

**INFORME SOBRE LA PROPUESTA DE
LA REAL FEDERACIÓN ESPAÑOLA
DE FÚTBOL PARA LA
COMERCIALIZACIÓN DE LOS
DERECHOS DE EXPLOTACIÓN DE
CONTENIDOS DE LA CATEGORÍA
PRIMERA FEDERACIÓN EN VARIOS
TERRITORIOS EUROPEOS E
INTERNACIONALES PARA LAS
TEMPORADAS 2025/26, 2026/27 Y
2027/28**

INF/CNMC/106/25

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 y presentación de las bases conforme al Real Decreto Ley 5/2015.....	5
2.2. Descripción del lote y de la competición	5
2.3. Producción y señal	13
2.4. Marcas, publicidad y promoción	13
2.5. Derechos no exclusivos. Derechos excluidos. Obligaciones del adjudicatario.....	16
2.6. Presentación de las ofertas: formato, procedimiento y requisitos... 17	
2.7. Disposiciones legales	21
3. Valoración del documento de condiciones de comercialización de los derechos de explotación de contenidos de primera federación	21
3.1. Atribución y comercialización de derechos más allá del Real Decreto-Ley 5/2015	22
3.2. Derechos ofertados	25
3.3. Requisitos para la presentación de ofertas y requisitos de adjudicación	26
3.4. Restricciones ligadas a publicidad, promoción y patrocinio	29
4. Conclusiones	30

INFORME SOBRE LA PROPUESTA DE LA REAL FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE FÚTBOL PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE LOS DERECHOS DE EXPLOTACIÓN DE CONTENIDOS DE LA CATEGORÍA PRIMERA FEDERACIÓN EN VARIOS TERRITORIOS EUROPEOS E INTERNACIONALES PARA LAS TEMPORADAS 2025/26, 2026/27 Y 2027/28.

INF/CNMC/106/25 PRIMERA RFEF EUROPA E INTERNACIONAL

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 categoría Primera Federación en varios territorios europeos e internacionales 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/106/25

INFORME SOBRE LA PROPUESTA DE LA REAL FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE FÚTBOL PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE LOS DERECHOS DE EXPLOTACIÓN DE CONTENIDOS DE LA CATEGORÍA PRIMERA FEDERACIÓN EN VARIOS TERRITORIOS EUROPEOS E INTERNACIONALES PARA LAS TEMPORADAS 2025/26, 2026/27 Y 2027/28.

INF/CNMC/106/25 RFEF – PRIMERA RFEF – EUROPA E INTERNACIONAL

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 categoría Primera Federación, en varios territorios europeos e internacionales, 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, se acompaña de dos documentos consistentes en las bases de la oferta para para países europeos dentro y fuera de la Unión Europea y para varios territorios internacionales.

2. CONTENIDO DE LA PROPUESTA OBJETO DE INFORME PREVIO

- (3) Mediante el escrito presentado a la CNMC el 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 explotación de contenidos audiovisuales de la categoría Primera Federación.
- (4) Las temporadas ofertadas son 2025/26, 2026/27 y 2027/28.
- (5) El proceso de licitación se recoge en dos documentos denominados “Bases para la presentación de ofertas para la comercialización de los derechos audiovisuales de la categoría Primera Federación de las temporadas 2025/26, 2026/27 y 2027/28 para países de la Unión Europea y algunos territorios en Europa” y “Condiciones de comercialización de los derechos audiovisuales de las siguiente competiciones (sic.) de la categoría Primera Federación en el

ámbito internacional (excluida España y algunos países de Europa) para las temporadas 2025/26, 2026/27 y 2027/28”. En ambos casos se adjuntan un anexo que contiene los territorios a los que se aplican las bases y el contrato de cesión. En adelante, estos documentos, cuyas condiciones son similares entre sí, se denominarán de forma conjunta “PRO”.

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

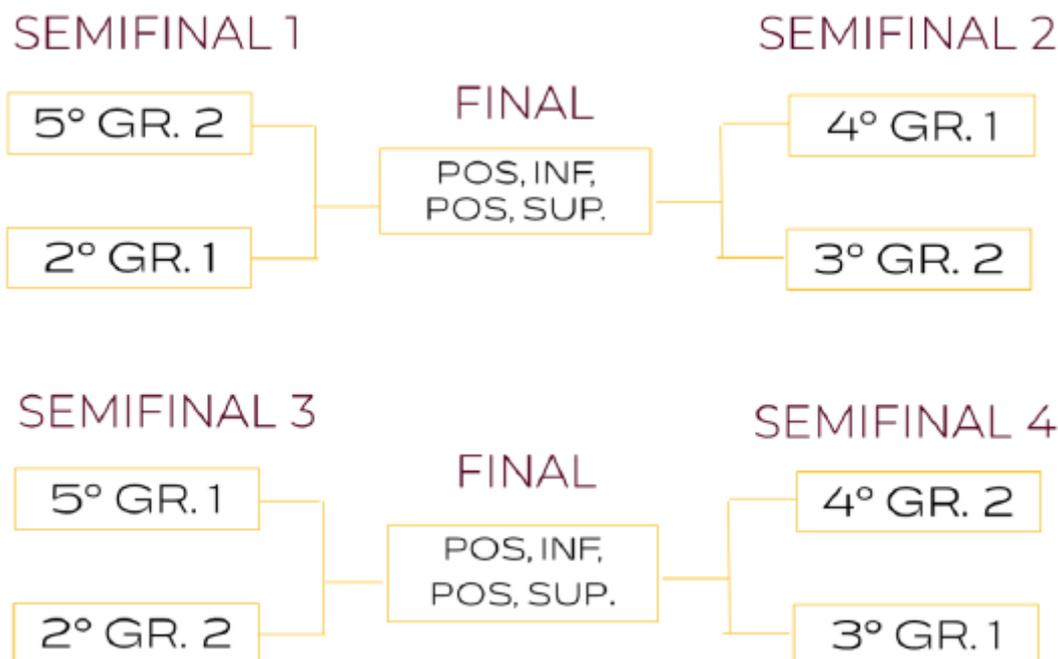
2.1. Introducción y presentación de las bases conforme al Real Decreto Ley 5/2015.

- (7) La RFEF especifica que los derechos que se comercializan comprenden los eventos que se desarrollen en el terreno de juego incluyendo las zonas del recinto deportivo visibles desde el mismo, desde los dos minutos anteriores a la hora prevista para el inicio del acontecimiento deportivo, hasta el minuto siguiente a su conclusión, e incluyen los derechos para su difusión, tanto en directo como en diferido.
- (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 7 del RDL 5/2015.

2.2. Descripción del lote y de la competición

- (9) Según el PRO, corresponderán exclusivamente a la RFEF las decisiones sobre el análisis y valoración de las ofertas, la adjudicación, la firma de los contratos y la percepción de las cantidades ofrecidas por los candidatos directamente a la RFEF.
- (10) La RFEF ofrece la opción de presentar ofertas por dos lotes. El lote 1 se ofrece por países y regiones conforme se indica en el anexo 1 y el lote 2 se ofrece conjuntamente para todos los países indicados en el anexo 1. Estos lotes son:
- Lote 1: todos los partidos en directo de cada jornada correspondiente a la Primera Federación incluidos los playoffs de ascenso de la Primera Federación a la Segunda División o el modelo competitivo de ascenso que lo sustituya.
 - Lote 2: se ofrece un único lote en exclusiva para todos los países del anexo 1 consistente en el derecho a retransmitir en directo a través de internet los partidos a través de los Sitios Web de Apuestas y las Aplicaciones web de Apuestas.

- (11) Ambos lotes están referidos a las temporadas 2025/26, 2026/27 y 2027/28.
- (12) El PRO detalla que la Primera Federación corresponde a la categoría calificada por la RFEF y a los efectos de la Federación como no profesional con altos niveles de profesionalización en sus jugadores. Es una competición oficial de ámbito estatal organizada de manera íntegra y con exclusividad por la RFEF.
- (13) La categoría estará formada por 40 clubes/equipos divididos en 2 grupos de 20 equipos cada uno de ellos. La adscripción de los clubes a uno de los dos grupos se realizará, esencialmente, por criterios geográficos.
- (14) La competición se desarrollará en dos fases, de las cuales, la primera corresponderá a la fase regular y la segunda al Play Off de Primera Federación. Dicho Play Off podrá ser sustituido por una competición independiente que tenga como objeto el sistema de ascenso a la Segunda División.
- (15) Así, la fase regular se configura en un total de 38 jornadas en las que los clubes participantes se enfrentarán a doble vuelta mediante el sistema de puntos, estableciéndose la clasificación final con arreglo a los puntos obtenidos por cada uno de los clubes contendientes. Los clubes que se clasifiquen en el primer puesto de cada uno de los dos grupos ascenderán directamente al Campeonato Nacional de Segunda División, o en su caso y si así lo aprueba la Comisión delegada, se integrarán en la nueva categoría de competición a los efectos del ascenso.
- (16) Los clubes que se clasifiquen en los puestos del segundo al quinto de cada uno de los dos grupos participarán en el Play Off de Primera Federación o en la categoría de ascenso. Por su parte, los equipos que ocupen los puestos del decimosexto a vigésimo de cada uno de los grupos descenderán a Segunda Federación (Segunda B).
- (17) En cuanto al Play Off, participarán los ocho clubes clasificados entre los puestos segundo y quinto de cada uno de los grupos, cruzándose los equipos de un grupo con el otro. La estructura de los partidos es la siguiente:



(18) Además, el PRO establece que:

“Se incluye una posible disputa del título de campeón de Primera Federación entre los dos primeros clasificados, bien a un solo partido en campo neutral o a dos partidos ida y vuelta, organizados en ambos casos por la RFEF”

(19) También se determina que:

“En cualquiera de las temporadas objeto del contrato el sistema competitivo y las fases de la competición, así como el número de jornadas podrá verse modificada por causas de fuerza mayor siendo competencia de la Comisión Delegada de la Asamblea de la RFEF determinar las nuevas reglas de competición con la finalidad de adaptarlas a las causas de fuerza mayor que sobrevenga durante el tiempo en el que persistan las mismas en todo o en parte”

(20) En cuanto a los territorios, se incluye en ambos documentos un Anexo 1 con el listado de los territorios para los que se realiza el procedimiento. Así, en el documento de países europeos se recoge:

- En régimen de exclusividad en abierto y codificado: Albania, Alemania, Austria, Bélgica, Bosnia Herzegovina, Bulgaria, República Checa, Chipre, Croacia, Dinamarca (incluyendo Groenlandia y las Islas Feroe), Eslovaquia, Eslovenia, Estonia, Finlandia, Francia (incluyendo Andorra, Mónaco y los territorios de ultramar franceses), Grecia, Hungría, República de Irlanda, Islandia, Italia (incluyendo San Marino y la Ciudad del Vaticano), Kosovo, Letonia, Liechtenstein, Lituania, Macedonia, Malta, Montenegro, Noruega,

Países Bajos, Polonia, Portugal (incluyendo las Azores y Madeira), Reino Unido, Rumanía, Serbia, Suecia, Suiza.

- Lotes regionales en régimen de exclusividad, en abierto y codificado:
 - a. Lote regional de Macedonia, Bosnia-Herzegovina, Serbia y Montenegro.
 - b. Lote regional de Reino Unido e Irlanda.
 - c. Lote regional de Rumanía y Hungría.
 - d. Lote regional de República Checa y Eslovaquia.
 - e. Lote regional de Alemania, Austria, Suiza y Luxemburgo.
 - f. Lote regional de Finlandia, Dinamarca, Islas Feroe, Groenlandia, Islandia, Suecia, Noruega.
 - g. Lote regional de Estonia, Letonia y Lituania.
 - h. Lote regional de Grecia y Chipre.
 - i. Lote regional de Albania y Kosovo.

(21) Por su parte, el documento de condiciones internacionales incorpora varios paquetes territoriales, a saber:

- En las Américas: Canadá, EE. UU., México, Sudamérica (excluida Brasil) y Brasil.
- En Asia: Brunéi, Camboya, China, Corea del Norte, Corea del Sur, Filipinas, Hong Kong, India, Indonesia, Japón, Laos, Macao, Malasia, Mongolia, Myanmar, Singapur, Tailandia, Taiwán, Vietnam.
- Oriente Medio y Norte de África: paquete de Oriente Medio y Norte de África (excluyendo Arabia Saudita), Arabia Saudita.
- África Subsahariana: existen cuatro paquetes diferenciados por idioma (francés, inglés, portugués y swahili) y un quinto referido a Sudáfrica.
- Europa (países fuera del EEE): Armenia, Azerbaiyán, Bielorrusia, Georgia, Israel, Kazajistán, Kirguistán, Moldavia, Rusia, Tayikistán, Turkmenistán, Turquía, Ucrania y Uzbekistán. Se incluye también un lote regional compuesto por Bielorrusia, Kazajistán, Kirguistán, Moldavia, Turkmenistán, Tayikistán, Uzbekistán en régimen de exclusividad en abierto y codificado y Armenia y Azerbaiyán en no exclusiva, en abierto y codificado.
- Oceanía: Australia y Nueva Zelanda.

(22) El PRO detalla que el adjudicatario deberá garantizar que los derechos sean exclusivamente accesibles desde el territorio y se comprometa a implementar todas las medidas de seguridad, tales como la encriptación de señales o sistema

de geo-bloqueo, sistemas DRM, para evitar que se pueda tener acceso a los mismos desde fuera del territorio y/o de manera ilegal. En el documento referido a los territorios europeos se especifica que se deberá cumplir con el Reglamento (UE) 2017/1128 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 14 de junio de 2017, relativo a la portabilidad transfronteriza de los servicios de contenidos en línea en el mercado interior.

- (23) El adjudicatario podrá ofrecer la opción al usuario de acceder a los comentarios de la retransmisión en cualquier idioma, preferentemente el o los oficiales/es del territorio.
- (24) Entrando en el detalle de los lotes, para el lote 1 se establece que confiere el derecho en exclusiva de emisión en directo y en diferido de la totalidad de los partidos de cada jornada. Los operadores deberán garantizar la emisión en directo de al menos dos de los partidos disponibles de cada jornada, retransmisión que se realizará en abierto o cerrado mediante una señal de televisión tradicional (TDT) o bien a través de cable, satélite, ondas hertzianas, ADSL o IPTV, Internet (incluido el formato OTT), wifi, tecnologías 3G, 4G y generaciones futuras, portales móviles, páginas web, y/o en *streaming*, así como cualquier otro sistema o modalidad existente o que se desarrolle en el futuro y en cualquier dispositivo. Se incluye el segmento denominado Horeca, que comprende hoteles, bares, cafeterías y restaurantes. Se incluye también la comercialización de los datos para las estadísticas. No se incluyen los datos para el *betting*, que están en el lote 2, ni los derechos de *scouting*.
- (25) En cuanto a la exclusividad, se refiere a la emisión de los partidos en directo y en diferido de todos los partidos de la competición. El PRO establece que no afecta al derecho de los clubes participantes en los encuentros para poder grabar imágenes a los meros efectos internos de análisis técnico de los partidos y su uso para fines de entrenamientos y seguimiento de sus jugadores o de los equipos oponentes. La concesión de la autorización o denegación respecto de tales grabaciones recaerá en el equipo que dispute el partido en condición de equipo local. Tampoco impide a los clubes participantes y, en su caso, 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.
- (26) Por su parte, para el lote 2 se establece que los partidos se podrán retransmitir con la condición estricta de que las retransmisiones sólo puedan ser vistas por los titulares de cuentas de apuestas registradas que hayan pagado una cuota o depositado fondos en el Bookmaker correspondiente antes de su visualización con el fin de apostar y/o dentro de los establecimientos de apuestas de Bookmaker por medio de la transmisión de IPTV. El Licenciatario no puede proporcionar streams a las salas de comercio con el fin de recopilar datos.

Además, el Licenciario no puede utilizar los derechos para crear cualquier tipo de productos de datos relacionados con los eventos salvo aquellos necesarios para la gestión y el desarrollo del betting.

- (27) En este caso, la exclusividad se entenderá como el derecho a la titularidad exclusiva de los derechos a efectos de apuestas. La adjudicación del paquete no podrá entenderse, en ningún caso, como un derecho a la retransmisión de las Competiciones para otros fines y en otras condiciones que las indicadas en el PRO.
- (28) La RFEF estipula que, para el lote 1, el adjudicatario podrá otorgar sublicencias siempre con autorización previa y expresa de la RFEF, debiendo garantizarse por el sublicenciante el cumplimiento por parte del sublicenciatario de las obligaciones establecidas en el lote y que el sublicenciatario cumple con todas las condiciones establecidas para los candidatos conforme a lo establecido en las presentes bases. Al solicitar autorización para la sublicencia se indicará con detalle el canal y las audiencias del mismo, y dicha solicitud deberá realizarse como mínimo 10 días naturales antes de la fecha de emisión de los partidos que se desean sublicenciar. La RFEF contestará a la solicitud en el plazo de 5 días naturales a contar desde que obre en su poder toda la documentación completa necesaria para analizar la misma y en ausencia de respuesta en el plazo indicado se considerará que la solicitud ha sido concedida. Si la RFEF denegara la autorización deberá ser de forma motivada.
- (29) El PRO establece que la RFEF podrá denegar la sublicencia en los siguientes casos:
- Si el potencial sublicenciatario ha contraído una deuda con la RFEF y/o existen procedimientos judiciales que se encuentren en curso en relación con el impago de las citadas cantidades.
 - Riesgo reputacional de la RFEF en caso de canales que emitan contenidos socialmente inadecuados entendiéndose por inadecuados los contenidos de actividades ilícitas.
 - El potencial sublicenciatario proponga un formato de explotación de los derechos contrario a lo establecido en estas bases.
 - El potencial sublicenciatario se encuentre en las causas de exclusión a que se refiere el apartado 8.3 del PRO
- (30) Para el lote 2, la concesión de sublicencias de los derechos puede ser posible siempre que los sublicenciatarios estén plenamente autorizados y regulados de conformidad con la legislación del territorio en el que se explotarán los derechos; y los sublicenciatarios puedan acreditar el cumplimiento de los requisitos previstos para el adjudicatario. El adjudicatario y su sublicenciatario deben

formalizar su relación mediante contrato, el cual debe ser enviado a la RFEF en el momento de la notificación.

- (31) Adicionalmente, el PRO establece una serie de restricciones publicitarias y de emisión para el lote 2. En cuanto a las publicitarias, ni el licenciario ni ningún Bookmaker tendrán derecho a anunciar o promover específicamente la disponibilidad de la cobertura en directo de los eventos en sus servicios, salvo como parte de un anuncio o promoción de apuestas generales para el Licenciario o el servicio de *streaming* de apuestas del Bookmaker en cuestión.
- (32) En cuanto a las restricciones de emisión:
- La calidad de la transmisión de los Competiciones no deberá ser comparable a la de la transmisión audiovisual de las Competiciones.
 - La retransmisión de los Competiciones sólo puede estar disponible en Definición Estándar ("SD").
 - La transmisión del Partido sólo se autorizará para su recepción en un ordenador personal (ya sea portátil o fijo) y/o por tableta, móvil, dispositivo de telecomunicación u otro dispositivo móvil;
 - La señal en vivo del Partido por parte del proveedor de apuestas sólo estará disponible para los usuarios que, en el momento del Partido, tengan una cuenta abierta y activa con el Proveedor de apuestas. Una "cuenta abierta y activa" debe entenderse como una cuenta: (i) que tenga un saldo positivo; y/o (ii) en el que el usuario relevante haya realizado una apuesta para el Partido en particular. Como tal, la visualización paralela con una cuenta desde varios dispositivos electrónicos está estrictamente prohibida.
 - La transmisión del Partido estará restringida a 700 kbps. Por lo tanto, no se podrá acceder a una velocidad superior a la indicada.
 - El Proveedor de Apuestas no puede anunciar su emisión como un servicio mediante el cual los usuarios puedan ver los partidos en directo sin vincular dicha oportunidad a la oferta de realizar apuestas. Por ejemplo, el servicio no debe ser comercializado como una oportunidad para ver fútbol libre y abierto. Los anuncios y/o promociones de los partidos no harán referencia a ninguna experiencia de transmisión de calidad en una pantalla de televisión, ni contendrán ninguna referencia o promoción de dicha transmisión para su uso en otra cosa que no sea una pantalla de ordenador o de dispositivo móvil. Queda terminantemente prohibida toda referencia a la posibilidad de transmisión en una pantalla de televisión.
 - El tamaño de los jugadores debe ser limitado. Como tales, las pantallas no deberán cubrir más de un tercio del tamaño de la pantalla que se muestre a

los usuarios finales en pantalla cuando estén plenamente maximizadas y no más de la mitad de la superficie de los smartphones;

- La difusión/transmisión de las Competiciones está restringida a la aplicación/sitio web de la entidad de apuestas e impide a los usuarios y/o usuarios potenciales visualizar el Partido sin credenciales de acceso. La difusión de los Derechos a través de otras páginas web está estrictamente prohibida.
 - La retransmisión de los partidos en las tiendas de apuestas físicas, y con independencia del tipo de mecanismo utilizado para la transmisión, sólo se permitirá si tiene lugar dentro de las instalaciones de la tienda. Como tal, se deben implementar las medidas necesarias para impedir el acceso al Partido fuera de las instalaciones. Las medidas pueden incluir, por ejemplo, la reducción de la visibilidad de los espectadores externo.
- (33) También se establece que todos los costes asociados con la codificación del adjudicatario y la entrega de los Feeds codificados a su sublicenciario Bookmakers correrán a cargo del Licenciario. El adjudicatario concederá a RFEF acceso ilimitado, sin costo alguno, a todas las fuentes codificadas para uso comercial y no comercial de RFEF. Para evitar cualquier duda, RFEF y/o terceros autorizados por RFEF serán responsables de entregar y/o poner a disposición del adjudicatario la señal internacional al satélite correspondiente, o envío SRT o cualquier otra tecnología que se acuerde entre la RFEF y el adjudicatario siendo el coste de dicha entrega asumido por el adjudicatario a precios de mercado.
- (34) Para ambos lotes se establece que las fechas y horarios definitivos de cada partido serán determinados por la RFEF. A efectos orientativos se establece que los sábados y los domingos se disputarán entre las 11:00h y las 23:30h. Ocasionalmente y cuando las necesidades competitivas o de infraestructura lo requieran se podrán disputar, previa autorización expresa de la RFEF, en viernes entre las 19:00h a las 23:30h. Entre semana, la RFEF designará las fechas y horarios de los partidos de forma que pueda configurarse el calendario respetando las diversas normas que influyen en él (descanso de tres días entre partido, etc.). Los horarios de inicio indicativos serán los martes, miércoles y jueves entre las 19:00 y las 23:30 horas.
- (35) La RFEF se reserva el derecho de modificar las fechas y los horarios de los partidos. La RFEF comunicará al adjudicatario los partidos disponibles cada jornada de la competición con una antelación mínima de 10 días previos a cada jornada en la fase regular y en el plazo de dos días después del sorteo de los playoffs, y el adjudicatario deberá realizar la selección de al menos dos de ellos entre los partidos que le ofrecerá la RFEF con una antelación de 4 días previos a su celebración.

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

2.3. Producción y señal

- (37) El PRO detalla que la RFEF o la compañía que esta designe, o quien tenga asumida la producción, facilitará a cada operador internacional la señal en directo de cada uno de los partidos. Esta señal audiovisual estará disponible en formato *clean feed* o bien señal internacional con grafismo en español. La señal entregada por la RFEF es la señal oficial e ininterrumpida del partido. Dicha señal es la única que se distribuirá al adjudicatario.
- (38) Los costes técnicos derivados del envío de la señal en directo desde la localización que establezca la RFEF en España hasta el operador internacional deberán ser asumidos por este último, si bien la RFEF (o la empresa que esta designe, o en su caso produzca) prorrateará los costes técnicos que puedan ser comunes para el envío de estas señales a diferentes operadores internacionales. El adjudicatario abonará esos costes directamente a la compañía indicada por la RFEF que será la prestadora del servicio.
- (39) El adjudicatario podrá personalizar la producción entregada por la RFEF de acuerdo con sus preferencias mediante el uso de locuciones, comentarios y apariciones de sus locutores, narradores y comentaristas. Si precisara el adjudicatario de algún servicio on site, este servicio será facilitado por el 'Host Broadcaster' del partido, de acuerdo con una hoja de tarifas puesta a disposición del adjudicatario. Entre estos servicios se incluyen entre otras la distribución, el TV Compound, el equipamiento de las posiciones de los comentaristas, etc. No obstante, el adjudicatario entiende que cualquier derecho relativo a la propiedad intelectual de dicha personalización se regulará de acuerdo con la cláusula de propiedad intelectual que rige la oferta.

2.4. Marcas, publicidad y promoción

- (40) El adjudicatario deberá retransmitir las cabeceras, cortinillas, gráficos y sus marcas, 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. Además, dispone del derecho no exclusivo y la obligación de utilización del nombre de la RFEF, así como la denominación de la competición; el logotipo de la RFEF y la competición; y el logotipo de la competición en la cortinilla para el pase de las repeticiones.

- (41) Todos los signos distintivos de las competiciones y/o de la RFEF y/o de los clubes o federaciones que vaya a hacer uso el adjudicatario para la promoción y/o retransmisión de las competiciones serán facilitados por la RFEF, y/o aprobados expresamente por ella antes de su divulgación y/o publicación. No se admitirá incluir signos distintivos que hagan referencia a las competiciones o a la RFEF que no cumplan con el formato y/o las indicaciones expresas marcadas por la RFEF.
- (42) El adjudicatario 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.
- (43) El adjudicatario podrá personalizar la emisión de los partidos conforme a sus preferencias, mediante el uso de locuciones, comentarios y apariciones de sus locutores, narradores y comentaristas asumiendo los costes que ello suponga que serán siempre a precio de mercado. No podrán personalizar la imagen del juego más allá de lo indicado en el presente párrafo, pero sí podrán añadir contenidos e imágenes grabadas de manera unilateral cuando ello haya sido previamente acordado con la RFEF.
- (44) Además, se indica que la RFEF comunicará al operador quién 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. Además, los clubs realizarán sus mejores esfuerzos para que las entrevistas a los jugadores se realicen con las traseras de patrocinio que se faciliten por la RFEF.
- (45) Se establecen varias condiciones que el adjudicatario debe respetar para la explotación de oportunidades publicitarias:
- En primer lugar, no se podrá formalizar ningún acuerdo publicitario con entidades que puedan suponer una amenaza para la reputación de la RFEF, incluyendo, pero no limitándose a: compañías con antecedentes dudosos (tales como estados financieros débiles, condenadas por soborno, piratería y/u otros delitos), y/o compañías que participan en la fabricación de armas.
 - En segundo lugar, los contratos publicitarios deberán cumplir con la normativa nacional del territorio autorizado.
 - En tercer lugar, el Operador no podrá designar ningún patrocinador de programaciones o contenidos relacionados con la competición que pueda entrar en conflicto con los patrocinadores de la RFEF y/o de la competición, ni de forma que se pudiera entender que patrocinan a la RFEF, la competición y/o los clubs de la competición.
- (46) El PRO establece que los adjudicatarios que celebren acuerdos con anunciantes que no cumplan con los términos anteriores, y/o no solicitasen la aclaración de sus dudas a la RFEF sobre la compatibilidad de estos con el Sponsor Técnico

Oficial de la Primera Federación, serán los únicos responsables de los daños y/o costos producidos en relación con cualquier reclamo, acción, multa, sanción y otros daños consecuentes o indirectos que puedan surgir.

- (47) Adicionalmente, se incluyen restricciones para el Lote 1, a saber:
- El adjudicatario no podrá celebrar contratos publicitarios con entidades implicadas, total o parcialmente, en la producción, venta y/o distribución de productos y/o servicios que se encuentren en la categoría de “marcas deportivas de cualquier índole”.
 - Asimismo, el adjudicatario bajo ningún concepto podrá emitir publicidad que pueda inducir a la creencia de que existe una colaboración y/o asociación de dicho anunciante con la RFEF, sus competiciones de Primera Federación, Clubes participantes y sus respectivos jugadores.
 - Además, la RFEF y/o los clubes están habilitados para llevar a cabo actividades que incluyen, entre otras, competiciones de medio tiempo con la participación de los aficionados en el estadio, anuncios promocionales colocados en el terreno de juego durante el comienzo, la mitad y el final del partido, entre otras, sin que ello suponga una violación de los Derechos concedidos al adjudicatario.
- (48) Por último, el PRO introduce algunas disposiciones referidas a la publicidad virtual o virtualizada, entendiéndose como tal la colocación de anuncios en instrumentos digitales que permiten la reproducción de diferentes anuncios durante el partido y que están situados en puntos específicos dentro del estadio (por ejemplo, gradas, soportes de publicidad, vallas estáticas, UTV, etc.). A este respecto, según el PRO el adjudicatario reconoce que la RFEF podrá utilizar exclusivamente dichos instrumentos para reproducir anuncios digitales con fines publicitarios. Como tal, el adjudicatario se compromete a no modificar el contenido del instrumento digital, salvo en el caso de que el anuncio mostrado sea contrario a las disposiciones legales aplicables del territorio autorizado del adjudicatario, en cuyo caso, el adjudicatario deberá notificarlo sin demora indebida y, en todo caso, en no más de cuarenta y ocho (48) horas desde el momento en que la RFEF reveló la lista de patrocinadores que se colocarán en los instrumentos digitales. El adjudicatario se compromete a eximir a RFEF de cualquier responsabilidad que se derive del hecho de que el adjudicatario no notifique a RFEF de la incompatibilidad de la legislación nacional del territorio autorizado con los anuncios virtuales que se colocan en los instrumentos digitales, incluyendo, pero no limitándose a: daños, sanciones, multas, daños consecuentes y/o indirecto.

2.5. Derechos no exclusivos. Derechos excluidos. Obligaciones del adjudicatario.

- (49) La RFEF expone que la adjudicación se realizará sin perjuicio de los siguientes derechos:
- 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, Redes Sociales u otros si los tuviera). Dicha utilización estará restringida hasta un máximo de cuatro 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 objetivo de promocionar la competición. Se entiende por Plataforma Oficial cualquier canal de distribución digital oficial operado por la RFEF incluido YouTube, Instagram, twitter o similar.
 - La explotación de la publicidad virtual corresponderá al Club/SAD en cuyo estadio se disputa el encuentro. No obstante, el Club/SAD podrá ceder los derechos de explotación a la RFEF a cambio de precio.
 - 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.
 - 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 y los derechos europeos e internacionales que se comercializarán por la RFEF.
- (50) Según el PRO, la RFEF podrá hacer uso del derecho de archivo de todos los partidos de la competición.
- (51) El documento referido a los territorios europeos añade que la RFEF se considera cotitular, junto a los clubes, de todos los derechos de propiedad intelectual de la competición. Una vez concluido el plazo de vigencia del contrato de

comercialización, la RFEF y los Clubes/SAD participantes ostentarán la totalidad de los derechos de propiedad intelectual sobre todos los contenidos y grabaciones audiovisuales (archivos) que se hayan generado, pudiendo ser explotados en cualquier medio o soporte, sin limitación alguna en un ámbito territorial mundial por el período de máxima vigencia de tales derechos.

- (52) El documento referido a los territorios europeos establece que el adjudicatario no tiene derecho alguno sobre las emisiones de los partidos o resúmenes excepto el derecho de explotación audiovisual descrito en el PRO. La emisión y explotación de los derechos audiovisuales no confiere al adjudicatario la propiedad sobre el contenido emitido y explotado.
- (53) El documento referido a los territorios europeos señala que quedan excluidos del proceso los derechos que no se otorguen expresamente en el mismo. A modo de ejemplo menciona la explotación en otros territorios, los videojuegos, la realidad virtual, realidad aumentada, el metaverso y los derechos de *scouting*. También se establece que todos los derechos que en el documento se reservan para los clubes y/o clubes participantes o, en su caso, para la RFEF, lo son, en exclusiva, en favor de los clubs y/o clubs participantes o en favor de la RFEF cuyos derechos audiovisuales son comercializados en cada caso mediante las bases.

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

- (54) El PRO establece que la RFEF se reserva el derecho a rechazar cualquier oferta que esté sujeta a cualquier condición distinta a las previstas en el documento y/o que no cumpla con los requisitos que en él se establecen. Las ofertas presentadas por los candidatos se considerarán firmes, incondicionales e irrevocables, por tanto, los candidatos no podrán presentar ofertas sujetas a condiciones distintas a las previstas en el PRO.
- (55) El documento referido a los territorios europeos incluye un calendario del proceso con fechas que, en la versión enviada a la CNMC, están sin concretar. En este sentido, en el apartado relativo a la valoración de las ofertas únicamente se detalla que esto se producirá dentro de los diez días posteriores a la apertura, sin aportar un calendario más preciso. Se incluye una dirección de correo electrónico en que los candidatos pueden formular consultas.
- (56) El candidato deberá ser una persona 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, así como de la normativa de discapacidad y de igualdad.
 - 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
- (57) Los requisitos deberán acreditarse con una declaración del representante legal de la empresa que verifique estos requisitos.
- (58) Adicionalmente, el candidato deberá presentar un informe técnico que recoja los siguientes elementos:
- Características de los servicios de comunicación audiovisual para la emisión de todos los partidos indicando la cobertura territorial de que dispone.
 - Descripción de los medios para explotar los derechos ofertados, y su puesta a disposición al público.
 - Detalles de los planes de programación del lote.
 - 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 la misma como fuera de ella).
 - Descripción del plan de programación de la Competición incluyendo el nivel de cobertura y exposición.
 - La experiencia de la compañía en la explotación de contenidos audiovisuales, con expresa indicación de los contenidos relacionados con el fútbol.

- (59) Por su parte, la solvencia económica se acreditará mediante informe elaborado por el representante de la compañía haciendo constar que dispone de capacidad financiera para prestar un aval bancario suficiente para hacer frente a la oferta económica de cada una de las temporadas adjudicadas.
- (60) El documento referido a los derechos internacionales no recoge causas de exclusión. Si bien en el contrato de cesión se hace referencia a la posibilidad de que el candidato incurra en las causas de exclusión previstas en el apartado 8.3 de las bases, este apartado se refiere a la explotación de los derechos y no guarda relación alguna con las causas de exclusión. Sí se incorporan en el documento referido a los derechos europeos, pero en el epígrafe 7.5 (no el 8.3 como recoge el contrato de cesión). Estas causas de exclusión son: no acreditar documental y de manera suficiente, todos y cada uno de los requisitos fijados en los apartados precedentes; el incumplimiento de cualquiera de los requisitos fijados en los apartados precedentes; haber presentado fuera de plazo la documentación señalada en la presente PRO, salvo la que sea subsanable; y que 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.
- (61) 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 cantidad monetaria en euros y no incluirá los impuestos. El adjudicatario deberá abonar a la RFEF la cantidad total ofrecida en euros y no podrá reducir o disminuir esa cantidad bajo ningún concepto, de forma que no podrá aplicar retenciones, deducciones, tasas, impuestos, comisiones o cualquier otra deducción o reducción de cualquier naturaleza.
- (62) 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. El órgano de control de la gestión de los derechos audiovisuales procederá a la adjudicación provisional de los derechos de los lotes siempre que previamente se hubieran adjudicado en el tender de España a efectos de la producción de los partidos.
- (63) El criterio de adjudicación será la mejor oferta económica. La RFEF podrá abrir una segunda ronda de mejora de las ofertas. El documento referido a los territorios europeos establece que, para el lote 1, en caso de producirse una oferta por uno o por más lotes individuales y una oferta por lotes agrupados por regiones sobre los mismos territorios, la RFEF informará que realizará una comparación entre el lote individual y lote por regiones y adjudicará los derechos a la contraprestación más alta. A modo de ejemplo, si un licitante ofrece 96 por

un lote regional y la suma del resto de lotes individuales de los mismos territorios (incluso si no hubiera una oferta en alguno de ellos) asciende a 93, la RFEF adjudicará el lote a la mejor oferta económica total. Si las ofertas fueran muy similares (cuando entre ellas la diferencia no sea superior al 20%) la RFEF tendrá también en cuenta el valor de los derechos que pueda aportar el adjudicatario, esencialmente primando la emisión en abierto y, en su caso, el número de abonados del canal que desease los derechos, primando el que tenga un mayor número.

- (64) Si las ofertas recibidas no cumplieran el objetivo de ser rentables económicamente, se podrá proceder a la comercialización no exclusiva de los contenidos audiovisuales ofertados o bien a cancelar el concurso. Debido a la naturaleza de la comercialización 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.
- (65) Por su parte, el documento referido a los territorios internacionales establece una segunda fase de la licitación, en la que se abrirá una nueva fase de recepción de ofertas para aquellos territorios que no hubieran sido adjudicados en la Fase 1. Dicha fase se abrirá en todo caso tras la finalización de la Fase y se mantendrá abierta hasta el inicio de cada una de las fases o eliminatorias de la competición, debiendo el interesado realizar una oferta por todos los partidos que restan hasta la final de la Competición.
- (66) Los interesados en los territorios que no hubieran resultado adjudicados en la Fase 1 deberán enviar sus ofertas de forma electrónica a la dirección que les será indicada por la RFEF. Se admitirán ofertas sucesiva e ininterrumpidamente, pudiendo realizarse la adjudicación conforme se vayan produciendo las ofertas. También se establece que si las ofertas recibidas no cumplieran el objetivo de ser rentables económicamente, se podrá proceder a abrir nuevas rondas, o bien a la comercialización no exclusiva de los contenidos audiovisuales ofertados o bien a cancelar el concurso.
- (67) En ambos casos se determina que la adjudicación 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, dentro del plazo fijado en este proceso y respetando las condiciones establecidas en la misma. La vigencia del contrato será por tres temporadas deportivas finalizando al terminar la temporada deportiva 2027/28.
- (68) Por último, el PRO establece que:

“Habida cuenta de que nos encontramos ante una competición de nueva creación con solo pocas temporadas de vigencia, la RFEF se reserva el derecho de volver al modelo anterior de competiciones no profesionales (2B o Segunda Federación y Tercera Federación exclusivamente) para el caso de que la Primera Federación no cumpla con los objetivos de la competición y deportivos de su creación”

- (69) En este sentido, el documento referido a los territorios europeos recoge que la RFEF se reserva el derecho de suspender o cancelar la licitación por causa de fuerza mayor, o causa debidamente justificada o bien en caso de existir indicios de colusión entre licitadores en cuyo caso la RFEF pondrá en conocimiento de la correspondiente autoridad de competencia y sin dilación indebida dichos ilícitos. También se podrá cancelar la licitación en el supuesto de que no se hubieran adjudicado los derechos en la licitación de España.

2.7. Disposiciones legales

- (70) Por último, el PRO incluye, además de lo establecido anteriormente, otra serie de estipulaciones relacionadas con el proceso de explotación de los derechos audiovisuales licitados bajo el epígrafe condiciones generales y cuyo contenido se expone someramente en el presente punto del informe:
- La RFEF acuerda que se mantendrá la confidencialidad de cualquier información de carácter confidencial que estuviera incluida en las ofertas recibidas.
 - La RFEF no será responsable de los gastos en los que incurran los candidatos en la preparación y presentación de las ofertas.
 - Obligación del adjudicatario de explotar los derechos, salvo causas de fuerza mayor.
 - Obligación de colaboración en materia de integridad (amaño de partidos y normativa sobre apuestas), antipiratería y cualesquiera otras amenazas.

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

- (71) 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 Federación.

- (72) Las condiciones de comercialización objeto de este informe afectan a varios territorios europeos, pertenecientes y no pertenecientes a la UE, e internacionales.
- (73) Las condiciones de comercialización objeto de este informe afectan al mercado del EEE, por lo que es de aplicación el Real Decreto-ley 5/2015, en particular en lo que afecta a este informe, el artículo 4, relativo al contenido debido de las condiciones de comercialización conjunta, así como al deber de las entidades comercializadoras, aquí la RFEF, de solicitar informe previo de la CNMC sobre tales condiciones de comercialización. También afecta a países que se encuentran fuera del EEE, por lo que para estos últimos es de aplicación el Real Decreto-ley 5/2015 a excepción de sus artículos 4.2, 4.3 primer párrafo y 4.4.
- (74) 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.
- (75) En este sentido, la CNMC realiza las siguientes observaciones a las condiciones de comercialización presentadas por la RFEF para informe previo.

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

- (76) Respecto de las referencias a la **titularidad de los derechos** y a la condición de **productor** de la RFEF, el artículo 1.1 del Real Decreto-ley 5/2015 dispone que el objeto de la norma es regular la *comercialización* de los derechos de explotación audiovisual de las competiciones de fútbol. Por tanto, la norma ampara exclusivamente la comercialización de los derechos, es decir, no estarían comprendidas en el ámbito del Real decreto-ley otras actividades fuera de esta comercialización tales como la *explotación*, *la emisión*, **la producción** o *la difusión directa* por la RFEF.
- (77) 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.

- (78) En el PRO no se introduce un apartado específico para la producción, pese a lo cual hay determinados apartados en los que se induce a pensar que la RFEF se atribuye este derecho. Así, cuando se señala que la *“RFEF y/o terceros autorizados por RFEF serán responsables de entregar y/o poner a disposición del Adjudicatario la Señal Internacional al satélite correspondiente, o envío SRT o cualquier otra tecnología que se acuerde entre la RFEF y el adjudicatario siendo el coste de dicha entrega asumido por el Adjudicatario a precios de mercado”*, parece evidente que la RFEF se considera con derecho a disponer de la producción para realizarla por sí misma o autorizar (sin aclarar bajo qué modalidad o en qué condiciones) a un tercero para realizarla y, además, cobrar al adjudicatario por ello, todo lo cual es contrario al Real-Decreto Ley 5/2015.
- (79) Por otra parte, en sede de derechos excluidos de la oferta, la RFEF se atribuye derechos no amparados por el Real-Decreto Ley 5/2015. Así, frente a la pretensión de *“publicar clips y/o highlights de imágenes en sus perfiles oficiales (web, Redes Sociales u otros si los tuviera)”*, utilización restringida hasta cuatro minutos de duración en total, 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. Por otro lado, la RFEF no ostenta estos derechos conforme al Real Decreto-ley 5/2015, que exclusivamente la faculta para la venta centralizada. Idéntica valoración merece la pretensión de la RFEF de exhibir las jugadas destacadas a través de su plataforma oficial desde el final del partido. En general se recuerda que, el hecho de que se excluyan ciertos derechos de la licitación objeto de este informe no significa que la RFEF disponga pese a ello de estos derechos.
- (80) Lo mismo cabe decir sobre la asignación a la REF de la facultad de *“autorizar a que los Patrocinadores y/o Proveedores Oficiales de las Competiciones puedan utilizar imágenes de la misma en las propias plataformas del patrocinador para promocionar su asociación con la Competición”*, lo cual no tiene amparo en el Real Decreto-ley 5/2015 y además incide negativamente en la capacidad del adjudicatario de contratar publicidad, como se analizará posteriormente en la sección 3.4.
- (81) El PRO también se refiere a que *“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”*. 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). De nuevo, la pretensión de la RFEF de cobrar a los clubes los

costes del transporte de la señal es un elemento agravante. Lo mismo cabe decir, como se ha señalado, de los apartados b) (publicación de clips y/o *highlights*), c) (exhibición de Jugadas Destacadas), y e) (ambos, referido el primero a los miniclip y el segundo al uso de imágenes de la competición en la página del patrocinador).

- (82) En este sentido, se recuerda que, según el artículo 2.3.a) del mencionado Real Decreto-ley (énfasis añadido):

“el club o entidad en cuyas instalaciones se dispute un acontecimiento deportivo de las competiciones a que se refiere el artículo 1 se reservará la explotación de [l]a emisión en diferido del encuentro a partir de la finalización de la jornada deportiva, siempre que lo haga directamente a través de un canal de distribución propio dedicado temáticamente a la actividad deportiva del club o entidad participante”.

- (83) Por otro lado, también se apropia la RFEF de derechos cuando señala “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 el terreno de juego” o la reserva de los “derechos de circuito cerrado en el Estadio”, cuestiones que no están amparadas por el Real Decreto-ley 5/2015. Tampoco está amparada la pretensión de que las entrevistas de los jugadores se realicen con las traseras de patrocinio que facilite la RFEF.
- (84) En relación con el denominado por la RFEF “derecho de archivo”, que se prevé en el borrador de oferta en favor de la RFEF de los clubes, 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.
- (85) Finalmente, tampoco está justificado que la RFEF ostente los derechos de propiedad intelectual sobre todos los contenidos y grabaciones audiovisuales (archivos) que se hayan generado, así como que incluya la comercialización de datos para estadísticas (lote 1) o para el *betting* (lote 2) dentro del procedimiento, pese a que la RFEF no tenga atribuida esta facultad. Esta disposición no se encuentra recogida en el documento referido a los territorios internacionales, pese a que sí figura en el contrato de cesión que se acompaña al mismo. En este sentido, la RFEF debería asegurar la coherencia entre las bases y el contrato, de forma que unos no contengan obligaciones que no se recogen en los otros, por la incertidumbre que ello genera en los usuarios.

- (86) Del mismo modo, el hecho de que se los derechos de imágenes para los videojuegos, la realidad virtual, realidad aumentada, el metaverso y “scouting” no significa que la RFEF disponga pese a todo de estos derechos.

3.2. Derechos ofertados

- (87) En relación con los derechos ofertados, en primer lugar se observa, como ha sucedido en anteriores PRO presentados por la RFEF, que hay una horquilla muy amplia para los horarios y días de celebración que genera incertidumbre sobre los adjudicatarios, especialmente si se conjuga con la reserva de la RFEF del derecho de modificar las fechas y los horarios de los partidos.
- (88) En el caso de esta competición, la incertidumbre es aún mayor en tanto que la RFEF se reserva el derecho de modificar por completo el sistema de competición o incluso de volver al sistema anterior al expuesto (véanse los párrafos (19) y (68), así como los apartados 3.3.3 y 7.9 del PRO). La redacción de estos apartados es confusa, pues así como en el apartado 3.3.3 se menciona que este cambio se haría en causa de fuerza mayor, esta limitación no se observa en el apartado 7.9, por el cual la RFEF simplemente se reserva el derecho de modificar la competición a su arbitrio. Además, si se produjera tal eventualidad la RFEF pretende resolver el contrato por pérdida sobrevenida de objeto, lo que resulta inadmisibles. Y a ello se añade que la RFEF impone que: *“El adjudicatario deberá abonar a la RFEF la cantidad total ofrecida en euros y no podrá reducir o disminuir esa cantidad bajo ningún concepto”*
- (89) También es incierta la celebración de un(os) posible(s) partido(s) entre los dos primeros clasificados, cuestión que tiene una cierta relevancia sobre el valor de los derechos y las pujas que estarían dispuestos a hacer los adjudicatarios como para dejarla en el plano de la incertidumbre y la discrecionalidad de la RFEF.
- (90) En definitiva, lo que pretende la RFEF es que los operadores se comprometan a presentar ofertas por una competición cuyo contenido puede ser alterado de forma sustancial por la propia RFEF aludiendo a conceptos indefinidos como la *“fuerza mayor”*. También llama la atención la discrepancia con lo establecido en los para los derechos audiovisuales de la competición en el mercado nacional (véase INF/CNMC/105/25), según los cuales el adjudicatario podía optar por la presentación de un informe en el que debe **acreditar** el perjuicio económico que le supondría el cambio de modelo. Este informe es claramente insuficiente como forma de defensa puesto que la carga de la prueba recae sobre el perjudicado, y en todo caso no se aceptaría para los casos de *“fuerza mayor o similares”*, pero en los pliegos referidos a los derechos en territorios europeos e internacionales ni siquiera parece existir esta opción.

- (91) Es por ello evidente que el PRO no cumple con la condición de transparencia exigida en el artículo 4.4.d) del Real Decreto-ley 5/2015.
- (92) Por último, 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 10.4 del PRO) 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 geo-bloqueo y restricción de copia (y otras análogas, apartado 3.5 del PRO).

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

- (93) Tal como se ha señalado en informes anteriores (véase el INF/DC/080/24), se observa cierta discrecionalidad por parte de la RFEF al reservarse el derecho a rechazar cualquier oferta que esté sujeta a cualquier condición distinta a las dispuestas en el PRO, cuando el Real decreto-ley solo establece que las ofertas de los licitadores “*no podrán estar condicionadas a la adquisición de lotes o a la concurrencia de determinados eventos*”
- (94) 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 7.4 del PRO exige incluir información respecto de, “*como mínimo*” nueve apartados técnicos, incluyendo entre ellos “*la experiencia de la compañía en la explotación de contenidos audiovisuales, con expresa indicación de los contenidos relacionados con el fútbol*”.
- (95) 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 es en teoría 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.
- (96) 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. Otros generan incertidumbre por su indefinición, como el requisito de “*ser una empresa activa*”.

- (97) Esto es especialmente cierto si se considera que se establecen como causas de exclusión (apartado 7.5) *“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. En principio, no figuran en el documento referido a los territorios internacionales (de acuerdo con lo que se ha reflejado en el párrafo (60)), pero podría ser necesaria una aclaración.
- (98) 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 7.5.d). 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.*
- (99) De forma similar, la cláusula vigesimotercera 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.
- (100) 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.
- (101) En cuanto al procedimiento de adjudicación, existen varias disposiciones que conceden una excesiva discrecionalidad a la RFEF. De esta forma, el documento referido a los territorios europeos señala que *“si las ofertas fueran muy similares (cuando entre ellas la diferencia no sea superior al 20%) la RFEF tendrá también en cuenta el valor de los derechos que pueda aportar el adjudicatario, esencialmente primando la emisión en abierto y, en su caso, el número de abonados del canal que desease los derechos, primando el que tenga un mayor número”* (apartado 7.8.2). Si bien esta valoración adicional puede estar justificada como forma de evaluar un mayor valor añadido al puramente económico, la forma en que se llevará a cabo esta valoración es imprecisa y, por tanto, genera incertidumbre.
- (102) En un sentido semejante, la disposición contenida en el apartado 7.8 por la cual *“si las ofertas recibidas no cumplieran el objetivo de ser rentables económicamente, se*

podrá proceder a la comercialización no exclusiva de los contenidos audiovisuales ofertados o bien a cancelar el concurso” es excesivamente discrecional.

- (103) Por último, en caso de que se procediera a la comercialización de acuerdo con otras bases, como señala la RFEF en el documento referido a los territorios europeos al mencionar la comercialización de forma no exclusiva, las condiciones de comercialización deberán ser evaluadas por la CNMC
- (104) También resulta discrecional la condición por la cual *“La adjudicación 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, dentro del plazo fijado en las presentes bases o el que se acuerde con el operador y respetando las condiciones establecidas en las mismas”* (apartado 7.9)
- (105) Del mismo modo, las causas de suspensión y cancelación previstas en el apartado 7.10 resultan excesivamente discrecionales, en particular en el documento referido a los territorios europeos, en los que se alude a la suspensión por *“causa debidamente justificada”*, formulación que es imprecisa en grado sumo.
- (106) 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. En un sentido similar, sería conveniente que la vigencia del contrato estuviera definida hasta una fecha concreta, en lugar de señalar que será de tres temporadas, y que se defina el concepto de temporada (apartado 7.9)
- (107) También resulta escaso el plazo de 48 horas para la subsanación (apartado 7.6, penúltimo párrafo), 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.
- (108) Finalmente, en relación con la sublicencia, se valora positivamente que se haya establecido un listado cerrado de causas de denegación, si bien algunas de esas causas son discrecionales, como las referidas a un *“riesgo reputacional de la RFEF en caso de canales que emitan contenidos socialmente inadecuados entendiéndose por inadecuados los contenidos de actividades ilícitas”*. En especial las que se refieren a las causas de exclusión a las que se ha hecho referencia en el párrafo (96) y a las que, por tanto, se aplica la misma crítica. 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

- (109) Establece la RFEF en el borrador de procedimiento obligaciones comerciales del adjudicatario relativas a la publicidad, ya criticadas por la CNMC en previos informes por ser restrictivas de la libertad de empresa y de la capacidad de rentabilización económica del operador adquirente de los derechos y por no basarse en ninguna circunstancia objetiva admisible, suponiendo además que la RFEF se apropia de derechos no amparados por el Real Decreto-Ley 5/2015¹.
- (110) Concretamente, el PRO establece en su apartado 5.1 que *“El Adjudicatario 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”*. En un sentido similar se pronuncia el apartado 5.3, donde se detalla que *“El Adjudicatario no podrá celebrar contratos publicitarios con entidades implicadas, total o parcialmente, en la producción, venta y/o distribución de productos y/o servicios que se encuentren en la categoría de “marcas deportivas de cualquier índole”, cuestión que tiene especial gravedad dado que precisamente marcas deportivas pueden ser un anunciante especialmente relevante para la monetización de los derechos por parte del adjudicatario. Todo ello supone la imposición de unas restricciones que no encuentran amparo en el Real Decreto-Ley 5/2015.*
- (111) Existen una serie de limitaciones, contenidas en el apartado 5.2 del PRO, cuya formulación es excesivamente discrecional y genera incertidumbre, además de dificultar la monetización por parte del adjudicatario. Concretamente, la restricción de no poder formalizar ningún acuerdo publicitario con entidades que puedan suponer una amenaza para la reputación de la RFEF es indeterminada, así como la restricción por la cual *“el Operador no podrá designar ningún patrocinador de programaciones o contenidos relacionados con la competición que pueda entrar en conflicto con los patrocinadores de la RFEF y/o de la competición, ni de forma que se pudiera entender que patrocinan a la RFEF, la competición y/o los clubs de la competición”*.
- (112) Por otra parte, la disposición según la cual *“los contratos publicitarios deberán cumplir con la normativa nacional del Territorio Autorizado en cuestión y su contenido no debe inducir a error a los consumidores ni infringir el acto de competencia desleal aplicable del Territorio”* es innecesaria, pues los adjudicatarios ya entienden que están obligados a cumplir la ley.
- (113) Adicionalmente, se establece una obligación publicitaria no amparada por el Real Decreto-ley: *“La RFEF comunicará al adjudicatario cual es el tittle sponsor de la competición y el adjudicatario estará obligado a aplicar el correcto naming y logotipo del*

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

title sponsor y de la competición durante las retransmisiones, así como en cualquier otro contenido o mención relacionados con la Competición” (apartado 5.1). De igual modo, se alude a un Programa de Patrocinio de las Competiciones (apartado 5.3) y a un Manual de Estilo (cláusula octava del derecho de cesión) cuyo contenido se desconoce.

- (114) También se establecen en el apartado 5.3.2 disposiciones relativas a la publicidad virtual que suponen la apropiación de espacios publicitarios por parte de la RFEF y, en paralelo, el establecimiento de cargas excesivas al adjudicatario al hacerle responsable de velar por el cumplimiento de la normativa del territorio y hacerle notificar los cambios que tal legislación pueda producir en la publicidad de la que la RFEF se apropia.
- (115) Adicionalmente, obligar al adjudicatario 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, resulta desproporcionada. De nuevo, esta condición viene reflejada en el contrato de cesión, no así en las bases, aumentando la incertidumbre sobre qué condiciones aplican en la práctica al adjudicatario.
- (116) 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

- (117) Vista la propuesta de comercialización de los derechos de explotación de contenidos audiovisuales de Primera Federación en varios territorios europeos e internacionales, 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.**
- (118) 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.
 - Clarificar el ámbito de los derechos ofertados, dada la potestad discrecional de la RFEF de modificar el formato de competición.
 - 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.
- (119) 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.