

Madrid, 4 de noviembre de 2022

La CNMC prohíbe a RTVE la venta de publicidad del Mundial de Fútbol excepto a sus patrocinadores oficiales

**Insta a RTVE a no contratar publicidad con anunciantes y/o marcas distintas de las estrictamente referidas a los patrocinadores de la FIFA.**

**Mediaset España espera una resolución final que prohíba a RTVE cualquier tipo de emisión de publicidad distinta de los meros patrocinios oficiales del evento futbolístico, incluso de los afiliados comerciales de la FIFA.**

Tras la presentación de sendos escritos por parte de Mediaset España y UTECA en los que se denunciaban las condiciones de comercialización que estaría ofreciendo RTVE al mercado en relación al FIFA World Cup 2002, la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia **(CNMC) considera que se cumplen los requisitos necesarios para adoptar medidas cautelares** y ha comunicado a todas las partes la resolución de *“****intimar a RTVE a no contratar publicidad*** *o comunicaciones comerciales relativas a los derechos del Mundial de fútbol de Catar 2020 con anunciantes y/o marcas distintas de las* ***estrictamente referidas a los patrocinadores de la FIFA”****.*

Esta medida provisional estará en vigor desde el mismo momento de su notificación hasta la adopción de la resolución que ponga fin al procedimiento en el que se encuadra. Mediaset España espera que dicha resolución final **prohíba a RTVE cualquier tipo de publicidad distinta de los meros patrocinios, incluso de los afiliados comerciales de la FIFA.**

Con fecha 23 de septiembre de 2022, tuvo entrada en el registro de la CNMC el escrito de Mediaset España a través del cual la compañía denunciaba, en términos semejantes a los denunciados por UTECA, **las condiciones de comercialización de RTVE de los espacios publicitarios asociados al Mundial de Catar 2022** que, a su entender, podrían **contravenir las exigencias del artículo 7.1 de la Ley General de la Comunicación Audiovisual** 13/2022, de 7 de julio, que prohíbe a RTVE emitir formatos publicitarios sujetos a límite cuantitativo publicitario.

En su escrito Mediaset España señalaba que **las bases rectoras del proceso de licitación** de los derechos del Mundial de Catar organizado por Mediapro **no imponen ninguna obligación de emisión de spots o anuncios ni de autopromociones patrocinadas.** Dichas bases se limitan a establecer, sólo para el caso de que el operador de televisión decidiera emitir spots o anuncios durante la retransmisión de cada partido, un derecho preferente de los espacios correspondientes a favor de los patrocinadores u afiliados oficiales.

El escrito sostenía, además, que **RTVE ha realizado una oferta comercial que prevé todas las fórmulas publicitarias posibles,** entre ellas una estructura por partido que incluye la realización de bloques publicitarios para la emisión de spots o anuncios de publicidad convencional, así como “autopromociones patrocinadas” bajo el formato de autopromoción + careta de patrocinio de 10 segundos (considerada publicidad convencional), lo que supone la **irrupción plena de RTVE en el ámbito publicitario televisivo y una** flagrante vulneración del artículo 7 de la Ley de Financiación de RTVE, puesto que dichas emisiones comerciales no encuentran sustento entre ninguna de las excepciones previstas en dicho artículo.

La CNMC expone en su resolución que en la valoración de la concurrencia de los requisitos se encuentran la **apariencia de buen derecho**, la **necesidad y urgencia de la medida** debido a la cercanía del evento, que dará comienzo el próximo 20 de noviembre, así como su **proporcionalidad**, habiendo llevado a cabo la necesaria ponderación entre el interés público y los posibles perjuicios a los afectados por la medida.