

**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 LOS TERRITORIOS DE
ESPAÑA Y ANDORRA PARA LAS
TEMPORADAS 2025/26, 2026/2027 Y
2027/2028**

INF/CNMC/107/25

9 de mayo de 2025

www.cnmc.es

CONTENIDO

1. Antecedentes	4
2. Contenido de la propuesta objeto de informe previo	4
2.1. Introducción	4
2.2. Presentación de las bases conforme al Real Decreto Ley 5/2015.	5
2.3. Descripción del lote y de la competición	5
2.4. Producción	8
2.5. Marcas, publicidad y promoción	9
2.6. Derechos no exclusivos. Derechos excluidos.....	10
2.7. Obligaciones del adjudicatario.....	11
2.8. Presentación de las ofertas: formato, procedimiento y requisitos... 11	
2.9. 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	18
3.3. Requisitos para la presentación de ofertas y requisitos de adjudicación	19
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 PRIMERA DIVISIÓN MASCULINA DE FÚTBOL SALA EN ESPAÑA Y ANDORRA

INF/CNMC/107/25 RFEF FÚTBOL SALA

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, 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 España y Andorra, para las temporadas 2025/26, 2026/2027 y 2027/2028 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/107/25

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 ESPAÑA Y ANDORRA PARA LAS TEMPORADAS 2025/26, 2026/2027 y 2027/2028.

INF/CNMC/107/25 RFEF – FÚTBOL SALA – ESPAÑA Y ANDORRA

1. ANTECEDENTES

- (1) Con fecha 10 de abril de 2025, tuvo entrada en la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (en adelante CNMC) solicitud de la Real Federación Española de Fútbol (RFEF) de elaboración de informe previo a la comercialización de los derechos de explotación de contenidos audiovisuales de la Primera División masculina de fútbol sala, en el territorio de España y Andorra, para las temporadas 2025/26, 2026/2027 y 2027/2028. 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, se acompaña de un documento consistente en las bases de la oferta para los territorios de España y Andorra.

2. CONTENIDO DE LA PROPUESTA OBJETO DE INFORME PREVIO

2.1. Introducción

- (3) Mediante el escrito presentado a la CNMC el 10 de abril de 2025, la RFEF solicita el informe previo al que alude el artículo 4 del Real Decreto-ley 5/2015 para la comercialización de los derechos de emisión de la Primera División de Fútbol Sala Masculina en España y Andorra.
- (4) Las temporadas ofertadas son 2025/26, 2026/2027 y 2027/2028.
- (5) El proceso de licitación se recoge en un documento denominado “Bases para la presentación de ofertas para la comercialización de los derechos audiovisuales para la primera división masculina de fútbol sala de las temporadas 2025/2026, 2026/2027 y 2027/2028”. Este documento incorpora tres anexos, a saber:

- Anexo 1: Producción
- Anexo 2: Formulario de oferta económica
- Anexo 3: Contrato de cesión de derechos para el territorio de España

Estos documentos serán designados en adelante, de forma conjunta, como PRO.

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

2.2. Presentación de las bases conforme al Real Decreto Ley 5/2015.

- (7) La RFEF especifica que los derechos que se comercializan comprenden los eventos que se desarrollen en la pista de juego incluyendo las zonas del recinto deportivo visibles desde el mismo, desde los dos minutos (2') 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.
- (8) 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 8 del RDL 5/2015.

2.3. Descripción del lote y de la competición

- (9) La RFEF ofrece a los operadores interesados la posibilidad de realizar ofertas por un lote único, compuesto por:
- Todos los partidos en la fase regular, en directo y en exclusiva, excepto los ya asignados a RTVE tras la licitación publicada el 23 marzo de 2023 (un partido en exclusiva en abierto en primera elección). Los partidos se podrán emitir en abierto o cerrado salvo el que elija RTVE que solo podrá emitirse en cerrado
 - Todos los partidos en cuartos de final del Play Off por el título, en directo y en exclusiva, excepto los ya asignados a RTVE tras el tender publicado el 23 marzo de 2023 (tres partidos en exclusiva en abierto en primera elección). Los partidos se podrán emitir en abierto o cerrado salvo el que elija RTVE que solo podrá emitirse en cerrado.
 - Todos los partidos de semifinales del Play Off por el título, en directo y en exclusiva, excepto los partidos ya asignados a RTVE tras el tender publicado el 23 marzo de 2023 (tres partidos en exclusiva en abierto en primera

elección). Los partidos se podrán emitir en abierto o cerrado salvo el que elija RTVE que solo podrá emitirse en cerrado.

- (10) Este lote está referido a las temporadas 2025/26, 2026/2027 y 2027/2028.
- (11) 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.
- (12) 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.
- (13) En cuanto a los territorios, el documento se refiere a la comercialización en los territorios de España y Andorra.
- (14) 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.
- (15) 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.
- (16) 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 que 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.
- (17) El PRO establece que los adjudicatarios tendrán el derecho en exclusiva de emisión en directo y en diferido de los partidos anteriormente reseñados, excepto los partidos ya asignados a RTVE tras el tender publicado el 23 marzo de 2023 y que éstos serán ofrecidos por la RFEF al operador. Los partidos se podrán emitir en abierto o cerrado salvo el partido que elija RTVE que solo podrá emitirse en cerrado. Los operadores deberán garantizar la retransmisión en directo. Los

partidos deberán emitirse en tecnología HD. Respecto al diferido, el adjudicatario tendrá derecho a la emisión ilimitada de los diferidos de cada partido adjudicado dentro de la temporada a que dichos partidos correspondan en régimen de no exclusiva.

(18) El PRO añade:

Se incluyen los derechos de Horeca, estadísticas. En cuanto el betting se adjudica el derecho a retransmitir en directo a través de internet los partidos a que se refiere este contrato en directo únicamente a través de los Sitios Web de Apuestas y las Aplicaciones web de Apuestas.

(19) Mientras que en el anexo 3 con el contrato se señala:

Quedan excluidos de este contrato los derechos que no se otorguen expresamente, a modo de ejemplo, la explotación en otros territorios, betting, scouting, realidad virtual, metaverso, videojuegos o similares.

(20) En cuanto a la exclusividad, se detalla que ésta no afectará al derecho de los clubes participantes de “emitir en diferido, en su integridad y/o en versiones resumidas o fragmentadas, de éstos en sus canales y plataformas oficiales”, de “grabar imágenes mediante medios propios del club o de la RFEF 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” ni “impide a los clubes participantes y a la RFEF la posibilidad de 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”. La concesión de la autorización o denegación respecto de tales grabaciones recaerá en el equipo que dispute el partido en condición de equipo local o de la RFEF cuando sea ella la que lo organice o sea en campo neutral.

(21) Finalmente, se señala:

El adjudicatario estará obligado a ceder en directo la totalidad de las imágenes que, en su caso, produzca y que estén relacionadas con la pista de juego a la RFEF a los efectos de poder utilizarlas exclusivamente como soporte tecnológico para el video-arbitraje y/o para fines formativos. La RFEF no estará obligada a compensar cantidad económica alguna por la cesión de estas imágenes.

(22) Las fechas y horarios definitivos de cada partido serán determinados por la RFEF. A efectos orientativos se establece que:

- Si fuere en viernes el horario de inicio se sitúa entre 20:00 y 21:30 horas, los sábados entre las 12:00 y las 20:00 horas, los domingos o festivos entre las 11:00 y las 20:00 horas.
- Cuando la jornada se celebre entre semana, los horarios de inicio indicativos serán los lunes, martes, miércoles y jueves entre las 17:00 y 21:30 horas.

(23) La RFEF se reserva el derecho de modificar las fechas y los horarios.

- (24) El adjudicatario abonará a la RFEF las cantidades ofrecidas en ocho pagos trimestrales. Si el incurre en el incumplimiento de dos o más pagos, la RFEF podrá suspender la emisión de partidos hasta la satisfacción de las cantidades adeudadas.
- (25) 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 por escrito de la RFEF. Al solicitar autorización se indicará con detalle el canal y las audiencias del mismo y la solicitud deberá realizarse como mínimo 10 días naturales antes de la fecha de emisión de los partidos. La RFEF contestará en el plazo de 5 días naturales y en ausencia de respuesta se considerará que la solicitud ha sido concedida. Si la RFEF denegara la autorización deberá motivar la misma. 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.

2.4. Producción

- (26) El PRO señala que:

4.1.- La producción audiovisual de todos los partidos en que los clubes hayan cedido voluntariamente esta facultad será llevada a cabo por la RFEF que podrá contar al efecto con un asesor técnico.

(...)

El adjudicatario abonará mensualmente a la RFEF los importes por la producción de los partidos según el nivel de producción que se indica en el anexo 1. Los costes de producción se han elaborado conforme a precios de mercado.

La RFEF podrá encomendar la producción de los partidos a la empresa adjudicataria del lote, en cuyo caso ésta asumirá la totalidad de los costes de producción sin nada que abonar a la RFEF.

(...)

4.3.- Las producciones se realizarán de conformidad con el estándar de producción que se indica en el anexo 1 que se han fijado atendiendo los precios de mercado.

4.4.- El grafismo a utilizar por los adjudicatarios en las retransmisiones en directo y resúmenes de los partidos será elaborado por la RFEF o quien esta designe bajo su dirección, asumiendo al adjudicatario los costes que no podrán superar la cantidad de 30.000 euros

2.5. Marcas, publicidad y promoción

(27) El PRO señala:

Para comunicar una marca e imagen unificadas y coherentes de la Competición se requerirá al adjudicatario que transmita las cabeceras, cortinillas, gráficos durante la misma, y las marcas propias de la competición, según lo dispone y requiere la RFEF (incluidos cualquier plató de televisión y decorados), debiendo ser aprobado previamente su uso y diseño por la RFEF.

(28) El PRO también indica que:

5.2.1.-La explotación comercial que realice el adjudicatario deberá respetar en todo momento el Programa de Patrocinio de Primera División de Fútbol Sala que tenga la RFEF, y por ende a los patrocinadores de la misma. El Programa de Patrocinio será comunicado al adjudicatario con la máxima antelación posible.

5.2.2.- El adjudicatario no podrá designar ningún patrocinador de programaciones o contenidos relacionados con la RFEF y/o con la Primera División de Fútbol Sala de forma que se entienda que patrocinan a la RFEF y/o a la Primera División de Fútbol Sala.

(29) Por otro lado, el PRO también reserva espacios de publicidad para la RFEF:

5.2.3.-El adjudicatario deberá poner a disposición de la RFEF los siguientes tiempos promocionales, con un coste global de 15.000€, más el IVA por temporada deportiva. AUTOPROMOS: 4 autopromos o colas de patrocinio a emitir en los días previos al partido correspondiente. (duración de cada una: 15 segundos, total 60 segundos)

- CARTELAS DE PATROCINIO: 4 carteladas alrededor del partido:

- 1 al inicio de la primeraparte*
- 1 al final de la primera parte*
- 1 al inicio de la segunda parte*
- 1 al final de la segunda parte*

Duración de la cartela: 15 segundos, total 60 segundos.

- SOBREIMPRESIONES:

En parte baja o inferior de pantalla: 10 impresiones de 6 segundos cada una por partido. En la presentación de las alineaciones al inicio del partido: 1 por cada equipo de 6 segundos cada una en cada partido.

- Derecho de adquisición preferente por parte de los patrocinadores de adquisición de tiempos televisivos (spots) alrededor del partido al mejor precio posible y se ofrecerán con al menos 1 semana de antelación. La RFEF facilitará al adjudicatario el listado de patrocinadores y sus actualizaciones.

(30) Finalmente, respecto a la emisión, el PRO señala:

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.

Las entrevistas a los jugadores se realizarán con las traseras de patrocinio que se faciliten por la RFEF.

2.6. Derechos no exclusivos. Derechos excluidos

(31) La RFEF expone que la adjudicación se realizará sin perjuicio de los siguientes derechos que según el PRO tienen los clubes y/o la RFEF, entre otros:

a) *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.*

b) *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.*

c) *La RFEF podrá exhibir las Jugadas Destacadas a través de su Plataforma Oficial desde el final del Partido con el objetivo de promocionar la competición.*

d) *La explotación de la publicidad virtual corresponderá al Club/SAD en cuyo pabellón se disputa el encuentro. No obstante, el Club/SAD podrá ceder los derechos de explotación a la RFEF a cambio de precio.*

e) *La RFEF y los Clubes y/o S.A.D. podrán ofrecer 3 miniclips en semidirecto que contendrán imágenes de cada partido de un máximo de 20 segundos cada clip y con la obligación de promocionar el operador que esté emitiendo el partido en directo.*

e) *La RFEF se reserva el derecho a autorizar a que los Patrocinadores y/o Proveedores Oficiales de la Competición puedan utilizar imágenes de la misma en las propias plataformas del patrocinador para promocionar su asociación con la Competición.*

f) *Los derechos de circuito cerrado en el pabellón.*

(32) Respecto a los derechos excluidos, el PRO concluye que:

6.5.- *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 scouting, realidad virtual, metaverso, 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) y todos los contenidos que no se hayan adjudicado expresamente.*

(33) El PRO también señala que:

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

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

2.7. Obligaciones del adjudicatario

- (34) El adjudicatario cumplirá con las obligaciones establecidas en el contrato que se incluye como anexo 3 a las presentes Bases

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

- (35) El PRO establece que:

Las Ofertas presentadas por los candidatos son firmes, incondicionales e irrevocables, por tanto, los candidatos no podrán presentar Ofertas sujetas a condiciones distintas a las previstas en este tender

(...)

La RFEF se reserva el derecho a rechazar cualquier Oferta que esté sujeta a cualquier condición distinta a las previstas en esta oferta y/o que no cumpla con los requisitos aquí establecidos.

(...)

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.

- (36) El documento incluye un calendario del proceso con fechas que, en la versión enviada a la CNMC, están en su mayoría sin concretar.
- (37) El candidato deberá ser una persona física o jurídica española y/o extranjera que tenga capacidad de obrar y de actuar en España. Adicionalmente, deberán cumplir los siguientes requisitos:

- 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 declaradas insolventes en cualquier procedimiento, hallarse declaradas en concurso, salvo que en este haya adquirido eficacia un convenio o se haya iniciado un expediente de acuerdo extrajudicial de pagos, estar sujetos a intervención judicial o haber sido inhabilitados 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.

- (38) Los requisitos deberán acreditarse con una declaración del representante legal de la empresa que los verifique.
- (39) Adicionalmente, el candidato deberá presentar un informe técnico que recoja como mínimo los siguientes elementos:

*Características de los servicios de comunicación audiovisual para la emisión de los partidos indicando la cobertura territorial;
Indicación del canal o canales de emisión;
Descripción de los medios propios suficientes para explotar los Derechos ofertados, y su puesta a disposición al público;
Detalles de los planes de programación;
Descripción de la calidad de la señal;
Descripción de la cobertura y nivel de exposición acorde con los derechos;
Descripción de los medios disponibles para garantizar el compromiso del candidato en promocionar la Competición (ya sea mediante un compromiso de programación mejorada u otras promociones, tanto durante la emisión de esta como fuera de ella);
Descripción del plan de programación de la Competición incluyendo el nivel de cobertura y exposición;
La experiencia de la compañía o del profesional individual en los últimos 3 años en la explotación de contenidos audiovisuales, con expresa indicación de los contenidos relacionados con el fútbol.*

- (40) Las causas de exclusión, recogidas en el apartado 8.5, son:

a) No acreditar documentalmente y de manera suficiente, todos y cada uno de los requisitos fijados en los apartados precedentes.

b) El incumplimiento de cualquiera de los requisitos fijados en los apartados precedentes.

Haber presentado fuera de plazo la documentación señalada en la presente IRO salvo la que sea subsanable.

c) 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.

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.

- (41) Los documentos anteriormente mencionados compondrán la oferta junto con la oferta económica, si bien se presentarán en direcciones distintas. La oferta económica consistirá en una oferta monetaria en euros, junto a la cual se aportará un compromiso redactado por una entidad bancaria de formalizar un aval bancario sobre el valor de la oferta anual de cada temporada por parte del 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, o bien se aportará certificado firmado por el legal representante de la compañía haciendo constar que tiene capacidad financiera para prestar el aval bancario suficiente.
- (42) El órgano de evaluación estará compuesto por el presidente de la RFEF o la persona que él designe en su representación, los directores financiero, de la asesoría jurídica, de competiciones y comercial, y el responsable del área audiovisual de la RFEF. Actuará como secretario un letrado de asesoría jurídica.
- (43) El criterio de adjudicación será la mejor oferta económica. Respecto al precio de reserva, cuya cuantía no se especifica en el documento enviado a la CNMC.

Si las ofertas recibidas fueran inferiores al Precio de Reserva la RFEF convocará una nueva ronda de ofertas entre los candidatos admitidos en cuyo caso la primera oferta presentada por los candidatos seguirá siendo vinculante pudiendo ser mejorada.

La segunda ronda de ofertas se enviará a la dirección de correo electrónico indicado por la RFEF. Si en esta nueva ronda ninguna oferta alcanzase el precio de reserva, la RFEF podrá adjudicar el lote a la mejor oferta económica o bien convocar una nueva ronda de ofertas, o bien proceder a la comercialización no exclusiva de los contenidos audiovisuales ofertados o bien cancelar el concurso.

En caso de proceder a la comercialización de forma no exclusiva (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.

- (44) Recuerda el PRO que:

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

2.9. Disposiciones legales

- (45) El PRO añade una serie de estipulaciones:

- 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.

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

- (46) 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.
- (47) Las condiciones de comercialización objeto de este informe afectan al mercado nacional, más allá de que el territorio relevante engloba también a Andorra.
- (48) 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.
- (49) En este sentido, la CNMC realiza las siguientes observaciones a las condiciones de comercialización presentadas por la RFEF para informe previo.
- (50) Quizás la primera cuestión a resaltar es que el modelo de contrato (incluido como anexo 3) incorpora algunas disposiciones que no guardan relación con el contenido del PRO, por lo que debería actualizarse y clarificarse qué obligaciones aplican dada la incertidumbre que ello genera¹.

¹ A modo de ejemplo, la obligación incluida en el contrato pero no en el PRO de contar con un código de *compliance*, la posibilidad de que la RFEF pueda instar la resolución unilateral e inmediata del contrato por la existencia de conflictos de interés deportivo o la referencia a documentos, como el Manual de Estilo, no incluidos ni mencionados en el PRO.

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

- (51) 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.

- (52) 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 en que los clubes hayan cedido voluntariamente esta facultad será llevada a cabo por la RFEF que podrá contar al efecto con un asesor técnico, ya sea a través de sus propios medios técnicos y humanos o de terceros especializados debiendo la calidad de la misma ajustarse a los estándares de calidad establecidos. La señal entregada por la RFEF es la señal oficial e ininterrumpida del partido. Dicha señal es la única que se distribuirá al adjudicatario*” (apartado 4.1). 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.
- (53) Adicionalmente, el PRO establece que “*El adjudicatario abonará mensualmente a la RFEF los importes por la producción de los partidos según el nivel de producción que se indica en el anexo 1*”, lo que agrava la atribución de la RFEF al pretender cargar al adjudicatario con los costes, a los que se añade el envío de la señal.
- (54) Pero al mismo tiempo el PRO señala (énfasis añadido):

La RFEF podrá encomendar la producción de los partidos a la empresa adjudicataria del lote, en cuyo caso ésta asumirá la totalidad de los costes de producción sin nada que abonar a la RFEF. En este caso la RFEF y el adjudicatario firmaran un acuerdo autónomo de producción comprometiéndose a asumir los estándares del anexo 1 así como las demás condiciones de estas Bases relacionadas con la producción y la entrega de la señal.

- (55) 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 o ingresos que asumir sino también respecto a la sujeción al Real-Decreto Ley 5/2015.
- (56) 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.

- (57) La literalidad del Real Decreto-ley 5/2015 (artículo 2 apartados 1, 2 y 4) establece que los clubes son titulares de los derechos audiovisuales (con la carga de la cesión de las facultades de comercialización conjunta de los derechos audiovisuales recogidos en el segundo párrafo del artículo 1.1 del Real Decreto-ley) y la RFEF solo puede valerse de ellos si los clubes los ceden en virtud de acuerdos contractuales, siempre que dichos acuerdos respeten la normativa de competencia. La CNMC ya se manifestó sobre este particular, entre otros, en los informes INF/DC/062/19, INF/DC/094/19, INF/DC/118/19, INF/DC/229/22, INF/DC/080/24 e INF/CNMC/001/25.
- (58) Por ello, supone una clara apropiación de derechos que la RFEF incluya las estadísticas (apartado 3.7.1).
- (59) Aparte, en sede de derechos excluidos de la oferta, 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 6.1.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, 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).

- (60) Tampoco procede por tanto la apropiación por parte de la RFEF de “*Los derechos de circuito cerrado en el pabellón*” (en el apartado 6.1.f) ni la posibilidad (sección 3.7.2 del PRO) de la RFEF de 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*”, ni tan solo cuando sea la RFEF la que lo organice o sea en campo neutral.
- (61) En un sentido semejante, se manifiestan otras cuestiones incluidas en el PRO y/o en el contrato, señalándose a continuación algunos ejemplos de forma no exhaustiva.
- (62) 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*” 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 4.1.e) del PRO, por el cual “*La RFEF y los Clubes y/o S.A.D. podrán ofrecer 3 miniclips en semidirecto que contendrán imágenes de cada partido 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 la cláusula 3.4. del contrato de adhesión que establece que “*La RFEF y los clubs participantes podrán hacer uso de cualquier activo digital entre ellos los tokens o NFTs o similares en relación con la Competición*” y, de nuevo, supone una atribución de derechos por parte de la RFEF, pues tal derecho corresponde exclusivamente a los clubes.
- (63) 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 la Competición puedan utilizar imágenes de la misma en las propias plataformas del patrocinador para promocionar su asociación con la Competición*”, 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 5.3 del PRO) de que: “*Las entrevistas a los jugadores se realizarán con las traseras de patrocinio que se faciliten por la RFEF*”.
- (64) También es improcedente la imposición al adjudicatario de ceder las imágenes para el video-arbitraje y/o para fines formativos tal como se establece en el PRO (sección 3.7.2) y en la cláusula segunda del contrato de cesión, sin que medie compensación alguna. Especialmente en el caso de los fines formativos, pues (a diferencia del vídeo-arbitraje) no guardan relación alguna con la competición sino con una actividad económica de la RFEF. También está injustificada la

imposición al adjudicatario de facilitar un resumen a RFEF y clubes (sección 3.7.2 del PRO) sin compensación, para que los puedan utilizar en su web y en sus redes sociales a partir de la finalización de cada partido, cuestión que en el caso de la RFEF además no está amparada por el Real-Decreto Ley 5/2015.

- (65) En relación con el denominado por la RFEF “derecho de archivo”, (epígrafe 6.2 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. Además y en relación con ello, en la cláusula 3.4 del contrato (no así en el PRO) se establece que *“el operador estará obligado a devolver a la RFEF o a destruir cualquier material generado como consecuencia de la explotación del lote adjudicado, así como cualquier información que posea en virtud del contrato de comercialización”*, lo que representa una restricción desproporcionada.
- (66) 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 6.3 del PRO).
- (67) Finalmente, el hecho de que se excluyan los derechos de imágenes para *“scouting”*, metaverso, videojuegos y similar (epígrafe 6.5 del PRO) no significa que la RFEF disponga pese a todo de estos derechos.

3.2. Derechos ofertados

- (68) El PRO recoge un lote único, pero habría sido preferible una mayor división en lotes u opciones (por ejemplo, separar la fase regular de la fase de play-off o abrir la posibilidad de encuentros de determinados clubes o regiones), 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 3.7.1 del PRO. También el hecho de que RTVE tenga un partido en abierto y ese partido haya de darse en “cerrado” podría haber abierto la posibilidad de lotes para partidos en exclusiva y no exclusiva. Finalmente, la obligación de todos los partidos en directo (apartado 3.7.1 del PRO) es de nuevo una barrera de entrada que restringe el interés y la capacidad de competir de operadores de menor tamaño, y de nuevo es una muestra de que se podía haber considerado un menú de lotes (combinando opciones de no todos los partidos en directo).
- (69) 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).

- (70) La obligación de emitir en HD (sección 3.8.5 del PRO) actúa como una barrera de entrada. También debería clarificarse si la emisión en “cerrado” es de pago.
- (71) 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 3.6 del PRO).
- (72) 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 9.4 del PRO y cláusula 8.1.d del contrato) resultan imprecisas, en tanto que no se detalla el alcance de este deber de colaboración. De igual manera se ha de asegurar la necesidad y proporcionalidad de las obligaciones impuestas en materia de geobloqueo y restricción de copia (y otras análogas, apartado 3.5 del PRO).
- (73) Por último, existe 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 3.8.4 del PRO).

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

- (74) 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, 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 “*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.*”.
- (75) 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 excesivas e indeterminadas en su formulación. Así, el informe al que se alude en el apartado 8.4 del PRO exige incluir información respecto de, “*como mínimo*” nueve apartados técnicos, de valoración subjetiva.
- (76) En particular, se incluye “*la experiencia de la compañía en la explotación de contenidos audiovisuales, con expresa indicación de los contenidos relacionados con el*

fútbol. 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 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.

- (77) Otros requisitos también son una clara barrera de entrada, como la necesidad de disponer de canales (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). Otros generan incertidumbre por su indefinición, como el requisito de *“ser una empresa activa”*.
- (78) Esto es especialmente cierto si se considera que se establecen como causas de exclusión (apartado 8.5) *“No acreditar documentalmente y de manera suficiente, todos y cada uno de los requisitos fijados en los apartados precedentes”* y *“El incumplimiento de cualquiera de los requisitos fijados en los apartados precedentes”*. Estas causas de exclusión resultan contrarias a los principios de transparencia y concurrencia de licitadores.
- (79) 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 8.5). 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.

- (80) De forma similar, algunas cláusulas del contrato de cesión que afectan al incumplimiento de contrato resultan imprecisas. Así, la cláusula por la que se establece que la RFEF podrá instar la resolución inmediata del contrato si detecta la *“Existencia de evidentes conflictos de interés deportivo que puede existir en otros operadores organizadores de competiciones deportivas”* es muy ambigua. Del mismo modo, la cláusula vigesimosegunda del contrato resulta ambigua al determinar que puede producirse una resolución del contrato por el incumplimiento de algunas de las condiciones establecidas en tal cláusula, referida al *compliance*. De la literalidad de la redacción parece desprenderse que

carecer de un código de *compliance* podría ser causa suficiente para la resolución del contrato, lo que resulta desproporcionado.

- (81) 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. En las temporadas ofertadas existe un solapamiento con la licitación previa señalada en el párrafo (9) en la temporada 2025/26, lo que motiva que, como se menciona en el párrafo citado, se excluyan los partidos ya adjudicados a RTVE. Sería conveniente explicitar que esta obligación decaería toda vez que expire la vigencia de la licitación ya adjudicada a RTVE (esto es, en las temporadas 2026/27 y 2027/28)
- (82) 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 segunda ronda) 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 8.11 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.
- (83) Finalmente, las causas de suspensión y cancelación previstas en el apartado 8.12 resultan excesivamente discrecionales, al hacer mención, por ejemplo, de forma genérica a una causa “*debidamente justificada*”.
- (84) Respecto a los plazos para presentar ofertas y de todo el procedimiento, no están en absoluto concretados, lo cual resulta censurable. En este sentido, se recomienda, de cara a la licitación, 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.
- (85) 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.
- (86) Finalmente, en relación con la sublicencia (apartado 3.10 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 (78) y (79)). Adicionalmente, se incluye la obligación de detallar el canal del sublicenciario y las audiencias del mismo, obligación que resulta desproporcionada, especialmente en tanto que no se le requiere al adjudicatario.

3.4. Restricciones ligadas a publicidad, promoción y patrocinio

- (87) 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 admisible². Concretamente, se establece en el contrato de cesión (cláusula 6.1) que “*El OPERADOR no podrá realizar inserciones publicitarias de otras entidades deportivas que no sean la RFEF o sin la autorización de esta, ni de asociaciones empresariales o generales que agrupen a entidades deportivas*”. También el apartado 6.1.e) del PRO se señala que: “*La RFEF se reserva el derecho a autorizar a que los Patrocinadores y/o Proveedores Oficiales de la Competición puedan utilizar imágenes de la misma en las propias plataformas del patrocinador para promocionar su asociación con la Competición*”. Ello supone una restricción que no está amparada por la normativa y que limita de forma considerable la capacidad de obrar del adjudicatario y de monetizar la emisión del contenido audiovisual.
- (88) También se establecen obligaciones de puesta a disposición y de adquisición preferente de espacios publicitarios (apartado 5.2) en las que se llega incluso a establecer un precio máximo. Estas obligaciones son desproporcionadas y pueden llegar a provocar restricciones anticompetitivas en los mercados.
- (89) Se hace referencia a documentos que el adjudicatario debe seguir a la hora de establecer la publicidad y/o las emisiones, como el Programa de Patrocinio (apartado 5.2.1) o el Manual de Estilo (contrato de cesión, cláusula 8.1.c y decimoprimer), documentos que no han sido entregados a la CNMC y cuyo contenido, por tanto, se desconoce. Se señala incluso que “*el Programa de Patrocinio será comunicado al adjudicatario con la máxima antelación posible*”, sin precisar si el potencial licenciatario lo puede conocer antes de formular su oferta o firmar el contrato, formulación que resulta inaceptable.

² 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

- (90) Adicionalmente, obligar al adjudicatario a cumplir 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 resulta desproporcionado y no está amparado por la normativa (sección 5.3 del PRO).
- (91) En un sentido semejante cabe pronunciarse respecto a la obligación de transmitir las cabeceras, cortinillas, gráficos y marcas, según lo dispone y requiere la RFEF, y necesitar su aprobación previa para poder modificar incluso los platós de televisión y decorados, como se recoge en el contrato de cesión.
- (92) Finalmente, 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 del PRO).
- (93) 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

- (94) Vista la propuesta de comercialización de los derechos de explotación de contenidos audiovisuales de Primera División masculina de fútbol sala en el mercado nacional y Andorra, presentada con fecha 10 de abril de 2025 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.**
- (95) 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 o tiempos y espacios que exceden de los considerados en el Real Decreto-ley 5/2015.
 - 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.
- (96) 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.