



REAL FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE FÚTBOL

TEMPORADA 2024/2025

CIRCULAR N.49

**Convocatoria de adscripción voluntaria al Programa
“Élite Fútbol Femenino II” de la RFEF en la
Temporada 2024/2025.**

Por la presente Circular se pone en conocimiento de los clubes de Primera y Segunda Federación de Fútbol Femenino de la apertura del plazo correspondiente a la temporada 2024/2025 para la adscripción voluntaria de los clubes de dicha categoría al programa “Élite Fútbol Femenino II” de la RFEF. Se adjunta la documentación correspondiente a la adscripción.

El plazo límite de presentación de la documentación correspondiente a la adscripción al programa que se adjunta, será el lunes, 21 de octubre, a las 12h.

Una vez cumplimentada y firmada la totalidad de la documentación adjunta, deberá ser remitida a la dirección de correo electrónico: futbolfemenino@rfe.es.

Lo que se comunica para el general conocimiento y a los efectos oportunos.

Las Rozas (Madrid), 15 de octubre de 2024.

Álvaro de Miguel Casanueva
Secretario General



REAL FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE FÚTBOL

1) Justificación.

La RFEF pone en marcha en la temporada 2024/2025 el Programa “Élite Fútbol Femenino II”

El programa está basado en la implementación de la necesaria capacidad de tecnificación de nuestras selecciones absoluta, sub-23, sub-19 y sub-17 con el fin de llegar en condiciones óptimas de resultados deportivos en las competiciones objeto del programa.

Para un resultado óptimo del programa y para que España pueda conseguir los mejores resultados deportivos a nivel mundial es conveniente la acción conjunta de los clubes y de la Federación dentro de los planes de tecnificación de las jugadoras de alto nivel y de las principales competiciones federadas femeninas.

Mediante el programa, la RFEF contribuye financieramente a aquellos clubes que, participando en la competición de Primera y Segunda Federación de Fútbol Femenino, deseen voluntariamente formar parte del programa y los clubes contribuirán con la Federación a conseguir los objetivos deportivos mediante la puesta en común de activos y capacidades propias que permitan conseguir los máximos recursos posibles para la mejora del fútbol femenino de élite de nuestro país.

El programa tiene ocho ejes principales:

1. Potenciación de las selecciones españolas femeninas.
2. Incremento de aficionados al fútbol femenino.
3. Internacionalización de las competiciones oficiales españolas.
4. Potenciación de la profesionalización de las jugadoras de los equipos españoles de primera y segunda federación.
5. Potenciación de las canteras de los clubes de primera y segunda federación.
6. Facilitación de las condiciones óptimas para la disputa de los partidos en las competiciones de primera y segunda federación.
7. Potenciación de la profesionalización de las estructuras técnicas y de soporte de los equipos de primera y segunda federación.



REAL FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE FÚTBOL

8. Incremento del número de licencias femeninas mediante la potenciación de un modelo específico de Escuelas de Fútbol Femenino bajo el amparo de los clubes del programa.

Este programa viene publicándose desde el año 2019, manteniendo la RFEF su compromiso con el Fútbol Femenino.

El esquema básico del programa ha sido desde su origen el poner en común activos, capacidades y recursos propios de la RFEF y de cada uno de los clubes que deseen voluntariamente participar en el programa a los efectos de una gestión conjunta de dichos activos, conocimientos y capacidades, para maximizar los resultados deportivos y los ingresos y distribuir más dinero para el desarrollo de las acciones que desarrollan cada uno de los ocho ejes de actuación.

La RFEF, exactamente igual que cada uno de los Clubes, participa en el riesgo del programa conjunto.

El sistema de reparto de los ingresos que se consigan de manera conjunta será acordado por los clubes de conformidad con la RFEF en proporción al valor de los activos aportados por cada uno.

No ha sido ni es obligatorio que todos los clubes aporten la totalidad de los activos que se reflejan en esta propuesta, y el nivel de participación en el rendimiento económico estará en función de los activos aportados.

La gestión del programa se realizará mediante un órgano específico y autónomo de gestión de dicho programa con la participación de los clubes participantes en los órganos de decisión y en la adopción de los acuerdos en cuanto a las estrategias de comercialización y principalmente en el modelo de reparto de los ingresos conjuntos obtenidos.

2) Vigencia.

Dado que la RFEF se encuentra actualmente inmersa en un proceso de renovación de sus órganos, atendiendo a un criterio de prudencia y responsabilidad en la gestión se considera conveniente limitar la vigencia de la convocatoria a la temporada deportiva 2024/2025.

3) Aportaciones de la RFEF.

La RFEF se compromete a aportar a la bolsa común los rendimientos de los activos comunes y de explotación conjunta con los clubes participantes en el programa de los siguientes activos propios:



REAL FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE FÚTBOL

- De los derechos de televisión que le sean propios y de los que tenga la titularidad (Selección femenina, final Copa de la Reina, Supercopa, etc.).
- Del nombre de la competición.
- Del balón de la competición.
- De los patrocinios vinculados exclusivamente al vínculo entre la RFEF y la competición.
- De la cesión del derecho de imagen de los miembros de la RFEF que intervienen en la competición.
- De la publicidad vinculada a los miembros o equipamientos de la RFEF.
- De aquellos otros que el marco jurídico le otorgue directamente a la RFEF en el contexto de las competiciones de fútbol femenino.
- De los rendimientos de escuelas, campus, torneos y otras actividades organizadas por la RFEF y que sean de su responsabilidad.

Además, la RFEF asume una parte importante del riesgo económico del programa conjunto comprometiéndose a aportar:

- La cantidad de 150.000€ por temporada deportiva a los clubes que disputan actualmente la competición denominada “Primera Federación de Fútbol Femenino”.
- La cantidad de 100.000€ por temporada deportiva a los clubes que disputan actualmente la competición denominada “Segunda Federación de Fútbol Femenino”.

4) Aportaciones de los clubes.

El club cede de manera voluntaria a la RFEF, y a cambio de las contraprestaciones que se detallan en el apartado anterior, y por el período previsto en el presente Acuerdo los siguientes activos:



Anexo I

LOS ACTIVOS QUE SE INDICAN A CONTINUACIÓN:

- Soportes publicitarios en terreno de juego:
 - U – Televisiva:
 - Valla central (15 metros de largo).
 - Publimentas (2 posiciones en cada fondo. Uno a cada lado de portería).
 - Adnet goal (soporte publicitario situado detrás de cada portería).

- Soportes de comunicación
 - Trasera de sala de prensa: hasta un 25% para RFEF
 - Zona mixta: hasta un 25% para RFEF
 - Otros soportes de comunicación que pudieran ser habilitados: hasta un 25% para RFEF

- Hospitality: cesión de un determinado paquete de entradas vip y generales para patrocinadores de la competición en caso de que sea requerido.

- Acciones de marketing en estadios: desarrollo de acciones de activación de patrocinio en los diferentes estadios en caso de que sean requeridas y bajo previa disponibilidad del equipo (juegos del descanso, acciones de sampling y marketing directo en estadios, player-escorts...etc.).

- Otros:
 - Cartelería oficial: inclusión de logotipo del patrocinador principal de la competición en la imagen de los partidos.
 - Entradas y material impreso: inclusión de logotipo del patrocinador principal de la competición en todo el material impreso elaborado.



REAL FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE FÚTBOL

- Derechos de imagen: La RFEF podrá hacer uso del escudo del equipo y de la imagen de sus jugadoras con fines promocionales. En caso de que el objeto del uso de la imagen del club sea comercial (para uso de un tercero, patrocinador de la Competición) siempre será de aplicación conjunta con otras jugadoras y escudos de equipos participantes en la competición o jornada correspondiente.
- Asistencia de jugadoras a eventos de carácter promocional o comercial por parte de RFEF, así como sesiones fotográficas (bajo previa disponibilidad del club participante).

La RFEF correrá con los gastos de producción de los soportes en el caso de que haya un cambio de naming de la competición o en el caso de que el club ascienda de Segunda Federación o descienda de Primera División. Los cambios que sean consecuencia de los patrocinadores o imágenes que corresponden al club serán asumidos por el club.

Anexo II

LOS ACTIVOS QUE SE INDICAN A CONTINUACIÓN:

- Soportes publicitarios en terreno de juego:
 - U – Televisiva:
 - Hasta un 20% (mínimo de 40 metros de U-TV).
 - Soportes móviles de terreno de juego:
 - Arco de salida de equipos y peana de balón.
 - Toblerone de once inicial.

La RFEF correrá con los gastos de producción de los soportes en el caso de que haya un cambio de naming de la competición o en el caso de que el club ascienda de Segunda Federación o descienda de Primera División Fútbol Femenino. Los cambios que sean consecuencia de los patrocinadores o imágenes que corresponden al club serán asumidos por



el club.

Anexo III

LOS ACTIVOS QUE SE INDICAN A CONTINUACIÓN:

A. Para la promoción del operador distribuidor audiovisual de la competición, así como para los contenidos producidos por la RFEF para la promoción de la competición en las siguientes redes sociales oficiales del club:

➤ **INSTAGRAM**

- Un máximo de 2 publicaciones/stories semanales por temporada
- Un máximo de 2 publicaciones/stories en caso de clasificación para los Playoff.

➤ **TWITTER**

- Un máximo de 2 publicaciones semanales por temporada.
- Un máximo de 2 publicaciones en caso de clasificación para los Playoff.

➤ **TIKTOK**

- Un máximo de 2 publicaciones semanales por temporada.
- Un máximo de 2 publicaciones en caso de clasificación para los Playoff.

➤ **FACEBOOK**

- Un máximo de 2 publicaciones semanales por temporada.
- Un máximo de 2 publicaciones en caso de clasificación para los Playoff.

B. Para la publicidad del patrocinador de la competición que se acuerde por la RFEF:



REAL FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE FÚTBOL

➤ **INSTAGRAM**

- 6 publicaciones con contenido patrocinado por temporada.

➤ **TWITTER**

- 6 publicaciones con contenido patrocinado por temporada.

➤ **TIKTOK**

- 6 publicaciones con contenido patrocinado por temporada.

➤ **FACEBOOK**

- 6 publicaciones con contenido patrocinado por temporada.

El Club se obliga a insertar las creatividades elaboradas por la RFEF y respetar y velar por el buen nombre de la RFEF, de la Competición, del Operador Audiovisual y llegado el caso de la marca patrocinadora.

El club publicará el anuncio publicitario en el tiempo y forma indicados por la RFEF, en sus redes sociales Oficiales (Twitter, Instagram, Facebook y TikTok).

El club enviará a la RFEF una justificación consistente en un link de las publicaciones llevadas a cabo a los efectos de acreditar el cumplimiento las obligaciones asumidas.



Anexo IV

LOS DERECHOS AUDIOVISUALES QUE SE DETALLAN A CONTINUACIÓN:

A. Disposiciones Generales.

- Todas las operaciones enunciadas se entienden que pueden ser realizadas por la RFEF o por la Operadora que esta designe, en su condición de titular de la competición la primera, y en su condición de empresa adjudicataria de los derechos televisivos en nombre de la RFEF, la segunda.
- La cesión a la RFEF de las facultades de producción de los partidos ya sea directamente o por parte de la compañía que se designe.
El club prestará su plena colaboración con la entidad o entidades encargadas de la producción y el transporte de los contenidos audiovisuales sin que pueda reclamar contraprestación o compensación por los eventuales gastos ordinarios que se deriven de la utilización del recinto deportivo o sus instalaciones para dichas funciones.

B. Del Día de Partido y post partido.

- El Club facilitará a la RFEF o a las empresas Operadoras (en adelante Operadoras) de la retransmisión de derechos televisivos la realización de programas desde el estadio durante el día del partido y tendrán acceso a contenido exclusivo en forma de entrevistas con los protagonistas ya sean jugadoras o entrenadores/as. El Club deberá poner a disposición de éstas para la realización de los programas diversas instalaciones para realizar los programas de manera previa y/o posterior al partido.
- En concreto, en la medida de las posibilidades del campo, se pondrán a disposición de la RFEF o de las Operadoras: cabina de presentación,



REAL FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE FÚTBOL

estudios de televisión, y cuantas posiciones sean necesarias para grabar los programas y recursos establecidos en el presente Anexo.

- La RFEF podrá requerir al Club que presente un Plan de Cámaras para el estadio en el que se considere y establezca la posición de los puntos para la grabación de las imágenes objeto del presente Anexo.
- La RFEF o las Operadoras podrán utilizar entre una y tres cámaras para tomar imágenes antes, durante o después del final del partido:
 - Llegada de equipos
 - Grabación vestuarios
 - Entrevista pre-partido
 - Túnel de jugadoras
 - Banquillos
 - Entrevistas post-partido
 - Ruedas de prensa
- Adicionalmente a lo anterior, la RFEF o las Operadoras tendrán acceso a los vestuarios de ambos equipos para grabar imágenes de las equipaciones preparadas para el partido.
- La RFEF o las Operadoras podrán utilizar entre una y tres cámaras para la llegada de los equipos, estableciendo las posiciones que por la propia estructura del estadio se estimen oportunas.
- La RFEF o las Operadoras podrán entrevistar al primer entrenador o algún miembro del cuerpo técnico a su llegada al estadio, siempre antes del inicio del partido. La entrevista tendrá lugar en el punto que el Operador estime oportuno.
- La RFEF o las Operadoras podrán utilizar entre una y tres cámaras para grabar la salida de las jugadoras a inspeccionar el campo tras su llegada al estadio, estableciéndose las cámaras en las posiciones que el Operador estime oportuna.
- La RFEF o las Operadoras podrán utilizar entre una y tres cámaras para grabar la salida de las jugadoras a calentar y todo el calentamiento,



REAL FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE FÚTBOL

estableciéndose las cámaras en las posiciones que el Operador estime oportuna, siempre que no se invada el terreno de juego.

- La RFEF o las Operadoras podrán emplear entre una y tres cámaras para grabar la llegada de las jugadoras en el túnel de vestuarios, así como la salida de las jugadoras al campo, así como el retorno y entrada de las jugadoras a la zona de vestuarios y a los vestuarios finalizada la primera parte o a la conclusión del encuentro.
- La RFEF o las Operadoras podrán realizar una entrevista a una jugadora de cada equipo nada más finalizar el encuentro sobre el terreno de juego. Cada entrevista tendrá una duración máxima de tres minutos.
- La RFEF o las Operadoras podrán difundir las imágenes del partido producidas por la Operadora con el logo de la RFEF o de la competición ya insertado. El Club tendrá la obligación de utilizar las imágenes con el logo insertado por la RFEF para su distribución en diferido a través de un canal temático propio del club que posea licencia TDT de ámbito nacional.
- La grabación podrá iniciarse desde 1 hora antes del inicio del partido hasta 1 hora después de la finalización del mismo.

C. Otros recursos audiovisuales.

- Con carácter previo al inicio de la temporada, la RFEF o las Operadoras podrán, en el día que se acuerde con club, pero no más tarde que catorce días naturales antes del primer partido de la temporada, establecer un día de grabación en los que se graben los siguientes recursos:
 - Fotografías oficiales de todas las jugadoras del primer equipo y cuerpo técnico.
 - Vídeo con fondo croma de todas las jugadoras del primer equipo y cuerpo técnico.
 - Entrevista corta individual con un máximo de cinco jugadoras de interés para la RFEF.



REAL FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE FÚTBOL

- Mensaje promocional de todas las jugadoras promocionando la competición.
- Una vez al mes, y mientras dure la temporada, la RFEF o las Operadoras podrán realizar una entrevista a una jugadora del club.
- La RFEF o las Operadoras podrán pedir al Club a través de la RFEF el acceso a los estadios e infraestructuras del Club para grabar los recursos que se consideren oportunos.

Así mismo, el Club se compromete a hacer los mayores esfuerzos para poner en común espacios publicitarios de su titularidad, siempre que la gestión y comercialización por parte de la RFEF de dichos espacios no entre en conflicto con las acciones comerciales llevadas a cabo por el Club con anterioridad o hayan sido expresamente reservadas para una o varias categorías de productos.

El Club acepta de manera voluntaria y para el periodo restante del programa las normas sobre publicidad y audiovisuales que se aprueben en el marco de los órganos competentes de la RFEF.

Sr/a presidente/a _____ del Club

En _____ a _____

Fdo. _____