

MEDIA

## La Rfef y Adidas sellan la paz: ampliación de contrato hasta 2030 para evitar el juzgado

La Real Federación Española de Fútbol, que había anunciado su intención de rescindir de forma unilateral con la marca, ha sumado cuatro años más al contrato actual, que aseguraba 18 millones anuales, entre dinero y producto.

Palco23

11 nov 2019 - 10:45



La Real Federación Española de Fútbol (Rfef) no dejará de vestir las camisetas de Adidas, al menos hasta 2030. Las dos partes han anunciado un acuerdo para ampliar en cuatro años más el contrato en vigor, después de que el organismo presidido por Luis Rubiales anunciara su intención de rescindir unilateralmente el contrato. Al final, y ante el riesgo de una indemnización millonaria, se ha logrado sellar la paz tras el inicio de un proceso de arbitraje.

Los términos económicos no se han hecho públicos, pero el regulador había manifestado su malestar por las contraprestaciones actuales. Las cuentas anuales de 2018 revelan cobros por 19,29 millones de euros, frente a los 20,95 millones de 2017;

para el ejercicio en curso, la previsión era de 18,5 millones de euros. Esta cifra incluye tanto pagos directos, que se sitúan en 15 millones de euros, como la entrega de producto por algo más de 3,2 millones.

A la espera de conocer nuevos detalles, una de las razones para reconducir la situación es la fuerte indemnización que debería haber asumido la Rfef para romper sin motivo. En 2016 la multinacional de equipamiento deportivo ya se vio envuelta en un caso similar, cuando el Chelsea FC decidió rescindir cinco años antes de lo previsto su contrato, previo pago de una indemnización de más de 70 millones de euros. Ahora la marca de las tres bandas se acoge a que no ha incumplido ninguna de las cláusulas del acuerdo firmado en 2015.

## La Rfef cobra 18 millones de Adidas, y su idea de rescindir podía costarle una alta indemnización económica

En este punto, Adidas ya advirtió el pasado junio que “el contrato es de obligado cumplimiento y no existe ninguna cláusula de salida para ninguna de las partes, por lo que se emprenderán acciones legales para asegurar que la Rfef cumpla con el acuerdo establecido hasta el fin del período acordado”. El contrato se firmó en 2015, y además incluía un *signing bonus* de diez millones de euros.

Muestra de la posible vía de entendimiento son las propias cuentas de la Federación, en las que se defiende que no se dotara ningún importe pese al riesgo legal, porque “el hecho objetivo de la rescisión del contrato no se ha concretado, ni se ha formalizado, ni es posible prever el momento temporal en el que podría producirse”.

“Las condiciones que se acordaron cuando se firmó años atrás, no se ajustan a los criterios de legalidad, transparencia y equidad que la Rfef considera mínimamente aceptables”, señaló la Rfef en un comunicado antes del verano, cuando estalló este caso. Ahora, será mañana en la presentación de la camiseta de la Uefa Euro 2020 cuando se sepa qué ha cambiado desde entonces.

Actualmente, los ingresos que provienen de este acuerdo representan el 60% de todos los ingresos por patrocinio, en una pirámide que ha ido menguando año a año en la

que sólo continúan CaixaBank, Seat, Pelayo, Iberia, Iberdrola y Halcón Viajes. Para 2019, la previsión era obtener 29 millones de euros por la vía del patrocinio, un ámbito donde el propio Rubiales se juega parte del sueldo.

La devaluación de algunos de estos contratos se debe al inmovilismo en el que se instaló la Federación en su anterior etapa, cuando muchos patrocinadores decidieron batirse en retirada ante la imposibilidad de poder activar sus contratos. Rubiales ha intentado dar un golpe de timón reforzando el área comercial, una reconstrucción del departamento que se inició con el fichaje de Rubén Rivera, procedente de la Asociación de Futbolistas Españoles (AFE) y ex de Coca-Cola. Desde hace unos meses, en el equipo también está Enrique Herrero, ex director general de Deportes del Ayuntamiento de Madrid y ahora responsable de ventas e inteligencia comercial.