



COMISIÓN NACIONAL DE LOS
MERCADOS Y LA COMPETENCIA

**INFORME SOBRE LA PROPUESTA DE
LA REAL FEDERACIÓN ESPAÑOLA
DE FÚTBOL PARA LA
COMERCIALIZACIÓN DE LOS
DERECHOS DE EXPLOTACIÓN DE
CONTENIDOS DE LA SUPERCOPA DE
ESPAÑA EN ESPAÑA Y ANDORRA
PARA LAS TEMPORADAS 2025/26,
2026/27 Y 2027/28**

INF/CNMC/108/25

9 de mayo de 2025

www.cnmc.es

CONTENIDO

1. Antecedentes	4
2. Contenido de la propuesta objeto de informe previo	4
2.1. Descripción del lote y de la competición	5
2.2. Condiciones de comercialización, convocatoria a candidatos y derechos ofertados.....	6
2.3. Producción y señal	7
2.4. Marcas, publicidad y promoción	8
2.5. Otros servicios y cuestiones técnicas.....	10
2.6. Derechos no exclusivos.....	10
2.7. Contrato y sublicencia	11
2.8. Presentación de ofertas	12
2.9. Otras disposiciones	14
3. Valoración del documento de condiciones de comercialización de los derechos de explotación de contenidos.....	15
3.1. Atribución y comercialización de derechos más allá del Real Decreto-Ley 5/2015	16
3.2. Derechos ofertados	19
3.3. Requisitos para la presentación de ofertas y requisitos de adjudicación	20
3.4. Restricciones ligadas a publicidad, promoción y patrocinio	22
4. Conclusiones	23

INFORME SOBRE LA PROPUESTA DE LA REAL FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE FÚTBOL PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE LOS DERECHOS DE EXPLOTACIÓN DE CONTENIDOS DE LA SUPERCOPA DE ESPAÑA EN ESPAÑA Y ANDORRA PARA LAS TEMPORADAS 2025/26, 2026/27 Y 2027/28.

INF/CNMC/108/25 SUPERCOPA MERCADO NACIONAL

CONSEJO. SALA DE COMPETENCIA

Presidenta

D^a. Cani Fernández Vicién

Consejeros

D^a. Pilar Sánchez Núñez

D. Rafael Iturriaga Nieva

D. Pere Soler Campins

D^a María Vidales Picazo

Secretario de la Sala

D. Miguel Bordiú García-Ovies

En Madrid, a 9 de mayo 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 10 de abril de 2025, subsanada el 11 de abril, de elaboración del informe previo a la comercialización de los derechos de explotación de contenidos audiovisuales de la Supercopa de España en España y Andorra para las temporadas 2025/26, 2026/27 y 2027/28, 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/108/25

INFORME SOBRE LA PROPUESTA DE LA REAL FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE FÚTBOL PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE LOS DERECHOS DE EXPLOTACIÓN DE CONTENIDOS DE LA SUPERCOPA DE ESPAÑA EN ESPAÑA Y ANDORRA PARA LAS TEMPORADAS 2025/26, 2026/27 Y 2027/28.

INF/CNMC/108/25 RFEF – SUPERCOPA – MERCADO NACIONAL

1. ANTECEDENTES

- (1) Con fecha 10 de abril de 2025, y posterior subsanación el 11 de abril (aportando la documentación a solicitud de la Dirección de Competencia), 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 Supercopa de España, en España y Andorra, para las temporadas 2025/26, 2026/27 y 2027/28. 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 10 de abril de 2025, subsanada el día 11 de abril, se acompaña de un documento consistente en las bases de la oferta.

2. CONTENIDO DE LA PROPUESTA OBJETO DE INFORME PREVIO

- (3) Mediante el escrito presentado a la CNMC el 10 de abril de 2025, subsanado el día 11 de abril, la RFEF solicita el informe previo al que alude el artículo 4 del Real Decreto-ley 5/2015 para la comercialización de los derechos de explotación de contenidos audiovisuales de la Supercopa de España.
- (4) Las temporadas ofertadas son 2025/26, 2026/27 y 2027/28.
- (5) El proceso de licitación se recoge en un documento denominado “Proceso de recepción de ofertas para la contratación de determinados derechos de retransmisión audiovisual relacionados con la Supercopa de España periodo 2025/26, 2026/27 y 2027/28, para el territorio de España y Andorra”. Este documento será designado en adelante como PRO.

- (6) A continuación, se realiza un resumen del contenido principal del PRO, atendiendo al literal del texto, que posteriormente será objeto de valoración. Se hace referencia a 4 anexos que no han podido ser analizados por la CNMC al no haber sido remitidos:

- 1.- *Producción*
- 2.- *Programa de patrocinio*
- 3.- *Contrato y anexos del contrato*
- 4.- *Formulario de oferta económica*

2.1. Descripción del lote y de la competición

- (7) El PRO comienza exponiendo que la Supercopa de España es una competición oficial de fútbol organizada por la Real Federación Española de Fútbol (RFEF) que desde la edición de 2020 se celebra bajo el formato de 'Final Four', que incluye a cuatro equipos: los dos primeros clasificados de LaLiga y los dos finalistas de la Copa del Rey.
- (8) La RFEF ofrece a los operadores interesados la posibilidad de realizar ofertas por un lote único, compuesto los tres partidos de la competición, (dos Semifinales y una Final), cuya emisión deberá hacerse en directo, en exclusiva y con cobertura estatal, en abierto o en cerrado. El adjudicatario tendrá derecho a la emisión en diferido en régimen de no exclusiva.
- (9) Este lote está referido a las temporadas 2025/26, 2026/27 y 2027/28. La temporada se inicia el 1 de julio de cada año y finaliza el 30 de junio del año siguiente.
- (10) El PRO detalla que, “*sin perjuicio de posibles cambios en el sistema de competición decididos por los órganos competentes de la RFEF*”, actualmente la Supercopa de España se estructura mediante el formato conocido como “Final Four”, que se disputará en tres días de competición, de los cuales, dos serán las semifinales y uno la final. Los partidos se disputarán mediante el sistema de eliminatoria a partido único.
- (11) Los partidos podrán celebrarse fuera del territorio de España. Los partidos tendrán lugar en la/s ciudad/es que se determine por los órganos competentes de la RFEF. Asimismo, se establece que la RFEF fijará las fechas de los partidos y lo comunicará al operador tan pronto sea posible. La fecha asignada podrá estar sujeta a modificaciones causadas por, entre otras, el calendario de los compromisos internacionales, si bien orientativamente está previsto que se celebre en el mes de enero de cada año. Está previsto que los partidos de semifinales se celebren en miércoles y jueves y la final en sábado o domingo. Será la RFEF la que fije las fechas y horas de los partidos y sus modificaciones.

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

- (12) El PRO establece que las condiciones de comercialización están fijadas en el Real Decreto-Ley 5/2015 de 30 de abril, y que la comercialización se realiza de conformidad con las condiciones indicadas en el artículo 4 de la citada norma.
- (13) Igualmente menciona la Ley 13/2022 de 7 de julio General de la Comunicación Audiovisual, particularmente al artículo 144, por el cual se regula la emisión de resúmenes informativos en acontecimientos de interés general para la sociedad.
- (14) Los derechos a los que se refiere el PRO son respecto al territorio de España y Andorra. El adjudicatario deberá garantizar que los derechos sean exclusivamente accesibles desde el territorio, y se compromete a implementar todas aquellas medidas de seguridad, tales como la encriptación de señales o sistema de 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 cuando el suscriptor de los contenidos se encuentre temporalmente en otro estado miembro de la UE.
- (15) El PRO establece que se entenderá como candidato a aquel operador de distribución de contenido (televisiones, canales de televisión por internet y, empresas de telecomunicaciones) que cuente con la infraestructura, el alcance y los recursos adecuados, así como una sólida situación financiera y profesional, para explotar los derechos de la competición dentro del territorio y que tenga capacidades propias de edición y emisión de contenidos audiovisuales.
- (16) En cuanto a los derechos ofertados, el PRO establece que el derecho se concede para la explotación exclusiva y en directo en abierto o cerrado con cobertura estatal para su emisión mediante los siguientes soportes a través de cualquier medio o plataforma. Se incluye a título enunciativo y no limitativo: internet, cable y satélite, ondas hertzianas, ADSL, IPTV, wifi, tecnologías 3G, 4G, 5G y generaciones futuras, portales móviles, páginas web, telefonía móvil y cualquier otro medio, sistema o modalidad que se desarrolle en el futuro. La explotación es para todos los tipos de usuarios minoristas residencial y no residencial (incluido Horeca y establecimientos colectivos).
- (17) Los adjudicatarios podrán ofrecer la opción al usuario de acceder a los comentarios de la retransmisión en todas las lenguas co-oficiales en aquellos territorios en los exista una lengua co-oficial. Para el territorio de Andorra la explotación es en exclusiva para la emisión en el idioma oficial del país y en castellano.

(18) Los programas que se incluyen son:

- Programa en directo: programa que incluye la retransmisión exclusiva y continua sin cortes ni interrupciones de todos los partidos en su totalidad, en directo, en abierto o en servicio codificado, de forma gratuita o mediante pago, en cualquier dispositivo. Los partidos deberán emitirse en tecnología HD.
- Programas en diferido: programa que incluye la emisión de diferidos de cada partido en no exclusiva y en su totalidad, con posterioridad a su celebración. Este derecho relativo a la emisión en diferido de los partidos contratados con el Adjudicatario estará permitido hasta el 30 de junio de la última temporada que se adjudique.
- Programas de video a la carta: programa que incluye la emisión continua en exclusiva y en su totalidad, con posterioridad a su celebración a través del sistema de video a la carta, y por medio de los diferentes canales habilitados para ello pudiendo ofrecer ese partido después de su celebración. Este derecho estará permitido hasta el 30 de junio de la última temporada que se adjudique.
- Programas resumen: El adjudicatario podrá elaborar programas destinados a resumir los partidos en exclusiva.

2.3. Producción y señal

- (19) Según el PRO, la producción audiovisual de todos los partidos será llevada a cabo por la RFEF, ya sea a través de sus propios medios técnicos y humanos o de terceros especializados debiendo su calidad ajustarse a estándares internacionales. La señal entregada por la RFEF es la señal oficial e ininterrumpida del partido. Dicha señal es la única que se distribuirá al adjudicatario, que deberá abonar a la RFEF los costes de producción según se indica en el anexo 1, anexo que no ha sido facilitado a la CNMC.
- (20) Una vez adjudicados los derechos, el adjudicatario enviará a la RFEF la propuesta de personalización de la señal 20 días antes para cada partido que deberá ser aprobada por la RFEF. En tal personalización, el adjudicatario deberá utilizar los mismos elementos gráficos que la producción televisiva. Cualquier otro aspecto, como set o decorados, deberán contar con la autorización de la RFEF.
- (21) El grafismo de los partidos incluirá una mosca con el logo de la Competición y/o de la RFEF, y/o en su caso del Patrocinador principal de la Competición.
- (22) Con el fin de promover y publicitar sus retransmisiones de los programas, el adjudicatario dispone del derecho no exclusivo y la obligación de utilización de:

- El nombre de la RFEF, así como la denominación de la Competición.
 - El Logotipo de la RFEF y de la Competición.
 - El pase de repeticiones de la Competición.
- (23) Asimismo, el adjudicatario podrá personalizar la producción acorde a sus preferencias, mediante el uso de locuciones, comentarios y apariciones de sus locutores, narradores y comentaristas. No podrá personalizar la imagen de juego más allá de lo indicado en el correspondiente párrafo del PRO, pero sí podrá añadir contenidos e imágenes grabadas de manera unilateral, previamente acordados con la RFEF.
- (24) Por último, se requerirá del adjudicatario que cumpla con los requisitos de la RFEF respecto a los tiempos y secuencias de las cabeceras, los cortes publicitarios y la identificación del patrocinio de la retransmisión.

2.4. Marcas, publicidad y promoción

- (25) El PRO establece que la explotación comercial que realice el adjudicatario deberá respetar en todo momento el Programa de Patrocinio de Supercopa de España que tenga la RFEF, y por ende a los patrocinadores de la Supercopa de España. Según el PRO, tal Programa de Patrocinio se incluye como Anexo 2, pero no ha sido facilitado a la CNMC.
- (26) El adjudicatario no podrá designar ningún patrocinador de programaciones o contenidos relacionados con la RFEF y/o con la Supercopa de España, de forma que se entienda que patrocinan a la RFEF y/o a la Supercopa de España.
- (27) Adicionalmente, se establecen varias reservas de espacios publicitarios. Así, el adjudicatario deberá poner a disposición de la RFEF los siguientes tiempos promocionales con carácter gratuito:

-SESENTA (60) SEGUNDOS durante la retransmisión de todos los partidos, repartidos en cuatro (4) carátulas de quince (15) segundos de duración cada una de ellas, que contengan la imagen de las entidades integrantes de los Programas de Patrocinio de la RFEF, insertada del siguiente modo:

Una (1) carátula inmediatamente antes del comienzo de la primera parte, en última posición o, en su caso, antes de los anuncios/spots de las entidades integrantes del Programa de Patrocinio de la RFEF;

una (1) carátula inmediatamente tras el final de la primera parte, en primera posición o, en su caso, inmediatamente después de los anuncios/spots de las entidades antes referidas;

una (1) carátula inmediatamente antes del comienzo de la segunda parte, en última posición o, en su caso, inmediatamente antes de los anuncios/spots de las entidades antes referidas y;

una (1) carátula inmediatamente tras el final de la segunda parte, en primera posición o, en su caso, inmediatamente después de los anuncios/spots de las entidades antes referidas.

-CIENTO TREINTA Y CINCO (135) SEGUNDOS distribuidos de la siguiente forma:
- Cinco (5) carátulas de quince (15) segundos de duración cada una de ellas, de idéntico contenido a las carátulas descritas precedentemente, en cinco (5) promociones o Programas de Apoyo que realice el adjudicatario de la retransmisión de los partidos durante los días previos a los partidos. La publicidad anterior o posterior a dicha promoción y/o avance podrá ser efectuada libremente por el Adjudicatario.
- Cuatro (4) carátulas de quince (15) segundos de duración cada una de ellas, de idéntico contenido a las carátulas descritas precedentemente, en cuatro (4) promociones o Programas de Apoyo que realice el adjudicatario de la retransmisión de los partidos durante los días inmediatamente posteriores a los partidos de semifinales y previos a la Final.

-CONEXIONES VOR: En cada una de las conexiones con el VOR (Video Operations Room), cuando se produzcan las interrupciones que los árbitros realizan durante los partidos para comprobar el asistente de vídeo (VAR), el Adjudicatario pondrá a disposición de la RFEF los primeros 10 segundos de dicha conexión para la inserción de una o varias infografías de las marcas relacionadas con este sistema de video arbitraje.

Estas marcas disfrutarán de exclusividad sectorial en estas conexiones con el VOR. Además, el paso a la conexión con la sala VOR podrá ir precedida por una cortinilla en la que aparezca el logo vinculado al VOR, junto con el de la RFEF. Esta disposición será aplicable siempre y cuando se implante el sistema VAR en los partidos de la Competición.

- (28) El PRO añada otras reservas a favor de la RFEF y sus miembros del Programa de Patrocinio.

7.4.- El adjudicatario del lote único ofrecerá y pondrá a disposición de la RFEF, que pagará a precios de mercado, un derecho de adquisición preferente de hasta 8 minutos de tiempos publicitarios que se emitirán antes, durante y después de los partidos, en aras de poder ser ofrecidos a los miembros del Programa de Patrocinio de la RFEF para emitir sus mensajes publicitarios. Los espacios que compre la RFEF o sus patrocinadores se ubicarán inmediatamente antes y después del inicio y final de cada una de las dos partes de la retransmisión, teniendo en cuenta la distribución de espacios de la cláusula 7.

El precio de adquisición de los tiempos publicitarios será establecido por el adjudicatario dentro de los precios de mercado. Ese precio será comunicado a la RFEF antes de los siete (7) días anteriores a la celebración de los partidos. En el caso que los miembros del Programa de Patrocinio de la RFEF no contesten, o no ejerciten su derecho de adquisición preferente dentro de las veinticuatro (24) horas siguientes a su comunicación, el adjudicatario podrá ofrecer directamente el contenido publicitario a cualquier anunciante, si bien no podrá designar ningún patrocinador de la emisión, o de las programaciones o contenidos relacionados con la RFEF, o de forma que se entiendan que patrocinan a la RFEF o a la Competición. La venta de espacios publicitarios independiente por el Candidato deberá respetar la

prioridad de los espacios publicitarios que se reserve la RFEF, en virtud de lo dispuesto en este apartado y en la cláusula 7.

(29) A ello se añade que:

A efectos informativos, en el contrato se incluirá el Programa de Patrocinio de la RFEF que será actualizado si se incorporan nuevos miembros al programa.

(30) Finalmente:

7.5.-El Adjudicatario se obligará a trabajar juntamente con la RFEF para prevenir y adoptar las medidas oportunas para evitar el acceso o difusión ilegal de los contenidos audiovisuales comercializados por la RFEF

2.5. Otros servicios y cuestiones técnicas

(31) El PRO (cláusula 9.2) establece la posibilidad de realizar entrevistas a los jugadores y entrenadores de los equipos, incluyendo la rueda de prensa.

2.6. Derechos no exclusivos

(32) La RFEF informa a los candidatos de la existencia de derechos que según el PRO tienen los clubes y/o la RFEF:

La RFEF y los Clubes o Sociedades Anónimas Deportivas (S.A.D.) participantes en cuya instalación se celebren los encuentros, 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, TDT u OTT.

La RFEF, y los Clubes y/o S.A.D que disputen los partidos podrán publicar clips y/o highlights de imágenes en sus perfiles oficiales (web y Redes Sociales u otros si los tuviera). Dicha utilización estará restringida hasta un máximo de cuatro (4) minutos de duración en total entre ambos productos, y para su publicación inmediatamente posterior a la finalización del partido.

La RFEF podrá exhibir las Jugadas Destacadas a través de su Plataforma Oficial desde el final del Partido con el objeto de promocionar la Supercopa. Se entiende por Plataforma Oficial cualquier canal de distribución digital oficial operado por la RFEF incluido YouTube, Instagram, twitter o similar.

La RFEF y los Clubes y/o S.A.D. podrán ofrecer 5 miniclips en semidirecto que contendrán imágenes del partido, pero no goles, de un máximo de 20 segundos cada clip y con la obligación de promocionar el operador que esté emitiendo el partido en directo.

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 derechos de circuito cerrado en el Estadio.

Los derechos europeos e internacionales que se comercializarán por la RFEF.

La RFEF podrá hacer uso del derecho de archivo de todos los partidos de la competición.

- (33) El PRO (sección 10.2) añade:

10.2.-Quedan excluidos de este proceso los derechos que no se otorguen expresamente en este proceso de recepción de ofertas, a modo de ejemplo los derechos europeos e internacionales que se comercializarán por la RFEF, la explotación del betting, y de los datos y estadísticas, scouting, videojuegos o similares, activos digitales tipo NFT's o similares (de los que solo podrán hacer uso, según los casos, la RFEF y los clubs) la emisión en directo a través de internet los partidos a través de los Sitios Web de Apuestas y las Aplicaciones Web de Apuestas y todos los contenidos que no se hayan adjudicado expresamente.

Quedan expresamente incluidos el tratamiento de las imágenes para el segmento HORECA

- (34) Y finalmente concluye el PRO (secciones 11.2 y 11.4) señalando que.

La RFEF es cotitular, junto a los clubs, de todos los Derechos de Propiedad Intelectual de la Competición.

La RFEF, en su caso, podrá hacer uso del derecho de archivo de todos los partidos de la competición.

2.7. Contrato y sublicencia

- (35) El PRO establece que: “*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 con la firma del contrato que se adjunta como anexo 3*”, si bien dicho anexo no ha sido facilitado.

- (36) Respecto a su vigencia.

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

- (37) Y respecto a los avales

Todas las obligaciones de pago anuales estipuladas en el Contrato deberán estar avaladas cada temporada por un banco que se encuentre sujeto al control del Mecanismo Único de Supervisión bancaria en Europa implantado por el Banco Central Europeo, y a primer requerimiento, sin beneficios de excusión, orden y división.

- (38) Existe la posibilidad de sublicenciar el contrato:

14.1.-Los derechos adquiridos y las obligaciones contraídas por el adjudicatario al amparo del presente documento son personales y no los podrá vender, sublicenciar, subcontratar, asignar, transferir, ni enajenar de otra manera a terceros sin el consentimiento previo por escrito de la RFEF. Al solicitar autorización se indicará con detalle el canal y las audiencias del mismo, la solicitud deberá realizarse como mínimo 30 días naturales antes de la fecha de emisión de los partidos facilitando a la RFEF la documentación que se requiera por esta con el objeto de valorar que no

concurran las causas de denegación de la cláusula 14.3. El sublicenciario deberá acreditar que cumple todas las condiciones establecidas para los Candidatos.

14.2.-La RFEF contestará en el plazo de 15 días naturales a contar desde la recepción completa de la documentación requerida

14.3.- La RFEF podrá denegar la sublicencia motivadamente en los siguientes casos:

- Si el potencial sublicenciario ha contraído una deuda con la RFEF y/o existen procedimientos judiciales que se encuentren en curso en relación al impago de las citadas cantidades.

- Riesgo reputacional de la RFEF en caso de canales que emitan contenidos socialmente inadecuados entendiéndose por inadecuados los contenidos de actividades ilícitas.

- El potencial sublicenciario proponga un formato de explotación de los derechos contrario a lo establecido en estas bases.

- El potencial sublicenciario se encuentre en las causas de exclusión a que se refiere el apartado 15.

2.8. Presentación de ofertas

(39) Los requisitos generales se han de acreditar documentalmente:

- El Candidato deberá ser una persona jurídica española y/o extranjera que tenga capacidad de obrar y de actuar en España.*
- Deberá proporcionar detalles completos respecto al/a los Canal/es designado/s propuesto/s para la emisión. Deberá informar, también, respecto de la titularidad y el control de dicho/s Canal/es designado/s o propuestos para la emisión.*
- Deberá ser una empresa activa.*
- No deberá haber solicitado la declaración de concurso voluntario, haber sido declarada insolvente en cualquier procedimiento, hallarse declarada en concurso, salvo que en este haya adquirido eficacia un convenio o se haya iniciado un expediente de acuerdo extrajudicial de pagos, estar sujeto a intervención judicial o haber sido inhabilitado conforme a la Ley 22/2003, de 9 de julio, Concursal, sin que haya concluido el período de inhabilitación fijado en la sentencia de calificación del concurso.*
- Deberá hallarse al corriente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias o de Seguridad Social impuestas por las disposiciones vigentes, en los términos que reglamentariamente se determinen; o en el caso de empresas de 50 o más trabajadores, deberá cumplir el requisito de que al menos el 2 por ciento de sus empleados sean trabajadores con discapacidad, de conformidad con el artículo 42 del Real Decreto legislativo 1/2013, de 29 de noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General de derechos de las personas con discapacidad y de su inclusión social, en las condiciones que reglamentariamente se determinen; o en el caso de empresas de 50 o más trabajadores, deberá cumplir con la obligación de contar con un plan de igualdad conforme a lo dispuesto en el artículo 45 de la Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres, y que deberán inscribir en el Registro laboral correspondiente.*
- 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.*

(40) La solvencia económica consistirá en:

*Un volumen anual de negocios promedio de los últimos tres años superior a 5M€.
Un aval Bancario suficiente*

(41) La solvencia profesional y/o técnica también se ha de acreditar documentalmente con un informe técnica sobre estas características:

- *El Candidato deberá disponer de servicios de comunicación audiovisual en abierto, de pago o gratuita y con cobertura en todo el Territorio.*
- *Deberá disponer de medios propios suficientes para explotar los Derechos ofertados, y su puesta a disposición al público;*
- *Deberá disponer de todas las licencias, autorizaciones o permisos necesarios por parte de la autoridad gubernamental o reguladora competente para explotar el/los canales/es designado/s propuesto/s;*
- *Deberá disponer de planes de programación, de una calidad de la señal suficiente, de cobertura y nivel de exposición acorde con el evento y las condiciones fijadas en el mismo;*
- *Deberá disponer de los medios para garantizar el compromiso del Candidato en promocionar la Competición, ya sea mediante un compromiso de programación mejorada u otras promociones, tanto durante la emisión de la misma como fuera de ella;*
- *Deberá disponer de un plan de programación específico para toda la Competición, incluyendo el nivel de cobertura y exposición y adjuntando estimaciones o pronósticos de audiencia y cuota de mercado que esperan alcanzar si se le otorgan los derechos.*

(42) Las causas de exclusión son:

- a) *No acreditar documentalmente y de manera suficiente, todos y cada uno de los requisitos fijados en los apartados precedentes.
Será preciso un informe elaborado por un experto independiente a petición de la RFEF si se diera la circunstancia de que algún candidato no llegar a cumplir con el mínimo de las condiciones de solvencia profesional y/o técnica que se establecen en el apartado 15.4*
- b) *El incumplimiento de cualquiera de los requisitos fijados en los apartados precedentes.*
- c) *Incluir en el archivo digital en que aporta la documentación cualquier dato de tipo económico que indique o de pie a deducir la oferta económica presentada por el Candidato.*
- d) *Haber presentado fuera de plazo la documentación señalada en el presente IRO salvo que fuera subsanable.*
- e) *Los Candidatos en los que concurra cualquiera de los siguientes supuestos, quedarán excluidos automáticamente de la licitación:
Cuando la empresa haya sido condenada por una sentencia firme por delitos imputables a las personas jurídicas durante la duración prevista en la sentencia penal firme.
La duración de la prohibición para contratar será la prevista en la sentencia penal firme que la declare. En defecto de declaración expresa en la sentencia, la duración de la prohibición será de 3 años desde la fecha de la condena por sentencia firme.
La prohibición de contratar alcanzará a las personas jurídicas que sean declaradas penalmente responsables, y a aquellas cuyos administradores o representantes, lo*

sean de hecho o de derecho, vigente su cargo o representación y hasta su cese, se encontraran condenados por cualquiera de los delitos anteriormente mencionados. Las prohibiciones de contratar afectarán también a aquellas empresas de las que, por razón de las personas que las rigen o de otras circunstancias, pueda presumirse que son continuación o que derivan, por transformación, fusión o sucesión, de otras empresas en las que hubiesen concurrido aquellas.

- (43) El calendario de presentación no está detallado completamente en el documento enviado a la CNMC, existiendo un plazo de 48 horas para subsanaciones (ampliable en otras 48).
- (44) Se adjudicará siempre a la mejor oferta económica.
- (45) En caso de empate entre varias Ofertas a las que no resulte de aplicación el artículo 4.4.g) del RDL 5/2015, la RFEF comunicará dicha circunstancia a los candidatos empatados dando un plazo de al menos veinticuatro (24) horas para mejorar su oferta económica.
- (46) La RFEF añade (sección 20 del PRO), respecto al precio de reserva (no facilitado en el borrador enviado a la CNMC):

Si ninguna oferta alcanza el precio de reserva, la RFEF podrá adjudicar el concurso a la mejor oferta o bien convocar una nueva ronda de ofertas entre los Candidatos admitidos, adjudicándose al que alcance el precio de reserva. La primera oferta presentada será vinculante. La segunda oferta se presentará en la dirección de correo electrónico que indique la RFEF, y en el plazo que se acuerde por esta que no será inferior a 2 días hábiles Si en esta nueva ronda ninguna oferta alcanzase el precio de reserva, la RFEF podrá adjudicar el concurso a la mejor oferta, o bien proceder a la comercialización no exclusiva de los contenidos audiovisuales ofertados o bien cancelar el concurso.

En caso de proceder a la comercialización de forma no exclusiva y dada la naturaleza de esta forma de comercialización (por ejemplo, los interesados pueden solicitar los derechos de emisión de uno o varios partidos en cualquier momento de la temporadas) las condiciones de comercialización deberán ser negociadas caso por caso con los interesados con respeto siempre a los principios de no discriminación y competencia y teniendo en cuenta, entre otros parámetros el número de usuarios del operador interesado, las audiencias y el ámbito territorial de emisión.

- (47) Respecto a la suspensión de la licitación:

La RFEF se reserva el derecho de suspender o cancelar la licitación en caso de existir indicios de colusión entre licitadores en cuyo caso la RFEF pondrá en conocimiento de la correspondiente autoridad de competencia y sin dilación indebida dichos ilícitos

2.9. Otras disposiciones

- (48) Se añaden otras disposiciones:

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

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

- (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 Supercopa de España.
- (50) Las condiciones de comercialización objeto de este informe afectan al mercado nacional, más allá de que el territorio relevante engloba también a Andorra.
- (51) 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.
- (52) En este sentido, la CNMC realiza las siguientes observaciones a las condiciones de comercialización presentadas por la RFEF para informe previo, no pudiendo valorarse la documentación no recibida.

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

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

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

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

- (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. En el PRO se detalla que “La producción audiovisual de todos los partidos será llevada a cabo por la RFEF, 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 internacionales de calidad” (apartado 6.1). 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.
- (55) Adicionalmente, el PRO establece que “El adjudicatario abonará a la RFEF los costes de producción según se indica en el anexo 1 en los plazos de la cláusula 13.2 . Los costes de producción se han elaborado teniendo en cuenta los costes de temporadas anteriores y con orientación a costes, lo que agrava la atribución de la RFEF al pretender cargar al adjudicatario, aparte de la incertidumbre que genera no conocer el contenido del anexo 1 (que no se ha anexo al borrador de PRO).
- (56) También existen limitaciones al adjudicatario cuando el PRO señala (apartados 6.3, 6.4 y 6.6)

Una vez adjudicados los derechos, el Adjudicatario enviará a la RFEF la propuesta de personalización de la señal 20 días antes para cada partido que deberá ser aprobada por la RFEF.

(...)

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

(...)

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

(....)

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

- (57) En definitiva, una cuestión de gran relevancia para la adjudicación y el valor del contrato se deja al arbitrio de la RFEF, generando gran incertidumbre sobre el adjudicatario, no solo respecto a los costes que asumir o a las posibilidades de personalización sino también respecto a la sujeción al Real-Decreto Ley 5/2015.
- (58) Respecto a la titularidad de los derechos el Real Decreto-Ley señala en su artículo 2 (énfasis añadido):

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

(...)

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

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

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

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

- (59) 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.
- (60) Por ello, supone una clara apropiación de derechos que la RFEF incluya las entrevistas y ruedas de prensa (apartado 9.2 del PRO).

- (61) Aparte, en sede de derechos excluidos de la oferta (apartado 10 del PRO), la RFEF se atribuye otros derechos no amparados por el Real-Decreto Ley 5/2015. Así, la RFEF pretende tener la facultad de emitir en diferido los partidos (apartado 10.1.a) del PRO), pero la RFEF no ostenta estos derechos conforme al Real Decreto-ley 5/2015, que exclusivamente lo faculta para la venta centralizada. Ese derecho está reservado por el Real Decreto-ley 5/2015 solo al club local.
- (62) Tampoco procede por tanto la apropiación por parte de la RFEF de “*Los derechos de circuito cerrado en el estadio*” (en el apartado 10.1.f).
- (63) En un sentido semejante, se manifiestan otras cuestiones incluidas en el PRO y/o, señalándose a continuación algunos ejemplos de forma no exhaustiva.
- (64) Así, respecto de la pretensión de que la RFEF y los clubes que disputen los partidos puedan publicar clips y/o *highlights* de imágenes en sus perfiles oficiales, y que tal “*utilización estará restringida hasta un máximo de cuatro (4) minutos de duración en total entre ambos productos, y para su publicación inmediatamente posterior a la finalización del partido*” (apartado 10.1.b del PRO) cabe señalar que, por un lado, y respecto de los clubes, no corresponde a la RFEF determinar la forma de explotación o comercialización de los derechos no incluidos en el proceso de venta centralizada y, por otro lado, supone de nuevo una apropiación de derechos por parte de la RFEF sin amparo legal. Lo mismo cabe decir sobre el apartado 10.1.d) del PRO, por el cual “*La RFEF y los Clubes y/o S.A.D. podrán ofrecer 5 miniclips en semidirecto que contendrán imágenes del partido, pero no goles, de un máximo de 20 segundos cada clip y con la obligación de promocionar el operador que esté emitiendo el partido en directo*”. Y sobre el apartado 11.5, que señala “*Durante la vigencia del contrato que se firme con los adjudicatarios, solo la RFEF y, en su caso, los clubs participantes podrán hacer uso de cualquier activo digital entre ellos los tokens o NFTs*” y, de nuevo, supone una atribución de derechos por parte de la RFEF, pues tal derecho corresponde exclusivamente a los clubes.
- (65) De igual modo, la disposición por la que “*La RFEF se reserva el derecho a autorizar a que los Patrocinadores y/o Proveedores Oficiales de las Competiciones puedan utilizar imágenes de la misma en las propias plataformas del patrocinador para promocionar su asociación con la Competición*” (apartado 10.1.b del PRO), no tiene amparo en el Real Decreto-ley 5/2015 y además incide negativamente en la capacidad del adjudicatario de contratar publicidad, como se analizará posteriormente en la sección 3.4 del presente informe. También es una apropiación de derechos la imposición (sección 9.2 del PRO) de que: “*En el caso de la Final, en dichas entrevistas deberán hacer uso de las traseras de patrocinio facilitadas por la RFEF*”.
- (66) En relación con el denominado por la RFEF “derecho de archivo”, (epígrafe 10.1.h del PRO) que se prevé en el borrador de oferta en favor de la RFEF, el mismo no está amparado en las previsiones del Real Decreto-ley 5/2015 y resulta desproporcionado.

- (67) Tampoco está justificado que la RFEF ostente los derechos de propiedad intelectual sobre todos los contenidos y grabaciones audiovisuales (archivos) que se hayan generado (epígrafe 11 del PRO).
- (68) Finalmente, el hecho de que se excluyan ciertos derechos (explotación del *betting*, y de los datos y estadísticas, *scouting*, videojuegos o similares, activos digitales tipo NFT's o similares, epígrafe 10.2 del PRO) no significa que la RFEF disponga pese a todo de estos derechos.

3.2. Derechos ofertados

- (69) El PRO recoge un lote único, pero habría sido preferible explorar (pese a la particularidad de la competición, una mayor división en lotes u opciones (por ejemplo, separar las fases), lo que permitiría una mayor concurrencia de distintos operadores y, consecuentemente, una mayor competencia. También se debería valorar la posibilidad de ofertar separadamente los derechos para el canal Horeca, derechos que se consideran incluidos en el apartado 5 y 10 del PRO.
- (70) El hecho de que solo exista un lote supone anular la virtualidad del objetivo pretendido por el artículo 4.4.g del Real Decreto-ley 5/2015, por el cual los lotes no deben concentrarse en un mismo operador en los procedimientos que tengan lugar en el mercado nacional (como una forma de evitar la concentración de los derechos, algo que obviamente no se logra con un solo lote).
- (71) La obligación de emitir en HD (sección 5 del PRO) actúa como una barrera de entrada. También debería clarificarse si la emisión en “cerrado” es de pago.
- (72) Tampoco se entiende la cláusula que permite a los adjudicatarios ofrecer comentarios de la retransmisión en lenguas co-oficiales, pues si es meramente potestativa el adjudicatario ya entiende que dispone de esta potestad sin que la RFEF se lo confirme, por lo que su inclusión genera incertidumbre de si la RFEF quiere que sea obligatorio (sección 5 del PRO).
- (73) Asimismo, las obligaciones impuestas de colaboración con la RFEF “*frente a cualquier amenaza que surja para proteger los Derechos cedidos, ya sea en materia de integridad (amaños, corrupción, apuestas, etc.) y/o antipiratería*” (apartado 22.4 del PRO) resultan imprecisas, en tanto que no se detalla el alcance de este deber de colaboración. También la siguiente obligación (apartado 7.5 del PRO): “*El Adjudicatario se obligará a trabajar juntamente con la RFEF para prevenir y adoptar las medidas oportunas para evitar el acceso o difusión ilegal de los contenidos audiovisuales comercializados por la RFEF*”. De igual manera se ha de asegurar la necesidad y proporcionalidad de las obligaciones impuestas en materia de geo-bloqueo y restricción de copia (y otras análogas, apartado 4.2 del PRO).
- (74) Por último, existe una inconcreción de fechas y lugar de celebración que genera incertidumbre sobre los adjudicatarios (véase sección 2.5 y 2.6 del PRO), más

aún si se considera la reserva de la RFEF del derecho de modificar el formato (sección 2.3 del PRO).

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

- (75) Tal como se ha señalado en informes anteriores (véase el INF/CNMC/001/25), 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 (sección 15.1 del PRO), cuando el Real decreto-ley solo establece que las ofertas de los licitadores “no podrán estar condicionadas a la adquisición de lotes o a la concurrencia de determinados eventos”. Todo ello destaca con la asimetría bajo la cual la RFEF se reserva la posibilidad de que (sección 12 y 18 del PRO) “La adjudicación de los derechos no será vinculante para la RFEF hasta que el acuerdo con el adjudicatario haya sido aceptado, a su entera discreción, y plenamente otorgado por la RFEF, y respetando las condiciones establecidas en la misma.” y “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 con la firma del contrato que se adjunta como anexo 3”, anexo 3 que por otro lado no se ha facilitado.
- (76) Si bien el documento sometido a informe establece que “el criterio de adjudicación será exclusivamente el de la mejor oferta económica” (sección 17.3 del PRO), también se prevén condiciones generales y variables de solvencia técnica y/o profesional que resultan excesivas e indeterminadas en su formulación.
- (77) En particular, se incluye como requisito la “Descripción de la experiencia anterior en la programación y explotación de eventos de similar envergadura a este, en el territorio de España”. Incluir la experiencia como un criterio de valoración de ofertas puede tener un efecto restrictivo de la competencia, por lo que es, en general, un criterio que debería tratar de evitarse. En caso de que no forme parte de la valoración, como en el caso en teoría de este PRO (donde, como se ha visto, rige exclusivamente el criterio de mejor oferta económica), exigir este y otros requisitos adicionales al potencial adjudicatario supone imponerle una carga cuya indispensabilidad debe valorarse.
- (78) Otros requisitos también son una clara barrera de entrada, como la necesidad de disponer de servicios de comunicación audiovisual en abierto, de pago o gratuita y con cobertura en todo el territorio o canales (lo que puede desalentar a ciertos operadores con modelos de negocio alternativos al de los operadores de televisión, aparte de generar incertidumbre por la definición del concepto de canal) sobre los que se han de dar detalles completos o la cobertura en todo el territorio (que puede excluir a ciertos operadores locales y regionales). La

definición de candidato (sección 4.4 del PRO) puede excluir a muchos operadores y genera una barrera de entrada:

Se entenderá a los efectos de la presente IRO como Candidato a aquel operador de distribución de contenido (televisiones, canales de televisión por internet y, empresas de telecomunicaciones) que cuenten con la infraestructura, el alcance y los recursos adecuados, así como una sólida situación financiera y profesional, para explotar los Derechos de la Competición dentro del Territorio y que tengan capacidades propias de edición y emisión de contenidos audiovisuales.

- (79) Otros criterios generan incertidumbre por su indefinición, como el requisito de “*ser una empresa activa*”.
- (80) Esto es especialmente cierto si se considera que se establecen como causas de exclusión (apartado 15.5) “*No acreditar documentalmente y de manera suficiente, todos y cada uno de los requisitos fijados en los apartados precedentes*” (ante lo cual se utilizará también un informe independiente) y “*El incumplimiento de cualquiera de los requisitos fijados en los apartados precedentes*”. Estas causas de exclusión resultan contrarias a los principios de transparencia y concurrencia de licitadores, cuestión que se agrava al ser estas causas tan discrecionales también motivo de resolución del contrato (apartado 19 del PRO).
- (81) Continuando con las causas de exclusión, se establece que se procederá a la exclusión “*cuando la empresa haya sido condenada por una sentencia firme por delitos imputables a las personas jurídicas durante la duración prevista en la sentencia penal firme*” (apartado 15.5). Debería especificarse cuáles son los delitos que pueden motivar la exclusión. También genera mucha incertidumbre por el margen interpretativo la previsión de que:

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

- (82) También es importante asegurar la necesidad y proporcionalidad del umbral concreto elegido de 5M€ para la solvencia económica, valorándose positivamente que se permite su cumplimiento en una media de 3 ejercicios y negativamente la falta de precisión sobre la “suficiencia del aval bancario” (véase párrafo (40)).
- (83) Por otro lado, sí se valora favorablemente que se haya optado por una adjudicación por tres temporadas, permitiendo que los derechos vuelvan a salir al mercado con cierta periodicidad (apartado 2.1 del PRO).
- (84) En cuanto al procedimiento de adjudicación, existen varias disposiciones que conceden una excesiva discrecionalidad a la RFEF. De esta forma, si bien será positivo (para evitar incertidumbre y discrecionalidad de la RFEF) un conocimiento ex ante para los operadores del precio de reserva (aunque en el

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

- (85) También existe incertidumbre sobre cómo aplicará la RFEF el artículo 4.4.g) del Real Decreto-Ley en caso de empate, dado que hay un lote único.
- (86) Respecto a los plazos para presentar ofertas y de todo el procedimiento, no están suficientemente concretados, lo cual resulta censurable. En este sentido, se recomienda, de cara a la licitación, que no sean demasiado ajustados, sugiriéndose un plazo que permita a los operadores interesados disponer de tiempo suficiente para preparar sus ofertas. Como en anteriores informes (por ejemplo, el INF/DC/080/24), se recomiendan al menos 20 días hábiles o un mes natural.
- (87) También resulta escaso el plazo de 48 horas para la subsanación (apartado 8.6.5 del PRO), pese a que se incluya la posibilidad (se desconoce a qué condición está sujeta o si es a entera discrecionalidad de la RFEF) de ampliar el plazo en 48 horas adicionales.
- (88) Finalmente, en relación con la sublicencia (apartado 14 del PRO), se valora positivamente que se haya establecido un listado cerrado de causas de denegación, si bien algunas de esas causas son discrecionales. En especial las que se refieren al *“riesgo reputacional de la RFEF en caso de canales que emitan contenidos socialmente inadecuados entendiéndose por inadecuados los contenidos de actividades ilícitas”* o por la propia referencia a las cláusulas de exclusión (cuya discrecionalidad se ha señalado en párrafos (80) y (81)). Adicionalmente, se incluye la obligación de detallar el canal del sublicenciario y sus audiencias, obligación desproporcionada, especialmente en tanto que no se le requiere al adjudicatario.

3.4. Restricciones ligadas a publicidad, promoción y patrocinio

- (89) 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 en el PRO que se reserven tiempos y espacios muy relevantes para la RFEF y sus miembros del programa de patrocinio (secciones 7.2, 7.3 y 7.4 del PRO). La RFEF señala que pagará un precio de mercado, pero estas obligaciones son desproporcionadas y pueden llegar a provocar restricciones anticompetitivas en los mercados.

- (90) Se hace referencia a que el adjudicatario debe deberá respetar en todo momento el Programa de Patrocinio (apartado 7.1), documento que no ha sido entregado a la CNMC y cuyo contenido, por tanto, se desconoce. Se señala incluso que *“podrá ser modificado por la RFEF y comunicado al adjudicatario con la máxima antelación posible”*, sin precisar si el potencial licenciatario lo puede conocer (su contenido o su modificación) antes de formular su oferta o firmar el contrato, formulación que resulta inaceptable, más aún si se considera que el programa puede ser modificado por la RFEF con el contrato en vigor.
- (91) 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

- (92) Vista la propuesta de comercialización de los derechos de explotación de contenidos audiovisuales de la Supercopa en España y Andorra, presentada con fecha 10 de abril de 2025, subsanada el 11 de abril, 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.**
- (93) 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.

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, INF/CNMC/001/25

- 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.
 - Considerar la posible licitación de distintos lotes y opciones para asegurar una mayor concurrencia de posibles licitadores.
 - No incluir restricciones ligadas a la publicidad y promoción de los adjudicatarios, en particular las reservas de espacios publicitarios.
 - Garantizar la consecución de un procedimiento transparente y competitivo, en particular en lo referente a las causas de exclusión y el procedimiento de adjudicación y también en la aplicación del precio de reserva.
- (94) 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.