

**INFORME SOBRE LA PROPUESTA
DE LA RFEF PARA LA
COMERCIALIZACIÓN DE LOS
DERECHOS DE STREAMING PARA
APUESTAS EN DIRECTO PARA LAS
TEMPORADAS 2022/23, 2023/24,
2024/25, 2025/26 Y 2026/27**

INF/DC/162/22

12 de septiembre de 2022

www.cnmc.es

CONTENIDO

1. Antecedentes	4
2. Marco normativo	4
3. Contenido de la propuesta objeto de informe previo	8
3.1. Identificación y formato de la competición	9
3.1.1. Copa de S.M. El Rey.....	9
3.1.2. Supercopa de España.....	10
3.2. Descripción de los contenidos audiovisuales ofertados	11
3.3. Requisitos de los candidatos y procedimiento.....	14
4. Valoración de la propuesta	17
4.1. Atribución de derechos más allá del Real Decreto-Ley 5/2015.....	17
4.2. Derechos ofertados.....	19
4.3. Requisitos para la presentación de ofertas y procedimiento de adjudicación	20
4.4. Sobre las temporadas ofertadas y la duración de los contratos de comercialización con los adjudicatarios	24
5. Conclusiones	25

**INFORME SOBRE LA PROPUESTA DE LA RFEF PARA LA
COMERCIALIZACIÓN DE LOS DERECHOS DE STREAMING PARA
APUESTAS EN DIRECTO PARA LAS TEMPORADAS 2022/23, 2023/24,
2024/25, 2025/26 y 2026/27.**

INF/DC/162/22 STREAMING PARA APUESTAS EN DIRECTO

CONSEJO. SALA DE COMPETENCIA

Presidenta

D^a. Cani Fernández Vicién

Consejeros

D^a. María Ortiz Aguilar

D^a. María Pilar Canedo Arrillaga

D. Carlos Aguilar Paredes

D. Josep Maria Salas Prat

Secretario de la Sala

D. Miguel Bordiú García-Ovies

En Madrid, a 12 de septiembre de 2022

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 12 de agosto de 2022, de elaboración del informe previo a la comercialización de los derechos de streaming para apuestas en directo para las temporadas 2022/23, 2023/2024, 2024/25, 2025/26 y 2026/27, en virtud de lo establecido en el artículo 4 del Real Decreto-ley 5/2015, de 30 de abril, la **SALA DE COMPETENCIA** acuerda emitir el siguiente informe.

1. ANTECEDENTES

- (1) Con fecha 12 de agosto de 2022, 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 derechos de streaming para apuestas en directo, para las temporadas 2022/23, 2023/2024, 2024/25, 2025/2026 y 2026/27. Este informe se solicita en virtud de lo establecido en el artículo 4 del Real Decreto-ley 5/2015, de 30 de abril, de medidas urgentes en relación con la comercialización de los derechos de explotación de contenidos audiovisuales de las competiciones de fútbol profesional (en adelante, Real Decreto-ley 5/2015).
- (2) En el presente informe será objeto de análisis la propuesta de comercialización de los derechos de streaming para apuestas en directo tanto para el territorio nacional como para el resto del mundo.
- (3) La solicitud de informe de la RFEF, de 12 de agosto de 2022, se acompaña de un documento consistente en las bases de la Oferta, y cuatro anexos denominados:
 - Anexo 1: derechos y obligaciones del único paquete sujeto a comercialización
 - Anexo 2: condiciones generales que rigen la presentación de una oferta en la licitación
 - Anexo 3: formulario de licitación
 - Anexo 4: calendario

2. MARCO NORMATIVO

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

“El objeto de este real decreto-ley es establecer las normas para la comercialización de los derechos de explotación de contenidos audiovisuales de competiciones futbolísticas correspondientes al Campeonato Nacional de Liga de Primera y Segunda División, a la Copa de S.M. el Rey, a la Supercopa de España y al resto de competiciones de ámbito estatal, tanto masculinas como femeninas, organizadas por la Real Federación Española de Fútbol¹; así como fijar los criterios para la distribución de los ingresos obtenidos entre los organizadores y participantes en las mismas.”

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

- (5) El alcance de los derechos audiovisuales de las competiciones futbolísticas objeto de comercialización conjunta se encuentra en el párrafo segundo del citado artículo 1.1²:

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

- (6) Lo previsto en el apartado 1.1, *“se entiende sin perjuicio la emisión de breves resúmenes informativos a que hace referencia el artículo 19.3 de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual”*.
- (7) Este artículo excluye de su ámbito los derechos de explotación de contenidos para su emisión a través de los servicios de comunicación audiovisual radiofónica.
- (8) El Real Decreto-ley 5/2015 reconoce expresamente que la titularidad de los derechos audiovisuales corresponde a los clubes, si bien establece la necesidad de ceder las facultades de comercialización conjunta a la RFEF de la Copa de S.M. el Rey, de la Supercopa de España y del resto de competiciones de ámbito estatal que organice, tanto masculinas como femeninas, en todas las especialidades de la modalidad del fútbol en tanto dichas competiciones no sean declaradas competiciones profesionales, en los siguientes términos:

“Artículo 2

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

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

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

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

b) La Real Federación Española de Fútbol, respecto de la Copa de S.M. el Rey, de la Supercopa de España y del resto de competiciones de ámbito estatal que organice, tanto masculinas como femeninas, en todas las especialidades de la modalidad del

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

fútbol en tanto dichas competiciones no sean declaradas competiciones profesionales. A partir de dicha declaración, adquirirá la condición de entidad organizadora la Liga Profesional que se cree a tal efecto.

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

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

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

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

- (11) Los principios y condiciones que rigen la comercialización conjunta de los derechos audiovisuales se establecen en el artículo 4:

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

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

3. Las entidades comercializadoras establecerán y harán públicas las condiciones generales que regirán la comercialización de los derechos de explotación de contenidos audiovisuales objeto de comercialización centralizada, incluyendo la configuración de las ofertas para su explotación en los mercados nacional y de la Unión Europea, sus agrupaciones en Lotes y los requisitos para su adjudicación y explotación, que deberán respetar en todo caso los límites y principios establecidos en este real decreto-ley.

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

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

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

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

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

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

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

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

Esta modificación será operativa para la comercialización de los derechos de explotación de los contenidos audiovisuales objeto de comercialización centralizada que se aprueben a partir de la entrada en vigor del Real Decreto-ley 15/2020, de 21 de abril³.

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

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

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

³ Modificado por el punto 2 de la disposición final 5 del Real Decreto-ley 15/2020.

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

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

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

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

“El derecho de emisión en exclusiva no se ejercerá de tal modo que prive a una parte sustancial del público residente en otro estado miembro de la posibilidad de seguir acontecimientos calificados de interés general por la sociedad”.

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

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

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

- Asimismo, el artículo 144.1 LGCA establece que

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

3. CONTENIDO DE LA PROPUESTA OBJETO DE INFORME PREVIO

- (13) Mediante el escrito presentado a la CNMC el 12 de agosto de 2022, la RFEF solicita el informe previo al que alude el artículo 4 del Real Decreto-ley 5/2015 para la comercialización de determinados derechos de streaming para apuestas audiovisuales, tanto en el territorio nacional como en el resto del mundo, para el período 2022/23, 2023/2024, 2024/25, 2025/2026 y 2026/2027.

- (14) El proceso de licitación se recoge en el precitado documento denominado “Propuesta para la comercialización de derechos de streaming para apuestas en directo para las temporadas 2022/23, 2023/24, 2024/25, 2025/26 y 2026/27” (en adelante, PRO).
- (15) El PRO se estructura en diversos epígrafes:
- 1.- Introducción
 - 2- Formato de las competiciones
 - 3.- Derechos y obligaciones del paquete que se comercializa
 - 4.- Duración por la que se podrán explotar los derechos
 - 5.- Requisitos de los candidatos
 - 6.- Procedimiento
 - 7.- Condiciones de pago
 - 8.- Gastos
 - 9.- Naturaleza de la oferta de conformidad con el derecho contractual
 - 10- Suspensión o cancelación de la licitación
 - 11.- Obligación de explotar los contenidos audiovisuales
 - 12.- Propiedad intelectual
 - 13.- Aceptación
 - 14.-Separabilidad
 - 15.- Interpretación
 - 16.- Jurisdicción y ley aplicable
- (16) Asimismo, se incorporan los cuatro anexos que han sido descritos anteriormente.
- (17) A continuación, se realiza un resumen del contenido principal del PRO, atendiendo al literal del texto, que posteriormente será objeto de valoración.

3.1. Identificación y formato de la competición

- (18) El PRO hace referencia a dos competiciones para las cuales se comercializarán los derechos de streaming para casas de apuestas. Se trata de la Copa de S.M. el Rey y la Supercopa de España.

3.1.1. Copa de S.M. El Rey

- (19) Los equipos participantes para la temporada 2022/2023 serán ciento seis clubes que hayan participado en la temporada anterior en los Campeonatos de Primera División y Segunda División, en Primera RFEF, Segunda RFEF, Tercera RFEF, Copa RFEF y, además, diez de los veinte clubes provenientes de la eliminatoria previa de la competición. Para posteriores temporadas, formarán parte:

- a. Los 20 equipos que formaran la Primera División.
 - b. Los 22 equipos que formarán la Segunda División.
 - c. 10 equipos de Primera RFEF
 - d. 25 equipos de Segunda B
 - e. 25 equipos de Tercera División
 - f. Los cuatro semifinalistas de Copa RFEF y
 - g. Los veinte equipos territoriales provenientes de cada Federación de ámbito autonómico, dos en el caso de Andalucía, según estipulen sus bases de competición autonómicas
- (20) En cuanto al formato de competición, se juegan siete eliminatorias a un único partido, con excepción de las semifinales, que son a doble partido, para un total de 117 partidos. El PRO incorpora las fechas previstas de celebración para la temporada 2022/23.

3.1.2. Supercopa de España

- (21) En la Supercopa de España participarán los finalistas del Campeonato de España/Copa de S.M. el Rey, y el primero y el segundo clasificado del Campeonato Nacional de Primera División, en la temporada anterior y con el mismo criterio para el resto de las temporadas de comercialización. Si alguno de los finalistas del Campeonato de España/Copa de S.M. el Rey se hubiera clasificado, también, en primer o segundo lugar del Campeonato de Primera División, se mantendrán los dos clubes del Campeonato de España/Copa S.M. el Rey y las plazas correspondientes a Primera División se adjudicarán al siguiente o siguientes clubes clasificados, hasta completar los cuatro equipos participantes en la competición de que se trata.
- (22) La Competición se estructura mediante el formato conocido como “Final Four”, que se disputará en tres días distintos, de los cuales, dos serán las semifinales y uno la final.
- (23) En el PRO se establecen los emparejamientos y las fechas para la temporada 2022/23. Así:
- a. El campeón de Copa de S.M. el Rey se enfrentará al segundo clasificado del Campeonato Nacional de Liga el 11 de enero de 2023.
 - b. El campeón del Campeonato Nacional de Liga se enfrentará al subcampeón de la Copa de S.M. el Rey el 12 de enero de 2023.
 - c. Los ganadores de cada uno de los partidos anteriores se enfrentarán en la final el 15 de enero de 2023.

- (24) Los partidos podrán celebrarse fuera del territorio de España. Los partidos tendrán lugar en la/s ciudad/es que se determine por los órganos competentes de la RFEF.

3.2. Descripción de los contenidos audiovisuales ofertados

- (25) De acuerdo con el Anexo 1, se ofrece un único lote, por territorios, en exclusiva consistente en el derecho a retransmitir en directo a través de internet los partidos de Copa de S.M. el Rey y Supercopa, en adelante los partidos o los Eventos, en directo únicamente
- a través de los Sitios Web de Apuestas y las Aplicaciones web de Apuestas. Los partidos se podrán retransmitir, con la condición estricta de que las retransmisiones de los Eventos 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; (y el derecho a conceder la misma a cualquier tercero, sujeto al cumplimiento por parte de dicho tercero de todos los términos y condiciones relevantes establecidos en la licitación).
- (26) El licenciatarario no puede proporcionar “streams” a las salas de comercio con el fin de recopilar datos. Además, el licenciatarario no puede utilizar los derechos para crear cualquier tipo de productos de datos relacionados con los eventos.
- (27) 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 la presente licitación.
- (28) Los paquetes incluyen los tres partidos de la Supercopa de España y setenta y cinco partidos por temporada en la Copa de S.M. el Rey. El PRO especifica que, si se producen más partidos, la RFEF enviará la señal al adjudicatario.
- (29) La licitación está dividida en estos territorios, a saber:
- BETTING 1: para los territorios de Estados Unidos y Canadá, en exclusiva.
 - BETTING 2: para España, en exclusiva.
 - BETTING 3: para el resto del mundo, en exclusiva.
- (30) El periodo de vigencia de la licencia será las temporadas 2022/23, 2023/24, 2024/25 y, en su caso, 2025/26 y 2026/27.

- (31) La concesión de sublicencias de los Derechos puede ser posible siempre que los sublicenciarios estén plenamente autorizados y regulados de conformidad con la legislación del territorio en el que se explotarán los Derechos; y los sublicenciarios puedan acreditar el cumplimiento de los requisitos previstos en la Sección 5 del documento, que detalla los requisitos de los adjudicatarios.
- (32) El adjudicatario y su sublicenciario deben formalizar su relación mediante contrato, el cual debe ser enviado a la RFEF en el momento de la notificación para asegurarse de que se cumplen los requisitos en el que figurará la previsión realizada en la sección 4 (duración). No se otorgarán otros derechos que los expresamente previstos en la licitación.
- (33) El Anexo 1 incorpora unas limitaciones publicitarias para los adjudicatarios. Concretamente, 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. Además, el licenciario debe asegurarse de que ninguna forma de patrocinio o publicidad aparezca dentro o de alguna manera en relación con las fuentes codificadas en los sitios web y aplicaciones de apuestas o en cualquier otro lugar.
- (34) También se incorporan varias limitaciones relativas a la emisión de las competiciones, a saber:
- 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 600kbps. Por lo tanto, no se podrá acceder a la final 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 del almacén. Las medidas pueden incluir, por ejemplo, la reducción de la visibilidad de los espectadores externos.
- (35) 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.
- (36) Ningún empleado o contratista del adjudicatario y/o de cualquier *Bookmaker* sublicenciario podrá utilizar los *Feeds* de RFEF para ningún otro propósito que no sea el de producir los *Feeds* codificados y para el control de calidad.
- (37) El PRO (apartado 3.2) excluye expresamente determinados derechos de la licitación, siendo éstos:
- Los derechos audiovisuales de retransmisión de los partidos de los competiciones en directo que no estén incluidos en el ámbito de aplicación

de las condiciones de la licitación, incluidos, entre otros, los derechos audiovisuales en cualquiera de sus modalidades incluidos NFT's o similares.

- La retransmisión en diferido de cualquiera de los partidos de las competiciones.
 - Derechos de retransmisión en aviones y buques. Los derechos otorgados en la licitación excluirán la posibilidad de retransmitir los partidos en vuelos y navegaciones de cualquier tipo.
 - Cualquier otra forma de retransmisión que esté fuera del alcance de los propósitos de realizar prácticas de streaming para propósitos relacionados con la industria de apuestas y juegos de azar.
- (38) Finalmente, el PRO (apartado 12) señala que la RFEF y los clubs participantes mantendrán la propiedad de todos los Derechos de Propiedad Intelectual.

3.3. Requisitos de los candidatos y procedimiento

- (39) Los Candidatos deberán cumplir con los siguientes requisitos y presentar la siguiente documentación para ser considerados elegibles para los fines de la licitación:
- Descripción general de la empresa (incluido el certificado de registro del Registro Mercantil expedido por el registro competente y el número de identificación fiscal), junto con una descripción de la experiencia de la empresa en la explotación de los derechos en eventos relacionados con las apuestas deportivas.
 - Acreditar una facturación anual promedio de los últimos tres años superior a un millón de euros (1.000.000,00 €). Sin embargo, si un candidato, por cualquier razón, no puede probar dicha facturación, puede ser considerado elegible si se compromete a pagar la totalidad (100%) de la cantidad de su oferta en la fecha de la Firma del Contrato de Licencia.
 - Estar en condiciones de garantizar el pago íntegro de todas las obligaciones económicas que puedan derivarse de la concesión de los derechos. Para ello, la RFEF podrá exigir al adjudicatario que presente una garantía bancaria para cada temporada adjudicada, o bien una garantía alternativa para cada temporada adjudicada, a fin de garantizar las obligaciones de pago de su oferta.
 - Si existen litigios pendientes entre la RFEF y el candidato, o una empresa perteneciente al mismo grupo societario que el candidato en relación con

cualquier acuerdo relacionado con el impago de derechos audiovisuales, la RFEF requerirá además una garantía pagadera a primera reclamación a cargo del candidato, equivalente a la suma de: (a) la cantidad que está pendiente de pago; y (b) la oferta realizada para participar en la licitación

- Presentar certificado de estar al corriente de sus obligaciones tributarias con la AEAT en el supuesto que el candidato sea residente fiscal en España, o actúe a través de un establecimiento permanente situado en España, o por cualquier otra razón esté dado de alta en el censo de obligados tributarios en España. El certificado que se presente será el expedido por la Agencia Estatal de la Administración Tributaria de España
- Presentar certificado de estar al corriente de sus obligaciones con la Seguridad social cuando el candidato sea una empresa inscrita en la Seguridad Social española, certificado que será expedido por la Tesorería General de la Seguridad Social.
- Declarar expresamente y proporcionar la documentación pertinente que demuestre que el candidato es un operador de Sitios Web y Aplicaciones de Apuestas/Contabilidad de apuestas totalmente autorizado y regulado.

(40) El PRO incorpora también unos criterios de exclusión, a saber:

- Que la empresa haya sido declarada penalmente responsable de determinadas conductas que se incluyen en el PRO, en listado cerrado de delitos, y/o si dicha empresa cuyos administradores o representantes lo sean de hecho o de derecho, vigente su cargo o representación, hubieran sido condenadas mediante sentencia firme por los Juzgados o Tribunales por tales delitos.
- Estar, haberse declarado o haber solicitado la apertura de un procedimiento concursal. No se admitirá la presentación de ofertas a los Candidatos que estén sujetos a procedimientos de liquidación, bancarrota y/o insolvencia, concurso de acreedores, e incluso si están sujetos a una moratoria legal con sus acreedores.

(41) Una vez el candidato sea admitido para participar en el proceso, la comisión de evaluación procederá a la valoración de la oferta, siendo la mejor oferta económica el único criterio para la adjudicación de los derechos.

(42) No se tendrán en cuenta las ofertas conjuntas de más de una entidad. No obstante, los candidatos podrán presentar ofertas sobre la base de que pueden tener derecho a sublicenciar los derechos a terceros.

(43) Una misma empresa podrá presentar una, dos o tres ofertas distintas, una para el plazo a 3 años o 4 años 5 años. 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.

- (44) En la presentación de ofertas (apartado 6.2 y anexo 2), el Candidato acepta irrevocable e incondicionalmente, entre otras cuestiones, que el envío de una oferta supone la aceptación expresa de las condiciones generales, que renuncia a su derecho a solicitar medidas cautelares o similares con respecto a esta licitación, que esta licitación no constituye un contrato ni una oferta que deba ser aceptada por la RFEF y que toda oferta presentada será incondicional e irrevocable en un plazo de 60 días. La presente Licitación se considera una invitación a hacer una oferta y, como tal, no se considerará que tiene efectos contractuales vinculantes ni constituye un contrato vinculante ni una oferta que pueda ser aceptada por un candidato.
- (45) Se adjudicarán los derechos a la mejor oferta económica de aquel candidato que haya presentado una oferta por tres temporadas salvo que exista una oferta por cuatro o por cinco temporadas que sea significativamente superior (20% del promedio de la oferta a 3 temporadas cuando la oferta lo es por cuatro temporadas y al 25% del promedio de la oferta a 3 temporadas cuando la oferta lo es por cinco temporadas). Si no hubiera ofertas por 3 temporadas y sólo las hubiera por cuatro o/y cinco temporadas se aplicará el mismo criterio de que la oferta a cinco temporadas deberá ser superior en un 5% a la oferta a cuatro temporadas. La RFEF se reserva el derecho de adjudicar 3 ó 4 ó 5 temporadas.
- (46) La RFEF se reserva el derecho de licitar, evaluar y adjudicar los derechos de forma separada por territorios. A modo de ejemplo, la RFEF podrá en primer lugar iniciar el procedimiento de licitación y evaluación de ofertas para los territorios USA y CANADÁ, para posteriormente continuar con la licitación y evaluación del territorio resto del mundo. En estos casos se publicará un calendario para cada licitación.
- (47) La RFEF podrá abrir una segunda ronda de mejora de las ofertas.
- (48) Si las ofertas recibidas no cumplieran el objetivo de ser rentable económicamente, se podrá proceder a la comercialización no exclusiva de los contenidos audiovisuales ofertados. En caso de proceder a la comercialización en forma no exclusiva de los contenidos audiovisuales ofertados y se comercializarán dichos contenidos audiovisuales en igualdad de condiciones para todos los operadores interesados, o bien se podrá cancelar el concurso. Se pondrá en conocimiento de la CNMC el detalle de las condiciones de comercialización en exclusiva que pueda aplicar la RFEF.
- (49) En caso de que ocurra un supuesto de fuerza mayor debidamente justificada la RFEF podrá suspender o cancelar la Licitación. Adicionalmente, la RFEF se

reserva el derecho de suspender o cancelar la Licitación en caso de existir indicios de colusión entre Candidatos en cuyo caso, la RFEF pondrá, en conocimiento de la correspondiente autoridad de competencia y sin dilación indebida dichos indicios.

4. VALORACIÓN DE LA PROPUESTA

- (50) La valoración por la CNMC de cualquier propuesta para la comercialización conjunta de los derechos audiovisuales de las competiciones de fútbol previstas en el Real Decreto-ley 5/2015 se hace a la luz del Real Decreto-ley en su conjunto. Esta norma dispone un diferente tratamiento de la comercialización de los derechos audiovisuales en función del territorio, estableciendo ciertas especificidades en el mercado nacional, en la Unión Europea y en los mercados internacionales.
- (51) Las condiciones de comercialización objeto de este informe afectan tanto al mercado nacional como el mercado de la UE y de otros terceros países.
- (52) El presente informe no tiene por objeto valorar la compatibilidad de las condiciones de comercialización con los artículos 1 y 2 de la LDC y 101 y 102 del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea (TFUE), en la medida que no es el cauce procedimental adecuado, sin perjuicio de que la CNMC pueda en un momento posterior, de oficio o tras una denuncia, investigar la compatibilidad con la normativa de competencia de las actuaciones que finalmente lleve a cabo la RFEF en relación con la comercialización de estos derechos audiovisuales.
- (53) En este sentido, la CNMC realiza las siguientes observaciones a las condiciones de comercialización presentadas por la RFEF para informe previo:

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

- (54) Respecto de las referencias a la **titularidad de los derechos** y a la condición de **productor** de la RFEF, el artículo 1.1 del Real Decreto-ley 5/2015 dispone que el objeto de la norma es regular la *comercialización* de los derechos de explotación audiovisual de las competiciones de fútbol. Por tanto, la norma ampara exclusivamente la comercialización de los derechos, es decir, no estarían comprendidas en el ámbito del real decreto-ley otras actividades fuera de esta comercialización tales como la *explotación*, la *emisión*, **la producción** o la *difusión directa* por la RFEF.
- (55) La literalidad del Real Decreto-ley 5/2015 (artículo 2 apartados 1, 2 y 4) establece que los clubes son titulares de los derechos audiovisuales (con la carga de la cesión de las facultades de comercialización conjunta de los derechos

audiovisuales recogidos en el segundo párrafo del artículo 1.1 del Real Decreto-ley) y la RFEF solo puede valerse de ellos si los clubes los ceden en virtud de acuerdos contractuales, siempre que dichos acuerdos respeten la normativa de competencia. La CNMC ya se manifestó sobre este particular, entre otros, en los informes INF/DC/062/19, INF/DC/094/19 y INF/DC/118/19.

- (56) Hay que subrayar que el artículo 33 de la Ley 10/90, del Deporte atribuye a las Federaciones deportivas españolas, bajo la coordinación y tutela del Consejo Superior de Deportes, en otras, la función de “Calificar y organizar, en su caso, las actividades y competiciones deportivas oficiales de ámbito estatal” y como tal entidad organizadora se reconoce a la RFEF en el real decreto-ley, no como titular de los derechos audiovisuales.
- (57) Asimismo, el artículo 8.1, en conexión con el artículo 7 d) del Real Decreto-ley establece que el órgano de control de la gestión de los derechos audiovisuales de la RFEF tiene la función, respecto a las competiciones que comercialice, de:

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

- (58) En el PRO no se contienen menciones específicas a la producción aunque se señala, por ejemplo, que “*en caso de que se produzcan más partidos RFEF enviará la señal al Adjudicatario*” (anexo 1, apartado I.2.1) o que “RFEF y/o terceros autorizados por RFEF serán responsables de entregar y/o poner a disposición del Adjudicatario la Señal al satélite correspondiente.” (anexo 1. Apartado VIII). Por ello, parece intuirse que la RFEF podría ser responsable directa de la producción o que podría designar de forma directa (no necesariamente mediante licitación competitiva) a terceros autorizados.
- (59) Por ello procede recordar que la CNMC mantiene y reitera lo señalado en informes en relación con que la producción deba ser responsabilidad del adjudicatario o bien objeto de licitación competitiva.
- (60) En relación con los costes por cuenta del adjudicatario, la CNMC ya ha criticado en anteriores informes (INF/DC/094/19, INF/DC/141/21 e INF/DC/012/22, INF/DC/069/22) las obligaciones del adjudicatario de asumir una serie de costes. En este caso, cabe aclarar qué costes asumirá el adjudicatario para la descarga de la señal y en qué consiste la obligación del adjudicatario de conceder a la RFEF acceso ilimitado, sin coste alguno, a todas las fuentes codificadas para uso comercial y no comercial (anexo 1, apartado VII).
- (61) En la cláusula 12 la RFEF se atribuye la cotitularidad, junto a los Clubs, de todos los Derechos de Propiedad Intelectual de la Competición. El reconocimiento de

la titularidad debería ser en favor de los clubes/SAD, que es a los únicos sujetos a los que se la atribuye el Real Decreto-ley 5/2015 (cuestión que ya ha sido señalada en informes previos como el INF/DC/069/22).

- (62) Puede resultar desproporcionada la obligación del adjudicatario (establecida en la cláusula 12) de “devolver inmediatamente al RFEF y/o destruir, a su discreción, cualquier material generado por la explotación de los Derechos, incluyendo cualquier información y/o documentación que posea en virtud del contrato” (cuestión que ya ha sido señalada en informes previos como el INF/DC/069/22).
- (63) Finalmente, como se ha hecho en anteriores informes (como el INF/DC/069/22), es imprescindible que en los aspectos que no vengán precisados en el PRO, los contenidos **audiovisuales objeto de comercialización** se adecúen al Real Decreto-ley 5/2015 en cuestiones como los tiempos y espacios incluidos (“*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*”). Y en relación con derechos excluidos el hecho de que se excluyan de esta licitación no implica que una eventual comercialización de estos derechos no tenga que tener en cuenta en su caso el régimen del Real Decreto-ley 5/2015.

4.2. Derechos ofertados

- (64) Como se ha comentado anteriormente, sería deseable que el PRO se ciñese más a la literalidad del Real Decreto-ley 5/2015. No solo a efectos de que la RFEF no se atribuya derechos más allá de dicho Real Decreto-ley sino también para clarificar los derechos ofertados a los potenciales adjudicatarios. Aparte de todas las precisiones recomendadas anteriormente, cabe señalar otras cuestiones adicionales en este sentido de delimitar claramente el perímetro de los derechos ofertados.
- (65) Como se ha señalado en informes previos (INF/DC/069/22), sería deseable determinar con claridad el concepto de temporada (fijando una fecha concreta de inicio y fin). Sí existe, en cambio, una relativa concreción del calendario de las competiciones (y también de los horarios en el caso de la Copa), aspecto que se valora favorablemente.
- (66) En relación con la sublicencia (anexo 1, apartado IV), los requisitos parecen a priori proporcionados, aunque cabría especificar que no existen causas adicionales o discrecionales para denegar la sublicencia y señalar que en

cualquier caso la eventual denegación será motivada y justificada por las causas consideradas.

- (67) También al igual que en otros informes previos se recuerda que las restricciones publicitarias (anexo 1, apartado V) deben estar motivadas y justificadas en base a los principios de necesidad y proporcionalidad.
- (68) Y respecto a las restricciones de la emisión en cuanto a la emisión (anexo 1, apartado VI), cabría que fueran claras y proporcionadas. Por ejemplo, la mención a que la “calidad de la transmisión de los Competiciones no deberá ser comparable a la de la transmisión audiovisual” es ambigua y abierta. Y el hecho de que se consideren solo ciertos dispositivos (como ordenador, tableta, móvil, etc.) y de que se imponga definición estándar SD tiene impacto sobre ciertos dispositivos o formatos pudiendo alterar la neutralidad tecnológica. Finalmente, algunos requisitos de calidad (como la velocidad de 600 kbps) se refieren a la final, por lo que se desconocen si afectan a ambas competiciones y a todos los partidos.

4.3. Requisitos para la presentación de ofertas y procedimiento de adjudicación

- (69) Los requisitos para la presentación de ofertas y la adjudicación deben garantizar un “procedimiento público, transparente, competitivo y sin discriminación de licitadores, basado en criterios objetivos” de acuerdo con lo establecido en el Real Decreto-ley 5/2015.
- (70) Para ello el propio diseño de la licitación también debe favorecer la competencia. A este respecto el Real Decreto-ley 5/2015 establece la necesidad de organizar lotes cuya adjudicación se realice de manera independiente, estableciendo el requisito adicional (artículo 4.4.g) de que una misma persona o entidad no sea titular de más de dos paquetes o lotes (salvo que no existan ofertas económicamente equivalentes).
- (71) Además, el Real Decreto-ley 5/2015 (en su artículo 4.4.a) también exige que las condiciones de comercialización precisen el ámbito geográfico. El PRO analizado señala que hay un único lote (anexo 1.I.1 y anexo 3.i), pero lo divide en 3 territorios: i) España, ii) EE.UU y Canadá y iii) resto del mundo (anexo 1.III). Parecería por tanto que se pueden presentar ofertas independientes por cada bloque (anexo 3.2). Además, la RFEF señala que se reserva el derecho de licitar, evaluar y adjudicar los derechos de forma separada por territorios (apartado 6.4.3), lo que parece una formulación discrecional y resta certidumbre a los candidatos. Por ello, procede aclarar el ámbito geográfico (en cumplimiento del

artículo 4.4.a) y si estamos ante uno o 3 lotes (para precisar cómo se va aplicar el artículo 4.4.g).

- (72) Esto es relevante más allá del mero cumplimiento del RDL 5/2015. Como la CNMC ha señalado en anteriores informes (como el INF/DC/012/22 y el INF/DC/069/22), el factor más relevante para promover la concurrencia es la existencia de más lotes. Por ello, la CNMC recomienda un diseño más flexible de la licitación, con más lotes y opciones (por territorios o fases de las competiciones), para atraer a un número más variado de licitantes.
- (73) Existen también otras vías de atraer a un mayor número de licitantes (ya mencionadas en informes previos como el INF/DC/028/22):
- La existencia de un anuncio de apertura del procedimiento con la mayor difusión posible y la difusión en varios idiomas, al igual que se prevé que el documento de Condiciones de Comercialización estará disponible en inglés y español.
 - Un sistema de resolución de consultas con las adecuadas garantías.
 - En primer lugar, se valora positivamente que se publiquen las respuestas en la web manteniendo la anonimidad.
 - En segundo lugar, se desconoce si el fin de que la dirección de email para solicitar aclaraciones no sea la misma que la dirección de email para presentar ofertas busca intentar salvaguardar la independencia de los procedimientos, en cuyo caso parece insuficiente si no se prevén medidas adicionales.
 - Un plazo suficiente para plantear dudas (el PRO parece considerar 3 días, lo que se revela insuficiente)
 - Unos plazos que no sean demasiado ajustados. En este sentido, se recomienda 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/069/22 se recomiendan 4 semanas o 20 días hábiles, superior al de 21 días que contempla el PRO)
 - Un procedimiento con los suficientes estándares de transparencia. Se podría prever un mail con certificación de entrada y sellado y participación de Notario y dos direcciones diferentes para el envío de la oferta económica y otra documentación. El procedimiento considerado en el punto 6.2 del PRO (que señala que la RFEF no tendrá acceso a la información remitida por los Interesados hasta la fecha y hora de apertura que se realizará ante Notario, ya que solamente en el momento de abrir las ofertas, el proveedor de servicio facilitará a la RFEF, ante el Notario, las claves o sistemas para acceder a los documentos de las ofertas) no parece que garantice la confidencialidad de la información hasta el momento de apertura.

- Unas causas muy pautadas de suspensión o cancelación. En este caso solo se prevén supuesto de fuerza mayor o indicios de colusión (que se pondrían en conocimiento de la CNMC).
 - Unos requisitos de acceso a la licitación que respeten los principios de necesidad, proporcionalidad y no discriminación. Por ejemplo,
 - Respecto de la acreditación de una facturación anual promedio de los últimos tres años superior a un millón de euros. Cabe señalar, y así se ha realizado en los informes anteriores, que el volumen anual de negocios superior a un millón de euros podría ser considerada una barrera de entrada para empresas de reciente creación, por lo que podría deberia valorarse la suavización de este criterio. Asimismo, tampoco se ha motivado las razones para fijar ese umbral en concreto. Además, las empresas que no puedan justificar ese requisito de facturación deben abonar la totalidad del coste del contrato de la primera anualidad. Todo ello, generaría una situación discriminatoria entre posibles competidores de la licitación. En este sentido, se recomienda permitir que operadores que no cumplan ese criterio puedan hacerlo presentando una garantía por esa cuantía además de la opción de pagar una anualidad al inicio del contrato.
 - En relación con la referencia al Registro Mercantil, se recomienda hacerla extensiva al Registro equivalente de cualquier país de la UE o de países donde haya acuerdo de reciprocidad.
- (74) Entrando en las cuestiones más estrictamente relacionadas con la presentación de ofertas y el procedimiento de adjudicación, es pertinente señalar la desproporción de algunas obligaciones que asumen los candidatos. Por ejemplo, el hecho de que “la presentación de una Oferta sea una declaración expresa de los candidatos de que cumplen con todas las obligaciones contenidas en el Anexo 1” (según señala la cláusula 3.1 del PRO), cuando algunas de estas obligaciones del Anexo 1 pueden resultar más ambiguas o interpretativas. El anexo 2 contiene una serie de obligaciones similares (“compromiso a cumplir con los términos y condiciones de esta licitación”, cuando hay términos condiciones ambiguas, y también que el candidato “renuncia a su derecho a solicitar medidas cautelares o similares con respecto a esta licitación”).
- (75) Esta cuestión ya ha sido señalada en informes recientes (como el INF/DC/012/22 y el INF/DC/069/22) recordando esta formulación de informes anteriores que explicita que no se pueden someter las ofertas a condiciones:

“En primer lugar, se observa cierta discrecionalidad por parte de la RFEF al reservarse el derecho a rechazar cualquier oferta que esté condicionada y o sujeta a cualquier condición, cuando el real decreto-ley solo establece que las ofertas de los

licitadores “no podrán estar condicionadas a la adquisición de Lotes o a la concurrencia de determinados eventos”

- (76) En este sentido, llama también la atención la asimetría de obligaciones, pues mientras el candidato asume los antedichos compromisos, la RFEF (según la cláusula 9) señala que la “presente licitación se considerará una invitación a hacer una oferta y, como tal, no se considerará que tiene efectos contractuales vinculantes ni constituye un contrato vinculante ni una oferta que pueda ser aceptada por un Candidato”. Adicionalmente el anexo 2 señala que “esta licitación no constituye un contrato ni una oferta que deba ser aceptada por la RFEF. Todo ello que parece implicar que la RFEF podría modificar libremente las condiciones publicitadas y ofertadas en los pliegos. Mientras, el candidato se compromete a que “entra en este proceso a su propio coste y riesgo y será responsable de todos los costes asociados con cualquier Oferta presentada, independientemente de que se le adjudique o no el Paquete de derechos” y a que “toda oferta presentada será incondicional e irrevocable en un plazo de 60 días”, lo cual ahonda la antedicha asimetría.
- (77) En la valoración de ofertas se considera positivo que sea el criterio de mejor oferta económica el utilizado (punto 5.1 del PRO). Mientras se señala que los candidatos están vinculados por su Oferta durante un período de 60 días, también se añade que se podría presentar una oferta superior a requerimiento de la RFEF (punto 6.1.1), procedimiento que convendría aclarar.
- (78) Hay otros aspectos que muestran una discrecionalidad aún mayor por parte de la RFEF. Por ejemplo, se señala que 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. Pese a que se valora favorablemente que no exista un precio de reserva confidencial (algo que la CNMC ha valorado negativamente en informes previos), esta formulación (contenida en el anexo 6.4.5) es igualmente opaca, tanto por la mención a la “rentabilidad económica”, como al señalar que la RFEF “podrá proceder”. Esta terminología ambigua da mucha discrecionalidad a la RFEF y genera incertidumbre para los candidatos. Y esos problemas del tránsito discrecional para la RFEF de modelo exclusivo a no exclusivo se acentúan por el hecho de que cada candidato es responsable de gastos y responsabilidades (en que incurra o en que incurran los terceros que lo asistan) como consecuencia directa o indirecta de su participación (cláusula 8).
- (79) También se señala que “se pondrá en conocimiento de la CNMC el detalle de las condiciones de comercialización no exclusiva que pueda aplicar la RFEF”. En este sentido se recuerda que el RDL 5/2015 exige recabar “informe previo” (y no meramente poner en conocimiento), ya que el informe preceptivo se debe emitir

antes de la aprobación de dichas condiciones para que las recomendaciones de la CNMC sean consideradas.

4.4. Sobre las temporadas ofertadas y la duración de los contratos de comercialización con los adjudicatarios

- (80) Como se ha anticipado, el procedimiento de solicitud de ofertas sometido a informe posibilita la presentación de ofertas por tres, cuatro o cinco temporadas. Una misma empresa podrá presentar una, dos o tres ofertas distintas, una para el plazo a 3 años, 4 años ó 5 años.
- (81) Se adjudicarán los derechos a la mejor oferta económica de aquel Candidato que haya presentado una oferta por tres temporadas salvo que exista una oferta por cuatro o por cinco temporadas que sea significativamente superior: un 20% en el caso de 4 temporadas y un 25% en el caso de 5 temporadas. Si no hubiese ofertas por 3 temporadas, la oferta de 5 temporadas habría de ser un 5% superior a la de 4 temporadas.
- (82) No obstante, la RFEF también señala que se reserva el derecho de adjudicar 3 ó 4 ó 5 temporadas, por lo que parece que podría reservarse el derecho a no aplicar esos umbrales, formulación que se critica por su discrecionalidad.
- (83) Además, procede recordar que el artículo 4.4 del Real Decreto-ley 5/2015 prevé en su letra f) que “La duración de los contratos de comercialización se supeditará a las normas de competencia de la Unión Europea.”⁴
- (84) Al igual que se ha hecho en anteriores informes a solicitud de la RFEF (IND/DC/141/21 e INF/DC/142/21), la CNMC recuerda⁵:

“Se ha venido recomendando por esta Comisión limitar la duración de este tipo de contratos de cesión en exclusiva de derechos a un máximo de tres temporadas. De hecho, la duración máxima de tres años es la refrendada por las normas de competencia de la UE y los precedentes nacionales. Los contratos de duración superior reforzarían los efectos de cierre del mercado en beneficio de los incumbentes y en detrimento de los que resultarían no adjudicatarios, incluyendo a los potencialmente existentes en los próximos años.”

⁴ La Disposición Final Quinta del Real Decreto-ley 15/2020, ha modificado la letra f) del apartado 4 del artículo 4 del Real Decreto-ley 5/2015 para indicar que «La duración de los contratos de comercialización se supeditará a las normas de competencia de la Unión Europea», frente al hasta ahora vigente “La duración de los contratos de comercialización no podrá exceder de tres años.»

⁵ Una discusión ampliada sobre estas cuestiones se halla en el INF/DC/116/21 y en el INF/DC/012/22

- (85) Por todo ello, se recomienda licitar los derechos por un plazo máximo de 3 años para adecuarse a las normas y principios de competencia. De hecho, se podrían permitir ofertas por un plazo inferior.

5. CONCLUSIONES

- (86) Visto el documento de Propuesta de comercialización presentado por la RFEF, la CNMC concluye que **no cumple con los requisitos establecidos en el Real Decreto-ley 5/2015**.
- (87) Con el fin de adecuar la propuesta de comercialización sometida a informe a la norma y a los principios de Competencia, la RFEF debería:
- Clarificar el perímetro de los derechos incluidos y adecuarlos de manera respetuosa a lo considerado en el Real decreto-ley. En particular, se puede aclarar el contenido del lote o lotes y cómo se adjudicará(n) en su caso.
 - Reformar aquellos aspectos señalados en el informe contrarios a los principios de publicidad, transparencia, competitividad y no discriminación en el proceso de adjudicación de los derechos, en particular dando certidumbre sobre el procedimiento y eliminando la discrecionalidad en las decisiones de adjudicación.
 - Considerar un plazo de licitación de máximo 3 temporadas.