

## **PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS QUE REGIRÁ EL CONTRATO PRIVADO PARA EL PATROCINIO DEL FESTIVAL DE MÚSICA PRIMAVERA SOUND QUE SE CELEBRARÁ EN LA COMUNIDAD DE MADRID 2023.**

**Nº exppte P/SER-000942/2023**

### **1. OBJETO**

EL objeto del presente Pliego es regular las Prescripciones Técnicas relativas al contrato privado de patrocinio por parte de la Consejería de Cultura, Turismo y Deporte de la Comunidad de Madrid del festival de música PRIMAVERA SOUND que se celebrará en Arganda del Rey del 5 al 11 de junio de 2023, organizado por Primacities s.l

La Dirección General de Turismo tiene atribuidas, entre otras competencias la promoción del sector y de la actividad turística madrileña y su sostenibilidad, la elaboración de estrategias y planes que faciliten la creación y promoción de productos de alto valor añadido para el turismo, con capacidad desestacionalizadora, así como la promoción del sector turístico madrileño a nivel nacional e internacional.

PRIMAVERA SOUND es el festival de música más importante e influyente de Europa y el tercero del mundo. Se trata del evento cultural más importante del sur del continente europeo, que reúne a todos los agentes clave de la industria: artistas, agencias, promotores, sellos, medios de comunicación. El 20 Aniversario de Primavera Sound, ha sido declarado acontecimiento de excepcional interés público por el Gobierno de España.

PRIMAVERA SOUND se celebra anualmente en Barcelona desde 2001. Este festival tiene un carácter urbano, integrado en la ciudad y presenta una amplia oferta de bandas representadas que han hecho del Primavera Sound un punto de encuentro de artistas y espectadores de todas las generaciones. El festival ofrece todos los géneros incluyendo pop, indie, rock y las tendencias más underground de la música electrónica y dance.

En su edición de 2023 se celebrará de una manera diferente, en esta ocasión se podrá disfrutar en dos ciudades españolas. El primer fin de semana de junio el festival tendrá lugar en Barcelona (Parc del Fòrum de Barcelona), y el segundo tendrá lugar en la Ciudad del Rock, situada en la localidad de Arganda del Rey, que se convertirá en la sede de este festival que también contará con actividades repartidas por diferentes puntos de Madrid

El éxito del PRIMAVERA SOUND ha traspasado fronteras, contando en la actualidad con ediciones en Oporto, Los Ángeles, Santiago de Chile, Buenos Aires, São Paulo y un festival de menor formato en Benidorm

Es por ello que la Comunidad de Madrid está interesada en colaborar con esta fase de crecimiento, y por tanto apuesta por celebrar la primera edición de PRIMAVERA SOUND en la Comunidad de Madrid del 5 al 11 de junio de 2023.

## 2. LUGAR DE PATROCINIO

### *Fan zone Cívitas Metropolitano*

El Cívitas Metropolitano se convertirá del miércoles 7 al sábado 10 de junio en la "Fan Zone" de Primavera Sound, el punto de encuentro en la ciudad para los fans del festival antes de ir al recinto de Arganda del Rey. La jornada inaugural, con una capacidad para 30.000 personas, tendrá lugar en las inmediaciones del estadio Cívitas Metropolitano. Este espacio contará con programación musical gratuita para la ciudad y con la actuación de un artista internacional de primer nivel

Este punto de encuentro de los asistentes de Primavera Sound contará con el escenario "Comunidad de Madrid" que acogerá actuaciones de talento local. Allí, los asistentes podrán disfrutar, además de una interesante programación musical, de una amplia oferta gastronómica, de venta de merchandising, podrán acreditarse y coger los buses lanzadera de ida y vuelta al recinto del festival. Para ello se pondrá en marcha un plan de movilidad histórico para fomentar el uso de los buses lanzaderas que se pondrán a disposición de los usuarios desde esta Fan Zone y la estación de metro de Arganda del Rey al recinto del festival.

### *Primavera Sound en la Ciudad del Rock de Arganda del Rey*

Este recinto principal del Primavera Sound Madrid contará con más de 200 actuaciones repartidas en 10 escenarios. El recinto del festival tiene más de 45 hectáreas con la puesta en marcha de espacios acondicionados zonas verdes, de agua, espacios gastronómicos, área de parking etc.. En este recinto la Comunidad de Madrid dispondrá de una zona para realización de activaciones que permitan la promoción de su marca como destino turístico

## 3. DESARROLLO DEL PATROCINIO

El evento se desarrollará de acuerdo con las siguientes prescripciones técnicas:

**Primera.** - La Comunidad de Madrid adquiere la condición de patrocinador del festival PRIMAVERA SOUND, que se celebrará en su territorio del 5 al 11 de junio, adquiriendo la exclusividad para promocionar la Comunidad de Madrid como destino turístico.

**Segunda.** - La empresa patrocinada se responsabilizará de que el evento disponga de las pólizas de seguro de responsabilidad civil necesarias, según la normativa vigente en este tipo de actividades, así como cuantos permisos o autorizaciones administrativas sean preceptivos. En todo caso y de forma expresa la patrocinada mantendrá indemne a la Comunidad de Madrid de toda responsabilidad frente a terceros, participantes o espectadores que pudiera derivarse de la celebración del evento

**Tercera.** - La adjudicataria, deberá garantizar que la Comunidad de Madrid tenga presencia publicitaria en el marco de las acciones promocionales que se detallan a continuación y que ésta se encuentre en todo momento visible y en el lugar estipulado, informando previamente a la Comunidad de Madrid para su debida supervisión y aprobación.

A este fin, se incorporará el logotipo y nombre de la Comunidad de Madrid en todos los soportes promocionales y publicitarios que se produzcan, con motivo del festival, exhibiéndose asimismo en las diferentes sedes y en los diversos actos promocionales y ruedas de prensa o similares, que se celebren con ocasión del evento, llevándose también a cabo una intensa acción promocional digital de la Comunidad de Madrid como destino turístico, con carácter previo a la celebración del evento, así como en los recintos instalados en la Comunidad de

Madrid con el fin que el público que venga o no al festival conozca que ofrece la Comunidad de Madrid desde el punto de vista turístico

Las acciones promocionales que se realizarán serán las siguientes:

#### **A- PRESENCIA DE MARCA**

- Visibilidad en la web de Primavera Sound, que cuenta con más de 5M de visitantes únicos al año.
- Inserciones en las Redes Sociales de la Primavera Sound con un alcance de 355M durante el festival y 852 M impresiones.
- Presencia en la newsletter de Primavera Sound que cuenta con más de 415k de subscriptores entre la comunidad de Primavera Sound internacional.
- Distribución contenido en medios propios de Primavera Sound: Radio Primavera Sound y Rockdelux.
- Inserción en las pantallas de Primavera Sound de contenidos de la Comunidad de Madrid con más de 15 millones de impactos
- Diseño y producción de contenidos de la Comunidad de Madrid en 1.500 pack de prensa.
- Presencia de la Comunidad de Madrid en la campaña de comunicación del festival en el circuito OOH y DOOH, incluyendo diseño
- Presencia de la Comunidad de Madrid en la Campaña digital Paid Social, incluyendo diseño

#### **B- ACTIVACIÓN DIGITAL**

- Realización de un Plan de Contenidos para distribución en los canales digitales de la Comunidad de Madrid y del festival Primavera Sound:
- Un Spot digital de un 1minuto y 30segundos mas versión corta de 30 segundos
- Creación de 5 píldoras branded content de 2 minutos más versión corta de 20 segundos
- Creación de agenda turística para la semana del festival, incluyendo diseño y coordinación de la agenda, creación de contenido, diseño y programación
- Colaboración con artistas y Key Opinion Leaders. Acuerdos con 5 perfiles divididos por categorías de contenidos para que realicen generación de contenidos de promoción turística de la Comunidad de Madrid.

#### **C- ACTIVACIÓN EN FESTIVAL**

- Escenario propio de la Comunidad de Madrid en Fan Zone Civitas Metropolitano con programación con bandas de la Comunidad de Madrid
- Zona de activación de marca de la Comunidad de Madrid en el recinto del festival en Arganda del Rey. Espacio de 80 m2, realizando la adjudicataria el diseño, producción y coordinación de las acciones de activación y aportando 4 personas para la gestión y coordinación
- Pack hospitality para acciones de RRPP
  - 100 entradas de un día
  - 95 entradas VIP de un día
  - 30 Abonos
  - 30 abonos VIP

**Cuarta.** - Toda la organización, producción y montaje del referido evento correrá en su totalidad por cuenta de la patrocinada siendo a su cargo los medios materiales y personales precisos para el perfecto desarrollo del mismo

**Quinta.** - La adjudicataria entregará a la Comunidad de Madrid, a la finalización de los trabajos, una memoria detallada en la que se recoja pormenorizadamente tanto el desarrollo como los impactos publicitarios del evento

**Sexta.** - Cualquier cambio o modificación en la organización o desarrollo del evento habrá de ser previamente comunicado a la Comunidad de Madrid quien se reserva el derecho a proceder a la resolución del contrato y retirar su patrocinio con restitución de las cantidades en su caso percibidas

#### 4. DIRECCIÓN TÉCNICA DE LOS TRABAJOS

Para llevar a cabo la dirección de los trabajos objeto del presente pliego, se designará un Técnico de la Dirección General de Turismo.

En Madrid, a fecha de firma  
LA SUBDIRECTORA GENERAL DE PROMOCION TURISTICA

Firmado digitalmente por: TOLEDO MARTINEZ DE GALINSOGA CAROLINA  
Fecha: 2023.03.01 13:00

Fdo. Carolina Toledo Martínez de Galinsoga