

**INFORME SOBRE LA PROPUESTA DE
LA REAL FEDERACIÓN ESPAÑOLA
DE FÚTBOL PARA LA
COMERCIALIZACIÓN DE LOS
DERECHOS DE EXPLOTACIÓN DE
CONTENIDOS DE LA PRIMERA
DIVISIÓN MASCULINA DE FÚTBOL
SALA EN VARIOS TERRITORIOS
EUROPEOS E INTERNACIONALES
PARA LAS TEMPORADAS 2024/25 Y
2025/26**

INF/CNMC/001/25

22 de enero de 2025

www.cnmc.es

CONTENIDO

1. Antecedentes	4
2. Contenido de la propuesta objeto de informe previo	4
2.1. Introducción y presentación de las bases conforme al Real Decreto Ley 5/2015.....	5
2.2. Descripción del lote y de la competición	5
2.3. Marcas, publicidad y promoción	9
2.4. Derechos no exclusivos. Derechos excluidos.....	10
2.5. Presentación de las ofertas: formato, procedimiento y requisitos... 	11
2.6. Disposiciones legales	13
3. Valoración del documento de condiciones de comercialización de los derechos de explotación de contenidos de fútbol sala.....	14
3.1. Atribución y comercialización de derechos más allá del Real Decreto-Ley 5/2015	15
3.2. Derechos ofertados, requisitos para la presentación de ofertas y requisitos de adjudicación.....	17
3.3. Restricciones ligadas a publicidad, promoción y patrocinio	19
4. Conclusiones	19

INFORME SOBRE LA PROPUESTA DE LA REAL FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE FÚTBOL PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE LOS DERECHOS DE EXPLOTACIÓN DE CONTENIDOS DE LA PRIMERA DIVISIÓN MASCULINA DE FÚTBOL SALA EN VARIOS TERRITORIOS EUROPEOS E INTERNACIONALES.

INF/DC/001/25 RFEF FÚTBOL SALA

CONSEJO. SALA DE COMPETENCIA

Presidenta

D^a. Cani Fernández Vicién

Consejeros

D. Bernardo Lorenzo Almendros

D. Xabier Ormaetxea Garai

D^a Pilar Sánchez Núñez

Secretario de la Sala

D. Miguel Bordiú García-Ovies

En Madrid, a 22 de enero 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 27 de diciembre de 2024, de elaboración del informe previo a la comercialización de los derechos de explotación de contenidos audiovisuales de la Primera División masculina de fútbol sala en varios territorios europeos e internacionales, para las temporadas 2024/25 y 2025/26, 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/001/25

INFORME SOBRE LA PROPUESTA DE LA REAL FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE FÚTBOL PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE LOS DERECHOS DE EXPLOTACIÓN DE CONTENIDOS DE LA PRIMERA DIVISIÓN DE FÚTBOL SALA MASCULINA EN VARIOS TERRITORIOS EUROPEOS E INTERNACIONALES PARA LAS TEMPORADAS 2024/25 Y 2025/26.

INF/CNMC/001/25 RFEF – FÚTBOL SALA – VARIOS TERRITORIOS EUROPEOS E INTERNACIONALES

1. ANTECEDENTES

- (1) Con fecha 27 de diciembre 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 la Primera División masculina de fútbol sala, en varios territorios europeos e internacionales, para las temporadas 2024/25 y 2025/26. 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 27 de diciembre de 2024, se acompaña de dos documentos consistentes en las bases de la oferta para para países europeos dentro y fuera de la Unión Europea y para varios territorios internacionales.

2. CONTENIDO DE LA PROPUESTA OBJETO DE INFORME PREVIO

- (3) Mediante el escrito presentado a la CNMC el 27 de diciembre 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 varios territorios europeos e internacionales del campeonato de Primera Federación (Primera División) masculina de fútbol sala.
- (4) Las temporadas ofertadas son 2024/25 y 2025/26.
- (5) El proceso de licitación se recoge en dos documentos denominados “Bases para la presentación de ofertas para la comercialización de los derechos

audiovisuales de la Primera División de Fútbol Sala masculina de las temporadas 2024/25 y 2025/26 para países de la Unión Europea y algunos territorios en Europa” y “Condiciones de comercialización de los derechos audiovisuales de las siguientes competiciones de la categoría la Primera División de Fútbol Sala masculina (sic.) en el ámbito internacional (excluida España y algunos países de Europa) para las temporadas 2024/25 y 2025/26”. En adelante, estos documentos, cuyas condiciones son similares entre sí, se denominarán de forma conjunta “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. Introducción y presentación de las bases conforme al Real Decreto Ley 5/2015.

- (7) 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”.

- (8) Posteriormente, la RFEF especifica que los derechos que se comercializan 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 difusión, tanto en directo como en diferido.
- (9) También 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 7 del RDL 5/2015.

2.2. Descripción del lote y de la competición

- (10) Según el PRO, corresponderá exclusivamente a la RFEF las decisiones sobre el análisis y valoración de las ofertas, la adjudicación, la firma de los contratos y la percepción de las cantidades ofrecidas por los candidatos directamente a la RFEF. Se incluye una dirección, tanto física como de correo electrónico, en la que los interesados pueden ponerse en contacto con la RFEF.

- (11) La RFEF ofrece a los operadores interesados la posibilidad de realizar ofertas por un lote único, compuesto por:
- Un partido por cada jornada en competición regular masculina, para su emisión en régimen de exclusiva en abierto o cerrado.
 - 3 partidos en cuartos de final del play-off por el título masculino, para su emisión en directo, en exclusiva, en abierto o cerrado.
 - 3 partidos en semifinales del play-off por el título masculino, para su emisión en directo, en exclusiva, en abierto o cerrado.
 - Todos los partidos de la final del play-off por el título masculino, para su emisión en directo, en exclusiva, en abierto o cerrado.
- (12) Este lote está referido a las temporadas 2025/25 y 2025/26.
- (13) El PRO detalla que en la Primera División masculina participan, en la fase regular, un total de 16 equipos. Esta fase regular se desarrolla a lo largo de 30 jornadas de competición, de forma que todos los clubes se enfrentan entre sí en partidos de ida y vuelta, para un total de 240 partidos. Durante cada jornada se jugarán 8 partidos, que pueden ser de viernes a domingo, y ocasionalmente habrá jornadas entre semana.
- (14) Finalizada la fase regular se disputará un play-off por el título, del cual forman parte los 8 equipos mejor clasificados al finalizar la trigésima jornada de la fase regular, mediante cuatro eliminatorias de cuartos de final (al mejor de tres partidos), dos eliminatorias de semifinales (al mejor de tres partidos) y una final al mejor de cinco partidos. Por tanto, la fase final está compuesta por entre 15 y 23 partidos, que se jugarán en cualquier momento de la semana.
- (15) En cuanto a los territorios, el documento referido a comercialización en territorios europeos señala que los derechos se ofrecen para los países de la Unión Europea y otros países de Europa no especificados en el texto remitido a la CNMC. El documento referido a las condiciones de comercialización en territorios internacionales afirma que los derechos se comercializarán en todos los países indicados en el anexo 1, anexo que no ha sido facilitado a la CNMC.
- (16) En ambos casos se detalla que el adjudicatario deberá garantizar que los derechos sean exclusivamente accesibles desde el territorio y se comprometa a implementar todas las 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. En el documento referido a los territorios europeos se especifica que se deberá cumplir con 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.

- (17) Igualmente, en lo que respecta a los contenidos accesibles a través de internet o cualquier otro medio de emisión equivalente, el adjudicatario que explote el contenido audiovisual mencionado debe comprometerse a implantar todas aquellas medidas que impidan la copia, almacenamiento, conservación o envío de cualesquiera de los contenidos audiovisuales adquiridos, así como a utilizar un sistema que prohíba el acceso o visualización fuera del territorio.
- (18) Los adjudicatarios podrán ofrecer la opción al usuario de acceder a los comentarios de la retransmisión en cualquier idioma, preferiblemente en los idiomas oficiales de cada territorio.
- (19) El PRO establece que los adjudicatarios tendrán el derecho en exclusiva de emisión en directo y en diferido de los partidos anteriormente reseñados, y que éstos serán ofrecidos por la RFEF al operador. Los operadores deberán garantizar la retransmisión en directo. La retransmisión se realizará en abierto o cerrado mediante una señal de televisión tradicional (TDT) o bien a través de cable, satélite, ondas hertzianas, ADSL o IPTV, Internet (incluido el formato OTT), 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 y en cualquier dispositivo. Se excluye el segmento denominado Horeca, que comprende hoteles, bares, cafeterías y restaurantes. Se excluye también la comercialización de los datos para las estadísticas. No se incluyen los datos para el *betting* ni los derechos de *scouting* ni ningún otro derecho distinto al expresamente ofrecido.
- (20) En cuanto a la exclusividad, se detalla que ésta no afectará al derecho de los clubes participantes en los encuentros para poder grabar imágenes 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. La concesión de la autorización o denegación respecto de tales grabaciones recaerá en el equipo que dispute el partido en condición de equipo local. De igual modo, los clubes podrán 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.
- (21) En cuanto a los diferidos, la RFEF hace alusión a:

“la emisión ilimitada de los diferidos de cada partido y en su totalidad, con posterioridad a su grabación y dentro de la temporada a que dichos partidos correspondan”

- (22) La RFEF estipula que el adjudicatario podrá otorgar sublicencias siempre con autorización previa y expresa de la RFEF, debiendo garantizarse por el sublicenciante el cumplimiento por parte del sublicenciatario de las obligaciones establecidas en el lote y que el sublicenciatario cumple con todas las condiciones establecidas para los candidatos conforme a lo establecido en las presentes bases. Al solicitar autorización para la sublicencia se indicará con detalle el canal y las audiencias del mismo, y dicha solicitud deberá realizarse como mínimo 10 días naturales antes de la fecha de emisión de los partidos que se desean sublicenciar. La RFEF contestará a la solicitud en el plazo de 5 días naturales a contar desde que obre en su poder toda la documentación completa necesaria para analizar la misma y en ausencia de respuesta en el plazo indicado se considerará que la solicitud ha sido concedida. Si la RFEF denegara la autorización deberá ser de forma motivada.
- (23) Las fechas y horarios definitivos de cada partido serán determinados por la RFEF. A efectos orientativos se establece que los sábados y los domingos se disputarán entre las 11:00h y las 23:30h, mientras que entre semana la RFEF designará las fechas y horarios de los partidos de forma que pueda configurarse el calendario respetando las diversas normas que influyen en él (descanso de tres días entre partido, etc.). Los horarios de inicio indicativos serán los martes, miércoles y jueves entre las 19:00 y las 23:30 horas. La RFEF se reserva el derecho de modificar las fechas y los horarios de los partidos, y comunicará al adjudicatario el partido disponible cada jornada de la competición con una antelación mínima de 5 días naturales previos a cada jornada en la fase regular y en el plazo de dos días después del sorteo de los playoffs.
- (24) El PRO también detalla que la RFEF o la compañía que esta designe, o quien tenga asumida la producción, facilitará a cada operador internacional la señal en directo de cada uno de los partidos. Esta señal audiovisual estará disponible en formato *clean feed* o bien señal internacional con grafismo en español. Los costes técnicos derivados del envío de la señal en directo desde la localización que establezca la RFEF en España hasta el operador internacional deberán ser asumidos por este último. El adjudicatario abonará esos costes directamente a la compañía indicada por la RFEF que será la prestadora del servicio.
- (25) El adjudicatario podrá personalizar la producción entregada por la RFEF de acuerdo con sus preferencias mediante el uso de locuciones, comentarios y apariciones de sus locutores, narradores y comentaristas. Si precisara de algún servicio *on site*, este servicio será facilitado por el '*Host Broadcaster*' del partido, de acuerdo con una hoja de tarifas puesta a disposición del adjudicatario. Entre estos servicios se incluyen entre otras la distribución, el *TV Compound*, el equipamiento de las posiciones de los comentaristas, etc. No obstante, el

adjudicatario entiende que cualquier derecho relativo a la propiedad intelectual de dicha personalización se regulará de acuerdo con la Cláusula de Propiedad Intelectual que rige la oferta.

- (26) Los derechos adquiridos y las obligaciones contraídas por el adjudicatario son personales y por tanto no los podrá vender, asignar, transferir, ni enajenar de otra manera a terceros sin el consentimiento previo y expreso por escrito de la RFEF.

2.3. Marcas, publicidad y promoción

- (27) El adjudicatario deberá transmitir las cabeceras, cortinillas, gráficos y marcas propias de la competición, así como su logotipo correspondiente. 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.
- (28) 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. 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. No se podrá hacer uso de los signos distintivos de los clubs.
- (29) 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 “*namings*” y logotipo del “*title sponsor*” y de la competición.
- (30) Se establecen varias condiciones que el adjudicatario debe respetar para la explotación de oportunidades publicitarias:
- En primer lugar, no se podrá formalizar ningún acuerdo publicitario con entidades que puedan suponer una amenaza para la reputación de la RFEF, incluyendo, pero no limitándose a: compañías con antecedentes dudosos (tales como estados financieros débiles, condenadas por soborno, piratería y/u otros delitos), y/o compañías que participan en la fabricación de armas.
 - En segundo lugar, los contratos publicitarios deberán cumplir con la normativa nacional del Territorio Autorizado.
 - En tercer lugar, el Operador no podrá designar ningún patrocinador de programaciones o contenidos relacionados con la competición que pueda

entrar en conflicto con los patrocinadores de la RFEF y/o de la competición, ni de forma que se pudiera entender que patrocinan a la RFEF, la competición y/o los clubs de la competición.

- (31) El documento referido a las condiciones de comercialización internacionales añade un cuarto epígrafe: “*costos producidos en relación con cualquier reclamo, multa, sanción y otros daños consecuentes o indirectos que puedan surgir*”
- (32) Finalmente, en lo que se refiere a la publicidad virtual, entendiéndose como tal la colocación de anuncios en instrumentos digitales que permiten la reproducción de diferentes anuncios durante el partido y que están situados en puntos específicos dentro del Estadio (por ejemplo, gradas, soportes de publicidad, vallas estáticas, UTV, etc.), el adjudicatario reconoce que la RFEF podrá utilizar exclusivamente dichos instrumentos para reproducir anuncios digitales con fines publicitarios. Como tal, el adjudicatario se compromete a no modificar el contenido del instrumento digital, salvo en el caso de que el anuncio mostrado sea contrario a las disposiciones legales aplicables del territorio autorizado del adjudicatario.

2.4. Derechos no exclusivos. Derechos excluidos

- (33) La RFEF expone que la adjudicación se realizará sin perjuicio de los siguientes derechos:
- La RFEF podrá retransmitir en sus plataformas de medios oficiales designados las imágenes de los partidos en diferido, en su integridad y/o versiones resumidas o fragmentadas, a partir de 24 horas después de la finalización del mismo, siempre que lo hagan directamente a través de un canal de distribución propio de la RFEF dedicado temáticamente a la actividad deportiva de la RFEF y de sus competiciones.
 - La RFEF y los clubs que disputen los partidos tanto en calidad de equipo local como en calidad de equipo visitante podrán elaborar clips de imágenes en sus perfiles oficiales de las redes sociales aplicaciones, canales de la marca RFEF o de los clubs en plataformas digitales (YouTube y similares) y página web oficiales de los clubs. Dicha utilización estará restringida hasta cinco minutos de duración en total, y su publicación posterior a la finalización del partido. Dichos resúmenes podrán ser publicados en todo el mundo.
 - 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.

- Los clubes que disputen los partidos en calidad de equipo local y la RFEF, cuando el partido sea organizado por ella y/o se dispute en campo neutral, se reservan la explotación de 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.
- (34) Según el PRO, la RFEF y los clubs participantes podrán hacer uso del derecho de archivo de todos los partidos de la competición y de cualquier archivo digital, entre ellos los tokens o NFTs.
- (35) La RFEF se considera cotitular, junto a los clubs, de todos los derechos de propiedad intelectual de la competición. El PRO establece que, una vez concluido el plazo de vigencia del contrato de comercialización, la RFEF y los Clubs/SAD participantes ostentarán la totalidad de los derechos de propiedad intelectual 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.
- (36) Finalmente, el PRO establece que quedan excluidos de este proceso los derechos que no se otorguen expresamente en este proceso de recepción de ofertas, a modo de ejemplo, la explotación en otros territorios, los videojuegos, la realidad virtual, realidad aumentada, el metaverso o los derechos de *scouting*.

2.5. Presentación de las ofertas: formato, procedimiento y requisitos

- (37) El PRO establece que La RFEF se reserva el derecho a rechazar cualquier oferta que esté sujeta a cualquier condición distinta a las previstas en el documento y/o que no cumpla con los requisitos que en él se establecen.
- (38) El documento referido al procedimiento en territorios europeos incluye un calendario del proceso con fechas que, en la versión enviada a la CNMC, están en su mayoría sin concretar. En este sentido, en el apartado relativo a la apertura y valoración de las ofertas, únicamente se detalla que esto se producirá dentro de los diez días posteriores a la apertura, sin aportar un calendario más preciso. El documento referido a los territorios internacionales también hace una descripción de los hitos del proceso, pero no aclara de cuántos días dispone la RFEF para la valoración o la adjudicación. En ambos casos se incluye una dirección de correo electrónico en que los candidatos pueden formular consultas.
- (39) El candidato deberá ser una persona jurídica española y/o extranjera que tenga capacidad de obrar y de actuar en España. Deberá presentar varios documentos,

a saber: inscripción en el registro mercantil, apoderamiento o facultades del legal representante de la compañía, certificado de estar al corriente de sus obligaciones tributarias con la AEAT y certificado de estar al corriente de sus obligaciones con la Seguridad social, estos dos últimos requisitos para empresas radicadas en España. Asimismo, las empresas no deberán encontrarse en concurso de acreedores en el momento de presentar la candidatura.

- (40) Los solicitantes deberán aportar un informe elaborado por el candidato donde conste el plan de programación de la competición, incluyendo el nivel de cobertura y exposición y la experiencia de la compañía en la explotación de contenidos audiovisuales, con expresa indicación de los contenidos relacionados con el fútbol. Si la oferta se presenta por un intermediario deberá elaborar un informe en el que se indique la descripción general de sus actividades señalando de forma expresa su oferta de contenido deportivo, y presentará plan de actuación que incluya la cobertura esperada por la explotación de los contenidos audiovisuales en caso de resultar adjudicatario de los mismos.
- (41) 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. Estas causas de exclusión no figuran en el documento referido a los territorios internacionales, pese a que se hace referencia a que *“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”*.
- (42) En cuanto a la presentación de la oferta, el PRO establece que los candidatos deberán presentar la información referida en los puntos anteriores, junto con la oferta económica, de conformidad con el formulario del anexo 2, no remitido a la CNMC. La oferta económica consistirá en una cantidad monetaria en euros, y no incluirá los impuestos. Se proporciona una dirección de correo electrónico a la que los candidatos podrán enviar sus ofertas. En el documento referido a los territorios europeos se aclara que la RFEF no tendrá acceso a la información que los interesados remitan a dicha dirección de email hasta la fecha y hora de apertura de candidaturas que se realizará ante notario.
- (43) Según el PRO, el órgano de control de la gestión de los derechos audiovisuales procederá a la adjudicación provisional de los derechos siempre que previamente se hubieran adjudicado en el tender de España a efectos de la producción de los partidos. La RFEF cumplirá con los principios de

transparencia, competitividad, equidad y no discriminación de cada uno de los candidatos.

- (44) El criterio de adjudicación será la mejor oferta económica. La RFEF podrá abrir una segunda ronda de mejora de las ofertas. En el caso de producirse una oferta por uno o por más lotes individuales y una oferta por lotes agrupados por regiones sobre los mismos territorios, la RFEF informa que realizará una comparación entre el lote individual y lote por regiones y adjudicará los derechos a la contraprestación más alta.
- (45) Según el PRO, si las ofertas recibidas no cumplieran el objetivo de ser rentables económicamente, se podrá proceder a la comercialización no exclusiva de los contenidos audiovisuales ofertados o bien a cancelar el concurso. Debido a la naturaleza de la comercialización no exclusiva, las condiciones de comercialización deberán ser negociadas caso por caso con los interesados con respeto siempre a los principios de no discriminación y máxima competencia posible.
- (46) Ningún acuerdo de derechos de difusión en los medios será vinculante para la RFEF hasta que dicho acuerdo haya sido aceptado, a su entera discreción, y plenamente otorgado por la RFEF, dentro del plazo fijado en las presentes bases o el que se acuerde con el operador y respetando las condiciones establecidas en la misma.
- (47) Finalmente, la RFEF se reserva el derecho de suspender o cancelar la licitación por causa de fuerza mayor, o causa debidamente justificada o bien 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. También se podrá cancelar la licitación en el supuesto de que no se hubieran adjudicado los derechos en el procedimiento de España.

2.6. Disposiciones legales

- (48) 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.

3. VALORACIÓN DEL DOCUMENTO DE CONDICIONES DE COMERCIALIZACIÓN DE LOS DERECHOS DE EXPLOTACIÓN DE CONTENIDOS DE FÚTBOL SALA

- (49) 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 la Primera División masculina de fútbol sala.
- (50) Las condiciones de comercialización objeto de este informe afectan a varios territorios europeos, pertenecientes y no pertenecientes a la UE, e internacionales.
- (51) Las condiciones de comercialización objeto de este informe afectan al mercado del EEE, por lo que es de aplicación el Real Decreto-ley 5/2015, en particular en lo que afecta a este informe, el artículo 4, relativo al contenido debido de las condiciones de comercialización conjunta, así como al deber de las entidades comercializadoras, aquí la RFEF, de solicitar informe previo de la CNMC sobre tales condiciones de comercialización. También afecta a países que se encuentran fuera del EEE, por lo que para estos últimos es de aplicación el Real Decreto-ley 5/2015 a excepción de sus artículos 4.2, 4.3 primer párrafo y 4.4.
- (52) 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.
- (53) En este sentido, la CNMC realiza las siguientes observaciones a las condiciones de comercialización presentadas por la RFEF para informe previo.

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

- (54) 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.
- (55) 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 e INF/DC/080/24.
- (56) En el PRO se detalla que *“La RFEF o la compañía que esta designe, o quien tenga asumida la producción, facilitará a cada operador internacional la señal en directo de cada uno de los partidos”* (apartado 3.9). 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. Adicionalmente, el PRO establece que *“Los costes técnicos derivados del envío de la señal en directo desde la localización que establezca la RFEF en España hasta el operador internacional deberán ser asumidos por este último”*, lo que agrava la atribución de la RFEF al pretender cargar al adjudicatario con los costes.
- (57) En lo referente a la producción, sería conveniente aclarar lo dispuesto en el apartado 7.8.1 del PRO, donde se establece que *“El órgano de control de la gestión de los derechos audiovisuales procederá a la adjudicación provisional de los derechos siempre que previamente se hubieran adjudicado en el tender de España a efectos de la producción de los partidos”*. Ello también induce a pensar que es la RFEF la que está designando al productor, lo cual entraría en colisión con la normativa.
- (58) Adicionalmente, en sede de derechos excluidos de la oferta, la RFEF se atribuye derechos no amparados por el Real-Decreto Ley 5/2015. Así, frente a la pretensión de *“elaborar clips de imágenes en sus perfiles oficiales de las Redes*

Sociales aplicaciones, canales de la marca RFEF o de los clubs en plataformas digitales (YouTube y similares) y página web oficiales de los clubs”, utilización restringida hasta cinco minutos de duración en total, cabe señalar que, por un lado, y respecto de los clubs, 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.

- (59) Lo mismo cabe decir sobre la asignación a la REF de la facultad de *“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”*, lo cual 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.
- (60) El PRO también se refiere a que *“La RFEF podrá retransmitir en sus plataformas de medios oficiales designados las imágenes de los partidos en diferido, en su integridad y/o versiones resumidas o fragmentadas, a partir de 24 horas después de la finalización del mismo, siempre que lo hagan directamente a través de un canal de distribución propio de la RFEF dedicado temáticamente a la actividad deportiva de la RFEF y de sus competiciones”*. De nuevo, 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).
- (61) Ello también es de aplicación respecto de la pretensión de reservar *“la explotación de 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”* a la RFEF y a los clubs, cuando este derecho solo está atribuido a los segundos.
- (62) Del mismo modo, se recuerda que, según el artículo 2.3.a) del mencionado Real Decreto-ley, *“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 [l]a 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”*.
- (63) En relación con el denominado por la RFEF “derecho de archivo”, (epígrafe 6.2) que se prevé en el borrador de oferta en favor de la RFEF de los clubs, el mismo no está amparado en las previsiones del Real Decreto-ley 5/2015 y resulta desproporcionado.

- (64) Finalmente, tampoco está justificado que la RFEF ostente los derechos de propiedad intelectual sobre todos los contenidos y grabaciones audiovisuales (archivos) que se hayan generado.

3.2. Derechos ofertados, requisitos para la presentación de ofertas y requisitos de adjudicación

- (65) En relación con los derechos ofertados, cabe recordar que no ha facilitado a la CNMC el Anexo 1 con los territorios incluidos.
- (66) Respecto a las cuestiones específicas, en primer lugar 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), especialmente si se conjuga con la reserva de la RFEF del derecho de modificar las fechas y los horarios de los partidos (sección 3.8.5 del PRO).
- (67) Asimismo, y tal como se ha señalado en informes anteriores (véase el INF/DC/080/24), se observa cierta discrecionalidad por parte de la RFEF al reservarse el derecho a rechazar cualquier oferta que esté sujeta a cualquier condición distinta a las dispuestas en el 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”*
- (68) Si bien el documento sometido a informe prevé que *“el criterio de adjudicación será exclusivamente el de la mejor oferta económica”*, también se prevén condiciones adicionales que resultan demasiado indeterminadas en su formulación. Así, la exigencia de aportar un *“informe elaborado por el candidato donde consten el plan de programación de la competición incluyendo el nivel de cobertura y exposición y la experiencia de la compañía en la explotación de contenidos audiovisuales, con expresa indicación de los contenidos relacionados con el fútbol”* debe concretarse con mayor nivel de detalle.
- (69) Esto es especialmente cierto si se considera que se establecen como causas de exclusión (apartado 7.5) *“No acreditar documentalmente los requisitos fijados en los apartados precedentes”* y *“El incumplimiento de cualquiera de los requisitos fijados en los apartados precedentes”*. Estas causas de exclusión resultan contrarias a los principios de transparencia y concurrencia de licitadores.
- (70) 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.
- (71) En cuanto al procedimiento de adjudicación, existen varias disposiciones que conceden una excesiva discrecionalidad a la RFEF. De esta forma, las

condiciones en las que la RFEF pudiera abrir una ronda de mejora de las ofertas deberían ser objetivas y transparentes (apartado 7.8.2). También resulta discrecional la condición por la cual *“ningún acuerdo de derechos de difusión en los medios será vinculante para la RFEF hasta que dicho acuerdo haya sido aceptado, a su entera discreción, y plenamente otorgado por la RFEF”* (apartado 7.9)

- (72) De igual modo, el hecho de poder proceder a la comercialización no exclusiva de los contenidos audiovisuales ofertados o bien a cancelar el concurso en caso de que la oferta no resulte económicamente rentable (apartado 7.8.3) adolece de falta de transparencia al no detallar qué umbral y/o condición debe alcanzarse para considerar la rentabilidad económica. También indica falta de transparencia la disposición de negociar la adjudicación caso por caso en el supuesto de procederse a una negociación no exclusiva.
- (73) Finalmente, las causas de suspensión y cancelación previstas en el apartado 7.10 resultan excesivamente discrecionales.
- (74) Por su parte, habría sido preferible una mayor división en lotes. El PRO recoge un lote único, pero una posible opción de subdivisión en distintos lotes (por ejemplo, separar la fase regular de la fase de play-off) permitiría una mayor concurrencia de distintos operadores y, consecuentemente, una mayor competencia.
- (75) 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/080/24), se recomiendan al menos 20 días hábiles o un mes natural.
- (76) También puede resultar escaso el plazo de 3 días naturales para la subsanación (apartado 7.6, quinto párrafo). Si bien es cierto que el PRO hace referencia a un plazo “no inferior” a los tres días, mostrando de forma implícita que pueden ser más, se recomienda que se aclare este plazo de forma más precisa y con un margen de tiempo mayor.
- (77) Finalmente, 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. También resulta desproporcionada la exigencia de indicar con detalle el canal del sublicenciario y las audiencias del mismo.

3.3. Restricciones ligadas a publicidad, promoción y patrocinio

- (78) 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 admisible¹. Concretamente, se establece que *“No se podrá formalizar ningún acuerdo publicitario con entidades que puedan suponer una amenaza para la reputación de la RFEF, incluyendo, pero no limitándose a: Compañías con antecedentes dudosos (tales como estados financieros débiles, condenadas por soborno, piratería y/u otros delitos), y/o compañías que participan en la fabricación de armas”*. La formulación de esta cláusula resulta imprecisa y, por tanto, contraria al principio de transparencia.
- (79) Lo mismo cabe decir respecto de la cláusula que impone al adjudicatario la condición de no poder *“designar ningún patrocinador de programaciones o contenidos relacionados con la competición que pueda entrar en conflicto con los patrocinadores de la RFEF y/o de la competición, ni de forma que se pudiera entender que patrocinan a la RFEF, la competición y/o los clubs de la competición”*.
- (80) 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)
- (81) 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

- (82) Vista la propuesta de comercialización de los derechos de explotación de contenidos audiovisuales de Primera División masculina de fútbol sala en varios territorios europeos e internacionales, presentada con fecha 27 de diciembre de 2024 por la RFEF para la emisión de Informe previo, la CNMC concluye que **no**

¹ INF/DC/118/19, INF/DC/094/19, INF/DC/053/19, INF/DC/145/21, INF/DC/229/22, INF/DC/081/24

cumple con determinados requisitos establecidos en el Real Decreto-ley 5/2015.

- (83) 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.
 - Garantizar la consecución de un procedimiento transparente y competitivo, en particular en lo referente a las causas de exclusión y el procedimiento de adjudicación.
- (84) 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.