

**INFORME SOBRE LA PROPUESTA DE  
LA REAL FEDERACIÓN ESPAÑOLA  
DE FÚTBOL PARA LA  
COMERCIALIZACIÓN DE LOS  
DERECHOS DE EXPLOTACIÓN DE  
CONTENIDOS AUDIOVISUALES DE  
LA FINAL DE LA COPA DE SM EL REY  
EN ESPAÑA Y ANDORRA PARA LAS  
TEMPORADAS 2025/26 Y 2026/27**

**INF/CNMC/208/25**

10 de septiembre de 2025

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

## CONTENIDO

|  |           |
|--|-----------|
| <b>1. Antecedentes .....</b>   | <b>4</b>  |
| <b>2. Contenido de la propuesta objeto de informe previo .....</b>   | <b>4</b>  |
| <b>2.1. Objeto y descripción de la competición .....</b>   | <b>5</b>  |
| <b>2.2. Condiciones de comercialización, convocatoria a candidatos y<br/>    derechos ofertados .....</b>                    | <b>6</b>  |
| 2.2.1. Lote 1.....   | 7         |
| 2.2.2. Lote 2.....   | 7         |
| 2.2.3. Lote 3.....   | 8         |
| 2.2.4. Lote 4.....   | 9         |
| <b>2.3. Producción y señal .....</b>   | <b>9</b>  |
| <b>2.4. Oportunidades y obligaciones comerciales.....</b>  | <b>11</b> |
| <b>2.5. Otros servicios y cuestiones técnicas.....</b>   | <b>14</b> |
| <b>2.6. Derechos no exclusivos .....</b>   | <b>15</b> |
| <b>2.7. Propiedad intelectual.....</b>   | <b>16</b> |
| <b>2.8. Contrato y sublicencia .....</b>   | <b>17</b> |
| <b>2.9. Presentación de ofertas .....</b>  | <b>17</b> |
| <b>2.10. Procedimiento y calendario .....</b>  | <b>20</b> |
| <b>2.11. Otras disposiciones .....</b>   | <b>23</b> |
| <b>3. Valoración del documento de condiciones de comercialización de los<br/>derechos de explotación de contenidos .....</b> | <b>23</b> |
| <b>3.1. Atribución y comercialización de derechos más allá del Real<br/>    Decreto-Ley 5/2015 .....</b>                     | <b>24</b> |
| <b>3.2. Derechos ofertados .....</b>   | <b>26</b> |
| <b>3.3. Requisitos para la presentación de ofertas y requisitos de<br/>    adjudicación .....</b>                            | <b>27</b> |
| <b>3.4. Restricciones ligadas a publicidad, promoción y patrocinio .....</b>   | <b>29</b> |
| <b>4. Conclusiones .....</b>   | <b>30</b> |

**INFORME SOBRE LA PROPUESTA DE LA REAL FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE FÚTBOL PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE LOS DERECHOS DE EXPLOTACIÓN DE CONTENIDOS AUDIOVISUALES DE LA FINAL DE LA COPA DE SM EL REY EN ESPAÑA Y ANDORRA PARA LAS TEMPORADAS 2025/26 Y 2026/27.**

**INF/CNMC/208/25 RFEF FINAL COPA DEL REY NACIONAL**

**CONSEJO. SALA DE COMPETENCIA**

**Presidenta**

D<sup>a</sup>. Cani Fernández Vicién

**Consejeros**

D<sup>a</sup>. Pilar Sánchez Núñez

D. Rafael Iturriaga Nieva

D. Pere Soler Campins

D<sup>a</sup> María Vidales Picazo

**Secretario de la Sala**

D. Miguel Bordiú García-Ovies

En Madrid, a 10 de septiembre de 2025

Vista la solicitud de la Real Federación Española de Fútbol (RFEF), que tuvo entrada en la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) el 14 de agosto de 2025, de elaboración del informe previo a la comercialización de los derechos de explotación de contenidos audiovisuales de la final de la Copa de SM El Rey en España y Andorra para las temporadas 2025/26 y 2026/27, en virtud de lo establecido en el artículo 4 del Real Decreto-ley 5/2015, de 30 de abril, de medidas urgentes en relación a la comercialización de los derechos de explotación de contenidos audiovisuales de las competiciones de fútbol profesional, con su redacción vigente, la **SALA DE COMPETENCIA** acuerda emitir el siguiente informe.

## **INF/CNMC/208/25**

### **INFORME SOBRE LA PROPUESTA DE LA REAL FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE FÚTBOL PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE LOS DERECHOS DE EXPLOTACIÓN DE CONTENIDOS AUDIOVISUALES DE LA FINAL DE LA COPA DE SM EL REY EN ESPAÑA Y ANDORRA PARA LAS TEMPORADAS 2025/26 Y 2026/27.**

#### **INF/CNMC/208/25 RFEF – FINAL DE COPA DE SM EL REY – MERCADO NACIONAL**

## **1. ANTECEDENTES**

- (1) Con fecha 14 de agosto de 2025 tuvo entrada en la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (en adelante CNMC) solicitud de la Real Federación Española de Fútbol (RFEF) de elaboración de informe previo a la comercialización de los derechos de explotación de contenidos audiovisuales de la final de la Copa de SM El Rey, en España y Andorra, para las temporadas 2025/26 y 2026/27. Este informe se solicita en virtud de lo establecido en el artículo 4 del Real Decreto-ley 5/2015, de 30 de abril, de medidas urgentes en relación con la comercialización de los derechos de explotación de contenidos audiovisuales de las competiciones de fútbol profesional (en adelante, Real Decreto-ley 5/2015).
- (2) La solicitud de informe de la RFEF, de 14 de agosto de 2025, se acompaña de un documento consistente en las bases de la oferta y un anexo con las condiciones de producción en España.

## **2. CONTENIDO DE LA PROPUESTA OBJETO DE INFORME PREVIO**

- (3) Mediante el escrito presentado a la CNMC el 14 de agosto de 2025, la RFEF solicita el informe previo al que alude el artículo 4 del Real Decreto-ley 5/2015 para la comercialización de los derechos de explotación de contenidos audiovisuales de la final de la Copa de SM El Rey en España y Andorra.
- (4) Las temporadas ofertadas son 2025/26 y 2026/27.
- (5) El proceso de licitación se recoge en un documento denominado “Proceso de recepción de ofertas para la contratación de determinados derechos de retransmisión audiovisual relacionados con el partido de la Final del Campeonato de España, Copa de S.M. El Rey periodo 2025/26 y 2026/27 para España y Andorra”. Este documento será designado en adelante como PRO.

- (6) A continuación, se realiza un resumen del contenido principal del PRO, atendiendo al literal del texto, que posteriormente será objeto de valoración.

## **2.1. Objeto y descripción de la competición**

- (7) El PRO comienza exponiendo que su objeto es la recepción de ofertas para la contratación de determinados derechos de retransmisión audiovisual relacionados con el partido de la Final de la Copa de S.M. el Rey de fútbol de las temporadas 2025/26 y 2026/27. La RFEF se atribuye en exclusiva las decisiones sobre el análisis y valoración de las ofertas, la adjudicación, firma de los contratos, y la percepción de las cantidades ofrecidas por los adjudicatarios directamente de estos últimos.
- (8) La RFEF ofrece a los operadores interesados la posibilidad de realizar ofertas por alguno de los cuatro siguientes lotes:
- Lote 1: incluye el partido de la Final en abierto y en directo, y en exclusiva. El adjudicatario tendrá derecho a la emisión en diferido en régimen de no exclusiva.
  - Lote 2: incluye el partido de la Final en televisión de pago en directo y en exclusiva. Y el adjudicatario tendrá derecho a la emisión en diferido en régimen de no exclusiva.
  - Lote 3: incluye el partido de la Final para emisión en formato digital, a través de internet en abierto en directo y exclusiva. El adjudicatario tendrá derecho a la emisión en diferido en régimen de no exclusiva.
  - Lote 4: derecho de emisión y explotación audiovisual del resumen de la Final en no exclusiva, con una duración aproximada de 135 segundos que será producidos por la RFEF o quien esta designe
- (9) El PRO detalla que, para la edición de la temporada 2025/26, tendrán acceso ciento seis clubes que participaron en la Temporada 2024/2025, en los Campeonatos de Primera División y Segunda División, en Primera Federación, Segunda Federación, Tercera Federación, Copa Federación y, además, diez de los veinte clubes provenientes de la eliminatoria previa de la competición conforme a los criterios definidos posteriormente. Para la temporada 2026/27 los equipos participantes se clasifican conforme a los mismos criterios establecidos para la participación en la Competición en la Temporada 2025/26, referenciándose a las temporadas que correspondan en cada caso.
- (10) Las fechas previstas de celebración del partido de la Final es el mes abril o mayo de cada temporada, comunicándose a los adjudicatarios tan pronto como se determinen por la RFEF en cada inicio de temporada. Para la temporada 2025/26 la fecha fijada es el 26 de abril de 2026. La RFEF comunicará a los

adjudicatarios, con al menos dos meses de antelación, el horario del partido de la final que podrá iniciarse entre las 21:00 y las 22:00. La fecha y el horario se refieren al horario de Madrid incluido en el horario central europeo, CET. Cualquier modificación sobrevenida de fecha y horario, por causa de fuerza mayor se notificará a los adjudicatarios con la mayor antelación posible.

## **2.2. Condiciones de comercialización, convocatoria a candidatos y derechos ofertados**

- (11) El PRO establece que las condiciones de comercialización están fijadas en el Real Decreto-Ley 5/2015 de 30 de abril.
- (12) Igualmente menciona la Ley 13/2022 de 7 de julio General de la Comunicación Audiovisual, particularmente al artículo 144, por el cual se regula la emisión de resúmenes informativos en acontecimientos de interés general para la sociedad.
- (13) Los derechos a los que se refiere el PRO son respecto al territorio de España y Andorra. El adjudicatario deberá garantizar que los Derechos sean exclusivamente accesibles desde el Territorio, y se compromete a implementar todas aquellas medidas de seguridad, tales como la encriptación de señales o sistema de geobloqueo, sistemas DRM, para evitar que se pueda tener acceso a los mismos desde fuera del Territorio y/o de manera ilegal, debiendo cumplir el Reglamento (UE) 2017/1128 del Parlamento Europeo y del Consejo de 14 de junio de 2017 relativo a la portabilidad transfronteriza de los servicios de contenidos en línea en el mercado interior.
- (14) En lo que respecta a los contenidos accesibles a través de Internet o cualquier otro medio de emisión equivalente, el adjudicatario que explota el contenido audiovisual mencionado debe comprometerse a implantar todas aquellas medidas que impidan la copia, almacenamiento, conservación o envío de cualquiera de los contenidos audiovisuales adquiridos, así como a utilizar un sistema que prohíba el acceso o visualización fuera del país donde emite los contenidos.
- (15) El PRO establece que se entenderá como candidato a operadores de distribución de contenido (televisiones, agencias, canales de televisión por internet, empresas de telecomunicaciones y similares).
- (16) Si una oferta presentada por un candidato es aceptada finalmente por la RFEF, ésta formalizará un contrato (en lo sucesivo, el “Contrato”) de retransmisión audiovisual con el adjudicatario. En el contrato podrán incluirse comentarios y/o aclaraciones que haya formulado el Operador sobre aspectos que estén contenidos en el PRO siempre que hayan sido aceptados por la RFEF y no sean contrarios, ni desvirtúen los elementos esenciales de la convocatoria. También

se precisa que se entenderá como adjudicatario a aquel candidato que formalice el contrato con la RFEF.

- (17) En cuanto a los derechos ofertados, se establece con mayor detalle el contenido de cada uno de los lotes ofertados.

### **2.2.1. Lote 1**

- (18) El derecho se concede para la explotación en abierto, en directo y en exclusiva para su emisión a través de Ondas hertzianas, TDT, y con cobertura en todo el territorio, gratuitamente de conformidad con la Disposición Transitoria Primera de la Ley 13/2022 de 7 de julio, General de la Comunicación Audiovisual.
- (19) Los adjudicatarios podrán ofrecer la opción al usuario de acceder a los comentarios de la retransmisión en todas las lenguas co-oficiales en España en aquellos territorios en los exista una lengua co-oficial, de conformidad con el art. 3.2 de la Constitución Española. Para el territorio de Andorra la explotación es en exclusiva para la emisión en el idioma oficial de Andorra y en castellano.
- (20) Incluye derechos de emisión de programa en directo, en diferido y en vídeo a la carta. En cuanto al programa en directo, incluye la retransmisión exclusiva y continua sin cortes ni interrupciones, en tiempo real, en abierto, con cobertura en todo el territorio y gratuitamente. Los partidos deberán emitirse en tecnología HD cuando se disponga de dicha tecnología. En cuanto al programa en diferido, incluye la emisión de diferidos del partido en no exclusiva y en su totalidad, con posterioridad a su celebración. Este derecho relativo a la emisión en diferido del partido estará permitido hasta la finalización del partido de Final de la Copa de SM el Rey de la última temporada de vigencia del contrato. Finalmente, en cuanto al programa de vídeo a la carta, incluye la emisión continua en exclusiva y en su totalidad, con posterioridad a su celebración a través del sistema de video a la carta (“video on demand”, catch-up tv, etc.), y por medio de los diferentes Canales habilitados para ello pudiendo ofrecer el partido de la final hasta un mes después de la final de Copa de S.M. el Rey de la última temporada de vigencia del contrato.

### **2.2.2. Lote 2**

- (21) En cuanto al lote 2, el derecho se concede para la explotación en directo y en exclusiva para su emisión en televisión de pago mediante los siguientes soportes a través de cualquier medio o plataforma por internet, cable y satélite, IPTV, tecnologías 3G, 4G y 5G y generaciones futuras, portales móviles, páginas web, y cualquier otro medio, sistema o modalidad que se desarrolle en el futuro.

- (22) Los adjudicatarios podrán ofrecer la opción al usuario de acceder a los comentarios de la retransmisión en todas las lenguas co-oficiales en España en aquellos territorios en los exista una lengua co-oficial de conformidad con el art. 3.2 de la Constitución Española. Para el territorio de Andorra la explotación es en exclusiva para la emisión en el idioma oficial en Andorra y en castellano excluyéndose la emisión en francés.
- (23) Al igual que el lote 1, incluye derechos de emisión de programa en directo, en diferido y en vídeo a la carta. El programa en directo incluye la retransmisión exclusiva para televisión de pago sin cortes ni interrupciones en tiempo real en cualquier dispositivo con cobertura en todo el territorio. El partido deberá emitirse en tecnología HD cuando se disponga de dicha tecnología. Por su parte, el programa en diferido incluye la emisión del partido en diferido en no exclusiva en televisión de pago y en su totalidad, con posterioridad a su celebración. Este derecho relativo a la emisión en diferido estará permitido la finalización del partido de Final de la Copa de SM el Rey de la última temporada de vigencia del contrato. Finalmente, el programa en vídeo a la carta incluye la emisión continua en exclusiva y en su totalidad, con posterioridad a su celebración a través del sistema de video a la carta (“video on demand”, catch-up tv, etc.), y por medio de los diferentes Canales pudiendo ofrecer este partido hasta un mes después del partido de final de Copa de S.M. el Rey de la última temporada de vigencia del contrato.

### **2.2.3. Lote 3**

- (24) El derecho se concede para la explotación en directo en abierto digital, a través de internet, en exclusiva para su emisión por internet, cable y satélite, IPTV, tecnologías 3G, 4G y 5G y generaciones futuras, portales móviles, páginas web, y cualquier otro medio, sistema o modalidad que se desarrolle en el futuro.
- (25) Los adjudicatarios podrán ofrecer la opción al usuario de acceder a los comentarios de la retransmisión en todas las lenguas co-oficiales en España en aquellos territorios en los exista una lengua co-oficial de conformidad con el art. 3.2 de la Constitución Española. Para el territorio de Andorra la explotación es en exclusiva para la emisión en el idioma oficial en Andorra y en castellano excluyéndose la emisión en francés.
- (26) Al igual que los lotes 1 y 2, incluye derechos de emisión de programa en directo, en diferido y en vídeo a la carta. El programa en directo incluye la retransmisión exclusiva en el canal digital en abierto sin cortes ni interrupciones, en tiempo real El partido deberá emitirse en tecnología HD cuando se disponga de dicha tecnología. Por su parte, el programa en diferido incluye la emisión del partido en no exclusiva en el canal digital por internet y en su totalidad, con posterioridad a su celebración. Este derecho relativo a la emisión en diferido estará permitido

hasta la finalización del partido de Final de la Copa de SM el Rey de la última temporada de vigencia del contrato. Finalmente, el programa en vídeo a la carta incluye la emisión continua en exclusiva y en su totalidad, con posterioridad a su celebración a través del sistema de video a la carta (“video on demand”, catch-up tv, etc.), y por medio de los diferentes Canales pudiendo ofrecer este partido hasta un mes después del partido de final de Copa de S.M. el Rey de la última temporada de vigencia del contrato.

#### **2.2.4. Lote 4**

- (27) En este lote, se concede el derecho para la emisión y explotación audiovisual en abierto del resumen en no exclusiva, con una duración aproximada de 135 segundos que producido por la RFEF o por quien ella designe, una vez finalizado el partido y la celebración. El derecho de emisión caducará 1 semana después del partido de la Final. El resumen será entregado por la RFEF o quien ésta designe en un plazo máximo de dos horas desde el final del partido.
- (28) El resumen llevará la mosca oficial de la competición. É deberá ser visible en la emisión, no pudiendo ser sustituida u ocultada por medios artificiales o tapada por otra mosca u otro grafismo similar.
- (29) Los adjudicatarios no podrán sublicenciar, ceder o intercambiar el contenido del resumen, en su totalidad o en parte. Tampoco podrán modificar el contenido del resumen entregados por la RFEF o por quien ella designe si bien, por motivos de programación podrá acortar hasta un máximo de un 20% del contenido de estos. Adicionalmente los Adjudicatarios solo podrá insertar la identificación del canal.
- (30) El PRO presentado a la CNMC establece que la RFEF ha analizado los precios de productos similares de las últimas temporadas y ha consultado a empresas especializadas con intención de fijar los precios de adquisición del resumen de la final. Estos precios no han sido presentados a la CNMC.

### **2.3. Producción y señal**

- (31) Según el PRO, el operador adjudicatario del Lote 1 asumirá la producción audiovisual, por su cuenta y bajo su responsabilidad conforme a las especificaciones técnicas y de calidad establecidas en el Anexo 1.
- (32) La línea editorial será la establecida por la RFEF de acuerdo con el objeto de garantizar al espectador el acceso a todos los aspectos deportivos de forma similar en todos los partidos de la competición. No obstante, y sin perjuicio de lo anterior, la titularidad de todos los derechos de propiedad intelectual que se deriven de dicha producción corresponderá en exclusiva a la RFEF, siendo

compatible, según el PRO, con el derecho que adquiere el operador a utilizar la señal generada para la retransmisión del partido de la Final de la Copa de SM el Rey en los términos previstos en estas bases.

- (33) El operador ejecutará la producción bajo las condiciones técnicas y de calidad establecidas en el Anexo 1 y deberá entregar a la RFEF la señal íntegra generada, simultáneamente a su emisión, para su explotación institucional, promocional y comercial, respetando en todo caso los derechos concedidos al Operador adjudicatario conforme a las presentes bases. La señal será facilitada a los operadores adjudicatarios de los lotes 2 y 3 definidos con anterioridad, así como a los adjudicatarios internacionales sin coste alguno para ellos.
- (34) Una vez adjudicados los derechos comercializados de acuerdo el PRO, los adjudicatarios enviarán a la RFEF la propuesta de personalización de la señal, 30 días antes para cada partido que deberá ser aprobada por la RFEF. El grafismo de los partidos incluirá una mosca oficial con el logo de la Competición y/o de la RFEF, y en su caso de la denominación oficial Competición junto con el Patrocinador principal de la Competición.
- (35) Según el PRO, en la personalización el adjudicatario deberá utilizar los mismos elementos gráficos que la producción televisiva. Cualquier otro aspecto, como set o decorados, deberán contar con la previa autorización de la RFEF.
- (36) Adicionalmente, con el fin de promover y publicitar sus retransmisiones de los Programas, el adjudicatario dispone del derecho no exclusivo y la obligación de utilización de:
- el nombre de la RFEF, así como la denominación oficial de la Competición.
  - el Logotipo oficial de la RFEF y de la Competición.
  - La “mosca” permanente, y la “mosca” para cada una de las repeticiones de las emisiones que sean facilitadas por la RFEF.
- (37) Todos los signos distintivos de las Competiciones y/o de la RFEF que vaya a hacer uso el adjudicatario para la promoción y/o retransmisión de las Competiciones serán facilitados por la RFEF, y/o aprobados expresamente por esta Real Federación antes de su divulgación y/o publicación. No se admitirá incluir signos distintivos que hagan referencia a las Competiciones o a la RFEF, que no cumplan con el formato y/o las indicaciones expresas marcadas por la RFEF.
- (38) El adjudicatario podrá personalizar la producción acorde a sus preferencias, mediante el uso de locuciones, comentarios y apariciones de sus locutores, narradores y comentaristas. No podrán personalizar la imagen de juego más allá de lo indicado en el presente párrafo, pero sí podrán añadir contenidos e imágenes grabadas de manera unilateral, previamente acordados con la RFEF.

- (39) Finalmente, se requerirá del adjudicatario que cumpla con los requisitos de la RFEF respecto a los tiempos y secuencias de las cabeceras, los cortes publicitarios y la identificación del patrocinio de la retransmisión.

## **2.4. Oportunidades y obligaciones comerciales**

- (40) El PRO establece que todas las oportunidades comerciales deberán respetar el Programa de Patrocinio de la RFEF, y a los Patrocinadores relacionados con la Competición. Según el PRO, tal Programa de Patrocinio se incluye como Anexo 2, pero no ha sido facilitado a la CNMC.
- (41) Los adjudicatarios de los lotes 1, 2 y 3 no podrán designar ningún patrocinador de programaciones o contenidos relacionados con la RFEF y/o con las competiciones, de forma que se entienda que patrocinan a la RFEF y/o a las competiciones. Además, la venta de espacios publicitarios por el Candidato deberá respetar la prioridad de los espacios publicitarios que se reserve la RFEF.
- (42) Esta reserva de espacios publicitarios, para los adjudicatarios de los lotes 1, 2 y 3, se concreta en lo siguiente:
- **SESENTA (60) SEGUNDOS** durante la retransmisión, repartidos en cuatro (4) carátulas de quince (15) segundos de duración cada una de ellas, que contengan la imagen de las entidades integrantes del Programa de Patrocinio de la Final, que para dichos efectos designare la RFEF, insertada del siguiente modo:
    - a. Una carátula inmediatamente antes del comienzo de la primera parte, en última posición o, en su caso, antes de los anuncios/spots de las entidades integrantes del Programa de Patrocinio de la RFEF;
    - b. Una carátula inmediatamente después del fin de la primera parte en primera posición o, en su caso, inmediatamente después de los anuncios/spots de las entidades antes referidas;
    - c. Una carátula inmediatamente antes del comienzo de la segunda parte, en última posición o, en su caso, inmediatamente antes de los anuncios/spots de las entidades antes referidas; y
    - d. Una carátula inmediatamente después del fin de la segunda parte, en primera posición o, en su caso, inmediatamente después de los anuncios/spots de las entidades antes referidas
  - **SETENTA Y CINCO (75) SEGUNDOS** distribuidos de la siguiente forma: cinco (5) carátulas de quince (15) segundos de duración cada una de ellas, de idéntico contenido a las carátulas descritas precedentemente, en cinco (5) promociones o Programas de Apoyo que realice el adjudicatario de la

retransmisión de durante los días previos al partido. La publicidad anterior o posterior a dicha promoción y/o avance podrá ser efectuada libremente por el adjudicatario.

- (43) Adicionalmente, en cada una de las conexiones con el VOR (Video Operations Room), cuando se produzcan las interrupciones que los árbitros realizan durante el partido para comprobar el asistente de vídeo (VAR), el adjudicatario de los derechos pondrá a disposición de la RFEF los primeros 10 segundos de dicha conexión para la inserción, en su caso, de una o varias infografías de las marcas de los patrocinadores de relacionadas con este sistema de video arbitraje. Estas marcas disfrutarán de exclusividad sectorial en estas conexiones con el VOR.
- (44) Además, el paso a la conexión con la sala VOR podrá ir precedida por una cortinilla en la que aparezca el logo vinculado al VOR, junto con el de la RFEF y/o el de los patrocinadores indicados por la RFEF.
- (45) Según el PRO, la RFEF también podrá incluir patrocinio en los siguientes soportes: Fuera de juego semiautomático, tablillas de los árbitros y otros soportes y en cualquier otro nuevo soporte o sistema que la RFEF considere.
- (46) La RFEF se reserva el derecho a autorizar a que los Patrocinadores y/o Proveedores Oficiales de las Competiciones puedan utilizar imágenes de la misma en las propias plataformas del patrocinador para promocionar su asociación con la Competición. Estas imágenes se cederán gratuitamente a la RFEF. Los patrocinadores, colaboradores o socios comerciales de la RFEF dispondrán durante la vigencia del contrato de patrocinio de imágenes para las campañas comerciales o promoción de su patrocinio.
- (47) Estas imágenes no podrán ser utilizadas con intención de resumir el contenido o el desarrollo de un partido, sino que serán utilizadas con fines amplios tales como la promoción de la Competición, el prestigio de la misma, de sus integrantes o de sus patrocinadores, entre otros, todo ello previa aprobación de la RFEF.
- (48) Los adjudicatarios de los derechos deberán poner a disposición de la RFEF, que pagará a precios de mercado, un derecho de adquisición preferente de hasta 8 minutos de tiempos publicitarios (spots, sobreimpresiones o similares) que se emitirán antes, durante y después de partido en aras de poder ser ofrecidos a los miembros del Programa de Patrocinio de la RFEF para emitir sus mensajes publicitarios. Los espacios que compre la RFEF o sus patrocinadores se ubicarán inmediatamente antes y después del inicio y final de cada una de las dos partes de la retransmisión.
- (49) El precio será comunicado a la RFEF antes de los siete días anteriores a la celebración del partido. En el caso que los miembros del Programa de Patrocinio de la RFEF no contesten, o no ejerciten su derecho de adquisición preferente dentro de las veinticuatro horas siguientes a su comunicación, se podrá ofrecer

directamente el contenido publicitario a cualquier anunciante, si bien no podrá designar ningún patrocinador de la emisión, o de las programaciones o contenidos relacionados con la RFEF, o de forma que se entiendan que patrocinan a la RFEF o a la Competición.

- (50) Según el PRO, los costes de producción serán a cargo del patrocinador.
- (51) Asimismo, entre los spots previos a la retransmisión de cada parte del partido que no pertenezcan al programa de patrocinio y la emisión de la carátula de patrocinio de la RFEF se situarán al menos dos espacios comerciales de protección.
- (52) Adicionalmente, se establece que la RFEF explotará la publicidad virtualizada en cuyo estadio se dispute el encuentro. En cuanto al eventual espectáculo de entretenimiento en el terreno de juego durante el descanso del partido (cuya duración orientativa será 10 minutos), éste podrá ser patrocinado. En el supuesto que dicho espacio fuera patrocinado, el adjudicatario se compromete a emitirlo en su totalidad, en directo y sin cortes y será compensado de acuerdo con la tarificación de la cadena aplicando sus precios preferentes por el mismo espacio de tiempo que dure el espectáculo de entretenimiento. Si no fuera patrocinado, el adjudicatario podrá emitirlo o no, pero no tendrá derecho a percibir compensación alguna por los minutos de emisión del espectáculo.
- (53) Los adjudicatarios tendrán el derecho y obligación a utilizar la Marca que le facilite la RFEF en general, y la específica de la Competición y/o de la Final para el adjudicatario y una designación (incluido el logotipo compuesto) a los efectos de promoción y anunciar su retransmisión. Todos los signos distintivos de la RFEF y de la Competición y/o de la Final que vayan a usar los adjudicatarios para la promoción y/o retransmisión del partido deberán ser los facilitados por la RFEF, y/o aprobados expresamente por esta Real Federación antes de su divulgación y/o publicación. No se admitirá incluir signos distintivos que hagan referencia a las eliminatorias y a la Final, que no cumplan con el formato y/o las indicaciones expresas marcadas por la RFEF.
- (54) Con el fin de promover la adquisición y explotación del partido, el adjudicatario podrá usar los signos distintivos, resúmenes de video y demás secuencias de imágenes del partido en promociones publicitarias. No se podrán utilizar imágenes de un único jugador o de un único club siendo necesario utilizar al menos 4 jugadores de diferentes clubs o a 4 clubs, sin que ninguno predomine por encima del resto de forma que el uso de las imágenes derive siempre del contexto de la competición.

## 2.5. Otros servicios y cuestiones técnicas

- (55) El PRO establece que la RFEF empleará todos sus mejores esfuerzos para poner a disposición del adjudicatario de los lotes 1, 2 y 3 espacios para sus propias instalaciones para la personalización de los Programas. Las instalaciones comprenden los espacios para posiciones para comentarios, presentaciones, posiciones de cámara propias y otras instalaciones técnicas puestas habitualmente a disposición para la personalización de la producción de la cobertura televisiva del fútbol profesional.
- (56) De igual modo, los clubes harán sus mejores esfuerzos para colaborar con la RFEF a los efectos de facilitar la celebración de entrevistas. En ningún caso las entrevistas suponen una obligación para la RFEF ni un derecho para los adjudicatarios.
- (57) El adjudicatario podrá realizar entrevistas en una zona diferenciada y específica con jugadores y/o entrenadores de los equipos participantes inmediatamente después de la Final (Superflash Interview y Flash Interview). En todas las actividades de medios se deberán usar las traseras y resto de elementos de patrocinio facilitados por la RFEF.
- (58) Se detallan las entrevistas que podrá realizar el adjudicatario, a saber:
- En el día anterior a la final: rueda de prensa oficial de los entrenadores titulares y un jugador de los dos equipos participantes en el estadio donde se va a disputar el partido. Previamente a las ruedas de prensa, el jugador seleccionado por el club y el entrenador podrán atender de forma personalizada en zona flash al operador nacional que ostente los derechos.
  - En el mismo día de la final: superflash con un jugador de cada equipo participante; flash Interview con dos jugadores para el equipo ganador o campeón, y dos para el equipo subcampeón, además del técnico titular; rueda de prensa de los entrenadores de los dos equipos; zona mixta con al menos dos jugadores de cada equipo.
- (59) Sin perjuicio de lo anterior, la RFEF pondrá a disposición del adjudicatario una superficie mínima de, aproximadamente 4x4 metros cuadrados, en el Estadio donde se ha de celebrar la Final, a fin de que el adjudicatario pueda instalar un Set de televisión donde llevar a cabo conexiones pre-partido, presentaciones y puedan ubicarse sus comentaristas. La instalación técnica y decoración del Set se realizará en colaboración con la RFEF, a efectos de garantizar la adecuada presencia de los Patrocinadores Oficiales de Competición, sin que el adjudicatario pueda insertar y/o colocar y/o exhibir imagen y/o logo y/o nombre comercial de un mismo sector de actividad que los integrantes del Programa de Patrocinio de la Competición, excepto su propia identificación corporativa

## 2.6. Derechos no exclusivos

- (60) Según el PRO, la RFEF, en su caso, y los Clubes o Sociedades Anónimas Deportivas (S.A.D.) participantes podrán emitir en diferido el encuentro a partir de las 12 horas después de la finalización de este, siempre que lo hagan directamente a través de un canal de distribución propio dedicado temáticamente a la actividad deportiva del club o entidad participante, que tenga licencia de televisión en TDT, OTT o app.
- (61) Del mismo modo, la RFEF, en su caso, y los Clubes y/o S.A.D que disputen el partido podrán publicar clips y/o highlights de imágenes en sus plataformas digitales oficiales entendiéndose por plataformas oficiales digitales cualquier canal de distribución digital oficial incluidas las Redes Sociales. Dicha utilización estará restringida hasta un máximo de ciento treinta y cinco segundos (135'') (sin contar prolegómenos, repeticiones ni imágenes después del pitido final), y para su publicación una vez finalizado el partido.
- (62) La RFEF y los Clubes y/o S.A.D. podrán emitir imágenes de la previa y del post en su canal de televisión, app, OTT, web, redes sociales, etc. Adicionalmente, la RFEF y los Clubes y/o S.A.D. podrán ofrecer 5 miniclips en semidirecto que contendrán imágenes del partido, pero no goles, de un máximo de 15 segundos y con la obligación de promocionar el operador que esté emitiendo el partido en directo.
- (63) El adjudicatario del lote 1 deberá entregar la señal en directo a la RFEF (por rtmp o srt) cuando este la solicite. Además, facilitará los datos de satélite a los clubes participantes que lo soliciten para su posterior emisión en diferido. También entregará a la RFEF y a los clubes que lo soliciten, el resumen del partido, con una duración aproximada de 135 segundos (sin contar prolegómenos, repeticiones ni imágenes después del pitido final) en el plazo de una hora después del pitido final para su emisión por parte de los mismos.
- (64) El PRO también establece que, con la finalidad principal de promocionar la Competición, la RFEF tendrá el derecho a hacer uso del partido de la Final de la Copa de S.M. el Rey, en las siguientes condiciones en régimen de no exclusividad:
- En sitios web, aplicaciones, plataformas digitales y otros: imágenes de partido, imágenes previas y post-partido e imágenes de partido de no juego.
  - En redes sociales oficiales de la RFEF: imágenes de partido, imágenes previas y post-partido, imágenes de partido de no juego y mini-clips en semi-directo.
  - Finalmente, quedan excluidos de este proceso los derechos que no se otorguen expresamente en este proceso de recepción de ofertas. A modo de

ejemplo los derechos europeos e internacionales de la Final y que se comercializarán directamente por la RFEF a título enunciativo pero no limitativo se enuncia la siguiente categoría de derechos: la explotación del betting, scouting, programas de análisis de datos, programas de base estadística para uso profesional, museos, videojuegos, realidad virtual y/o aumentada o similares, activos digitales tipo tokens, NFT's o similares (de los que solo podrán hacer uso, según los casos, la RFEF y los clubs) y todos los contenidos que no se hayan adjudicado expresamente.

## 2.7. Propiedad intelectual

- (65) Según el PRO, la RFEF es cotitular, junto a los clubs, de todos los derechos de propiedad intelectual de la competición. La RFEF es además titular de las Marcas y signos distintivos de la Competición de la Copa de S.M. el Rey, así como todas las demás marcas de la RFEF y/o de la competición, sin perjuicio del uso no exclusivo que los Clubs puedan hacer de los contenidos generados por los Partidos. Nada de lo contenido en la presente Licitación se interpreta en el sentido expreso o implícito de la concesión de derechos de propiedad intelectual a ningún adjudicatario sobre la propiedad intelectual perteneciente a los Clubs y/o a la RFEF.
- (66) La RFEF, en su caso, y los clubs en relación con las imágenes de su equipo podrán hacer uso del derecho de archivo del partido de la Final. Los materiales audiovisuales relacionados con la competición y el partido filmado, grabado y/o producido, incluida la señal internacional, los resúmenes, clips y cualquier otro material audiovisual relacionado con la Final se considerarán material de archivo. El derecho de archivo significa el derecho a emitir el material de archivo. Los clubs que participen en la Final dispondrán del derecho de archivo de sus imágenes del partido. En este sentido, transcurrido el plazo de vigencia del correspondiente contrato de comercialización los adjudicatarios estarán obligados a devolver a RFEF, cualquier material generado como consecuencia de la explotación del lote adjudicado o bien a destruirlo si así se solicita por la RFEF, así como cualquier información que posea en virtud del contrato de comercialización, que pueda dar lugar a un uso indebido de derechos audiovisuales más allá de la duración del correspondiente contrato.
- (67) Asimismo, una vez concluido el referido plazo de vigencia del contrato de comercialización, la RFEF y los Clubs/SAD participantes (estos últimos respecto del partido que hayan disputado) ostentarán la totalidad de los derechos de propiedad intelectual que legalmente les corresponda sobre todos los contenidos y grabaciones audiovisuales (archivos) que se hayan generado, pudiendo ser explotados en cualquier medio o soporte, sin limitación alguna en

un ámbito territorial mundial por el período de máxima vigencia de tales derechos.

- (68) Durante la vigencia del contrato que se firme con los adjudicatarios, solo la RFEF, en su caso, y los clubs participantes podrán hacer uso de cualquier activo digital entre ellos los tokens o NFTs.

## 2.8. Contrato y sublicencia

- (69) El PRO establece respecto a su vigencia:

*La vigencia del Contrato empezará en el momento de la firma del mismo y expirará sin necesidad de aviso a la finalización de la última temporada de adjudicación del partido de la Final*

- (70) En cuanto a la posibilidad de sublicenciar el contrato, el PRO establece que los derechos adquiridos y las obligaciones contraídas por el adjudicatario al amparo del presente documento en los lotes 1,2, y 3 son personales y no los podrá vender, asignar, transferir, gravar ni enajenar de otra manera a terceros sin el consentimiento previo por escrito de la RFEF.
- (71) El adjudicatario si podrá sublicenciar los derechos a cuyo efecto deberá solicitar autorización indicando el canal al que se desea sublicenciar y sus audiencias. La solicitud deberá realizarse como mínimo 30 días naturales antes de la fecha de emisión del partido. El sublicenciario deberá acreditar que cumple todas las condiciones establecidas para los candidatos. La RFEF contestará en el plazo de 15 días naturales.
- (72) La RFEF podrá denegar la sublicencia en los siguientes casos:
- Si el potencial sublicenciario ha contraído una deuda con la RFEF y/o existen procedimientos judiciales que se encuentren en curso en relación con el impago de las citadas cantidades.
  - Riesgo reputacional de la RFEF en caso de canales que emitan contenidos socialmente inadecuados.
  - El potencial sublicenciario proponga un formato de explotación de los derechos contrario a lo establecido en estas bases.
  - El potencial sublicenciario se encuentre en las causas de exclusión a que se refiere el párrafo (81)

## 2.9. Presentación de ofertas

- (73) El PRO establece que las disposiciones del PRO son de obligado cumplimiento y la presentación de una oferta por un candidato supone la plena adhesión a las

mismas. De acuerdo con la legislación vigente la RFEF se reserva el derecho a rechazar cualquier oferta que no cumpla con los requisitos establecidos.

- (74) Se establecen una serie de requisitos generales, de solvencia económica, profesional y técnica.
- (75) En cuanto a los requisitos generales:

*“El Candidato deberá ser una persona jurídica española y/o extranjera que tenga capacidad de obrar y de actuar en España.*

*Para los lotes 1,2 y 3 deberá proporcionar detalles completos respecto al/a los Canal/es designado/s propuesto/s para la emisión. Deberá informar, también, respecto de la titularidad y el control de dicho/s Canal/es designado/s o propuestos para la emisión.*

*Deberá ser una persona jurídica debidamente constituida, registrada y operativa, que realice actividades económicas regulares relacionadas con la explotación de contenidos audiovisuales, y que disponga de la capacidad técnica, financiera y organizativa para cumplir con las obligaciones derivadas del contrato.*

*No haber solicitado o haberse declarado en concurso de acreedores en el momento de presentar la oferta.*

*Hallarse al corriente en el cumplimiento de las obligaciones frente a la Agencia Tributaria y/o de la Seguridad Social en España lo que se acreditará aportando el certificado de estar al corriente las obligaciones expedido por la Agencia Tributaria y la Tesorería General de la Seguridad Social. En relación con el cumplimiento de sus obligaciones tributarias o con la Seguridad Social, se considerará que las empresas se encuentran al corriente en el mismo cuando las deudas estén aplazadas, fraccionadas o se hubiera acordado su suspensión con ocasión de la impugnación de tales deudas*

*El Candidato no deberá mantener deuda alguna con la RFEF, y/o deberá estar al corriente en el cumplimiento de sus obligaciones con dicha Real Federación”.*

- (76) Según el PRO, estas condiciones se acreditarán documentalmente mediante Declaración Jurada del representante legal de la empresa<sup>1</sup>.
- (77) En cuanto a los requisitos de solvencia económica para los lotes 1 a 3, el potencial adjudicatario deberá disponer de un volumen anual de negocios superior a los tres millones de euros (3.000.000,00 €). Asimismo, deberá disponer de un aval bancario suficiente para hacer frente a la oferta económica

---

<sup>1</sup> Concretamente, deberá constar: que se trata de una persona jurídica española y/o extranjera que tiene capacidad de obrar y de actuar en España. Que dispone de los canales oportunos para emitir los Derechos ofertados, en abierto, de forma gratuita y con cobertura en todo el Territorio. A estos efectos deberá proporcionar detalles completos respecto a los canales designado/s propuesto/s para la emisión. Deberá informar, también, respecto de la titularidad y el control de dicho/s canal/es designado/s o propuesto para la emisión. Que la empresa no ha solicitado o se ha declarado en concurso de acreedores. Que no tiene deuda alguna con la RFEF, y/o que está al corriente en el cumplimiento de sus obligaciones con dicha Real Federación. o Certificado de la Agencia Tributaria de estar al corriente de las obligaciones tributarias y de la Seguridad Social. También deberá entregar certificado de empresas o entidad mercantil del Registro Mercantil o documento análogo cuando se trate de empresas con domicilio fuera del territorio español, certificado a que se refiere el apartado 15.5

de la cada temporada o bien presentar una garantía alternativa que será analizada por la RFEF al abrir la oferta económica a efectos de considerarla y aceptarla como suficiente.

- (78) El cumplimiento de los requisitos de solvencia económica deberá acreditarse mediante la copia de las últimas cuentas anuales auditadas y depositadas en el Registro Mercantil del Candidato y/o de su empresa matriz, de donde se deduzca que dispone de un volumen anual de negocios superior a los tres millones de euros (3.000.000,00 €). Asimismo, se deberá aportar un compromiso por parte del Banco correspondiente de formalizar un aval Bancario sobre el valor de la Oferta anual o bien ofrecer a la RFEF una garantía alternativa al aval bancario que será analizada por la RFEF al abrir la oferta económica a efectos de considerarla como suficiente.
- (79) Por su parte, en cuanto a los requisitos de solvencia profesional y técnica para los lotes 1 a 3:

*El Candidato deberá disponer de servicios de comunicación audiovisual en abierto, de pago o gratuita (según el lote deseado)*

*Deberá disponer de medios suficientes para explotar los Derechos ofertados, y su puesta a disposición al público;*

*Deberá disponer de planes de programación, de una calidad de la señal suficiente, de cobertura y nivel de exposición acorde con el evento y las condiciones fijadas en el mismo;*

*Deberá garantizar el compromiso del Candidato en promocionar la Final*

- (80) El cumplimiento de estos requisitos deberá acreditarse documentalmente mediante Informe Técnico elaborado por el Candidato y firmado por representante legal de la empresa donde consten como mínimo los siguientes extremos:

- Características de los servicios de comunicación audiovisual para la emisión en HD Descripción de los medios para explotar los Derechos ofertados, y su puesta a disposición al público;
  - a. Detalles de los planes de programación;
  - b. Descripción de la cobertura y nivel de exposición acorde con los derechos;
  - c. Descripción de los medios previstos para garantizar el compromiso del Candidato en promocionar el partido.
  - d. Descripción del plan de programación previsto del partido de la Final.

- (81) Son causas de exclusión: no acreditar los requisitos fijados en los apartados precedentes, haber presentado fuera de plazo la documentación señalada y cuando la empresa haya sido condenada por una sentencia firme por delitos

imputables a las personas jurídicas de conformidad con lo previsto en el artículo 31 bis del código penal español durante la duración prevista en la sentencia penal firme.

- (82) La prohibición de contratar alcanzará a las personas jurídicas que sean declaradas penalmente responsables, y a aquellas cuyos administradores o representantes, lo sean de hecho o de derecho, vigente su cargo o representación y hasta su cese, se encontraran condenados por cualquiera de los delitos anteriormente mencionados. Las prohibiciones de contratar afectarán también a aquellas empresas de las que, por razón de las personas que las rigen o de otras circunstancias, pueda presumirse que son continuación o que derivan, por transformación, fusión o sucesión, de otras empresas en las que hubiesen concurrido aquellas.
- (83) En el momento de presentar la oferta se aportará certificado de antecedentes penales de la persona jurídica, en el caso de tratarse de condena a administradores o representantes, de hecho, o de derecho, certificado de antecedentes de la persona física. En el caso de tratarse de empresas extranjeras se aportará certificado análogo o, en caso de no existir en su país de residencia, certificado del secretario del órgano competente, con el visto bueno del Presidente o, en su caso, del representante legal de la entidad donde se acredite que la empresa no se encuentra en esta causa de exclusión.

## **2.10. Procedimiento y calendario**

- (84) Según el PRO, la oferta es una oferta irrevocable e incondicional que no podrá ser modificada (a menos que la RFEF lo solicite) o retirada durante un periodo de sesenta (60) días tras la recepción de dicha oferta.
- (85) El PRO establece que la oferta económica deberá presentarse por separado al resto de la documentación exigida. La RFEF no tendrá acceso a la información que los interesados remitan a las indicadas direcciones de e-mail hasta la fecha y hora de apertura de candidaturas y de las ofertas económicas que se realizarán ante Notario. Tras la publicación en la web de la RFEF del PRO, los potenciales Candidatos podrán solicitar a la RFEF cualquier aclaración que se les pida de forma razonable respecto a su contenido.
- (86) Las consultas y/o aclaraciones deberán dirigirse a un correo electrónico de la RFEF dentro del plazo indicado en el calendario. La respuesta de la RFEF se realizará también dentro del plazo indicado en el calendario, por el mismo medio y/o se publicará a través de la página web [www.rfef.es](http://www.rfef.es) para que dicha respuesta esté disponible para todos los Candidatos, pero sin desvelar la identidad del que realizó la consulta.

- (87) Se establece un calendario para el procedimiento de adjudicación de los lotes 1 a 3, pero en la versión remitida a la CNMC este calendario está en blanco. Si se precisa que la ratificación y adjudicación por parte del Órgano de Control y gestión de los derechos audiovisuales de la RFEF se producirá dentro del plazo de 20 días hábiles desde la apertura de ofertas económicas, mientras que la formalización del contrato se producirá dentro de los 20 días hábiles posteriores a la adjudicación. Adicionalmente, se establece que habrá un plazo de al menos 21 días para la presentación de ofertas.
- (88) En cuanto al lote 4, el PRO se limita a señalar que el plazo para manifestar el interés en comprar los resúmenes estará abierto hasta tres días naturales antes de la Final y deberán dirigir un mail solicitando la adjudicación del resumen a una dirección de correo de la RFEF.
- (89) Por su parte, el órgano de evaluación estará compuesto por el presidente de la RFEF o la persona que él designe en su representación, el director Financiero, el director de la Asesoría Jurídica, el director de Competiciones, el director Comercial y de Desarrollo de Negocio y el responsable del Área de Televisión. Actuará como secretario del órgano un letrado de la Asesoría Jurídica.
- (90) En la fecha prevista se procederá a la apertura y evaluación de las Ofertas por parte del órgano de evaluación interno de la RFEF. Se procederá a la evaluación de la documentación que contiene el informe de los Candidatos, así como el conjunto de certificados y documentos acreditativos del cumplimiento de los requisitos establecidos en los apartados precedentes. Si la RFEF observara defectos u omisiones subsanables en la documentación presentada, no se abrirá aún la oferta económica y lo comunicará a los candidatos para que, en un plazo de dos días hábiles a contar desde el siguiente a dicha comunicación, lo corrijan y/o lo subsanen, con la posibilidad de quedar excluidos si no cumplen con el plazo indicado.
- (91) Si los defectos u omisiones fueran no subsanables o la subsanación no se haya efectuado dentro del plazo concedido, se procederá a su exclusión comunicándolo a dicho candidato.
- (92) Ya sea el mismo día de la apertura de la documentación si no hubiera necesidad de subsanación alguna o transcurrido el plazo para proceder a las subsanaciones pertinentes, se procederá a abrir las ofertas económicas.
- (93) Los lotes 1 a 3 se adjudicarán siempre a la mejor oferta económica. Por su parte, el lote 4 se adjudicará a cada uno de los candidatos que se comprometan a cubrir el precio mínimo fijado por la RFEF.
- (94) La adjudicación de los derechos no será vinculante para la RFEF hasta que el acuerdo con el adjudicatario haya sido aceptado, a su entera discreción, y plenamente otorgado por escrito dentro del plazo fijado en el PRO y respetando

las condiciones establecidas en la misma. El plazo previsto en el calendario para la firma del contrato podrá extenderse por la RFEF con justa causa.

- (95) En el supuesto que el candidato y la RFEF no formalizaran un acuerdo para la difusión y explotación de los derechos ofertados dentro del plazo fijado por causa imputable al candidato, el órgano de gestión y control de los derechos audiovisuales podrá, si así lo decide, adjudicar los derechos a la segunda mejor oferta, y así sucesivamente, o bien procederá a publicar una nueva solicitud de ofertas para ese lote.
- (96) El PRO incluiría los precios de reserva de los lotes, aunque en la versión remitida a la CNMC se encuentran en blanco. Si ninguna oferta alcanza el precio de reserva, la RFEF podrá adjudicar el concurso a la mejor oferta o bien convocar una nueva ronda de ofertas entre los candidatos admitidos, adjudicándose al que alcance el precio de reserva. La primera oferta presentada será vinculante. Si en esta nueva ronda ninguna oferta alcanzase el precio de reserva, la RFEF podrá adjudicar el concurso a la mejor oferta o bien proceder a la comercialización no exclusiva de los contenidos audiovisuales ofertados o bien cancelar el concurso.
- (97) La RFEF se reserva el derecho de suspender o cancelar la licitación en caso de existir indicios de colusión entre licitadores en cuyo caso la RFEF pondrá en conocimiento de la correspondiente autoridad de competencia y sin dilación indebida dichos ilícitos.
- (98) El PRO incluye también un calendario de pagos para los lotes 1 a 3:

*El adjudicatario cumplirá con sus obligaciones de pago de acuerdo con el siguiente calendario de pagos:*

*Temporada 2025/26:*

- (i) El diez por ciento (10%) de la contraprestación ofrecida será abonado en la fecha de firma del Contrato.*
- (ii) El sesenta por ciento (60%) de la contraprestación ofrecida deberá ser abonado, como fecha límite, el día 2 de enero de 2026.*
- (iii) El treinta por ciento (30%) restante de la contraprestación ofrecida deberá ser abonado, como fecha límite, el día 15 de abril de 2026.*

*Temporada 2026/27:*

- (i) El diez por ciento (10%) de la contraprestación ofrecida será abonado, como fecha límite, el día 1 de septiembre de 2026*
- (ii) El sesenta por ciento (60%) de la contraprestación ofrecida deberá ser abonado, como fecha límite, el día 2 de enero de 2027.*
- (iii) El treinta por ciento (30%) restante de la contraprestación ofrecida deberá ser abonado, como fecha límite, el día 15 de abril de 2027.*

- (99) Por su parte, para el Lote 4 se establece que los adjudicatarios que adquieran resúmenes de la final abonarán las cantidades establecidas para cada partido

dentro del plazo de 10 días naturales a contar desde la entrega del resumen por parte de la RFEF o por parte de quien esta designe.

## **2.11. Otras disposiciones**

(100) Se añaden otras disposiciones:

- La RFEF acuerda que se mantendrá la confidencialidad de cualquier información de carácter confidencial que estuviera incluida en las ofertas recibidas.
- La RFEF no será responsable de los gastos en los que incurran los candidatos en la preparación y presentación de las ofertas.
- Obligación del adjudicatario de explotar los derechos, salvo fuerza mayor.
- Obligación de colaboración en materia de integridad (amaño de partidos y normativa sobre apuestas) y antipiratería.
- Se podrán resolver las adjudicaciones de los acuerdos firmados en caso de que el adjudicatario incurra en alguna de las circunstancias previstas en el apartado 15 (requisitos del adjudicatario) y/o pierda su capacidad de obrar (sección 19 del PRO)

## **3. VALORACIÓN DEL DOCUMENTO DE CONDICIONES DE COMERCIALIZACIÓN DE LOS DERECHOS DE EXPLOTACIÓN DE CONTENIDOS**

- (101) El objeto de este informe es la valoración por la CNMC, tal como se establece en el art. 4.3, párrafo segundo del Real Decreto-ley 5/2015, de la propuesta de condiciones de comercialización conjunta de los derechos audiovisuales de las competiciones de fútbol previstas en dicha norma, en este caso la final de la Copa de SM El Rey.
- (102) Las condiciones de comercialización objeto de este informe afectan al territorio nacional, más allá de que el territorio relevante engloba también a Andorra.
- (103) El presente informe no tiene por objeto valorar la compatibilidad de las condiciones de comercialización con los artículos 1, 2 y 3 de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia y 101 y 102 del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea (TFUE), sin perjuicio de que la CNMC pueda en un momento posterior, de oficio o tras una denuncia, investigar la compatibilidad con la normativa de competencia de las actuaciones que finalmente lleve a cabo la RFEF en relación con la comercialización de estos derechos audiovisuales.

- (104) En este sentido, la CNMC realiza las siguientes observaciones a las condiciones de comercialización presentadas por la RFEF para informe previo, no pudiendo valorarse la documentación no recibida.

### 3.1. Atribución y comercialización de derechos más allá del Real Decreto-Ley 5/2015

- (105) El Real Decreto-Ley 5/2015 establece en su artículo 1.1 su objeto (énfasis añadido)

*El objeto de este real decreto-ley es establecer las normas para la comercialización de los derechos de explotación de contenidos audiovisuales de competiciones futbolísticas...*

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

- (106) En este sentido, se valora positivamente que la RFEF determine que “El Operador adjudicatario del Lote 1 asumirá la producción audiovisual, por su cuenta y bajo su responsabilidad” (apartado 6.1 del PRO).

- (107) Pese a ello, se introducen determinadas limitaciones injustificadas al adjudicatario cuando el PRO señala (apartados 6.2, 6.3, 6.5 y 6.6)

*Una vez adjudicados los derechos comercializados de acuerdo con la presente IRO, los adjudicatarios enviarán a la RFEF la propuesta de personalización de la señal, 30 días antes para cada partido que deberá ser aprobada por la RFEF.*

*(...)*

*En la personalización el adjudicatario deberá utilizar los mismos elementos gráficos que la producción televisiva. Cualquier otro aspecto, como set o decorados, deberán contar con la previa autorización de la RFEF.*

*(...)*

*No podrá personalizar la imagen de juego más allá de lo indicado en el presente párrafo, pero sí podrá añadir contenidos e imágenes grabadas de manera unilateral, previamente acordados con la RFEF*

*(....)*

*Se requerirá del adjudicatario que cumpla con los requisitos de la RFEF respecto a los tiempos y secuencias de las cabeceras, los cortes publicitarios y la identificación del patrocinio de la retransmisión*

Todas estas restricciones a la libertad de empresa del adjudicatario, que no se encuentran amparadas por el Real Decreto-Ley, introducen una gran incertidumbre respecto a su capacidad de actuación y pueden afectar a su

capacidad de obtener valor en los derechos adquiridos, por lo que se recomienda su eliminación.

(108) Respecto a la titularidad de los derechos el Real Decreto-Ley señala en su artículo 2:

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

*(...)*

*3. Sin perjuicio de las facultades de las entidades comercializadoras, el club o entidad en cuyas instalaciones se dispute un acontecimiento deportivo de las competiciones a que se refiere el artículo 1 se reservará la explotación de los siguientes derechos:*

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

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

*4. Los derechos audiovisuales no incluidos en el ámbito de aplicación de este real decreto-ley podrán ser explotados y comercializados individualmente por los clubes o entidades participantes, directamente o a través de terceros.*

(109) La literalidad del Real Decreto-ley 5/2015 (artículo 2 apartados 1, 2 y 4) establece que los clubes son titulares de los derechos audiovisuales (con la carga de la cesión de las facultades de comercialización conjunta de los derechos audiovisuales recogidos en el segundo párrafo del artículo 1.1 del Real Decreto-ley) y la RFEF solo puede valerse de ellos si los clubes los ceden en virtud de acuerdos contractuales, siempre que dichos acuerdos respeten la normativa de competencia. La CNMC ya se manifestó sobre este particular, entre otros, en los informes INF/DC/062/19, INF/DC/094/19, INF/DC/118/19, INF/DC/229/22, INF/DC/080/24 e INF/108/25.

(110) Por ello, supone una clara apropiación de derechos que la RFEF incluya las entrevistas y ruedas de prensa si no ha habido cesión expresa por parte de los clubes (apartado 9.2 del PRO).

(111) Aparte, en sede de derechos excluidos de la oferta (apartado 10 del PRO), la RFEF se atribuye otros derechos no amparados por el Real-Decreto Ley 5/2015. Así, respecto de la pretensión de que la RFEF y los clubes que disputen los partidos puedan publicar clips y/o *highlights* de imágenes en sus perfiles oficiales, y que tal “*utilización estará restringida hasta un máximo de ciento treinta y cinco segundos (135’) (sin contar prolegómenos, repeticiones ni imágenes después del pitido final)*”, y para su publicación una vez finalizado el partido” (apartado 10.2 del PRO) cabe señalar que, por un lado, y respecto de los clubes, no corresponde a la RFEF determinar la forma de explotación o comercialización de los derechos

no incluidos en el proceso de venta centralizada y, por otro lado, supone de nuevo una explotación de derechos por parte de la RFEF no prevista en el RDL. Lo mismo cabe decir sobre el apartado 10.4 del PRO, por el cual *“La RFEF y los Clubes y/o S.A.D. podrán ofrecer 5 miniclips en semidirecto que contendrán imágenes del partido, pero no goles, de un máximo de 20 segundos cada clip y con la obligación de promocionar el operador que esté emitiendo el partido en directo”*. Y sobre el apartado 11, que señala en su último párrafo *“Durante la vigencia del contrato que se firme con los adjudicatarios, solo la RFEF, en su caso, y los clubs participantes podrán hacer uso de cualquier activo digital entre ellos los tokens o NFTs”* y, de nuevo, supone una atribución de derechos por parte de la RFEF.

- (112) De igual modo, la disposición por la que *“La RFEF se reserva el derecho a autorizar a que los Patrocinadores y/o Proveedores Oficiales de las Competiciones puedan utilizar imágenes de la misma en las propias plataformas del patrocinador para promocionar su asociación con la Competición”* (apartado 7.3 del PRO), no tiene amparo en el Real Decreto-ley 5/2015 y además incide negativamente en la capacidad del adjudicatario de contratar publicidad, como se analizará posteriormente en la sección 3.4 del presente informe. También es una apropiación de derechos la imposición (sección 9.2.2 del PRO) de que: *“En todas las actividades de medios se deberán usar las traseras y resto de elementos de patrocinio facilitados por la RFEF”*.
- (113) En relación con el denominado por la RFEF “derecho de archivo”, (apartado 11 del PRO) que se prevé en el borrador de oferta en favor de la RFEF, el mismo no está amparado en las previsiones del Real Decreto-ley 5/2015 y resulta desproporcionado.
- (114) Tampoco está justificado que la RFEF ostente los derechos de propiedad intelectual sobre todos los contenidos y grabaciones audiovisuales (archivos) que se hayan generado (apartado 11 del PRO).
- (115) Finalmente, el hecho de que se excluyan ciertos derechos (explotación del *betting*, y de las datos y estadísticas, *scouting*, videojuegos o similares, activos digitales tipo NFT's o similares, epígrafe 10.8 del PRO) no significa que la RFEF disponga pese a todo de estos derechos. En este sentido, conforme al artículo 4.7 del Real Decreto-ley 5/2015, los derechos audiovisuales incluidos en el ámbito de aplicación de la norma que no sean objeto de comercialización conjunta podrán ser explotados y comercializados individualmente por los clubes o entidades participantes.

### 3.2. Derechos ofertados

- (116) Se valora positivamente la existencia de varios lotes, lo que favorece la competencia y es consistente con el artículo 4.4.g del Real Decreto-ley 5/2015. Con todo, sería conveniente que los potenciales adjudicatarios pudieran saber si se licitarán otros derechos no contenidos en el PRO (p.ej: resúmenes amplios,

canal HORECA) a fin de poder evaluar adecuadamente el valor de los derechos que pretendan adquirir.

- (117) La disposición por la cual *“Para el territorio de Andorra la explotación es en exclusiva para la emisión en el idioma oficial de Andorra y en castellano”* puede resultar restrictiva de la competencia si se entiende que el adjudicatario deberá ofrecerlo en ambos idiomas.
- (118) Asimismo, las obligaciones impuestas de colaboración con la RFEF *“frente a cualquier amenaza que surja para proteger los Derechos cedidos, ya sea en materia de integridad (amaños, corrupción, apuestas, etc.) y/o antipiratería”* (apartado 22.4 del PRO) resultan imprecisas, en tanto que no se detalla el alcance de este deber de colaboración. También la siguiente obligación (apartado 7.9 del PRO): *“El Adjudicatario se obligará a trabajar juntamente con la RFEF para prevenir y adoptar las medidas oportunas para evitar el acceso o difusión ilegal de los contenidos audiovisuales comercializados por la RFEF”*. De igual manera se ha de asegurar la necesidad y proporcionalidad de las obligaciones impuestas en materia de geobloqueo y restricción de copia (y otras análogas, apartado 4.3 del PRO).
- (119) Existen también determinadas imprecisiones respecto de las obligaciones de los adjudicatarios y el contenido de los derechos, imprecisiones que deberían corregirse. Así, convendría aclarar, en los derechos para realizar entrevistas, si los adjudicatarios de lotes diferentes al 1 podrían realizar sus propias entrevistas. También sería conveniente aclarar a si la exclusividad en los lotes 1, 2 y 3 se refiere a los medios de emisión, dado que no puede referirse al partido en sí.
- (120) Por su parte, los medios de emisión del lote 3 pueden resultar confusos, dado que se hace referencia a la emisión vía internet pero también por medios como cable, satélite e IPTV. Si se entiende que el propósito del lote es la adjudicación de derechos de emisión en abierto por medios diferentes a la TDT, quizá sería conveniente describirlo de tal forma.
- (121) Siguiendo con el lote 3, debería concretarse si la obligación de emisión se refiere a al menos una de las plataformas citadas, a todas ellas, o a algunas de forma complementaria o excluyente con otras.
- (122) El Lote 4, por su parte, establece un resumen de 135 segundos, cuando la LGCA impone la creación de un resumen de 90 segundos. Sería conveniente analizar el valor añadido de incluir 45 segundos más, en particular conjugándolo con la incertidumbre respecto a la eventual licitación de un resumen amplio.

### **3.3. Requisitos para la presentación de ofertas y requisitos de adjudicación**

- (123) Tal como se ha señalado en informes anteriores (véanse los INF/CNMC/001/25 e INF/CNMC/108/25), se observa cierta discrecionalidad por parte de la RFEF al

establecer que la oferta debe ser incondicional (sección 16.1 del PRO), cuando el Real decreto-ley solo establece que las ofertas de los licitadores “*no podrán estar condicionadas a la adquisición de lotes o a la concurrencia de determinados eventos*”. Todo ello destaca con la asimetría bajo la cual la RFEF se reserva la posibilidad de que (sección 18 del PRO) “*La adjudicación de los derechos no será vinculante para la RFEF hasta que el acuerdo con el adjudicatario haya sido aceptado, a su entera discreción, y plenamente otorgado por escrito dentro del plazo fijado en la presente IRO y respetando las condiciones establecidas en la misma*”.

- (124) Si bien el documento sometido a informe establece que el criterio de adjudicación será exclusivamente el de la mejor oferta económica (sección 17.3 del PRO), también se prevén condiciones generales y variables de solvencia técnica y/o profesional que pueden resultar excesivas e indeterminadas en su formulación.
- (125) En particular, se establece que se procederá a la exclusión “*Cuando la empresa haya sido condenada por una sentencia firme por delitos imputables a las personas jurídicas de conformidad con lo previsto en el artículo 31 bis del código penal español durante la duración prevista en la sentencia penal firme*” (apartado 15.4). Debería especificarse cuáles son los delitos que pueden motivar la exclusión. También genera mucha incertidumbre por el margen interpretativo la previsión de que:

*Las prohibiciones de contratar afectarán también a aquellas empresas de las que, por razón de las personas que las rigen o de otras circunstancias, pueda presumirse que son continuación o que derivan, por transformación, fusión o sucesión, de otras empresas en las que hubiesen concurrido aquellas.*

- (126) También es importante asegurar la necesidad y proporcionalidad del umbral concreto elegido de 3M€ para la solvencia económica. Habría resultado conveniente que, como ha sucedido en anteriores procedimientos llevados a cabo por la RFEF, se permitiera su cumplimiento en una media de 3 ejercicios. En un sentido similar, la doble exigencia de cumplir con el umbral y presentar un aval resulta desproporcionada. Resultaría deseable que el adjudicatario pudiera optar por cumplir una u otra exigencia, no necesariamente ambas.
- (127) Esto es especialmente cierto si se considera que se establecen como causas de exclusión (apartado 15.4) “*No acreditar documentalmente y de manera suficiente, todos y cada uno de los requisitos fijados en los apartados precedentes*” (ante lo cual se utilizará también un informe independiente) y “*El incumplimiento de cualquiera de los requisitos fijados en los apartados precedentes*”.
- (128) Por otro lado, sí se valora favorablemente que se haya optado por una adjudicación por dos temporadas, permitiendo que los derechos vuelvan a salir al mercado con cierta periodicidad.
- (129) En cuanto al procedimiento de adjudicación, existen varias disposiciones que conceden una excesiva discrecionalidad a la RFEF. De esta forma, si bien será positivo (para evitar incertidumbre y discrecionalidad de la RFEF) un

conocimiento ex ante para los operadores del precio de reserva (aunque en el informe remitido a la CNMC no se especifica tal precio), la posibilidad (en una primera o segunda) de elegir entre adjudicar los derechos a la mejor oferta recibida o bien convocar una nueva ronda de ofertas entre los candidatos admitidos supone una excesiva discrecionalidad. Las condiciones en las que la RFEF pudiera elegir entre una u otra opción deberían ser objetivas y transparentes (apartado 20 del PRO). Por último, en caso de que se procediera a la comercialización de acuerdo con otras bases (como la RFEF señala al mencionar la comercialización de forma no exclusiva), las condiciones de comercialización deberán ser evaluadas por la CNMC.

- (130) Respecto a los plazos para presentar ofertas y de todo el procedimiento, no están suficientemente concretados. En este sentido, se recomienda, de cara a la licitación, que no sean demasiado ajustados, sugiriéndose un plazo que permita a los operadores interesados disponer de tiempo suficiente para preparar sus ofertas. Si bien se valora positivamente que se haya introducido un plazo de al menos 21 días en el plazo para presentar ofertas, debería especificarse, para que se entiendan cumplidas las recomendaciones que la CNMC ha realizado en informes previos, que se trata de días hábiles.
- (131) Resultaría conveniente detallar el plazo para la subsanación de errores.
- (132) Finalmente, en relación con la sublicencia (apartado 14 del PRO), se valora positivamente que se haya establecido un listado cerrado de causas de denegación, si bien algunas de esas causas son discrecionales. En especial las que se refieren al “*riesgo reputacional de la RFEF en caso de canales que emitan contenidos socialmente inadecuados*” o por la propia referencia a las cláusulas de exclusión (cuya indeterminación se ha señalado en el párrafo (127)).

### 3.4. Restricciones ligadas a publicidad, promoción y patrocinio

- (133) Establece la RFEF en el borrador de procedimiento obligaciones comerciales del adjudicatario relativas a la publicidad, ya criticadas por la CNMC en previos informes por ser restrictivas de la libertad de empresa y de la capacidad de rentabilización económica del operador adquirente de los derechos y por no basarse en ninguna circunstancia objetiva admisible<sup>2</sup>. Concretamente, se establece en el PRO que se reserven tiempos y espacios muy relevantes para la RFEF y sus miembros del programa de patrocinio (apartado 7 del PRO). La RFEF señala que pagará un precio de mercado, pero estas obligaciones son

---

<sup>2</sup> INF/DC/118/19, INF/DC/094/19, INF/DC/053/19, INF/DC/145/21, INF/DC/229/22, INF/DC/081/24, INF/CNMC/001/25, INF/CNMC/108/25

desproporcionadas y pueden llegar a provocar restricciones anticompetitivas en los mercados.

- (134) Se hace referencia a que el adjudicatario debe deberá respetar en todo momento el Programa de Patrocinio (apartado 7.1), documento que no ha sido entregado a la CNMC y cuyo contenido, por tanto, se desconoce. Se señala incluso que *“podrá ser modificado por la RFEF y comunicado al adjudicatario con la máxima antelación posible”*, sin precisar si el potencial licenciatario lo puede conocer (su contenido o su modificación) antes de formular su oferta o firmar el contrato, formulación que resulta inaceptable, más aún si se considera que el programa puede ser modificado por la RFEF con el contrato en vigor.
- (135) La CNMC insiste en la opinión expresada en anteriores informes respecto a que estas condiciones en materia de publicidad suponen una limitación injustificada de la libertad de empresa y de la capacidad de rentabilizar económicamente los derechos por parte del adjudicatario, sin justificación objetiva alguna y sin amparo en la normativa de aplicación. Por todo ello, la **CNMC considera que este tipo de disposiciones deben ser eliminadas.**

## 4. CONCLUSIONES

- (136) Vista la propuesta de comercialización de los derechos de explotación de contenidos audiovisuales de la final de la Copa de SM El Rey en España y Andorra, presentada con fecha 14 de agosto de 2025, por la RFEF para la emisión de Informe previo, la CNMC concluye que, si bien se han recogido determinadas recomendaciones efectuadas por esta CNMC en informes previos, **no cumple con determinados requisitos establecidos en el Real Decreto-ley 5/2015.**
- (137) Con el fin de adecuar la propuesta de comercialización sometida a informe a la norma y a los principios de Competencia, la RFEF debería:
- Ceñirse a las facultades que le han sido otorgadas conforme al Real Decreto-ley, esto es, la comercialización conjunta de los derechos audiovisuales incluidos en el ámbito de la norma y adecuar el contenido de la oferta de comercialización de derechos a esta facultad.
  - No dar a entender que son de su propiedad y libre disposición derechos que no le otorga el Real Decreto-ley 5/2015, como derechos de emisión de los que no dispone.
  - No incluir restricciones ligadas a la publicidad y promoción de los adjudicatarios, en particular las reservas de espacios publicitarios.

- Garantizar la consecución de un procedimiento transparente y competitivo, en particular en lo referente a las causas de exclusión y el procedimiento de adjudicación y también en la aplicación del precio de reserva.
- (138) En todo caso, se reitera que la Propuesta de comercialización presentada por la RFEF estará sujeta a los artículos 1, 2 y 3 de la Ley 15/2007, de Defensa de la Competencia (LDC), y 101 y 102 del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea (TFUE), en todos aquellos aspectos que excedan el amparo recogido en el Real Decreto-ley 5/2015.