

Sr. D. Luis M. ~~Real Federación Española de Fútbol~~  
Presidente Real Federación Española de Fútbol  
Calle Severo Ochoa, 1  
28232 Las Rozas, Madrid

Barcelona, a 11 de abril de 2019

Estimado Presidente,

Te escribo en respuesta al burofax enviado por la RFEF de fecha 4 de abril de 2019 (el **Burofax**).

Lamentablemente el Burofax se encuentra plagado de imprecisiones y manifestaciones incorrectas, que podrían dar pie a una aplicación totalmente arbitraria del Código Ético de la propia RFEF.

Paso a contestar uno por uno a los puntos que contiene el Burofax, siguiendo el orden en el que se plantean:

**(1) En contra de lo que señala la RFEF, Mediapro sí ha precisado cuál es la actividad que desea realizar para la RFEF.**

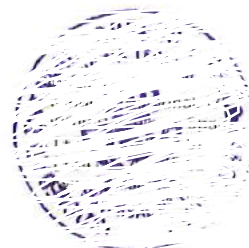
Comienza la RFEF señalando que Mediapro no ha precisado, en relación con la comercialización de los derechos audiovisuales de la Copa de S.M. el Rey y la Supercopa, "[...] *cuál es la actividad que su empresa pretende realizar para la RFEF*".

Esta afirmación es totalmente incorrecta. Para comprobarlo, basta con acudir a nuestro burofax de 29 de marzo de 2019, donde en línea con nuestra correspondencia anterior, confirmamos a la RFEF nuestro interés por "[...] concurrir con cualquier otro interesado para actuar como agentes de la RFEF en la comercialización de los derechos a los que hace referencia la presente carta" (énfasis añadido).

Atendiendo al tenor literal de lo manifestado en nuestra correspondencia, no cabe aducir falta de precisión por parte de Mediapro en lo que respecta a su interés comercial con la RFEF. Corresponde a la RFEF dar cauce a la petición de mi compañía, sin acudir a evasivas fundadas en interpretaciones incorrectas de normas, o apelando a hechos falsos como pondré de manifiesto a continuación.

**(2) La RFEF disfruta de posición de dominio en lo que respecta a la comercialización de los derechos audiovisuales de la Copa de S.M. el Rey y la Supercopa, por lo que su actuación está constreñida por lo previsto en la normativa de defensa de la competencia.**

Continúa el Burofax, afirmando la voluntad de la RFEF de cumplir con lo previsto en el Real Decreto-Ley 5/2015, señalando que en todo lo que dicha norma no imponga con carácter obligatorio, la RFEF es libre de actuar como mejor convenga a sus intereses.



No obstante, dado que el artículo 2 del Real Decreto-Ley 5/2015 atribuye la titularidad de los derechos audiovisuales de la Copa de S.M. el Rey y la Supercopa a la RFEF, dicha atribución comporta la creación de una posición de dominio, de la que disfruta la RFEF en el mercado de la comercialización de los citados derechos audiovisuales.

La RFEF estaría abusando de su posición de dominio, si ante la muestra de interés de más de una empresa para actuar como agente de la RFEF en la comercialización de los derechos audiovisuales internacionales de la final de la Copa de S.M. el Rey y la Supercopa que se disputarán en 2019, hubiera adjudicado la condición de agente a una empresa, sin haber empleado algún mecanismo que garantice un proceso objetivo, transparente y no discriminatorio –convocando un concurso invitando a los interesados en concurrir a la obtención del contrato.

De ahí que en nuestro burofax de 29 de marzo de 2019: (i) mostramos nuestra preocupación por el rumor existente en el mercado, relativo a que la empresa denominada “For Media & Sportradar” se esté presentando como agente de la RFEF para la comercialización de los derechos audiovisuales a los que hace referencia el párrafo anterior de la presente, sin que conste que la RFEF haya organizado un concurso previo; y (ii) solicitamos a la RFEF que confirmara que la mencionada preocupación era infundada.

La RFEF no sólo no ha atendido a la petición de confirmación de Mediapro, sino que, como se pone de manifiesto en los siguientes párrafos, alude a una serie de hechos erróneos que motivarían su rechazo a la posibilidad de contratar con Mediapro.

**(3) Ni Mediapro, ni Imagina Media Audiovisual, sociedad matriz del grupo, han sido condenadas por delitos de soborno, fraude o similares en ninguno de los países donde desarrollan su actividad.**

Desconozco cuáles son los medios de comunicación a los que se refiere la RFEF en el Burofax, a la hora de referirse a la supuesta existencia de dos posibles delitos de fraude. No obstante, te confirmo con total rotundidad que ni Mediapro, ni Imagina Media Audiovisual, sociedad matriz del grupo, han sido condenadas por delitos de soborno, fraude o similares en ninguno de los países donde desarrollan su actividad.

Te informo de que, tras tres años de investigaciones por las autoridades norteamericanas, los hechos a los que se hace referencia en el Burofax desembocaron en la firma de un acuerdo de No Procesamiento (*Non Prosecution Agreement o NPA*), firmado entre el *Department of Justice* norteamericano e Imagina Media Audiovisual. La firma del mencionado acuerdo se debe a que tras la exhaustiva investigación llevada a cabo por las autoridades norteamericanas, no se encontraron indicios de delito para iniciar la apertura de juicio oral. La filial estadounidense de Mediapro a la que alude el Burofax, es una sociedad inactiva, cuya responsabilidad penal se encuentra totalmente extinguida al haber cumplido ya con lo previsto por la justicia estadounidense.

Estoy convencido de que mis explicaciones bastarán para despejar cualquier duda sobre la falta de responsabilidad penal, tanto de Mediapro como de la sociedad matriz de su grupo, sin que pueda ser por ello obstáculo alguno para la celebración de cualesquiera contratos entre





nuestras dos entidades. El propio Secretario General de la RFEF, el Sr. D. [redacted], que firma el Burofax, se ha visto también envuelto en circunstancias similares, al haber sido imputado por un delito de plagio –causa que fue finalmente archivada por el juzgado de instrucción 8 de Granada–, por lo que entiendo que será capaz de explicarte la diferencia tan relevante que existe entre estar sujeto a una imputación y la posterior ausencia de condena.

En cualquier caso, aprovecho la ocasión para informarte de que Mediapro también cuenta con un Código Ético que prohíbe las mismas conductas delictivas a las que hace referencia el Burofax, e incorpora los más altos estándares éticos bajo los que se desarrolla la actividad internacional de desarrollo y comercialización de derechos audiovisuales –incluyendo lo previsto en el Código Ético tanto de la RFEF, como de la FIFA. De hecho, la reciente adjudicación a nuestra compañía de numerosos concursos en el ámbito tanto nacional como internacional por un gran número de federaciones y confederaciones de fútbol (incluyendo el mundial de Qatar de 2022, por parte de FIFA), viene a confirmar el respaldo a nuestro grupo y la ausencia de problema alguno en este ámbito. Tanto es así, que tras el acuerdo alcanzado con la propia RFEF, Mediapro viene explotando actualmente los derechos de retransmisión de la Liga Iberdrola, la fase final de la Copa de la Reina, la División de Honor de Fútbol Juvenil, la Copa de Campeones de la División de Honor de Fútbol Juvenil y la final de la Copa del Rey de Juveniles.

Por todo lo anterior, no resulta admisible, ni siquiera congruente con la conducta reciente de la propia RFEF, aducir que los hechos a los que alude el Burofax puedan ser una causa justificada para no atender la solicitud de Mediapro, para actuar como agente de la RFEF en la comercialización de los derechos a los que hace referencia la presente carta.

**(4) Excluir a Mediapro por la conducta llevada a cabo por un tercero podría ser constitutivo de un abuso de posición de dominio contrario a las normas de defensa de la competencia.**

Por último, en un párrafo de muy difícil comprensión, la RFEF parece aducir que sería contrario al Código Ético de la propia Federación contratar con aquellas empresas que pudieran haber presentado ofertas en procesos de venta organizados por terceros, sin que dichos procesos de venta cuenten con la “[...] autorización obligatoria previa fijada en las normas de la RFEF y reconocida como válida por la CNMC”.

Ignoramos cuál pueda ser el alcance de lo que señala este penúltimo párrafo del Burofax, pero si lo que se pretende es justificar la exclusión de Mediapro por haber participado en un proceso competitivo organizado por un tercero, que supuestamente carece de una autorización previa, estaríamos ante un palmario abuso de la posición de dominio de la RFEF a la que se hace referencia en la presente. Se trata de una infracción muy grave de la normativa de competencia, que no tendremos reparo en denunciar a la propia CNMC si la intención de la RFEF es la de perjudicar nuestros intereses quebrantando las normas que le resultan de aplicación.

Por todo lo anterior, me reitero en la petición de mi burofax de 29 de marzo de 2019, y te requiero para nos confirmes a la mayor brevedad posible que la RFEF nos dará la oportunidad de concurrir con cualquier otro interesado, para actuar como agente en la comercialización de





los derechos audiovisuales internacionales de la final de la Copa de S.M. el Rey y la Supercopa que se disputarán en 2019.

Quedando a la espera de tu respuesta, aprovecho la ocasión para enviarte un cordial saludo,

Jaume

