



PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS A LAS QUE SE DEBE AJUSTAR EL PATROCINIO POR PARTE DE MADRID CULTURA Y TURISMO S.A.U. DEL EVENTO: SPARTAN MADRID 2024 ORGANIZADOS POR THE CROW LEGACY COMPANY, SL

PRIMERA. - OBJETO.

Es objeto del presente pliego regular las condiciones técnicas que han de regir el contrato de patrocinio por parte de Madrid Cultura y Turismo S.A.U. de la edición 2024 de SPARTAN MADRID organizado por THE CROW LEGACY COMPANY, SL

SEGUNDA. - CARACTERÍSTICAS DE LOS SERVICIOS QUE SE DESEAN CONTRATAR.

Promocionar y fomentar el turismo madrileño y a cambio obtener publicidad y difusión del apoyo que la Comunidad de Madrid le brinda al sector turístico de la Comunidad de Madrid. Poner en valor el destino a través de la promoción, a nivel nacional y europeo de la marca Comunidad de Madrid y generar tráfico a lugares de interés turístico dentro de la Comunidad de Madrid.

TERCERA. - LUGAR Y PLAZO DE EJECUCIÓN.

Días 4 y 5 de mayo de 2024.

CUARTA. - OBLIGACIONES RELATIVAS AL PATROCINIO

El objetivo del proyecto es la promoción y el fomento de la oferta turístico-deportiva atrayendo al público nacional y extranjero mediante los eventos deportivos de Spartan que, además, generan riqueza en la Comunidad de Madrid.

Para lograr la difusión de la Comunidad de Madrid se llevarán a cabo las siguientes acciones promocionales:

- Generación de contenido en común (branded content) para la promoción del turismo a la Comunidad de Madrid.
- Promociones digitales a la BB.DD. de Spartan España y la BB.DD. de inscritos al evento.
- Concursos/retos online en las RR.SS y página web, sorteando dorsales y/o entradas a atracciones turísticas de la Comunidad de Madrid.
- Actividades offline del pre-evento, como en la rueda de prensa.
- Promoción del evento y la Comunidad de Madrid en diferentes medios de comunicación.

Acciones promocionales Online:

- Campaña de 5 publicaciones en las RR.SS. oficiales de Spartan España poniendo el valor el destino.
- 3 publicaciones en las RR.SS. de Spartan Race Europe promocionando el evento y destino.



- Inclusión de módulos promocionales de destinos de interés turístico en las comunicaciones vía email relacionadas con Spartan Madrid 2024.
- Inclusión de un artículo promocional sobre diferentes destinos de interés turístico en la Guía del Atleta.
- Sorteo de dorsales en concurso vía RR.SS.
- Sorteo de entradas a atracciones turísticas en la Comunidad de Madrid vía RR.SS/emailing.
- Producción de vídeo promocional corto (aprox. 20 segundos) de Spartan Madrid 2024 incluyendo tomas con lugares de interés turístico de la Comunidad de Madrid.

Acciones promocionales Offline:

- Rueda de prensa oficial para la promoción del evento y de la Comunidad de Madrid.
- Búsqueda de espacios ideales para el entrenamiento de Spartan dentro de la Comunidad de Madrid y promoción de estos en RR.SS.
- Visita a un destino de interés por parte de algún atleta notable con el fin de promocionar el turismo en la Comunidad de Madrid.

Acciones promocionales en canales externos:

- Publireportaje a doble página en la revista *Sportlife* promocionando el evento y diferentes destinos de interés turístico en la Comunidad de Madrid.
- 2 publicaciones en las RR. SS de la revista *Sportlife* promocionando el evento.
- 2 inserciones publicitarias de media página en el diario Marca promocionando el evento.

Branding on -site:

- Exposición de la marca en la forma de lonas cubrevallas distribuidas por las líneas de salida y meta, además d en la zona de festival.

Generación de contenido:

- Entrega de una carpeta de fotos recogiendo los mejores momentos del evento.
- Entrega de un vídeo promocional exclusivos de la Comunidad de Madrid y Spartan (post-evento).
- Anuncios a través del speaker a lo largo del día del evento promoviendo diferentes destinos de interés turístico dentro de la Comunidad de Madrid

QUINTA. - PUBLICIDAD.

Mediante dicha aportación, la Comunidad de Madrid adquiere, a través de Madrid Cultura y Turismo S.A.U., la condición de patrocinador del evento, por lo que podrá difundir o utilizar este título en cuantas acciones publicitarias estime oportunas.

Madrid, a 22 de marzo de 2024.

EL ADJUDICATARIO

EL CONSEJERO DELEGADO DE
MADRID CULTURA Y TURISMO, SAU

Firmado digitalmente por: MARTÍNEZ RODRÍGUEZ CARLOS DANIEL