

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS QUE REGIRÁ EL CONTRATO PRIVADO DE PATROCINIO PUBLICITARIO DEL EVENTO “SONDERSLAND”.

1.- OBJETO

El presente pliego tiene por objeto regular las prescripciones técnicas del contrato privado de patrocinio por parte de la Consejería de Economía, Empleo y Competitividad de la Comunidad de Madrid de la primera edición del evento “SONDERSLAND”.

2.- LUGAR, DURACIÓN Y DESARROLLO DE SONDERSLAND 2020

SONDERSLAND es el mayor encuentro del mundo con el propósito de conectar, activar y potenciar el talento de las nuevas generaciones gracias al impulso de algunas de las empresas más importantes. Un festival cuyo objetivo es descubrir cuales son las tendencias, las oportunidades y las claves que marcarán la nueva realidad del futuro profesional.

La primera edición de este festival se celebrará en Madrid del 17 al 19 de septiembre de 2020 y, dada la situación actual, se realizará en formato híbrido. Para la parte presencial, se recreará un estudio de grabación en directo en el espacio La Nave, cuyos contenidos se emitirán en streaming y, para la parte virtual, se desarrollarán plataformas exclusivas para la interacción y participación en el evento.

El evento contará con los espacios que se describen a continuación:

- MAD STAGE: escenario central donde tendrá lugar todo el contenido de ponencias, artistas, paneles y mesas redondas del evento. Los usuarios podrán seguir en directo desde la plataforma el contenido, así como interactuar con ponentes durante las sesiones de preguntas y respuestas. El MAD STAGE se retransmitirá en directo a través de los canales oficiales así como de algunos colaboradores y Media Partners.
- HUBS: espacios de interacción personalizados para cada una de las marcas participantes, donde los usuarios podrán interactuar a través de diferentes actividades digitales y juegos, pudiendo ganar puntos con dichas interacciones.
- LABS: espacios de interacción donde las marcas impulsoras del evento tendrán la oportunidad de organizar sesiones virtuales (workshops, hackathons, teambuildings, etc.) de 90 minutos con grupos de 50 jóvenes talentos seleccionados.
- PRIZE PLANET: espacio donde los usuarios podrán canjear los puntos recibidos al interactuar con otros usuarios, marcas y con ponencias y artistas del evento por premios aportados por los diferentes partners.
- COLONY: entorno que incluye oportunidades de diferente índole para los usuarios a nivel profesional, formativo y personal.
- CHAT: espacio de intercambio de opiniones con otros usuarios, networking y relación con el resto de asistentes.

3.- DESARROLLO DEL PATROCINIO

3.1. La Comunidad de Madrid adquiere la condición de patrocinador de “SONDERSLAND”, pudiendo utilizar este título en cuantas acciones estime oportuno.

3.2. La adjudicataria deberá garantizar la presencia publicitaria de la Comunidad de Madrid en el evento, incorporando su logotipo y nombre en todos los soportes publicitarios y promocionales estipulados dentro de la plataforma digital y de las comunicaciones que se realicen, exhibiéndose en ruedas de prensa o similares, que se celebren con ocasión del mismo, así como anteriormente o con posterioridad al evento.

En concreto, la Comunidad de Madrid tendrá presencia en los siguientes soportes:

- a) Carteles oficiales, creatividades de anuncio de patrocinadores en redes sociales, en el escenario del evento y también, de forma permanente, en la plataforma digital.
- b) Notas de prensa que se emitan por parte de la organización y presencia en el lanzamiento oficial que se realizará conjuntamente en rueda de prensa entre la organización y la Comunidad de Madrid.
- c) Apariciones tanto en medios televisivos como en los Media Partners del evento.
- d) Campañas patrocinadas destinadas a la comunicación de patrocinadores en redes sociales en el espacio estipulado para los mismos.
- e) Sección estática de patrocinadores dentro de la página web oficial de Sondersland, creando un hipervínculo directo con la página web oficial de la Comunidad de Madrid.
- f) Photocall oficial del evento donde se realizarán las fotografías institucionales y con los ponentes.
- g) Newsletter que comunique el patrocinio de la Comunidad de Madrid en el bloque de contenido de la misma donde aparezcan los patrocinadores.
- h) Presencia permanente en el escenario MAD STAGE.

En cuanto a la visibilidad no publicitaria e interacción con usuarios en el marco del evento, la Comunidad de Madrid tendrá presencia conforme a los apartados descritos a continuación:

- a) Participación en la apertura institucional.
- b) Participación en la clausura institucional.
- c) Moderación de PANEL: Productividad, Empleo y Jóvenes en Madrid.
- d) HUB personalizado para la Comunidad de Madrid, donde podrá posicionarse en materia de empleabilidad, industria y economía, así como incluir el enlace a los portales de diferentes programas, convocatorias o ayudas que puedan ser relevantes para los usuarios residentes en Madrid. Este espacio servirá para mejorar el posicionamiento de la Comunidad de Madrid como líder en materia económica y productiva a nivel nacional e internacional.

- e) LAB personalizado para la Comunidad de Madrid que contará con un aforo virtual de 50 plazas durante 90 minutos en una actividad práctica y formativa y cuyo anuncio estará visible en la página web oficial del evento y se comunicará a través de las redes sociales del mismo.

3.3. Los costes derivados de las acciones incluidas en el punto 3.2. serán asumidos en su totalidad por la empresa adjudicataria, incluyendo los referidos a medios materiales y personales. Siempre que se lleve a cabo la inserción de la imagen institucional de la Comunidad de Madrid, ésta deberá ser aprobada previamente por la Comunidad de Madrid.

3.4. La Comunidad de Madrid designará a un técnico de la Dirección General de Economía y Competitividad como responsable de la dirección técnica de los trabajos.

3.5. La empresa adjudicataria se responsabilizará de que el evento disponga de las pólizas de seguros de responsabilidad civil necesarias para el desarrollo del evento, en vigor y adaptadas a la normativa vigente. De igual modo, será responsable de disponer de todos los permisos y autorizaciones preceptivos para la realización de las actividades objeto del presente contrato.

3.6. Una vez concluidos todos los actos relacionados con el evento patrocinado, la empresa adjudicataria entregará a la Consejería de Economía, Empleo y Competitividad de la Comunidad de Madrid un reporte de datos y conclusiones del evento, así como de impacto mediático.

3.7. Cualquier cambio o modificación en el desarrollo del evento, habrá de ser comunicado a la Comunidad de Madrid, que se reserva el derecho a resolver el contrato y retirar el patrocinio del evento, con restitución de las cantidades percibidas, en su caso.

EL DIRECTOR GENERAL DE ECONOMÍA Y COMPETITIVIDAD

Firmado digitalmente por: TILVE SEOANE RODRIGO
Fecha: 2020.06.11 12:29

Este documento se ha obtenido directamente del original que contenía la
firma auténtica y, para evitar el acceso a datos personales protegidos,
se ha ocultado el código que permitiría comprobar el original