

**INFORME SOBRE LA PROPUESTA DE  
LA REAL FEDERACIÓN ESPAÑOLA  
DE FÚTBOL PARA LA  
COMERCIALIZACIÓN DE LOS  
DERECHOS DE EXPLOTACIÓN DE  
CONTENIDOS DE VARIOS  
CAMPEONATOS DE FÚTBOL SALA**

**INF/DC/080/24**

19 de junio de 2024

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

## CONTENIDO

<b>1. Antecedentes .....</b>	<b>4</b>
<b>2. Marco normativo .....</b>	<b>4</b>
<b>3. Contenido de la propuesta objeto de informe previo .....</b>	<b>8</b>
3.1. <b>Introducción .....</b>	<b>9</b>
3.2. <b>Presentación de las bases conforme al Real Decreto Ley 5/2015             modificado por Real Decreto Ley 15/2020, 26/2020 y 15/2021. ....</b>	<b>10</b>
3.3. <b>Descripción de los lotes.....</b>	<b>10</b>
3.4. <b>Producción .....</b>	<b>15</b>
3.5. <b>Marcas, publicidad y promoción .....</b>	<b>15</b>
3.6. <b>Derechos no exclusivos. Derechos excluidos.....</b>	<b>16</b>
3.7. <b>Obligaciones del adjudicatario.....</b>	<b>17</b>
3.8. <b>Presentación de las ofertas: formato, procedimiento y requisitos... </b>	<b>18</b>
3.9. <b>Disposiciones legales .....</b>	<b>20</b>
<b>4. Valoración del documento de condiciones de comercialización de los     derechos de explotación de contenidos de fútbol sala.....</b>	<b>21</b>
4.1. <b>Atribución y comercialización de derechos más allá del Real             Decreto-Ley 5/2015 .....</b>	<b>22</b>
4.2. <b>Derechos ofertados, requisitos para la presentación de ofertas y             requisitos de adjudicación.....</b>	<b>24</b>
4.3. <b>Restricciones ligadas a publicidad, promoción y patrocinio .....</b>	<b>27</b>
<b>5. Conclusiones .....</b>	<b>28</b>

## **INFORME SOBRE LA PROPUESTA DE LA REAL FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE FÚTBOL PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE LOS DERECHOS DE EXPLOTACIÓN DE CONTENIDOS DE VARIOS CAMPEONATOS DE FÚTBOL SALA.**

**INF/DC/080/24 RFEF FÚTBOL SALA**

**CONSEJO. SALA DE COMPETENCIA**

### **Presidenta**

D<sup>a</sup>. Cani Fernández Vicién

### **Consejeros**

D<sup>a</sup> María Jesús Martín Martínez

D. Bernardo Lorenzo Almendros

D. Xabier Ormaetxea Garai

### **Secretario de la Sala**

D. Miguel Bordiú García-Ovies

En Madrid, a 19 de junio de 2024

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 23 de mayo de 2024, de elaboración del informe previo a la comercialización de los derechos de explotación de contenidos audiovisuales en España de varios campeonatos de fútbol sala para la temporada 2024/2025 en adelante, 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/DC/080/24

# INFORME SOBRE LA PROPUESTA DE LA REAL FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE FÚTBOL PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE LOS DERECHOS DE EXPLOTACIÓN DE CONTENIDOS DE VARIOS CAMPEONATOS DE FÚTBOL SALA PARA LAS TEMPORADAS 2024/25, 2025/26 Y 2026/27.

## INF/DC/080/24 RFEF – FÚTBOL SALA – ESPAÑA

### 1. ANTECEDENTES

- (1) Con fecha 23 de mayo de 2024, 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 varios campeonatos de fútbol sala, en España, para tres temporadas a partir de la temporada 2024/25. 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) En el presente informe será objeto de análisis la propuesta de comercialización de los derechos de explotación de contenidos audiovisuales de varios campeonatos de fútbol sala en España, concretamente el Campeonato de España/Copa de S.M. el Rey de fútbol sala, la Copa de España, la Supercopa masculina, la Primera División Femenina de Fútbol Sala, la Copa de S.M. la Reina de Fútbol Sala y la Supercopa de España de Fútbol Sala femenina.
- (3) La solicitud de informe de la RFEF, de 23 de mayo de 2024, se acompaña de un documento consistente en las bases de la oferta, y tres anexos denominados:
  - Anexo 1: producción
  - Anexo 2: formulario de oferta económica
  - Anexo 3: contrato de cesión de derechos para el territorio de España y Andorra

### 2. MARCO NORMATIVO

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

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

*futbolísticas correspondientes al Campeonato Nacional de Liga de Primera y Segunda División, a la Copa de S.M. el Rey, a la Supercopa de España y al resto de competiciones de ámbito estatal, tanto masculinas como femeninas, organizadas por la Real Federación Española de Fútbol<sup>1</sup>; así como fijar los criterios para la distribución de los ingresos obtenidos entre los organizadores y participantes en las mismas.*"

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

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

- (6) Lo previsto en el apartado 1.1, "se entiende sin perjuicio la emisión de breves resúmenes informativos a que hace referencia el artículo 19.3 de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual".
- (7) Este artículo excluye de su ámbito los derechos de explotación de contenidos para su emisión a través de los servicios de comunicación audiovisual radiofónica.
- (8) El Real Decreto-ley 5/2015 reconoce expresamente que la titularidad de los derechos audiovisuales corresponde a los clubes, si bien establece la necesidad de ceder las facultades de comercialización conjunta del Campeonato Nacional de Liga de Primera y Segunda División a la Liga Profesional que se cree a tal efecto, en los siguientes términos:

*"Artículo 2*

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

*2. La participación en una competición oficial de fútbol profesional conllevará necesariamente la cesión por sus titulares a la entidad organizadora de las facultades de comercialización conjunta de los derechos audiovisuales incluidos en el ámbito de aplicación de este real decreto-ley.*

*A efectos de este real decreto-ley, y sin perjuicio de las competencias reconocidas en la legislación deportiva general, tendrán la consideración de entidad organizadora:*

---

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

<sup>2</sup> Se añade nuevamente este párrafo segundo del texto original por la disposición final 11 del Real Decreto-ley 26/2020, al haber sido eliminado por la disposición final 5.1 del Real Decreto-ley 15/2020.

*a) La Liga Nacional de Fútbol Profesional, respecto del Campeonato Nacional de Liga de Primera y Segunda División.*

*b) La Real Federación Española de Fútbol, respecto de la Copa de S.M. el Rey, de la Supercopa de España y<sup>3</sup> del resto de competiciones de ámbito estatal que organice, tanto masculinas como femeninas, en todas las especialidades de la modalidad del fútbol en tanto dichas competiciones no sean declaradas competiciones profesionales. A partir de dicha declaración, adquirirá la condición de entidad organizadora la Liga Profesional que se cree a tal efecto.”*

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

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

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

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

- (11) Los principios y condiciones que rigen la comercialización conjunta de los derechos audiovisuales se establecen en el artículo 4, donde se establecen diferencias para la comercialización en los mercados nacional, de la Unión Europea e internacionales:

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

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

*3. Las entidades comercializadoras establecerán y harán públicas las condiciones generales que regirán la comercialización de los derechos de explotación de contenidos audiovisuales objeto de comercialización centralizada, incluyendo la configuración de las ofertas para su explotación en los mercados nacional y de la*

---

<sup>3</sup> A partir de este punto, redacción dada por la disposición final 5.1 del Real Decreto-ley 15/2020, de 21 de abril, de medidas urgentes complementarias para apoyar la economía y el empleo.

*Unión Europea, sus agrupaciones en Lotes y los requisitos para su adjudicación y explotación, que deberán respetar en todo caso los límites y principios establecidos en este real decreto-ley.*

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

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

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

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

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

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

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

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

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

*g) Una misma persona o entidad no podrá ser titular o adquirir de manera directa o indirecta derechos exclusivos de explotación en el mercado nacional de contenidos correspondientes a más de dos paquetes o Lotes, bien sea en el proceso de licitación o en un momento posterior mediante adquisición o cesión de derechos adquiridos por terceros, salvo que en algún Lote o paquete no existieran licitadores o adquirentes u otras ofertas económicamente equivalentes.*

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

---

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

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

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

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

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

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

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

- En trasposición de esta normativa, el artículo 143.2 de la Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual (LGCA), prevé:

*“El derecho a emitir en exclusiva contenidos audiovisuales previsto en el apartado anterior no se ejercerá de tal modo que prive a una parte sustancial del público residente en otro Estado miembro de la posibilidad de seguir acontecimientos calificados de interés general para la sociedad”.*

- Asimismo, el artículo 144.1 LGCA establece que

*“El titular del derecho exclusivo para difundir un acontecimiento de interés general para la sociedad permitirá a los prestadores del servicio de comunicación audiovisual la emisión de un breve resumen informativo en condiciones razonables, objetivas y no discriminatorias”.*

### 3. CONTENIDO DE LA PROPUESTA OBJETO DE INFORME PREVIO

(13) Mediante el escrito presentado a la CNMC el 23 de mayo de 2024, la RFEF solicita el informe previo al que alude el artículo 4 del Real Decreto-ley 5/2015 para la comercialización de los derechos de emisión en España de los siguientes campeonatos:



- Campeonato de España/Copa de S.M. el Rey de Fútbol Sala
  - Copa de España
  - Supercopa masculina
  - Primera División Femenina de Fútbol Sala
  - Copa de S.M. la Reina de Fútbol Sala
  - Supercopa de España de Fútbol Sala Femenina
- (14) En todos los casos, las temporadas ofertadas son 2024/25 a 2026/27 excepto para la Supercopa masculina, en que se ofrecen las temporadas 2025/26 y 2026/27.
- (15) El proceso de licitación se recoge en el precitado documento denominado “Bases para la presentación de ofertas para la comercialización de los derechos audiovisuales para las siguientes competiciones de fútbol sala” (las anteriormente citadas). En adelante, este documento se denominará “PRO”.
- (16) El PRO se estructura en diversos epígrafes:
- 1.- *Introducción.*
  - 2.- *Presentación de las bases conforme al Real Decreto Ley 5/2015 modificado por Real Decreto Ley 15/2020, 26/2020 y 15/2021.*
  - 3.- *Descripción de los lotes.*
  - 4.- *Producción.*
  - 5.- *Marcas, publicidad y promoción.*
  - 6.- *Derechos no exclusivos. Derechos excluidos.*
  - 7.- *Obligaciones del adjudicatario.*
  - 8.- *Presentación de las ofertas: formato, procedimiento y requisitos para la presentación y recepción de ofertas.*
  - 9.- *Disposiciones legales de la IRO.*
- (17) En el mismo documento se incluyen tres anexos: el Anexo 1, referido a la producción; el Anexo 2, referido a los formularios de oferta económica; y el Anexo 3, donde se recoge el contrato de cesión de derechos para el territorio de España y Andorra.
- (18) A continuación, se realiza un resumen del contenido principal del PRO, atendiendo al literal del texto, que posteriormente será objeto de valoración.

### 3.1. Introducción

- (19) El documento en su introducción indica que “La RFEF realiza la presente oferta de comercialización conjunta de los derechos audiovisuales de acuerdo con lo previsto en el Real Decreto-ley 5/2015, de 30 de abril, y en las modificaciones operadas por el Real

*Decreto-ley 15/2020, de 21 de abril, Real Decreto-ley 26/2020, de 7 de julio y por el Real Decreto-ley 15/2021, de 13 de julio*". También afirma que la RFEF puede comercializar conjuntamente los derechos de explotación de fútbol sala siempre que se respeten los contratos en que cada club hubiera comercializado sus derechos con un operador y por el plazo en que hubiera comercializado dichos derechos.

### **3.2. Presentación de las bases conforme al Real Decreto Ley 5/2015 modificado por Real Decreto Ley 15/2020, 26/2020 y 15/2021.**

- (20) En este apartado la RFEF anticipa el contenido de cada uno de los lotes que serán comercializados, indicando que en cada uno se detalla el alcance de la explotación, señalando si es en exclusiva o no, en abierto o codificado, y el ámbito geográfico de explotación, los requisitos de adquisición y explotación, condiciones de la oferta y la información básica general de las fechas y horarios de celebración de los eventos que se comercializan.
- (21) De igual forma, se afirma que el procedimiento para la adjudicación de los derechos será público, transparente, competitivo y sin discriminación entre candidatos, basados en criterios objetivos, fundamentalmente económicos. Cada lote se adjudicará de forma independiente.
- (22) Finalmente, se determina que el encargado de la gestión de la comercialización y de la aprobación de los criterios de la distribución de los ingresos obtenidos será el órgano de control de los derechos audiovisuales, constituido en aplicación de lo dispuesto en el artículo 8 del RDL 5/2015.

### **3.3. Descripción de los lotes**

- (23) La RFEF ofrece a los operadores interesados la posibilidad de ofrecer ofertas por alguno de los diez lotes, a saber:
- **Lote 1:** todos los partidos en directo correspondientes a la Copa de España, todos ellos en exclusiva y en abierto por una TDT nacional. Los partidos se jugarán de jueves a domingo (2 partidos de cuartos de final el jueves, dos partidos de cuartos de final el viernes, 2 partidos de semifinales el sábado, y la final el domingo), jugándose un total de siete partidos.
  - **Lote 2:** un partido de octavos (de primera elección), un partido de cuartos (de primera elección) y todos los partidos en directo correspondientes a la fase final o "final a cuatro" de la Copa de S.M. el Rey, todos ellos en exclusiva y en abierto por una TDT nacional. Los partidos se celebran entre semana excepto la fase final, que se jugarán en viernes y/o sábado y/o domingo.

- **Lote 3:** todos los partidos en directo correspondientes a la Copa del Rey en exclusiva (en abierto o cerrado para su emisión en todo el territorio nacional) salvo un partido de octavos, un partido de cuartos y la final a cuatro. En cualquier caso, la exclusiva debe entenderse en el sentido que los partidos que no se emitan en directo por el operador podrán ser emitidos en directo por los clubes participantes en dicho encuentro a través de las plataformas, canales y perfiles oficiales en las redes sociales de dichos clubes y/o también podrán ser emitidos por los canales oficiales de la RFEF.

Se especifica que la retransmisión se realizará en directo mediante una señal de televisión tradicional (TDT) o bien a través de cable, satélite, ondas hertzianas, ADSL o IPTV, Internet, wifi, tecnologías 3G, 4G y generaciones futuras, portales móviles, páginas web, y / o en streaming, así como cualquier otro sistema o modalidad existente o que se desarrolle en el futuro.

El adjudicatario está obligado a emitir como mínimo 10 partidos.

- **Lote 4:** el partido o partidos (1 o 3 partidos) en directo correspondientes a la Supercopa de España masculina, en exclusiva y en abierto por una TDT nacional.
- **Lote 5:** todos los partidos en directo (en abierto o cerrado para su emisión en todo el territorio nacional) correspondientes a la Segunda División Masculina y el playoff de ascenso a Primera División, todos ellos en exclusiva. En cualquier caso, la exclusiva debe entenderse en el sentido que los partidos que no se emitan en directo por los clubes participantes en dicho encuentro a través de las plataformas, canales y perfiles oficiales en las redes sociales de dichos clubes y/o también podrán ser emitidos por los canales de la RFEF.

Se especifica que la retransmisión se realizará en directo mediante una señal de televisión tradicional (TDT) o bien a través de cable, satélite, ondas hertzianas, ADSL o IPTV, Internet, wifi, tecnologías 3G, 4G y generaciones futuras, portales móviles, páginas web, y / o en streaming, así como cualquier otro sistema o modalidad existente o que se desarrolle en el futuro.

El adjudicatario está obligado a emitir como mínimo un partido de cada club como local a lo largo de la temporada, y al menos tres por jornada.

- **Lote 6:** un partido de cada jornada (de primera elección) en directo correspondiente a la fase regular y a los playoff por el título de la Primera División Femenina, todos ellos en abierto y en exclusiva por un canal TDT nacional. El adjudicatario de este lote tendrá derecho de primera elección sobre el adjudicatario del lote 7. Tendrá que definir su partido con un mínimo de cuatro semanas de antelación y emitirá como mínimo un partido de cada club jugando como local.

- **Lote 7:** todos los partidos de la Primera División Femenina en directo y en exclusiva (en abierto o cerrado para su emisión en todo el territorio nacional) salvo los correspondientes al Lote 6. En cualquier caso, la exclusiva debe entenderse en el sentido que los partidos que no se emitan en directo por el operador podrán ser emitidos en directo por los clubes participantes en dicho encuentro a través de las plataformas, canales y perfiles oficiales en las redes sociales de dichos clubes y/o también podrán ser emitidos por los canales de la RFEF.

Se especifica que la retransmisión se realizará en directo mediante una señal de televisión tradicional (TDT) o bien a través de cable, satélite, ondas hertzianas, ADSL o IPTV, Internet, wifi, tecnologías 3G, 4G y generaciones futuras, portales móviles, páginas web, y / o en streaming, así como cualquier otro sistema o modalidad existente o que se desarrolle en el futuro. El adjudicatario deberá emitir al menos tres partidos por jornada.

- **Lote 8:** los 7 partidos en directo correspondientes a la “final a ocho” de la Copa de S.M. la Reina en exclusiva y en abierto por un canal TDT.
- **Lote 9:** todos los partidos de la Copa de S.M. la Reina en exclusiva y en directo (en abierto o cerrado para su emisión en todo el territorio nacional), excepto los del lote 8 (“final a ocho”). En cualquier caso, la exclusiva debe entenderse en el sentido que los partidos que no se emitan en directo por el operador podrán ser emitidos en directo por los clubes participantes en dicho encuentro a través de las plataformas, canales y perfiles oficiales en las redes sociales de dichos clubes y/o también podrán ser emitidos por los canales de la RFEF.

Se especifica que la retransmisión se realizará en directo mediante una señal de televisión tradicional (TDT) o bien a través de cable, satélite, ondas hertzianas, ADSL o IPTV, Internet, wifi, tecnologías 3G, 4G y generaciones futuras, portales móviles, páginas web, y / o en streaming, así como cualquier otro sistema o modalidad existente o que se desarrolle en el futuro. También se menciona que el adjudicatario deberá emitir al menos tres partidos por jornada.

- **Lote 10:** los partidos (1 o 3) en directo correspondientes a la Supercopa de España Femenina, en exclusiva por un canal TDT nacional.

En todos los casos, el adjudicatario tendrá derecho a la emisión en diferido en régimen de no exclusiva.

- (24) El PRO explica que los modelos competitivos descritos pueden verse modificados durante la temporada por causas de fuerza mayor, siendo competencia de la Comisión Delegada de la Asamblea de la RFEF determinar las nuevas reglas de competición con la finalidad de adaptarlas a las causas de

fuerza mayor que sobrevengan durante el tiempo en el que persistan las mismas en todo o en parte. En ese supuesto, el pago final que deberá abonar el operador será proporcional al número de jornadas y/o de partidos que acaben disputándose en una misma temporada.

- (25) Las temporadas para las que se pueden presentar ofertas son 2024/25, 2025/26 y 2026/27 para todas las competiciones excepto para la Supercopa de fútbol sala masculina, en la que la licitación se realiza para las temporadas 2025/26 y 2026/27. Se especifica que la temporada se inicia el 1 de julio de cada año y finaliza el 30 de junio del año siguiente.
- (26) Los derechos a los que se refiere el PRO son respecto al territorio de España y Andorra. El adjudicatario o adjudicatarios deberán garantizar que los derechos sean exclusivamente accesibles desde el territorio, y se compromete/n a implementar todas aquellas medidas de seguridad, tales como la encriptación de señales o sistema de geo-bloqueo, 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.
- (27) Los adjudicatarios podrán ofrecer la opción al usuario de acceder a los comentarios de la retransmisión en todas las lenguas cooficiales en aquellos territorios en los exista una lengua cooficial.
- (28) En cuanto a la exclusividad, se detalla que todos los partidos que no se emitan en directo por el operador podrán ser emitidos en directo por los clubs participantes o por la RFEF a través de sus canales o redes sociales. Es importante destacar que la RFEF considera que, en estos casos, la producción será a cargo del club o la RFEF.
- (29) Esta exclusividad no impedirá que:
- Una vez finalizados los encuentros los clubs participantes en los mismos puedan emitir el diferido, en su integridad y/o en versiones resumidas o fragmentadas, de éstos en sus canales y plataformas oficiales.
  - Los clubs puedan grabar imágenes mediante medios propios del club o de la federación a los meros efectos internos de análisis técnico de los partidos y su uso para fines de entrenamientos y seguimiento de sus jugadores o de los equipos oponentes.
  - Los clubs puedan grabar y emitir imágenes de los momentos previos o posteriores al partido, de los banquillos, así como de cualquier otra imagen que no sea de la disputa del partido en la pista de juego.

- (30) El PRO impone a los operadores la obligación de facilitar al Departamento de Comunicación de la RFEF y de los clubes participantes un resumen de 4 minutos de duración aproximadamente sin que la RFEF ni los clubes participantes deban compensar o pagar cantidad alguna por dicha información e imágenes. Estas imágenes podrán ser usadas por la RFEF y los clubes participantes únicamente en su web y en sus redes sociales a partir de la finalización de cada partido.
- (31) Asimismo, el operador estará obligado a ceder en directo la totalidad de las imágenes que produzca y que estén relacionadas con la pista de juego a la RFEF a los efectos de, según se dice en el PRO, poder utilizarlas exclusivamente como soporte tecnológico para el video-arbitraje y/o para fines formativos. La RFEF no estará obligada a compensar cantidad económica alguna por la cesión de estas imágenes.
- (32) Se detallan horarios orientativos en que se celebrarán los partidos, concretamente entre 20:00 y 21:30 horas para los partidos disputados en viernes, los sábados entre las 12:00 y las 20:00 horas, los domingos o festivos entre las 11:00 y las 20:00 horas. En caso de jornadas disputadas entre semana, los horarios de inicio indicativos serán los martes, miércoles y jueves entre las 17:00 y 21:30 horas, o aquellos horarios específicos que estuvieren fijados para una competición en concreto en las normas y bases de competición.
- (33) En cuanto a los pagos, los adjudicatarios de cualesquiera de los lotes abonarán a la RFEF las cantidades ofrecidas en ocho pagos de igual cantidad, el día 30 de cada mes, iniciando el primero de los pagos el 30 de septiembre de cada temporada y finalizando el 30 de abril de cada temporada. Si el adjudicatario incurre en el incumplimiento de dos o más pagos, la RFEF podrá suspender la emisión de partidos hasta la satisfacción de las cantidades adeudadas, así como los intereses devengados hasta la fecha, aplicando un interés del 3% anual. Asimismo, la RFEF podrá solicitar que todas las obligaciones de pago anuales estipuladas en el contrato estén avaladas por un banco que se encuentre sujeto al control del Mecanismo Único de Supervisión, aval que podrá ser sustituido por el pago anticipado de las cantidades comprometidas.
- (34) Finalmente, la RFEF estipula que los derechos adquiridos por el adjudicatario no podrán ser objeto de sublicencia o cualquier otra forma de enajenación a terceros sin el consentimiento previo por escrito de la RFEF. La solicitud deberá dirigirse como mínimo diez días naturales antes de la fecha de emisión de los partidos y la RFEF tendrá un plazo de cinco días naturales para contestar. En caso de no hacerlo, se entenderá que la solicitud ha sido concedida. La denegación por parte de la RFEF deberá ser motivada.

### 3.4. Producción

- (35) Según el PRO, la RFEF asumirá la producción audiovisual de los partidos y podrá contar con un asesor técnico para ello, sea a través de sus propios medios o de terceros especializados. El adjudicatario deberá abonar mensualmente a la RFEF los costes de producción según el nivel de producción determinado en el primer anexo a las bases.
- (36) Adicionalmente, se determina la posibilidad de que la RFEF pueda encomendar la producción a la empresa adjudicataria en cuyo caso ésta asumirá la totalidad de los costes de producción sin nada que abonar a la RFEF. Para que esta encomienda sea posible la RFEF podrá solicitar de la adjudicataria que acredite que con anterioridad ha prestado un servicio de producción para una competición completa, similar a la que se le adjudique, en al menos dos de las últimas tres temporadas, y acreditar la disponibilidad de recursos propios para realizar la producción de una temporada completa. En ese caso, la RFEF y el adjudicatario firmarán un acuerdo autónomo de producción, y entregará la señal en directo a la RFEF sin coste alguno para la comercialización de los partidos fuera del territorio.
- (37) La RFEF o quien esta designe bajo su dirección elaborará el grafismo a utilizar por el adjudicatario en las retransmisiones en directo y resúmenes de los partidos, asumiendo el adjudicatario los costes, que no podrán superar la cantidad de 5.000€ por lote.

### 3.5. Marcas, publicidad y promoción

- (38) El adjudicatario deberá transmitir las cabeceras, cortinillas, gráficos y marcas propias de la competición. Además, dispone del derecho no exclusivo y la obligación de utilización del nombre de la RFEF, así como la denominación de la competición; el logotipo de la RFEF y la competición; y el logotipo de la competición en la cortinilla para el pase de las repeticiones.
- (39) Todos los signos distintivos de las competiciones y/o de la RFEF y/o de los clubes o federaciones 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 ella antes de su divulgación y/o publicación.
- (40) El adjudicatario podrá personalizar la emisión de los partidos 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.

- (41) Además, se indica que la RFEF comunicará al operador quien es el “title sponsor” de la competición, y el adjudicatario estará obligado a aplicar el correcto “naming” y logotipo del “title sponsor” y de la competición.
- (42) Se incluye una relación de tiempos promocionales que los adjudicatarios deberán poner a disposición de la RFEF, con un coste global de 10.000€ por temporada deportiva y por lote, excepto en Copa de España, Final de la Copa de S.M. el Rey, Supercopa masculina y Primera División RFEF de Fútbol Sala Masculino cuya cantidad será de 20.000€ por temporada deportiva. Los tiempos promocionales son:
- AUTOPROMOS: 4 autopromos o colas de patrocinio a emitir en los días previos al partido correspondiente por una duración total de 60 segundos, 15 segundos cada una.
  - 4 cartelas de patrocinio, una al inicio y al final de cada una de las partes. En total suman 60 segundos, 15 segundos cada una.
- (43) Los patrocinadores tendrán derecho de adquisición preferente de tiempos televisivos (spots o ventilaciones) alrededor del partido al mejor precio posible y se ofrecerán con al menos una semana de antelación. La RFEF facilitará al operador el listado de patrocinadores y sus actualizaciones.
- (44) Finalmente, ninguno de los adjudicatarios podrá designar ningún patrocinador de programaciones o contenidos relacionados con la competición que pueda entrar en conflicto con los patrocinadores principales de la RFEF y/o de la competición.

### **3.6. Derechos no exclusivos. Derechos excluidos**

- (45) La RFEF hace una relación de los derechos reservados o no transferibles que corresponden a los clubes y/o a la RFEF. Según el PRO, estos derechos son los siguientes:
- 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 24 horas después de su finalización, siempre que lo hagan directamente a través de un canal de distribución propio dedicado temáticamente a la actividad deportiva del club o entidad participante.
  - La RFEF, en su caso, y los Clubes y/o S.A.D que disputen los partidos 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 cuatro (4) minutos de duración en cada una de las plataformas, y para su publicación inmediatamente después a la



finalización del partido. En dichos casos la RFEF no utilizará imágenes de un único jugador o de un único club.

- La RFEF, en su caso, y los Clubes/SAD podrán explotar la publicidad virtual conforme a los acuerdos que alcance con los clubs. La explotación de la publicidad virtual corresponderá al Club/SAD en cuyo estadio se disputa el encuentro, excepto en la final que le corresponde a la RFEF. No obstante, el Club/SAD podrá ceder los derechos de explotación a la RFEF a cambio de una cantidad económica.
- La RFEF se reserva el derecho a autorizar a que los patrocinadores y/o proveedores oficiales de las competiciones puedan utilizar imágenes de las mismas en las propias plataformas del patrocinador para promocionar su asociación con la competición. No se podrán usar imágenes de un único jugador o de un único club siendo necesario utilizar al menos 4 jugadores de distintos clubs o a 4 clubes, sin que ninguno predomine por encima del resto de forma que el uso de las imágenes derive siempre del contexto de la competición.
- La RFEF podrá hacer uso del derecho de archivo de todos los partidos de la competición. En el caso de los clubes, estos podrán hacer uso del derecho de archivo de sus partidos.
- Finalmente, se incluyen en la relación también los derechos de circuito cerrado en el estadio en que se celebre cada partido y los derechos europeos e internacionales que se comercializarán por la RFEF.

(46) El PRO explicita que quedan excluidos del proceso los derechos que no se otorguen expresamente en este proceso de recepción de ofertas, como los derechos europeos e internacionales que se comercializarán por la RFEF, la explotación del betting, scouting, datos, videojuegos 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. Quedan expresamente incluidos el tratamiento de las imágenes para el segmento HORECA.

### **3.7. Obligaciones del adjudicatario**

(47) El operador o el sublicenciario elaborará resúmenes de cada partido de aproximadamente 4 minutos que facilitará a la RFEF y los equipos que lo soliciten, antes de 60 minutos después de finalizar el partido, sin coste, para su difusión en los canales propios de la RFEF y de los clubs que disputen cada partido. También deberá facilitar a la RFEF y a los clubs participantes el partido grabado.

- (48) Si lo desea, el operador o el sublicenciario podrá explotar y/o comercializar los resúmenes que elabore, y llevarán la mosca oficial del logotipo de la competición.

### **3.8. Presentación de las ofertas: formato, procedimiento y requisitos**

- (49) El PRO establece que las ofertas presentadas por los candidatos son firmes, incondicionales e irrevocables, por tanto, los candidatos no podrán presentar ofertas sujetas a condiciones distintas a las previstas en este tender. Los candidatos estarán vinculados por su oferta durante un período de sesenta días a computar desde la finalización del plazo para presentar ofertas, si bien ello no obsta para que el candidato, en las condiciones y plazos señalados en estas bases, presente una segunda oferta por un importe superior o mejore la oferta en un importe superior.
- (50) Se incluye un calendario del proceso con fechas que, en la versión enviada a la CNMC, están en su mayoría sin concretar. Solo se detalla que la apertura y valoración de las ofertas se producirá dentro de los siete días posteriores a la apertura, mientras que la adjudicación provisional será dentro de los quince días posteriores a la apertura de ofertas.
- (51) La RFEF proporcionará cualquier aclaración que se les pida de forma razonable respecto al contenido de estas bases. Las consultas y/o aclaraciones deberán dirigirse por correo electrónico a una dirección proporcionada por la RFEF dentro del plazo indicado en el calendario. La respuesta 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.
- (52) El candidato deberá ser una persona jurídica española y/o extranjera que tenga capacidad de obrar y de actuar en España, así como uniones de empresas que se constituyan temporalmente al efecto (UTE). En este caso, los requisitos de solvencia exigidos en las bases se aplicarán a los socios de la UTE considerados colectivamente como una sola empresa. La UTE podrá constituirse después de la adjudicación de los derechos. También se admite la posibilidad de que el candidato sea una persona física. 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
- (53) El candidato deberá presentar varios documentos, a saber: certificado actual de inscripción en el registro mercantil o registro correspondiente, copia de las últimas cuentas anuales auditadas por el candidato y su matriz en el supuesto de tratarse de una sociedad, apoderamiento o facultades del representante legal y acta de titularidad real.

- (54) También se le solicita que presente una declaración responsable firmada por el representante legal de la compañía en que se manifieste que la empresa no ha sido declarada penalmente responsable de los siguientes delitos: terrorismo, constitución o integración de una organización o grupo criminal, asociación ilícita, financiación ilegal de los partidos políticos, trata de seres humanos, corrupción en los negocios, tráfico de influencias, cohecho, fraudes, delitos contra la Hacienda Pública y la Seguridad Social, delitos contra los derechos de los trabajadores, prevaricación, malversación, negociaciones prohibidas a los funcionarios, blanqueo de capitales, delitos relativos a la ordenación del territorio y el urbanismo, la protección del patrimonio histórico y el medio ambiente, o a la pena de inhabilitación especial para el ejercicio de profesión, oficio, industria o comercio. La exclusión afectará 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.
- (55) Adicionalmente, se solicita que no se encuentre en concurso de acreedores en el momento de presentar la oferta y que se halle al corriente en el cumplimiento de las obligaciones frente a la Agencia Tributaria y la Seguridad Social.
- (56) Los solicitantes deberán aportar un informe técnico que detalle los siguientes extremos: características de los servicios de comunicación audiovisual para la emisión de los partidos indicando la cobertura territorial de que dispone; indicación del canal o canales de emisión; descripción de los medios propios suficientes para explotar los derechos ofertados, y su puesta a disposición al público; detalles de los planes de programación del lote que desea; descripción de la calidad de la señal; descripción de la cobertura y nivel de exposición acorde con los derechos; descripción de los medios disponibles para garantizar el compromiso del candidato en promocionar la competición; descripción del plan de programación de la competición incluyendo el nivel de cobertura y exposición; y la experiencia de la compañía o del profesional individual en los últimos 3 años en la explotación de contenidos audiovisuales, con expresa indicación de los contenidos relacionados con el fútbol.
- (57) Las causas de exclusión recogidas en el PRO son: no acreditar documentalmente y de manera suficiente los requisitos fijados en los apartados correspondientes, el incumplimiento de cualquiera de estos requisitos y la presentación fuera de plazo de la documentación señalada, salvo que sea subsanable.
- (58) En cuanto a la presentación de la oferta, los candidatos deberán enviar, por separado, la documentación referida a los requisitos generales y técnicos y, por otro lado, la oferta económica, que deberá estar acompañada por un compromiso de aval por parte de una entidad bancaria que se encuentre sujeta al control del

Mecanismo Único de Supervisión en caso de que la cuantía de la oferta supere los 150.000 euros.

- (59) Cada candidato podrá presentar oferta por uno o más lotes, si bien deberá presentar una oferta individual independiente por cada uno de los lotes.
- (60) El criterio de adjudicación será exclusivamente el de mejor oferta económica. La valoración será realizada por el órgano de evaluación, formado por el presidente de la RFEF o la persona que designe en su representación, el director financiero, el director de la asesoría jurídica, el director de competiciones, el director de marketing, el responsable del departamento de TV de la RFEF y el director de fútbol sala. Actuará como secretario del órgano un letrado de la asesoría jurídica.
- (61) En el PRO se detalla que, de conformidad con el artículo 4.4 g) del Real Decreto Ley 5/2015, una misma persona o entidad no podrá ser titular o adquirir de manera directa o indirecta derechos exclusivos de explotación en el mercado nacional de contenidos correspondientes a más de dos paquetes o lotes, bien sea en el proceso de licitación o en un momento posterior mediante adquisición o cesión de derechos adquiridos por terceros, salvo que en algún lote o paquete no existieran licitadores o adquirentes u otras ofertas económicamente equivalentes.
- (62) La RFEF establecerá un precio de reserva para cada uno de los lotes, que no figura en el texto remitido a la CNMC. Si las ofertas recibidas fueran inferiores al precio de reserva, la RFEF podrá adjudicar los derechos a la mejor oferta recibida, o bien convocar una nueva ronda de ofertas entre los candidatos admitidos en cuyo caso la primera oferta presentada por los candidatos seguirá siendo vinculante, pudiendo ser mejorada. La segunda ronda de ofertas se enviará a la dirección de correo electrónico indicado por la RFEF. Si en esta nueva ronda ninguna oferta alcanzase el precio de reserva, la RFEF podrá adjudicar los lotes a la mejor oferta económica o bien convocar una nueva ronda de ofertas, o bien proceder a la comercialización no exclusiva de los contenidos audiovisuales ofertados, o bien cancelar el concurso.
- (63) La RFEF se reserva el derecho de suspender o cancelar la licitación en caso de fuerza mayor, causa debidamente justificada o 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. Además, podrá ampliar los plazos establecidos en el calendario cuando las circunstancias lo exigieran.

### 3.9. Disposiciones legales

- (64) Por último, el PRO incluye, además de lo establecido anteriormente, otra serie de estipulaciones relacionadas con el proceso de explotación de los derechos

audiovisuales licitados bajo el epígrafe condiciones generales y cuyo contenido se expone someramente en el presente punto del informe:

- 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 causas de fuerza mayor.
- Obligación de colaboración en materia de integridad (amaño de partidos y normativa sobre apuestas), antipiratería y cualesquiera otras amenazas.

#### **4. VALORACIÓN DEL DOCUMENTO DE CONDICIONES DE COMERCIALIZACIÓN DE LOS DERECHOS DE EXPLOTACIÓN DE CONTENIDOS DE FÚTBOL SALA**

- (65) 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 presentada para la comercialización conjunta de los derechos audiovisuales de las competiciones de fútbol previstas en dicha norma, en este caso las competiciones citadas en apartados anteriores de fútbol sala masculino y femenino.
- (66) Las condiciones de comercialización objeto de este informe afectan al mercado nacional, más allá de que el territorio relevante engloba también a Andorra.
- (67) El presente informe no tiene por objeto valorar la compatibilidad de las condiciones de comercialización con los artículos 1, 2 y 3 de la LDC y 101 y 102 del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea (TFUE), en la medida que no es el cauce procedimental adecuado, sin perjuicio de que la CNMC pueda en un momento posterior, de oficio o tras una denuncia, investigar la compatibilidad con la normativa de competencia de las actuaciones que finalmente lleve a cabo la RFEF en relación con la comercialización de estos derechos audiovisuales.
- (68) En este sentido, la CNMC realiza las siguientes observaciones a las condiciones de comercialización presentadas por la RFEF para informe previo.

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

- (69) Respecto de las referencias a la **titularidad de los derechos** y a la condición de **productor** de la RFEF, el artículo 1.1 del Real Decreto-ley 5/2015 dispone que el objeto de la norma es regular la *comercialización* de los derechos de explotación audiovisual de las competiciones de fútbol. Por tanto, la norma ampara exclusivamente la comercialización de los derechos, es decir, no estarían comprendidas en el ámbito del real decreto-ley otras actividades fuera de esta comercialización tales como la *explotación, la emisión, la producción o la difusión directa* por la RFEF.
- (70) 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 e INF/DC/229/22.
- (71) En este sentido, es relevante tener en consideración la disposición transitoria primera del Real Decreto-ley, según la cual el sistema de comercialización conjunta “*será de aplicación a partir de la temporada en la que expire la vigencia del último contrato de explotación de derechos audiovisuales que hubiese suscrito individualmente un club o entidad que participe en la competición*”. Por tanto, el proceso valorado por este informe solo sería conforme a la normativa si se cumple esta condición.
- (72) Hay que subrayar que el artículo 33 de la Ley 10/90, del Deporte atribuye a las Federaciones deportivas españolas, bajo la coordinación y tutela del Consejo Superior de Deportes, en otras, la función de “Calificar y organizar, en su caso, las actividades y competiciones deportivas oficiales de ámbito estatal” y como tal entidad organizadora se reconoce a la RFEF en el real decreto-ley, no como titular de los derechos audiovisuales.
- (73) Asimismo, el artículo 8.1, en conexión con el artículo 7 d) del Real Decreto-ley establece que el órgano de control de la gestión de los derechos audiovisuales de la RFEF tiene la función, respecto a las competiciones que comercialice, de:

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

- (74) En el PRO se detalla que “[L]a producción audiovisual de los partidos será llevada a cabo por la RFEF que podrá contar al efecto con un asesor técnico, ya sea a través de sus propios medios técnicos y humanos o de terceros especializados debiendo la calidad de la misma ajustarse a los estándares de calidad establecidos” (apartado 4). Dicha previsión no es conforme con el Real Decreto-ley 5/2015 porque la RFEF se atribuye la capacidad de productora o de designar a otra entidad como tal cuando esa personalización debería poder ser realizada por el propio adjudicatario. Si bien es cierto que en el PRO se señala que “[L]a RFEF podrá encomendar la producción a la empresa adjudicataria en cuyo caso esta asumirá la totalidad de los costes de producción sin nada que abonar a la RFEF”, esto no es una potestad que la RFEF pueda o no conceder, sino una obligación legal que debe cumplir.
- (75) Respecto de la previsión, en sede de derechos excluidos de la oferta, de que “[En] todo caso, si el operador hace la producción, deberá facilitar al Departamento de Comunicación de la RFEF y de los clubes participantes un resumen de cuatro minutos de duración aproximadamente, sin que la RFEF o los clubes participantes deban compensar o pagar cantidad alguna por dichas imágenes. La RFEF y los clubes únicamente podrán usar esas imágenes en sus canales de distribución propios dedicados temáticamente a la actualidad de la RFEF o de los clubes”, hay que señalar que tal reserva no está amparada por el Real Decreto-ley 5/2015 [art. 2.3 a)]. Por un lado, y respecto de los clubes, no corresponde a la RFEF determinar la forma de explotación o comercialización de los derechos no incluidos en el proceso de venta centralizada. Por otro lado, la RFEF no ostenta estos derechos conforme al Real Decreto-ley 5/2015, que exclusivamente lo faculta para la venta centralizada.
- (76) En el mismo sentido, el derecho que reserva el borrador de oferta a la RFEF por el cual “[T]odos los partidos que no se emitan en directo por el operador podrán ser emitidos en directo por los clubs (sic) participantes o por la RFEF a través de sus canales o redes sociales. En estos casos, la producción será a cargo del club o la RFEF, interesados en la emisión”, no corresponde a la RFEF, puesto que el Real Decreto-ley no le atribuye más que la comercialización. Tal derecho, por el contrario, debe necesariamente restringirse al club o entidad en cuyas instalaciones se dispute el partido, tal como establece el artículo 2.3 a) del RD-ley 5/2015. También resulta desproporcionada la cesión a la RFEF de todas las imágenes producidas por el operador adjudicatario, no solo para el video-arbitraje sino también para fines formativos. (tal y como señala el apartado 3.7 del PRO)
- (77) Lo mismo cabe decir sobre la asignación a la REF de la facultad de “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”, lo cual no tiene amparo en el Real Decreto-ley 5/2015

- (78) El PRO se refiere a que " *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 24 horas después de la finalización del mismo, siempre que lo hagan directamente a través de un canal de distribución propio dedicado temáticamente a la actividad deportiva del club o entidad participante*". Pese a introducir las menciones a los clubes o S.A.D respecto a versiones anteriores, ese derecho está reservado por el Real Decreto-ley 5/2015 solo al club local, no a la RFEF, y a partir de la finalización de la jornada deportiva, no un tiempo tras la finalización de un determinado partido (artículo 2.3.a del Real Decreto-ley).
- (79) De la misma manera, la RFEF tampoco tiene el derecho a grabar y emitir imágenes de los momentos previos o posteriores al partido, de los banquillos, así como de cualquier otra imagen que no sea de la disputa del partido en la pista de juego (tal y como señala el apartado 3.7.2 del PRO). Tampoco tiene derecho la RFEF a emitir resúmenes para su difusión en sus canales propios (tal y como señala el apartado 7.1 del PRO) o las federaciones (aunque sí los clubes) a emitir el diferido, en su integridad y/o en versiones resumidas o fragmentadas, en sus canales y plataformas oficiales (tal y como señala el apartado 3.7.2 del PRO).
- (80) Tampoco tiene facultad legal la RFEF para reservarse " *el derecho a autorizar a que los Patrocinadores y/o Proveedores Oficiales de las Competiciones puedan utilizar imágenes de las mismas en las propias plataformas del patrocinador para promocionar su asociación con la Competición*". La adjudicación directa de derechos no está amparada por el Real Decreto-ley, debiéndose licitar conforme al mismo.
- (81) En relación con el denominado por la RFEF "derecho de archivo", (epígrafe 6.1.g) que se prevé en el borrador de oferta en favor de la RFEF en todo caso y de los clubes respecto de los partidos por ellos disputados, el mismo no está amparado en las previsiones del Real Decreto-ley 5/2015 y resulta desproporcionado.

#### **4.2. Derechos ofertados, requisitos para la presentación de ofertas y requisitos de adjudicación**

- (82) En primer lugar, respecto a los derechos ofertados, se valora positivamente que se clarifique el concepto de temporada (en el punto 3.4 del PRO), como se solicitaba en anteriores informes (véase por ejemplo, el INF/DC/162/22). Sin embargo, todavía hay una horquilla muy amplia para los horarios y días de celebración que genera incertidumbre sobre los adjudicatarios (véase sección 3.8.2 del PRO). De igual modo, la previsión incluida en algunos lotes de que sea obligatorio emitir un número mínimo de partidos de cada equipo como local resulta desproporcionada salvo que medie alguna justificación que no se ofrece.
- (83) Asimismo, y tal como se ha señalado en informes anteriores (véase el INF/DC/141/21), se observa cierta discrecionalidad por parte de la RFEF al



reservarse el derecho a rechazar cualquier oferta que esté condicionada y o sujeta a cualquier condición, cuando el real decreto-ley solo establece que las ofertas de los licitadores *“no podrán estar condicionadas a la adquisición de lotes o a la concurrencia de determinados eventos”*

- (84) En el PRO se establece una prestación o carga para los adjudicatarios que no está relacionada con la comercialización de derechos que regula el Real Decreto-ley 5/2015. Así, se establece que *“El grafismo a utilizar por el Adjudicatario en las retransmisiones en directo y resúmenes de los partidos será elaborado por la RFEF o quien esta designe bajo su dirección, asumiendo al adjudicatario los costes que no podrán superar la cantidad de 5.000€ por lote”*.
- (85) La carga que se establece de que *“[E]l operador o el sublicenciario elaborará resúmenes de cada partido de aproximadamente 4 minutos que facilitará por la vía que decidan (ftp, wetransfer por mail, carpeta compartida, etc) a la RFEF y los equipos que lo soliciten al operador, antes de 60 minutos después de finalizar el partido, sin coste, para su difusión en los canales propios de la RFEF y de los clubs que disputen cada partido”* (apartado 7.1), no tiene amparo en el Real Decreto-ley, en lo relativo a la RFEF ni al club. En el caso del club local, la facultad legal de emitir en diferido el encuentro no conlleva la carga para el adjudicatario de elaborar un resumen.
- (86) Si bien el documento sometido a informe prevé que *“el criterio de adjudicación será exclusivamente el de la mejor oferta económica”*, también se prevén una serie de requisitos técnicos y organizativos (apartado 8.4) que carecen de criterios de ponderación o baremos.
- (87) Como se ha señalado en anteriores informes, esa falta de criterios de ponderación resulta especialmente grave dado que se establecen como causas de exclusión (apartado 8.5) *“No acreditar documentalmente y de manera suficiente, todos y cada uno de los requisitos fijados en los apartados precedentes”* y *“El incumplimiento de cualquiera de los requisitos fijados en los apartados”*. Estas causas de exclusión resultan contrarias a los principios de transparencia y concurrencia de licitadores, dado que los llamados requisitos relacionados con la solvencia profesional y/o técnica del apartado 8.4 no establecen unos umbrales concretos que deban superarse por parte de los licitadores.
- (88) De igual modo, la exigencia de aval bancario, si bien se ha matizado respecto de otros procedimientos informados anteriormente por esta CNMC, continúa resultando excesiva en fase de presentación de ofertas, y es susceptible de restringir la concurrencia de licitadores. En cualquier caso, como parece inferirse que el aval solo sería necesario si la oferta supera 150.000€ por temporada, de exigirse el mismo, entonces se podría hacer solo para la parte de la oferta que supera los 150.000€.
- (89) También es conveniente valorar en qué medida es necesaria la exigencia de que los oferentes no mantengan deuda alguna con la RFEF, particularmente en fase

de presentación de ofertas, por los efectos negativos que ello pudiera tener sobre la competencia.

- (90) En cuanto a los precios de reserva, que en el documento presentado a la CNMC no han sido especificados, la CNMC ha recomendado que los mismos se hagan públicos en el PRO, tal como ha sido señalado por la CNMC en varios informes anteriores. Adicionalmente, la posibilidad que se reserva la RFEF de adjudicar los lotes a la mejor oferta económica o bien convocar una nueva ronda de ofertas, o bien proceder a la comercialización no exclusiva de los contenidos audiovisuales ofertados, o bien cancelar el concurso en caso de no alcanzarse los precios de reserva en segunda ronda resulta excesivamente discrecional.
- (91) Si bien en algunas competiciones se podría haber aspirado a una mayor división, se valora positivamente la división en varios lotes, lo que facilita una mayor competencia y por tanto una mayor competencia. De igual modo, se valora positivamente la división en varios lotes, lo que facilita una mayor competencia y por tanto una mayor competencia, así como la inclusión de la mención expresa a la previsión del artículo 4.4 g) del Real Decreto-ley, en relación con la limitación respecto de la adjudicación de más de dos lotes a un mismo adjudicador, que esta Comisión había reclamado. No obstante, la referencia a las “ofertas económicamente equivalentes” debería ser definida con mayor precisión, pues de lo contrario estaría concediendo cierta discrecionalidad para evitar la aplicación de esta norma.
- (92) Existen algunos lotes en los que no se aclara que la emisión deba ser necesariamente en abierto. De ser así, sería conveniente una aclaración para que los oferentes puedan saber si es una omisión no intencionada o si existe la posibilidad de que la emisión no sea en abierto. En cualquier caso, la imposición de emisión en abierto frente a otros formatos de emisión podría suponer una restricción a la competencia entre operadores que debería estar suficientemente justificada en caso de adoptarse.
- (93) Adicionalmente, en el Lote 3, referido a la Supercopa masculina de fútbol sala, no se especifica si se disputarán 1 o 3 partidos, pudiéndose optar por un formato de competición de partido único o de “final four”. Esta indefinición va en detrimento de la competencia en tanto que algunos potenciales oferentes pueden verse disuadidos de presentar ofertas al no poder calibrar adecuadamente los servicios que tendrán que asumir en caso de resultar adjudicatarios.
- (94) Respecto a los plazos para presentar ofertas, se recomienda que no sean demasiado ajustados. En este sentido, se sugiere un plazo que permita a los operadores interesados disponer de tiempo suficiente para preparar sus ofertas. Como en anteriores informes (por ejemplo, el INF/DC/229/22), se recomiendan al menos 20 días hábiles o un mes natural.

- (95) En relación con la sublicencia, que se somete a consentimiento previo y escrito de la RFEF, se deberán motivar por la RFEF los criterios para limitar o prohibir la sublicencia de manera que no resulte discrecional para la RFEF el conceder o no la autorización.
- (96) La previsión de una obligación indeterminada de “colaboración” con la RFEF a cargo del adjudicatario frente a cualquier amenaza de los derechos cedidos en materia de integridad (amaños, corrupción, apuestas) y antipiratería resulta contraria al principio de transparencia, en el sentido de que los candidatos no conocen el alcance concreto de tal colaboración, y deben ser concretada en sus requisitos mínimos, para seguridad jurídica de los candidatos y para evitar actuaciones discrecionales. Por otra parte, tal alcance debería ser proporcionado y ajustado a aquellas actuaciones de colaboración que requieran de la participación del licenciataria, y no incluir las que puedan ser desarrolladas por la propia RFEF.

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

- (97) 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>5</sup>. Concretamente, se establece que *“[N]inguno de los adjudicatarios podrá designar ningún patrocinador de programaciones o contenidos relacionados con la competición que pueda entrar en conflicto con los patrocinadores principales de la RFEF y/o de la competición”*.
- (98) Como se ha anticipado *supra*, se prevé además en el borrador de oferta que los adjudicatarios deberán poner a disposición de la RFEF una serie de tiempos promocionales (autopromociones, cartelas de patrocinio y sobreimpresiones).
- (99) Adicionalmente, se establece una obligación publicitaria no amparada por el Real Decreto-ley: *“La RFEF comunicará al operador quien es el title sponsor de la competición y el adjudicatario estará obligado a aplicar el correcto naming y logotipo del title sponsor y de la competición”* (apartado 5.1)
- (100) También se señala, en sede de formato de emisión, que *“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”* o que *“Las entrevistas a los jugadores se realizarán con las traseras de patrocinio que se faciliten por la RFEF”*.

---

<sup>5</sup> INF/DC/118/19, INF/DC/094/19, INF/DC/053/19, INF/DC/145/21, INF/DC/229/22

- (101) Pues bien, resultan injustificadas las previsiones del borrador de procedimiento que limitan la emisión publicitaria de los adjudicatarios, la cual solamente debe verse condicionada por la normativa audiovisual y por lo previsto en el Real Decreto 5/2015.
- (102) Por tanto, 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.**

## 5. CONCLUSIONES

- (103) Vista la propuesta de comercialización de los derechos de explotación de contenidos audiovisuales de diversos campeonatos de fútbol sala en España y Andorra, presentada con fecha 23 de mayo de 2024 por la RFEF para la emisión de Informe previo, la CNMC concluye que **no cumple con determinados requisitos establecidos en el Real Decreto-ley 5/2015.**
- (104) 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 en condición de productora.
  - No incluir restricciones ligadas a la publicidad y promoción de los adjudicatarios.
  - Fijar los criterios para la valoración de los requisitos para la adjudicación de los lotes, para garantizar la consecución de un procedimiento transparente y competitivo.
- (105) En ese sentido, 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.