

## **INFORME DE NECESIDAD Y EXPLICATIVO DEL IMPACTO ECONÓMICO DEL CONTRATO DE PATROCINIO PUBLICITARIO DE “LAUREUS WORLD SPORTS AWARDS 2025”**

La Constitución Española de 1978 señala en su artículo 43.3 que los poderes públicos fomentarán la educación sanitaria, la educación física y el deporte. Asimismo facilitarán la adecuada utilización del ocio.

El Estatuto de Autonomía de la Comunidad de Madrid recoge, en su artículo 26.1.22 la competencia exclusiva en materia de deporte.

La Ley 15/1984, de 28 de diciembre, del Deporte de la Comunidad de Madrid, en su artículo 2 h) señala que la política deportiva de la Comunidad de Madrid, se inspirará entre otros, en el principio de difusión de las actividades físicas y del deporte en todos los sectores de la población.... Y en su letra j) señala como principio la colaboración responsable entre las diversas Administraciones Públicas y entre éstas y la organización deportiva privada.

De conformidad con el artículo 11 del Decreto 264/2023, de 5 de diciembre, del Consejo de Gobierno, por el que se establece la estructura orgánica de la Consejería de Cultura, Turismo y Deporte, en relación con el Decreto 76/2023, de 5 de julio, del Consejo de Gobierno, por el que se establece la estructura orgánica básica de las Consejerías de la Comunidad de Madrid, corresponde a la Dirección General de Deportes, entre otras, "la colaboración en la organización, promoción y difusión en el territorio de la Comunidad de Madrid de eventos deportivos, o la organización o coorganización, si procede, y en su caso, patrocinio, sin perjuicio de las competencias que correspondan a otros entes, entidades u organismos», así como, la «promoción, patrocinio, organización o colaboración en la realización de cursos, seminarios, congresos, concentraciones deportivas, torneos, campeonatos, exhibiciones, encuentros o cualquier otra actividad, dirigida a fomentar, impulsar y colaborar en la difusión de la cultura física entre la población, en coordinación y cooperación, en su caso, con entidades locales, federaciones y demás asociaciones, fundaciones y entidades públicas o privadas».

En los Presupuestos Generales de la Comunidad de Madrid, Programa 336A, existe dotación económica en el subconcepto 28001 (Promoción económica, cultural y educativa) con el fin de colaborar y promocionar todos aquellos acontecimientos deportivos que posibiliten una mayor difusión y práctica de la actividad deportiva, el desarrollo de campeonatos deportivos en diferentes modalidades, ámbitos de población y de carácter autonómico, nacional e internacional, que coadyuven a su vez a la dinamización económica de la región.

En ejercicio de dichas atribuciones, la Consejería de Cultura, Turismo y Deporte considera de interés público su participación en la celebración del evento denominado “Laureus World Sports Awards 2025”, como instrumento idóneo para la promoción del deporte entre los ciudadanos de la Comunidad de Madrid.

Los Premios Laureus World Sports son unos galardones anuales que concede la Academia Laureus World Sports a los mejores deportistas del mundo por los méritos contraídos durante el año anterior, tanto de forma individual como colectiva. Entregados por primera vez en el año 2000, los ganadores son escogidos por los 65 miembros de la Academia, exdeportistas de élite de reconocido prestigio. Los premios reconocen a aquellos atletas, equipos y organizaciones que han inspirado a personas de todo el mundo a través de su excelencia dentro y fuera del campo de juego.

Los Premios Laureus se entregan en distintas categorías, entre ellas, mejor deportista (hombre) mundial del año, mejor deportista (mujer) mundial del año, equipo mundial del año, mejor promesa mundial del año, mejor reaparición mundial del año, mejor deportista discapacitado mundial del año o mejor deportista de deportes alternativos mundial del año.

Considerados como los "Premios Oscar" del deporte, la entrega de los premios se hace en una gala, desarrollada cada año en una ciudad, y que es retransmitida por televisión a más de 190 países. Las últimas galas de los Premios Laureus han tenido una audiencia televisiva de 1.100 millones de telespectadores en todo el mundo. Además de los deportistas nominados, a la gala suelen asistir otras grandes figuras del deporte, exdeportistas de élite, así como grandes personalidades del mundo de la política, la economía y la sociedad. La gala anual de la edición 2025 de "Laureus World Sports Awards" se celebrará de nuevo, como el año pasado, en la ciudad de Madrid el día 21 de abril de 2025.

Los Laureus World Sports Awards celebran los mayores logros deportivos del año. Reconocido como el evento de honor más prestigioso del deporte, a la ceremonia de entrega de premios asisten muchas de las leyendas vivas del deporte. La estatuilla Laureus la han recibido a lo largo de los años gigantes del deporte como Simone Biles, Usain Bolt, Novak Djokovic, Roger Federer, Michael Schumacher, Annika Sorenstam, Lindsey Vonn o Serena Williams, constituyendo un símbolo inequívoco de grandeza deportiva.

Además, Laureus es mucho más que una brillante ceremonia de entrega de premios. En la actualidad, Laureus apoya más de 175 programas comunitarios basados en el deporte en más de 40 países, ayudando a abordar muchos de los retos sociales a los que se enfrentan los jóvenes hoy en día.

Para la designación de los premiados de los Laureus World Sports Awards, se realiza un proceso de votación de dos fases. En primer lugar, un panel de selección de más de 1.300 de los principales editores, escritores y periodistas deportivos del mundo vota para crear una lista de seis nominaciones en cada categoría.

A continuación, los miembros de la Academia Laureus votan para seleccionar a los ganadores de los premios. Hay cinco categorías votadas por la Academia:

- Laureus Deportista masculino Mundial del Año.
- Laureus Deportista femenino Mundial del Año.
- Equipo Laureus Mundial del Año.
- Laureus World Breakthrough del Año.
- Laureus World Comeback del Año.

Los Paneles de Especialistas votan por dos categorías:

- Laureus World Action Sportsperson of the Year, elegido por un panel de los principales periodistas de deportes de acción del mundo.
- Laureus Deportista Mundial del Año con Discapacidad, que es supervisado por el Comité Ejecutivo del Comité Paralímpico Internacional.

Hay una categoría votada en línea por el público:

- Laureus Mejor Momento Deportivo del Año.

Finalmente se otorgan, a discreción de la Academia Laureus, otros honores a personas que han hecho una contribución sobresaliente a la sociedad a través del deporte. Entre estos se encuentran:

- Premio Laureus a la Trayectoria.
- Premio Laureus al Deporte para el Bien.
- Premio Laureus Espíritu del Deporte.

Se trata de un evento global. Más de 50 países han tenido atletas nominados, con 55 deportes reconocidos en las nominaciones. Cada ganador recibe una estatuilla Laureus. El carácter universal del deporte se celebra con la representación de los cinco continentes, que están grabados en la base. Las estatuillas miden 30 cm de alto y pesan 2,5 kg. Cada figura contiene 670 g de plata maciza con una base de acabado dorado de 650 g.

El evento lo organiza la empresa Laureus World Sports Awards Limited, con sede en Londres, Reino Unido, que tiene inscrita a su favor la marca "World Sports Awards" en la European Union Intellectual Property Office, desde el 13 de marzo de 2003.

La participación de la Consejería de Cultura, Turismo y Deporte en este evento se pretende canalizar a través del patrocinio publicitario, teniendo como entidad patrocinada la empresa Laureus World Sports Awards Limited, como entidad titular y organizadora en exclusiva del evento, de acuerdo con lo establecido en la Ley 9/2017 de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público, por la que se transponen al ordenamiento jurídico español de las Directivas del Parlamento Europeo y del Consejo 2014/23/UE y 2014/24/UE, de 26 de febrero de 2014, y tal y como indican los últimos informes del Servicio Jurídico en este y otros contratos de patrocinio.

Por lo que se refiere al contenido concreto del patrocinio, las contraprestaciones a satisfacer por Laureus World Sports Awards Limited a favor de la Comunidad de Madrid, que se indican en el Pliego de Prescripciones Técnicas, se concretan en la inserción de la imagen corporativa de la Comunidad de Madrid en todos los soportes publicitarios que se realicen, en los medios de comunicación, desde la firma del contrato puesto que las acciones de promoción comienzan antes de la celebración del evento.

Así, la adjudicataria, deberá garantizar que la Comunidad de Madrid tenga presencia publicitaria en el evento y que ésta se encuentre en todo momento visible y en el lugar estipulado. 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 evento, exhibiéndose asimismo en todas las sedes y en los diversos eventos promocionales y 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, al menos, en los siguientes soportes:

1. Inclusión de la Sede Comunidad de Madrid, con su logotipo institucional, en:

- Anuncio de los Socios Anfitriones.
- Anuncio de las nominaciones.
- Inclusión de "Deporte en Madrid" y "Deporte en Comunidad de Madrid" en el programa de la revista de televisión Spirit of Sport de Laureus.

- Anuncio del conductor de los premios.
- Evento de los Premios Laureus del Deporte Mundial.
- Activaciones colaterales en los medios y actividades de creación de contenidos en los Premios Laureus del Deporte Mundial.
- Legado de los Premios Laureus del Deporte Mundial.

Asimismo, se hará referencia a la Comunidad de Madrid como sede en todas las referencias a los premios que se realicen.

2. Inclusión del logo de la Comunidad de Madrid en el diseño gráfico y visual del evento, que los incluirán en todo momento. En concreto, aparecerá en:

- Logotipo de Laureus x Comunidad de Madrid y Madrid 'lock-up'.
- Logotipo del evento Laureus World Sports Awards – Madrid 2025.
- Cuenta regresiva de premios (a través de las redes sociales).
- Premios VNRs Globales.
- Llegada a la alfombra roja.
- Cumbre Deportiva Laureus-CNN.
- Recepción de bienvenida para los medios de comunicación.

Asimismo, se celebrará en el lugar que determine la Comunidad de Madrid la rueda de prensa de presentación de los nominados a los premios.

3. La patrocinada producirá e integrará imágenes destacando la diversidad deportiva en la Comunidad de Madrid, existente y futura, reflejando tanto la naturaleza internacional como la de deporte base en toda la región, más allá de la ciudad de Madrid. Este contenido se incluirá en la secuencia de apertura de la Alfombra Roja de los Laureus World Sports Awards, ilustrando el respaldo de atletas y/o representantes institucionales. Este contenido formará parte de la “señal internacional” de los premios y del programa ‘editado’ que serán distribuidos a nivel mundial, y será compartido en redes sociales. Para ello, la Comunidad de Madrid facilitará a la patrocinada el material audiovisual que considere para ilustrar el deporte base.

4. La patrocinada organizará, a su coste, una visita a una instalación deportiva de la Comunidad de Madrid de los responsables de Laureus acompañado de alguna/s leyenda/s del deporte para dar cobertura mediática a un proyecto deportivo de la Comunidad de Madrid para su difusión en medios de comunicación.

5. La patrocinada entregará a los medios de comunicación internacionales contenidos para la elaboración de artículos (a modo de earned media o branded content) que pongan en valor la Comunidad de Madrid como destino deportivo, para que puedan ser objeto de publicación en sus publicaciones.

6. La patrocinada organizará, a su coste, un junket de prensa exclusivo durante el cual se preguntará a los deportistas nominados qué cosas les gustan de Madrid, rincones favoritos de la Comunidad de Madrid. Se crearán contenidos favorables de la región y de su oferta turística y deportiva. Los contenidos se capturarán durante y en torno a los premios, con la intención de ser utilizado en los canales de redes sociales después de la ceremonia.

7. La patrocinada se obliga a la generación de contenido que dé visibilidad a algún proyecto y/o a la política deportiva de la Comunidad de Madrid. En concreto:

- Cartas de bienvenida a los medios por parte de la Presidenta de la Comunidad de Madrid, incluidas en el Press Pack de Laureus.
- “Datos sobre Madrid” (Ciudad y Región) para acompañar los datos clave y detalles de Laureus (su historia, ganadores anteriores, nominados, Sport for Good).
- Entrevista previa al evento con el representante de la Comunidad de Madrid que ésta designe durante el evento de las nominaciones, para ofrecer una oportunidad de contenido controlado y de calidad, donde se pueda hablar sobre estos temas. Este contenido está destinado a su uso en el programa de la revista Laureus Spirit of Sport, como avance de los premios.

Respecto a la valoración económica de la aportación para este tipo de elementos publicitarios y cesión de espacios en el caso de la prueba cuyo patrocinio nos ocupa, dado su arraigo en el deporte mundial y su proyección exterior, así como dada la enorme participación de personalidades del mundo del deporte, la trascendencia, su repercusión mediática por el número de medios de comunicación que se acreditan, la voluntad creciente de las diversas entidades en participar o colaborar de diferentes maneras, dado el prestigio y la buena imagen del evento, el precio “de mercado” para participar en dicho evento por la Comunidad de Madrid como patrocinador del mismo, y el precio por ocupar espacios publicitarios con visibilidad, se cifra, como ya se ha indicado, a día de hoy en 453.750 euros. Este coste está en función del valor de mercado que en cada momento tiene el evento que se patrocina.

El valor de mercado, en definitiva, lo da la importancia y repercusión del evento. El patrocinado, como dice la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad, a cambio de una ayuda económica para la realización de su actividad deportiva, se compromete a colaborar en la publicidad del patrocinador.

El impacto económico de la celebración de estos premios y de las actividades paralelas que se realizan con motivo de los mismos es indudable. Las cifras que arrojan sus últimas ediciones son las siguientes:

1. Más de 150 millones de euros de Advertising Value Equivalent - Valor Publicitario Equivalente, es decir, el coste comercial del espacio/tiempo dedicado a Laureus en los medios de comunicación.
2. Más de 15.000 artículos online (artículos editoriales de noticias online y digitales sobre Laureus).
3. Más de 1.000 millones de impresiones totales globales (número de oportunidades de ver, basado en el alcance de la producción mediática evaluada).
4. Más de 250 millones de audiencia total de los premios (número real de telespectadores sobre la base de la programación en la que aparece Laureus).
5. Más de 1.500 artículos impresos globales (artículos impresos sobre Laureus en todo el mundo).
6. Más de 100 millones de impresiones totales en el canal propio (alcance de los canales digitales y sociales propios de Laureus).

7. 20.000.000 de euros de valor bruto mínimo de publicidad de la sede (el valor de la exposición de la sede en todos los medios de comunicación, basado en las tarifas publicitarias comerciales para el tiempo/visibilidad equivalentes).

La programación y el contenido subsidiario de los World Sports Awards se transmiten en más de 160 países y territorios y son vistos por cientos de millones de personas cada año, lo que la convierte en una de las ceremonias de premiación más vistas y ampliamente distribuidas.

La ceremonia se transmite en una gran variedad de formatos, incluida la programación en vivo, en diferido y destacada con una estrategia de distribución digital en constante evolución que garantiza una cobertura general en una variedad de plataformas de medios, canales y productos de transmisión.

Los Laureus World Sports Awards 2024 aportaron beneficios económicos relevantes para la Comunidad de Madrid. El gasto directo del organizador del evento ascendió a 2.740.929 euros, generando importantes ingresos para proveedores locales, recintos y servicios.

Además, el valor mediático del evento, auditado de forma independiente por YouGov Sport, alcanzó un total de 31.224.101 euros. Esta cifra incluye menciones en texto, exposición de marca y destacadas imágenes de la Comunidad de Madrid utilizadas a lo largo del evento. Este nivel de exposición fortaleció el perfil global de Madrid como un destino de clase mundial para eventos de prestigio. Estos datos se pueden desglosar en las siguientes cifras:

- Alcance Total: 20.5 billones:

- 997.1 millones del alcance total, se derivaron de la televisión lineal.

- Las Redes Sociales fueron el mayor contribuyente, con un alcance (impresiones) de 10.1 billones.

- Audiencia de TV & Streaming Digital: 142.0 millones:

- América Central y del Sur representaron la mayor parte de la audiencia de televisión, con 43.4 millones de espectadores, (40.1% del total de la televisión lineal.)

- 33.9 millones vieron la programación de Laureus a través de plataformas digitales/OTT.

- Exposición de Marca: 1,049 horas:

- La programación de Laureus a través de la televisión lineal (451 horas) y el streaming digital/OTT (525 horas) representó el 43.0% y el 50.1% del total, respectivamente.

- Las noticias de televisión representaron el 6.2% del total.

- Asimismo, se alcanzaron 1.28m de visualizaciones de videos en todas las redes sociales de Laureus, 399 piezas de cobertura de transmisión en todos los mercados, la cobertura alcanzó 180 países y se realizaron 90 artículos en prensa, de los cuales 73 pertenecen al mercado español.

La edición de 2024 también contó con una destacada participación, consolidando la reputación de la Comunidad de Madrid como anfitriona de eventos internacionales. Ocho de los nueve galardonados asistieron en persona, incluyendo a algunas de las figuras más reconocidas del deporte mundial, con la única excepción de Simone Biles.

Entre los invitados de renombre se encontraban iconos deportivos internacionales como Tom Brady, Usain Bolt y Novak Djokovic, cuya presencia no solo elevó el prestigio del evento, sino que también atrajo una atención global significativa hacia Madrid como anfitriona. Esta asistencia de alto perfil, junto con la representación de diversas disciplinas deportivas e industrias, subraya la capacidad inigualable del evento para reunir a lo mejor del mundo del deporte.

La edición de 2025 de los Laureus World Sports Awards marcará un momento histórico: el 25º aniversario del evento que comenzó con el emblemático discurso de Nelson Mandela en la ceremonia inaugural de los premios en Mónaco en el año 2000. Como primer patrono de Laureus, Mandela estableció los valores fundamentales que han guiado estos premios durante los últimos 25 años, y su figura será central en esta celebración.

El legado de Nelson Mandela será el eje que convocará y atraerá a las figuras más relevantes del deporte, destacando la importancia de esta edición única. Alrededor de su inspiración, la edición 2025 se estructurará en tres pilares clave:

#### 1. Honrando el pasado:

- Celebrar 25 años reconociendo la excelencia en el deporte.
- Rendir homenaje a los ganadores, momentos e hitos históricos de Laureus.
- Reflexionar sobre el viaje y la evolución de los Laureus World Sports Awards.

#### 2. Celebrando el presente:

- Destacar a los atletas actuales y sus logros excepcionales.
- Mostrar proyectos e iniciativas actuales de la Fundación Laureus Sport for Good.
- Enfatizar el impacto presente del deporte en las comunidades globales.

#### 3. Inspirando el futuro:

- Establecer objetivos para los próximos 25 años en el deporte y el desarrollo comunitario.
- Motivar a jóvenes atletas y futuros líderes a abrazar la visión de Mandela.
- Anunciar nuevas iniciativas y proyectos enfocados en promover el deporte y el cambio social.

Esta celebración integral no solo destaca la relevancia histórica del evento, sino que posiciona a la Comunidad de Madrid como un epicentro global de inspiración, deporte y cambio social.

La celebración de los Premios Laureus aportará un valor añadido a la Comunidad de Madrid en torno a los Premios mediante la expansión del número de eventos celebrados en la Comunidad de Madrid, garantizando además que la región y el posicionamiento de marca de estos elementos se vean reforzados, con el objetivo de impulsar indicadores clave de rendimiento (KPIs).

El eje central de este enfoque es proporcionar mayores niveles de exposición y valor para los patrocinadores durante la campaña ampliada de los Premios 2025, extendiendo la inversión en los eventos a un marco temporal más amplio de visibilidad y promoción.

Como anfitriona del histórico 25<sup>a</sup> Aniversario de los Laureus World Sports Awards, la Comunidad de Madrid está en una posición única para capitalizar el creciente interés en los Premios, especialmente tras el éxito de la edición de 2024.

Reflejando 25 años de historia de Laureus, esta oportunidad permite aprovechar el rico legado de Laureus, que ofrece una base sólida para ampliar el interés de los medios, la cobertura digital y el compromiso en las redes sociales.

Laureus aspira a alcanzar un incremento del 25% en el Indicador Clave de Rendimiento (KPI) crítico del "Valor Bruto de Publicidad" (GAV) generado para la Comunidad de Madrid, con el objetivo de superar los \$100 millones, manteniendo una mayor calidad cualitativa reflejada en el "Valor Neto de Patrocinio" (NSV). Lograrlo requerirá una campaña personalizada para la Comunidad de Madrid:

Así, se establece un mayor número de 'puntos de contacto' y exposición. Todo ello asegurando que los mensajes clave reflejen la integración de 'Sport for Good' (por ejemplo, dejando un 'legado' en Madrid), la participación de los mejores atletas que actúan como representantes y portavoces de Laureus, y el posicionamiento de un evento de clase mundial y alto impacto que genera valor y credibilidad. Esto se logra gracias al posicionamiento legítimo, el prestigio de la marca, su legado y la credibilidad que aportan los deportistas, quienes participan activamente en todas las etapas de la campaña, ya sea asistiendo físicamente a los Premios o interactuando digitalmente con el contenido de Laureus.

Laureus protegerá, aprovechará y ampliará el sentimiento mediático positivo que acompañó a los Premios 2024, desarrollando múltiples puntos de contacto para involucrar a los medios de la Comunidad de Madrid y más allá durante el despliegue de contenido de los Premios, reflejando siempre los mensajes y el posicionamiento mencionados.

La campaña de los Premios 2025 comenzará con la noticia del regreso de los Premios a la Comunidad de Madrid, enmarcada en una narrativa positiva que resalte el legado social y deportivo de los Premios y la colaboración e inversión por parte de la Comunidad de Madrid.

Con el objeto de que el evento siga el exitoso formato del 2024, en el anuncio de las nominaciones se destacará la participación de representantes de la Comunidad de Madrid (Presidenta) junto con representantes de otras instituciones y varios miembros de la Academia Laureus, proporcionando una plataforma para destacar el valor de los Premios en términos de asistencia de medios globales, amplia cobertura social y digital, y la presencia de lo mejor del deporte mundial reunido en Madrid, tanto en 2024 como, de forma crítica, en 2025. Todo ello subrayando el legado evolutivo que dejan los Premios.

El evento incluirá la proyección de un vídeo que revelará a los nominados, seguido de una sesión de preguntas y respuestas con miembros de la Academia Laureus y con nominados locales, embajadores o colaboradores institucionales. Tras la presentación formal, las oportunidades mediáticas se centrarán en una 'zona mixta', y el evento finalizará con un almuerzo para los principales medios invitados.

Posteriormente, semana a semana, se realizará una campaña de amplificación de las nominaciones a través de canales digitales, generando contenido original mediante colaboraciones y la participación de grandes deportistas, federaciones y socios mediáticos. La inclusión de la marca Comunidad de Madrid como anfitriona estará presente en este contenido, principalmente mediante:

- Inclusión de logotipo y marca en selecciones de vídeos de Laureus.
- Aumento de referencias editoriales a la Comunidad de Madrid como Anfitriona de Laureus.
- Participación de atletas y promoción de los Premios en Madrid.
- Oportunidades de participación a través de las cuentas y canales de la Comunidad de Madrid.

Próxima ya la gala, se realizará un conteo regresivo para los Laureus World Sports Awards, presentado en colaboración con la Comunidad de Madrid, centrado en lugares emblemáticos de la Comunidad de Madrid como telón de fondo para una revelación animada, inspirada en el legado de Laureus. Este evento incluirá mayor interacción con la red de deportistas de Laureus, integrando la imagen de la Comunidad de Madrid.

Finalmente, en los días previos a la gala, se realizarán las siguientes actividades:

- 19 de abril: Visita a un programa apoyado por Laureus 'Sport for Good' en la Comunidad de Madrid, con la participación de atletas Laureus invitados, representantes de la Comunidad de Madrid y medios internacionales y locales seleccionados. Esta visita mostrará el trabajo que se realiza en la Comunidad de Madrid, promoverá las iniciativas de Laureus y ampliará el enfoque en el legado de los Premios.

- 20 de abril: Oportunidad para organizar una edición del concepto de liderazgo de pensamiento 'SportsLab' de Laureus, con un panel de discusión sobre el deporte como herramienta de desarrollo social. Se integrarán representantes de la Comunidad de Madrid para comunicar la importancia del deporte en la región, tanto como actividad recreativa como herramienta de cambio social, junto a atletas que han formado parte de la evolución e impacto de Laureus desde la fundación de Laureus Sport for Good en el año 2000, inspirados por el llamado a la acción de Nelson Mandela en los primeros Premios Laureus.

Recepción de bienvenida para medios: Una oportunidad para dar la bienvenida a Laureus y a los medios internacionales en la Comunidad de Madrid, transmitir mensajes clave y demostrar hospitalidad y el carácter especial del evento. Los anfitriones del evento (junto con un embajador especial de Laureus) tendrán la oportunidad de dirigirse a los medios.

- 21 de abril: 25 Aniversario de los Laureus World Sports Awards:

- Red Carpet – Ubicación y contexto que destaquen la Comunidad de Madrid, con visibilidad de la presencia de la marca en fondos publicitarios; promoción ampliada a través de los testimonios de atletas y asistentes captados por el equipo interno de Laureus para uso promocional y dentro de la transmisión global de los Premios.
- Ceremonia de los Premios – Integración gráfica de la Comunidad de Madrid, sus paisajes y entidades anfitrionas, además de referencias verbales.
- Winners Walk – Un espacio mediático en el que los ganadores de los Premios asisten a eventos con la prensa después de sus discursos, incluyendo, sesión de fotografía, entrevistas exclusivas, conferencia de prensa y sala de ganadores (un espacio para contenido exclusivo, utilizado para redes sociales y distribuido a medios internacionales, con elementos visuales de la Comunidad de Madrid para proporcionar un contexto relevante y reforzar la temática de apoyo por parte de los atletas).

Asimismo, se distribuirá contenido para medios internacionales:

- Vídeo de noticias – Un resumen del evento diseñado para emisoras internacionales, canales digitales y agencias de noticias, que incluirá escenarios icónicos de la Comunidad de Madrid y elementos de marca.
- Nota de prensa – Un comunicado destacando a los ganadores, momentos clave de los Premios, el legado de los mismos y referencias a la Comunidad de Madrid.
- Fotografía seleccionada – Una gama de imágenes de alta calidad para su distribución en agencias de fotos, medios y canales digitales, reflejando la noche de los Premios e incluyendo elementos visuales de la región.

Asimismo, se realizarán activaciones complementarias, destacando las siguientes:

Despliegue ampliado de contenido centrado en los momentos destacados de los Premios, reflexiones de atletas e invitados sobre la noche y su experiencia en la Comunidad de Madrid, así como un enfoque en las actividades más relevantes del evento.

Programa de Magazine: Spirit of Sport Magazine – Un episodio especial del programa mensual de Laureus que captura los momentos destacados de los Premios: ganadores, eventos, actividades y un enfoque particular en la Comunidad de Madrid. Este programa, distribuido a nivel mundial con audiencias que superan los 15 millones de espectadores mensuales, representa una importante oportunidad de exposición.

Cobertura mediática con contenido adicional en mercados estratégicos. Este contenido destacará la Comunidad de Madrid como sede y, siempre que sea posible, incluirá elementos visuales y de marca.



**Dirección General de Deportes**  
CONSEJERÍA DE CULTURA, TURISMO Y DEPORTE

Por todos estos motivos, dado el enorme interés deportivo y mediático del evento, la Comunidad de Madrid propone la suscripción de un contrato de patrocinio de este evento, estando previsto un precio de licitación de 453.750 euros, IVA incluido, que será posteriormente objeto de negociación hasta alcanzar la cifra definitiva que se imputará al subconcepto 28001, del programa 336A del presupuesto de gastos de la Comunidad de Madrid para el ejercicio 2025.

EL DIRECTOR GENERAL DE DEPORTES

Fdo: Alberto Tomé González