



REAL FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE FÚTBOL

CONDICIONES DE COMERCIALIZACIÓN EN RÉGIMEN DE NO EXCLUSIVA DE LOS PARTIDOS DE LOS PLAYOFFS DE LA PRIMERA FEDERACION DE FÚTBOL MASCULINO PARA LA TEMPORADA 2025/2026 PARA ESPAÑA Y ANDORRA.

I.- LOTES

LOTE 1

Los 12 partidos de playoffs en directo.
Emisión de pago y para cliente residencial.
Cualquier formato de consumo audiovisual.
No sublicenciable.

Oferta económica: los operadores interesados abonarán a la RFEF un importe de 5,10€ mensuales por suscriptor (impuestos indirectos no incluidos). Los operadores garantizarán a la RFEF un mínimo de 5.000 suscriptores.
El importe es por abonado durante el mes de junio.

LOTE 2

Los 12 partidos de playoffs en directo.
Emisión de pago en canal lineal y para cliente residencial.
Cualquier formato de consumo audiovisual.
No sublicenciable.

Oferta económica: los operadores interesados abonarán a la RFEF las siguientes cantidades en base al total de abonados de la plataforma del operador a fin del mes de junio. El importe es por abonado y durante el mes de junio.

- a) Operador con hasta 300.000 abonados al mes: abonarán 0,30€ mensuales por abonado (impuestos indirectos no incluidos). Los operadores garantizarán a la RFEF un mínimo de 50.000 suscriptores.
- b) Operador con más de 300.000 abonados al mes: abonarán 0,102€ mensuales por abonado (impuestos indirectos no incluidos). Los operadores garantizarán a la RFEF un mínimo de 50.000 suscriptores.

LOTE 3

Se podrán presentar ofertas individuales para emitir partidos de los playoffs en abierto en ámbito autonómico y nacional.
No se podrán emitir los partidos por plataformas digitales.
Se podrá emitir en plataformas digitales siempre y cuando su emisión esté geobloqueada para el territorio acordado.
No sublicenciable.

LOTE 4

Los 12 partidos de los playoffs en directo.

Emisión para clientes en establecimientos públicos.

Cualquier formato de consumo audiovisual.

Autorizada la sublicencia.

Oferta económica: los interesados abonarán a la RFEF un importe de 3,32 € por cada abonado durante el mes de junio.

LOTE 5 RESÚMENES

1 hora después de la finalización de cada partido, la RFEF ofrecerá un resumen de 240 segundos en las siguientes condiciones:

Emisión en ámbito nacional: 350€ por partido.

Emisión en ámbito autonómico: 200 € por partido.

Emisión en ámbito local: 100€ por partido.

Emisión en digital: 200€ por partido.

Los resúmenes se emitirán después de la finalización del partido y se podrán emitir durante los siguientes 15 días.

CONDICIONES COMUNES PARA TODOS LOS LOTES

1.- Los partidos se podrán emitir en diferido.

2.- La producción de los partidos será realizada por la RFEF.

3.- La señal de cada partido se entregará por la RFEF a los operadores, salvo en el lote 2 y el 4 en que se entregará el canal.

4.- La licencia permite exclusivamente la emisión de los partidos durante la **temporada 2025/2026** y no se autorizan otros sistemas de distribución ni otros derechos distintos a los que se ofrecen.

5.- Las condiciones de este procedimiento estarán vigentes desde la publicación en la web de la RFEF hasta el 1 de abril de 2026, a partir de esa fecha la RFEF podrá modificar las presentes condiciones.

6.- Los derechos de propiedad intelectual corresponden a la RFEF y a los clubs en las condiciones establecidas en las bases del concurso promovido para la comercialización de la competición.

7.- Derechos para la RFEF y los clubs participantes:



REAL FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE FÚTBOL

7.1.-La RFEF, en su caso, y los Clubes o Sociedades Anónimas Deportivas (S.A.D.) participantes podrán emitir en diferido a la finalización de todos los partidos de la ronda eliminatoria, siempre que lo hagan directamente a través de un canal de distribución propio dedicado temáticamente a la actividad deportiva del club o entidad participante, que tenga licencia de televisión en TDT , OTT o app.

7.2.-La RFEF, en su caso, y los Clubes y/o S.A.D que disputen los partidos podrán publicar clips y/o highlights de imágenes en sus plataformas digitales oficiales entendiéndose por plataformas oficiales digitales cualquier canal de distribución digital oficial incluidas las Redes Sociales. Dicha utilización estará restringida hasta un máximo de doscientos cuarenta segundos (240') de cada partido, y para su publicación una hora después de finalizado el encuentro.

7.3-La RFEF y los Clubes y/o S.A.D. podrán emitir imágenes de la previa y del post en su canal de televisión, app, OTT, web, redes sociales, etc.

7.4- La RFEF y los Clubes y/o S.A.D. podrán ofrecer 3 miniclips en semidirecto que contendrán imágenes del partido de un máximo de veinte (20) segundos y con la obligación de promocionar el operador que esté emitiendo el partido en directo.

7.5- La RFEF entregará y a los clubes que lo soliciten, el resumen de cada partido, con una duración aproximada de doscientos cuarenta segundos (240') en el plazo de una hora después del pitido final para su emisión por parte de los mismos.

8.- Espacios de publicidad

- Todos los partidos deberán incluir CARÁTULAS DE PATROCINIO, sin coste para la RFEF: 4 cartelas alrededor del partido:

*1 cartela inmediatamente después del bloque de spots que precede al inicio del partido.

* 1 cartela inmediatamente antes del primer spot que se emita al finalizar la primera parte.

* 1 cartela inmediatamente después del último spot antes del inicio de la segunda parte.

* 1 inmediatamente después del pitido final del partido.

Duración de la cartela: 15 segundos, total 60 segundos.

- En el caso del canal lineal, la publicidad será explotada por la RFEF, esto aplica al Lote 2 en su totalidad y a 10 de los 20 partidos en los Lotes 1 y 4.

- En el caso de los adjudicatarios del Lote 3, la RFEF tendrá derecho de adquisición preferente por parte de los patrocinadores de tiempos televisivos (spots) en relación con el partido al mejor precio posible y se ofrecerán con al menos 1 semana de antelación. La RFEF facilitará al adjudicatario el listado de patrocinadores y sus actualizaciones.

Se requerirá de los operadores que cumplan con los requisitos de la RFEF respecto



REAL FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE FÚTBOL

de los tiempos y las secuencias de las cabeceras, los cortes publicitarios y la identificación del patrocinio de la retransmisión.

Los operadores no podrán designar ningún patrocinador de programaciones o contenidos relacionados con la RFEF y/o con las Competiciones, de forma que se entienda que patrocinan a la RFEF, las Competiciones y/o a los clubes participantes. El Programa de Patrocinio de las Competiciones se incluirá en el Contrato que firmen las partes para la formalización de los derechos que se cedan y se actualizará por parte de la RFEF si fuera necesario. La venta de espacios publicitarios por el Candidato deberá respetar la prioridad de los espacios publicitarios que se reserve la RFEF. Entre los spots previos a la retransmisión de cada parte del partido que pudiera emitir el adjudicatario y que no pertenezcan al Programa de Patrocinio de la RFEF y la emisión de la carátula de patrocinio, se situarán al menos dos espacios comerciales de protección

Las condiciones de publicidad al adjudicatario referidas en los dos apartados precedentes se entenderán formuladas en cualquiera de los sistemas o soportes y formatos en que se realice la explotación de los derechos.

A modo de aclaración, en los lotes en que se adjudique un canal van incluidos estos espacios promocionales.

III.- CONTACTO RFEF

tv@rfe.es

Las Rozas, 13 abril de 2026