

Rubiales sale al mercado para romper el patrocinio de Adidas con 'La Roja'

La Rfef lleva meses negociando con la marca alemana para modificar las actuales condiciones del acuerdo, escudándose en que no está cumpliendo su nueva política de integridad.

Palco23

20 may 2019 - 17:32



Luis Rubiales hizo de la transparencia una de sus banderas para acceder a la presidencia de la Real Federación Española de Fútbol (Rfef), y quiere llevarlo hasta las últimas consecuencias. La entidad ha anunciado hoy que desde este preciso momento está dispuesta a escuchar ofertas por el patrocinio técnico de la Selección, pese a que el contrato con Adidas está firmado hasta 2026. Se trata de un acuerdo de 18 millones de euros anuales.

“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”, señala en un comunicado. El regulador se refiere a su decisión de no tener contratos en vigor con empresas que se hayan visto implicadas en casos de corrupción, entre otros, una cuestión en la que la marca alemana se ha visto envuelta con los jugadores de baloncesto de Estados Unidos.

Los últimos concursos convocados por la federación excluyen del proceso a empresas que hayan sido sancionadas penalmente o hayan reconocido su responsabilidad penal o la de sus directivos por los delitos de representación falsa; contra la propiedad y contra el orden socioeconómico; soborno; malversación; tráfico de influencias; uso de información privilegiada; delitos relacionados con la corrupción de autoridades o funcionarios españoles o extranjeros o de corrupción entre particulares, en cualquier ámbito territorial nacional o internacional; delitos contra la seguridad social, y delitos contra empleados.

Adidas se reserva el derecho de emprender acciones legales contra la Rfef en un caso similar al del Chelsea, que le indemnizó con más de 70 millones para romper su contrato

El equipo de Rubiales señala que “seguirá cumpliendo el acuerdo con Adidas hasta la fecha en que la resolución contractual surta efecto”, después de “meses de infructuosas conversaciones con Adidas y plasmándose la imposibilidad de un entendimiento”. Se desconocen cuáles eran las reclamaciones de la Federación, aunque entonces ya no sólo sería una cuestión de integridad, sino también económica.

La multinacional alemana, por su parte, se mostró cauta e indicó a través de un comunicado “su intención de mantener el acuerdo firmado hasta el final del periodo pactado y, llegado el caso, tomará las medidas que sean necesarias para la defensa de sus derechos”. En 2016, la marca ya se vio envuelta en una situación 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.

En cualquier caso, “la Rfef comienza desde este preciso momento los trámites para la contratación de una nueva marca técnica”, y en un comunicado avanza que “todas aquellas marcas del sector que así lo decidan, tendrán la oportunidad de dirigirse a la Rfef con el objetivo de ser el próximo proveedor técnico de sus selecciones, campeonatos, material deportivo, etcétera”.

La Federación no aclara en su comunicado cuáles serán las consecuencias económicas de una ruptura unilateral de contrato, especialmente si no se ha incumplido ninguna de las cláusulas del acuerdo firmado en 2015 y que incluía un signing bonus de diez millones de euros

PALCO23

. Además, la marca alemana representa un 60% de todos los ingresos por patrocinio, en una pirámide que ha ido menguando año a año y en la que sólo continúan CaixaBank, Seat, Pelayo, Iberia, Iberdrola y Halcón Viajes.