



**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 TRIFECTA WEEKEND MADRID 2025 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 2025 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 10 y 11 de mayo de 2025.

**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:

**(PRE-SPARTAN MADRID)**

• **BRANDING DIGITAL:**

- Exposición de la marca mediante la inclusión del logo de la CAM en:
- Página web del evento
- Comunicaciones vía email (footer)
- Guía del Atleta

• **ACCIONES PROMOCIONALES ONLINE:**

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



- Inclusión de módulos promocionales de destinos de interés turístico de la Comunidad de Madrid en las comunicaciones vía email de Spartan Madrid 2025.
- Inclusión de un artículo promocional sobre diferentes destinos de interés turístico de la Comunidad de Madrid en la Guía del Atleta.
- Sorteo de dorsales para SPARTAN Madrid en concurso vía RR.SS. sobre la Comunidad de Madrid.
- Publicación de un vídeo de SPARTAN Madrid x Comunidad de Madrid en los perfiles de Spartan Race Europa combinando tomas de la carrera y de destinos turísticos de la región.

- **ACCIONES PROMOCIONALES OFFLINE:**

- Rueda de prensa oficial para la promoción del evento y de la Comunidad de Madrid en general.

- **ACCIONES PROMOCIONALES EN CANALES EXTERNOS:**

- Publireportaje a doble página en la revista Sportlife promocionando el evento y diferentes destinos de interés turístico dentro de la Comunidad de Madrid.
- 2 Publicaciones en las RR.SS. de la revista Sportlife promocionando el evento.
- 3 inserciones publicitarias de media página en el Diario MARCA promocionando el evento.

### **(DURANTE SPARTAN MADRID)**

- **BRANDING ON-SITE:**

- Exposición de la marca en la forma de lonas cubrevallas distribuidas por las líneas de salida y meta, además de en la zona de festival.
- Exposición de la marca por medio de la inclusión del logo en el photocall del evento.
- Exposición de la marca por medio de la inclusión del logo en la cinta de salida y llegada.

- **GENERACIÓN DE CONTENIDO:**

- Entrega de una carpeta de fotos recogiendo los mejores momentos del evento.
- Entrega de un vídeo promocional exclusivo de la Comunidad de Madrid y Spartan (post-evento).

### **(EVENTOS INTERNACIONALES)**

- **BRANDING ON-SITE:**

- Exposición de la marca Comunidad de Madrid en uno de los obstáculos de 4 carreras Spartan a celebrarse fuera de España (Múnich, Zandvoort, Berlín, París).

- **BRANDING DIGITAL:**

- Exposición de la marca mediante la inclusión del logo de la Comunidad de Madrid en:
  - Páginas web de los eventos
  - Comunicaciones vía email (footer)
  - Guías del Atleta

- **ACCIONES PROMOCIONALES ONLINE:**



- 1 publicación en las RR.SS. de los países organizadores de las carreras.
- 1 integración de contenido en alguna de las newsletters de evento de cada carrera.

• ACCIONES PROMOCIONALES ON-SITE:

- Distribución de flyers con descuentos para los eventos SPARTAN Madrid 2025 (Múnich) y SPARTAN Madrid 2026 (Zandvoort, Berlín, París) incluyendo información de interés turística sobre 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 10 de marzo de 2025..

EL CONSEJERO DELEGADO DE  
MADRID CULTURA Y TURISMO, SAU

Firmado digitalmente por: LUIS FERNANDO MARTÍN IZQUIERDO - \*\*\*1808\*\*

Luis Fernando Martín Izquierdo