

ACUERDO POR EL QUE SE ARCHIVA LA DENUNCIA DE LA UNIÓN DE TELEVISIONES COMERCIALES EN ABIERTO SOBRE LA EMISIÓN POR PARTE DE LA CRTVE DE COMUNICACIONES COMERCIALES EN LOS PARTIDOS DE LA LIGA DE NACIONES UEFA

(IFPA/DTSA/010/25/CRTVE/LIGA DE NACIONES UEFA 2024)

CONSEJO. SALA DE SUPERVISIÓN REGULATORIA

Presidente

D. Josep Maria Salas Prat

Consejeros

D. Carlos Aguilar Paredes

D.^a María Jesús Martín Martínez

D. Enrique Monasterio Beñaran

Secretaria

D.^a María Angeles Rodríguez Paraja

En Madrid, a 12 de junio de 2025

Vista la reclamación presentada por la Unión de Televisiones Comerciales en Abierto (en adelante, UTECA) contra la **CORPORACION DE RADIO Y TELEVISION ESPAÑOLA, S.A.** (en adelante CRTVE), la **SALA DE SUPERVISIÓN REGULATORIA** adopta el siguiente acuerdo:

I. ANTECEDENTES

Primero. Escrito presentado por UTECA

Con fecha 3 de febrero de 2025 tuvo 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 Abierto (UTECA) en el que viene a denunciar las comunicaciones comerciales emitidas por la CRTVE durante la retransmisión de los partidos de la fase de grupos de la Liga de Naciones UEFA de la selección masculina absoluta de fútbol Dinamarca-España, de 15 de noviembre de 2024 y España-Suiza de 18 de noviembre de 2024.

En concreto, la denuncia se refiere a que durante la retransmisión de los citados partidos se incumplió tanto la normativa reguladora de la financiación de la CRTVE, como la referida a los patrocinios. Junto con ello, solicita UTECA en su escrito la adopción de medidas provisionales en relación con la retransmisión de los partidos de la citada competición a celebrar en los meses de marzo y de junio de 2025.

Por lo que se refiere a la alegada vulneración de la Ley 8/2009, de 28 de agosto, de financiación de la Corporación de Radio y Televisión Española (LFCRTVE) realiza UTECA una interpretación de lo que, a su juicio, debe estimarse contenido en su actual artículo 7.2 b). A este respecto indica UTECA que su previsión de que la CRTVE emita retransmisiones deportivas con contrato de patrocinio debe entenderse en el sentido de que ese contenido ya debe llevar incorporado el patrocinio desde el momento de su adquisición y como parte indivisible de esa adquisición. No debe interpretarse, por tanto, como una comercialización de patrocinios o de otras formas comerciales que se incorporen a contenidos ya adquiridos o de producción propia.

Estiman así que, a pesar de la nueva redacción del artículo 7.2 b) LFCRTVE, subyace la interpretación de la anterior, contenida en el entonces artículo 7.1¹. En dicho artículo se justificó la excepción que permitía la emisión de un programa con contrato de patrocinio u otras formas comerciales asociadas con el objeto de garantizar que la CRTVE no quedara excluida de la posibilidad de emitir determinados contenidos en los que los patrocinios y otras formas comerciales formaban parte indivisible de la adquisición de los derechos de emisión y de la producción de la señal a difundir.

¹ Antes de la modificación operada por la Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual, el artículo 7.1 párrafo segundo LFCRTVE decía lo siguiente: “*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*”.

Partiendo de esta interpretación, expone UTECA en primer lugar que, durante la retransmisión por parte de la CRTVE de los partidos indicados, se emitieron comunicaciones comerciales bajo la fórmula de “patrocinio y spot convencional del patrocinador” cuando no existía obligación de contratación de tales patrocinios o de espacios publicitarios.

Así, la retransmisión de las comunicaciones comerciales vulneró lo contenido en el artículo 7.2 b) porque no se trató de comunicaciones “con contrato de patrocinio u otras formas de comunicación comercial” (subrayado en denuncia).

A este respecto, aprecia UTECA que la CRTVE no estaba obligada a contratar patrocinios o espacios publicitarios como condición para la adquisición de los derechos de emisión de los citados partidos de España de la Liga de las Naciones. Al actuar del modo en el que lo hizo, estima que la CRTVE habría vulnerado el artículo 7 LFCRTVE en sus apartados 1 y 2 b).

Además de ello, expone que los spots emitidos no pueden entenderse asociados a los patrocinios (subrayado en denuncia), porque se emitieron de idéntica forma en otros canales. Así, UTECA indica que spots emitidos durante el partido Dinamarca-España de 15/11/2024, también se emitieron a lo largo del mes de noviembre en DAZN o en Movistar Plus.

Por último, argumenta UTECA que otra interpretación del artículo 7.2 b) supondría incurrir en fraude de ley por permitir a la CRTVE financiarse de forma ilimitada.

En segundo lugar, junto con la alegada vulneración de la LFCRTVE, entiende UTECA que el espacio de patrocinio no respeta las condiciones establecidas en la normativa. Argumenta, en este sentido, que la CRTVE ha vulnerado el artículo 12.1 c) y d) del Real Decreto 1624/2011, de 14 de noviembre, por el que se aprueba el Reglamento de desarrollo de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual, en lo relativo a la comunicación comercial televisiva, al excederse el tiempo del patrocinio al inicio del partido España-Suiza del establecido en la norma y no figurar, además, agrupadas las empresas patrocinadoras, sino mostrarse de forma separada y sucesiva.

Por todo ello, UTECA solicita a la CNMC la apertura de un expediente sancionador con la CRTVE y la adopción de la medida cautelar consistente en intimar a la CRTVE a no emitir comunicaciones comerciales relativas a los derechos de emisión de los partidos de la Liga de Naciones previstos para los meses de marzo y de junio de 2025 con anunciantes y/o marcas distintas de los patrocinadores oficiales de la UEFA para esta competición.

Segundo. Comunicación de inicio de periodo de información previa

Mediante escrito de 10 de febrero de 2025 se comunicó a la CRTVE el inicio de un periodo de información previa para analizar las condiciones de la emisión de la publicidad asociada a los partidos de la Liga de Naciones de la selección masculina absoluta de fútbol Dinamarca-España, de 15 de noviembre de 2024 y España-Suiza de 18 de noviembre de 2024 en relación con las limitaciones previstas en su normativa sectorial y en la LFCRTVE.

Asimismo, en el citado escrito, se requirió a CRTVE determinada información adicional, necesaria para el conocimiento y comprobación de los hechos objeto del procedimiento y se le invitó a formular todas aquellas alegaciones que estimase oportunas.

Tercero. Solicitud de ampliación del plazo de presentación de alegaciones

Con fecha de 19 de febrero de 2025 tuvo entrada en el Registro de la CNMC escrito de CRTVE por el que se solicita una ampliación del plazo para formular alegaciones de cinco días hábiles a la vista del elevado volumen de documentación y de grabaciones audiovisuales requerido.

Debe tenerse en cuenta que UTECA, en su denuncia, pide a la CNMC medida cautelar en los partidos de la Liga de Naciones de la selección española previstos para los meses de marzo y junio de 2025.

Así, con fecha de 24 de febrero de 2025 se remitió escrito a CRTVE de concesión de ampliación del plazo previsto para formular alegaciones, por un tiempo máximo de dos días, en atención a la indicada fecha prevista del siguiente partido de la selección española en la citada competición y a los plazos requeridos por esta CNMC para analizar y valorar la información y documentación solicitadas.

Cuarto. Escrito de contestación por la CRTVE

Con fecha 26 de febrero de 2025 tuvo entrada en el Registro de la CNMC un escrito de contestación al requerimiento de información en el que la CRTVE presenta, junto con las alegaciones oportunas, las grabaciones solicitadas y la documentación requerida.

Concluye la CRTVE en su escrito que las actuaciones de la Corporación en la emisión de las comunicaciones comerciales descritas anteriormente son

plenamente ajustadas a derecho, así como que no procede acordar las medidas cautelares solicitadas por UTECA.

Quinto. Resolución de medidas cautelares

Con fecha 13 de marzo de 2025 la Sala de Supervisión Regulatoria aprobó una resolución sobre la solicitud de UTECA de adopción de medidas provisionales en relación con la retransmisión de los partidos de la Liga de Naciones UEFA de la selección masculina absoluta de fútbol a celebrar en los meses de marzo y de junio de 2025.

En virtud de la misma se resolvió lo siguiente:

“[...] la valoración de los intereses en juego lleva a concluir que, de acuerdo con lo establecido en el artículo 56.2 LPACAP, en el presente momento de análisis no existen suficientes elementos de juicio para adoptar la medida cautelar solicitada por UTECA.”.

Por ello se desestimó la solicitud de medidas provisionales formulada por UTECA.

II. FUNDAMENTOS JURÍDICOS

Primero. Habilitación competencial

El artículo 1 de la Ley 3/2013, de 4 de junio, de creación de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (en adelante, LCNMC), establece su competencia para *“garantizar, preservar y promover el correcto funcionamiento, la transparencia y la existencia de una competencia efectiva en todos los mercados y sectores productivos, en beneficio de los consumidores y usuarios”*, para lo que ejercerá sus funciones *“en relación con todos los mercados o sectores económicos”*.

En este sentido, los apartados 6, 7 y 10 del artículo 9 de la LCNMC, relativos a la competencia de *“supervisión y control en materia de mercado de la comunicación audiovisual”*, señalan que 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”, “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” y “10. Controlar y supervisar el cumplimiento de las obligaciones de los prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisivo de ámbito estatal, de conformidad con el título VI de la Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual”.

Por último, el art. 158.18 de la Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual (LGCA) referido a las infracciones graves, establece que lo serán *“La emisión de patrocinios sin cumplir lo previsto en el artículo 128”.*

Por tanto, de conformidad con todo lo anterior, esta Comisión es competente para conocer las circunstancias del caso concreto, dado que el mismo se encuadra en el control del cumplimiento del prestador público 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 (LFCRTVE) y en las misiones de servicio público de CRTVE, así como del control del cumplimiento de las obligaciones en materia de comunicaciones comerciales.

Atendiendo a lo previsto en los artículos 20.1 y 21.2 de la LCNMC y los artículos 8.2.j) y 14.1.b) del Estatuto Orgánico de la CNMC, aprobado mediante el Real Decreto 657/2013, de 30 de agosto, el órgano decisorio competente para dictar la presente resolución es la Sala de Supervisión Regulatoria de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia.

Segundo. Marco jurídico aplicable

El prestador CRTVE se encuentra establecido en España, según consta en el Registro de Prestadores de Servicios de Comunicación Audiovisual, de Prestadores del Servicio de Intercambio de Vídeos a través de plataforma y de Prestadores del Servicio de Agregación de Servicios de Comunicación Audiovisual² por lo que, de conformidad con la Directiva de Servicios de Comunicación Audiovisual³ y la LGCA, están sometidos a la supervisión de esta Comisión.

El artículo 69.3 de la 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*

² <https://teleco.digital.gob.es/RUECAConsultas>

³ <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/ALL/?uri=CELEX%3A32018L1808>

Ley 3/2013, de 4 de junio, de creación de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia.”

Por su parte, el artículo 7 LFCRTVE, en sus apartados 2 y 3, recoge que:

“[...] 2. Se autoriza a la Corporación de Radio y Televisión Española, SA, a realizar las siguientes actividades:

a) Comunicaciones comerciales audiovisuales excluidas del cómputo del límite cuantitativo recogidas en el artículo 137.2.a), b), c), d), e), f), g) e i) de la Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual.

b) Emisión de programas y retransmisiones deportivas y culturales con contrato de patrocinio u otras formas de comunicación comercial asociadas a dichos patrocinios, que se enmarquen dentro de la misión de servicio público de la Corporación de Radio y Televisión Española, S.A., y limitados a la financiación de su adquisición o producción. [...]

3. A los efectos de la presente ley, se entiende por actividades de publicidad y televenta las definidas en el título VI de la Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual [...]”.

Debe tenerse en cuenta, asimismo, que el art. 128 LGCA, referido al patrocinio establece que:

“1. Se considera patrocinio cualquier contribución que una persona física o jurídica, pública o privada, no vinculada a la prestación del servicio de comunicación audiovisual o del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma, ni a la producción de obras audiovisuales, haga a la financiación del servicio de comunicación audiovisual, del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma o de vídeos generados por usuarios o de programas, con la finalidad de promocionar su nombre, marca, imagen, actividad o producto.

2. Se podrá patrocinar toda la programación, salvo los noticiarios y los programas de contenido informativo de actualidad.

3. El patrocinio respetará las siguientes condiciones:

a) Incluir el nombre, el logotipo, o cualquier otro símbolo, producto o servicio del patrocinador al principio, al inicio de cada reanudación posterior a una interrupción y al final del programa.

b) No afectar al contenido del programa o comunicación audiovisual patrocinados ni a su horario de emisión o presencia en el catálogo de manera que se vea afectada la responsabilidad editorial del prestador del servicio de comunicación audiovisual.

c) No incitar directamente a la compra o arrendamiento de bienes o servicios, en particular, mediante referencias de promoción concretas a éstos.”

Por último, el Real Decreto 1624/2011, de 14 de noviembre, por el que se aprueba el Reglamento de desarrollo de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual, en lo relativo a la comunicación comercial televisiva, regula en su artículo 12 la figura del patrocinio, en los siguientes términos⁴:

“1. Para que el patrocinio pueda excluirse del cómputo de tiempo máximo de 12 minutos dedicado a comunicaciones comerciales convencionales, es necesario el cumplimiento de las siguientes condiciones:

a) Que exista un contrato u orden de patrocinio entre el productor del programa patrocinado o el prestador del servicio de comunicación audiovisual, o en su caso el titular, cedente o licenciante de los derechos del evento emitido en los casos en que se vincule este patrocinio de forma indivisible a los derechos de emisión, y la entidad patrocinadora del programa. La autoridad audiovisual competente podrá requerir en cualquier momento al prestador del servicio de comunicación audiovisual la acreditación de dicho contrato u orden de patrocinio.

[...]

c) Con carácter general, la duración del patrocinio no podrá exceder de 10 segundos.

En los supuestos de concurrencia de varios patrocinadores cuya presencia venga impuesta por el titular, cedente de los derechos de emisión por formar parte indivisible de la adquisición de derechos y de la producción de la señal a difundir, y cuya imagen deba ser mostrada de

⁴ Debe entenderse de aplicación el citado Reglamento en todo lo que no se oponga o no contradiga a lo regulado en la Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual, según lo establecido en la disposición derogatoria única de la citada ley.

forma independiente, su duración máxima será de 30 segundos con el límite máximo por cada espacio de patrocinio de 10 segundos.

d) El patrocinio debe ir colocado inmediatamente antes o inmediatamente después del programa patrocinado, o al inicio de cada reanudación tras los cortes que se produzcan, sin perjuicio de lo establecido en el tercer párrafo del apartado 2 del artículo 9 referente a la colocación de la telepromoción en las obras de ficción patrocinadas. No se admite la emisión de patrocinios durante el transcurso de los programas.

En el supuesto de existir varios patrocinadores de un mismo programa, su presencia deberá figurar agrupada en un mismo espacio de patrocinio en los momentos en que se pueda insertar, según el párrafo anterior, con la excepción establecida en el último párrafo de la letra c), en que se admiten varios espacios de patrocinio con la duración máxima de 30 segundos en las condiciones indicadas.

[...]

2. Todos aquellos casos en los que no se respeten las condiciones anteriores determinarán que el patrocinio se compute dentro del límite máximo de los 12 minutos por hora de reloj destinado a las comunicaciones comerciales a que se refiere el artículo 14.1 de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual.”

III. VALORACIÓN DE LA DENUNCIA

En el ejercicio de las facultades de control y supervisión determinadas en el artículo 9 de la LCNMC se ha procedido a analizar el contenido denunciado, emitido en el canal LA 1 por el prestador CRTVE con el fin de comprobar el grado de cumplimiento de las condiciones establecidas por la legislación audiovisual vigente, en relación con los ingresos procedentes de comunicaciones comerciales en la LFCRTVE y en las misiones de servicio público de la CRTVE, en concreto lo establecido en el art. 7.2 b) LFCRTVE y en el art. 128 LGCA en materia de patrocinios.

1. Análisis del cumplimiento de los límites establecidos en el art. 7.2 LFCRTVE, relativos a los ingresos derivados de la actividad publicitaria

De acuerdo con lo expresado en los antecedentes, UTECA denuncia que durante la retransmisión de los partidos de la Liga de Naciones UEFA descritos

anteriormente la CRTVE, en la fórmula empleada para las comunicaciones comerciales (“patrocinio y spot convencional del patrocinador”), habría vulnerado lo contenido en el vigente artículo 7.2 b) LFCRTVE, al incluir patrocinios a los que no venía obligada y al emitir comunicaciones de dichos patrocinadores sin estar objetivamente asociadas con los patrocinios.

El art. 7.2 LFCRTVE establece determinados requisitos a los ingresos percibidos por la realización de comunicaciones comerciales. Así, de acuerdo con su apartado b) la CRTVE puede emitir programas y retransmisiones deportivas y culturales con contrato de patrocinio u otras formas de comunicación comercial asociadas a dichos patrocinios, que se enmarquen dentro de su misión de servicio público y limitados a la financiación de su adquisición o producción.

Si bien UTECA estima que el actual artículo 7.2 b) LFCRTVE debe interpretarse en el sentido que de los patrocinios deben formar parte indivisible de la adquisición de derechos y de la producción de la señal a difundir, la CNMC ya señaló que la LFCRTVE no establece limitaciones en este sentido.

Así, por medio de su Acuerdo CNS/DTSA/022/23 de 9 de febrero, la CNMC dio respuesta a la consulta planteada por la CRTVE acerca de la interpretación del artículo 7.2 b) LFCRTVE, en el sentido de valorar qué comunicaciones comerciales quedaban autorizadas en el citado precepto. De esta manera, en lo que interesa al presente acuerdo, la CRTVE incluyó la siguiente pregunta:

“5.ª - Se ha eliminado la necesidad de que la explotación comercial derivada forme parte indivisible (inherente) de la adquisición de derechos y de la producción de la señal a difundir. En consecuencia, estaría permitida la explotación de programas y retransmisiones deportivas y culturales tanto de producción propia como ajena.”

A lo que se dio la siguiente respuesta:

“Sí, la Ley no establece limitaciones en este sentido, salvo en lo que respecta al patrocinio de avances de programación, para los que el artículo 12.1.b) in fine del Reglamento de comunicaciones comerciales, en tanto mantenga su vigencia, exige que los patrocinios formen parte indivisible de la adquisición de derechos y de la producción de la señal a difundir.”

Debe tenerse en cuenta, además que, de acuerdo con lo establecido en la cláusula 5.1 de las bases de licitación de los derechos de la Liga de Naciones UEFA, ésta se reserva todas las oportunidades de patrocinio de retransmisiones referidas a las finales de la Liga de Naciones UEFA concediendo dichas

oportunidades a los patrocinadores de la UEFA⁵. Por su parte, la CRTVE podrá explotar las oportunidades de patrocinio de retransmisiones que no se refieran a los programas establecidos anteriormente⁶.

En este sentido, no cabe sino apreciar una conformidad de la actuación de la CRTVE con los términos de las bases de licitación en cuanto a las posibilidades de patrocinio recogidas en éstas y cuyo cumplimiento no puede considerarse contrario al artículo 7.2 b).

Una segunda alegación referida a la supuesta vulneración del artículo 7.2 b) LFCRTVE es que el patrocinio emitido tampoco cumple lo contenido en él cuando autoriza a la Corporación a emitir “*otras formas de comunicación comercial asociadas a dichos patrocinios*” (subrayado en la denuncia) porque los spots emitidos se emitieron de forma idéntica en otros canales. Interpreta UTECA que el artículo 7.2 b) impone la asociación objetiva entre la comunicación comercial y el patrocinio, lo que no se cumple en el presente caso. Así, indica, los spots emitidos durante el partido Dinamarca-España de 15/11/2024, también se emitieron a lo largo del mes de noviembre en DAZN o en Movistar Plus.

De la documentación remitida por la CRTVE se ha podido comprobar la contratación conjunta de las caretas de patrocinio con los spots publicitarios de los patrocinadores.

Junto con ello cabe indicar que la normativa aplicable no contiene ninguna previsión que impida que patrocinios y comunicaciones comerciales asociadas se emitan en otros canales ajenos a la Corporación.

Por todo lo argumentado anteriormente, se puede concluir que la CRTVE ha cumplido con las obligaciones impuestas en la normativa aplicable en lo que se refiere a límites establecidos en el art. 7.2 b) LFCRTVE, relativos a los ingresos derivados de la actividad publicitaria.

⁵ De acuerdo con su página web, los patrocinadores oficiales de la UEFA Liga de Naciones son Adidas, Alipay, Atos, Carlsberg, Hisense y Visit Qatar.

Los patrocinadores del partido Dinamarca-España fueron LG Oled, Lotus, Moeve, Nissan, Orange, Renfe, Santa Lucía y Cervezas Victoria, Cola Cao, Medtronic, Aneto; por su parte, los del partido España-Suiza fueron Cervezas Victoria, Cola Cao, LG Oled, Lotus, Medtronic, Moeve, Orange, Plátano de Canarias, Renault y Renfe.

⁶ **[CONFIDENCIAL]**

2. Análisis del cumplimiento de las obligaciones en materia de patrocinio contenidas en la LGCA y en el Reglamento de comunicaciones comerciales

Como se ha expuesto en los antecedentes argumenta UTECA que la CRTVE ha vulnerado el artículo 12.1 c) y d) del Real Decreto 1624/2011, de 14 de noviembre, por el que se aprueba el Reglamento de desarrollo de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual, en lo relativo a la comunicación comercial televisiva, al excederse el tiempo del patrocinio al inicio del partido España-Suiza del establecido en la norma (según indican, con una duración de 21 segundos) y no figurar, además, agrupadas las empresas patrocinadoras, sino mostrarse de forma separada y sucesiva.

A este respecto, se ha analizado el patrocinio emitido en indicado partido y cabe hacer las siguientes consideraciones:

- De la documentación obrante en el expediente queda acreditada la existencia **[CONFIDENCIAL]**.
- Se emitió una careta de patrocinio tanto a la finalización del primer tiempo, como al inicio de la segunda parte y a la finalización del partido.
- Estas caretas de patrocinio tienen las siguientes características:
 - o Inmediatamente después de la finalización del primer tiempo aparece una careta de patrocinio con una duración de 20 segundos en la que una voz de off señala “*Cervezas Victoria, Cola Cao, LG Oled, Lotus, Medtronic, Moeve, Orange, Plátano de Canarias, Renault 5 y Renfe patrocinan esta retransmisión*”. Los patrocinadores se muestran de forma sucesiva a medida que se van nombrando.
 - o En idénticos términos se presenta la careta, tanto inmediatamente después del inicio del segundo tiempo como inmediatamente finalizado el partido.

Para el análisis del patrocinio emitido en esta retransmisión deportiva debemos acudir a lo regulado en el artículo 12.1 del Real Decreto 1624/2011, de 14 de noviembre, por el que se aprueba el Reglamento de desarrollo de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual, en lo relativo a la comunicación comercial televisiva (en adelante, Reglamento).

De acuerdo con lo contenido en su letra c) con carácter general el patrocinio no podrá exceder de 10 segundos salvo que se produzca la concurrencia de varios patrocinadores cuya presencia venga impuesta por el titular, cedente de los derechos de emisión por formar parte indivisible de la adquisición de derechos y de la producción de la señal a difundir, y cuya imagen deba ser mostrada de

forma independiente. En este caso, su duración máxima será de 30 segundos con el límite máximo por cada espacio de patrocinio de 10 segundos.

Por su parte, la letra d) del indicado artículo regula la disposición de los patrocinadores cuando son varios para un mismo programa, como es el caso que nos ocupa. Según se indica, deben figurar agrupados en un mismo espacio de patrocinio, a no ser que nos encontremos en el supuesto citado de que su presencia venga impuesta por formar parte indivisible de la adquisición de derechos y de la producción de la señal a difundir y su imagen deba ser mostrada de forma independiente. En este caso, se admiten varios espacios de patrocinio con un límite de 10 segundos para cada uno de ellos y con la duración máxima del espacio de patrocinio de 30 segundos.

En la emisión analizada los patrocinadores se muestran de forma sucesiva por un tiempo de 20 segundos. Como se aprecia en la regulación citada, para que el patrocinio pueda durar un máximo de 30 segundos es necesario que este forme parte indivisible de la adquisición de derechos y de la producción de la señal a difundir, lo que no sucede en el presente caso.

De acuerdo con las bases de licitación de los derechos de la Liga de Naciones UEFA, la CRTVE tiene libertad para explotar las oportunidades de patrocinio en las retransmisiones de la fase de grupos. Consecuentemente:

1. Su presencia no viene impuesta porque no forma parte indivisible de la adquisición de derechos y de la producción de la señal a difundir.
2. Derivado de ello, no es de aplicación la excepción de duración máxima del patrocinio de 30 segundos.

Por ello, se estima que la duración máxima del patrocinio emitido en el partido España-Suiza debiera haber sido de 10 segundos, excediéndose por tanto de la previsión normativa al durar 20 segundos.

UTECA también alega que CRTVE ha vulnerado artículo 12.1 d) del Reglamento porque este exige que en el caso de existir varios patrocinadores *su presencia deberá figurar agrupada en un mismo espacio de patrocinio* y estos aparecieron de forma separada y sucesiva.

A este respecto, si acudimos a la definición dada por la Real Academia Española, cabe considerar que el término “agrupado” puede interpretarse asimismo como “reunido”, “juntado” o “unido”, que lo deberá ser en un único bloque o segmento de los permitidos al patrocinio. Por ello, cabe concluir que la disposición de los patrocinadores de forma sucesiva en un único espacio o bloque de patrocinio es acorde con la previsión contenida en el artículo 12 del Reglamento.

Dicho esto, debe tenerse en cuenta que el artículo 12 del Reglamento impone una serie de obligaciones a los patrocinios para que queden exentos de cómputo

publicitario. De esta manera, el incumplimiento de tales requisitos implica que esa comunicación comercial deba ser computable, sin que ello suponga que la CRTVE sobrepasa los límites establecidos. Esto es precisamente lo que ocurre en el presente caso, al ser la duración del patrocinio 20 segundos en lugar de los 10 previstos en el Reglamento.

Por ello, cabe concluir que al emitir la CRTVE un patrocinio de 20 segundos en el partido España-Suiza de 18 de noviembre de 2024, no cumplió con las obligaciones contenidas en el artículo 12 del Reglamento.

Ahora bien, debe indicarse que el incumplimiento del tiempo de emisión del patrocinio no constituye una infracción del artículo 128 LGCA, y por tanto no aplicaría el precitado tipo infractor 158.18 de la LGCA sobre *“La emisión de patrocinios sin cumplir lo previsto en el artículo 128”*.

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.- Archivar la denuncia recibida contra CORPORACION DE RADIO Y TELEVISION ESPAÑOLA, S.A.

Comuníquese esta Resolución a la Dirección de Telecomunicaciones y del Sector Audiovisual, publíquese en la página web de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (www.cnmc.es) y notifíquese a los siguientes interesados:

CORPORACIÓN DE RADIO Y TELEVISIÓN ESPAÑOLA, S.A.

ASOCIACIÓN UNIÓN DE TELEVISIONES COMERCIALES EN ABIERTO

Con este acuerdo se agota la vía administrativa, si bien cabe interposición de recurso contencioso-administrativo ante la Audiencia Nacional, en el plazo de dos meses a contar desde el día siguiente al de su notificación.