otras marcas competidoras en lo que se refiere a la publicidad estática de los estadios durante los partidos televisados. Incluso, en determinadas situaciones, los clubes, que según el sentido de la denuncia serían los principales perjudicados por la práctica colusoria analizada, podrían haber recibido beneficios indirectos en forma de incremento del valor de algunos de sus propios patrocinios y mejorando su imagen y notoriedad pública, sin que se haya acreditado que contribuyan a los costes de producción audiovisual señalados, que son asumidos en exclusiva por la FER.
- (117) Por todo lo anterior, analizado el contenido y el contexto jurídico y económico de la conducta denunciada, esta Sala coincide con la Dirección de Competencia en que, a la luz de los datos obrantes en el expediente, no existen indicios suficientes sobre la existencia de un ilícito contrario a los artículos 1 de la LDC o 101 del TFUE.

7. RESUELVE

Primero. No incoar procedimiento sancionador y acordar el archivo de las actuaciones seguidas contra la Federación Española de Rugby y Heineken España, S.A. por considerar que en este expediente no hay indicios de infracción de los artículos 1 de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia y 101 del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea

Segundo. No incoar procedimiento sancionador y acordar el archivo de las actuaciones seguidas contra la Federación Española de Rugby por considerar que no hay indicios de infracción de los artículos 2 de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia y 102 del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea.

Comuníquese esta resolución a la Dirección de Competencia y notifíquese a los interesados haciéndoles saber que contra la misma no cabe recurso alguno en vía administrativa, pudiendo interponer recurso contencioso-administrativo ante la Audiencia Nacional, en el plazo de dos meses a contar desde el día siguiente al de su notificación.