

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS QUE REGIRÁ EL CONTRATO PRIVADO DE PATROCINIO PUBLICITARIO DE MUSSARA 24 HORAS COMUNIDAD DE MADRID

1.- OBJETO

Es objeto del presente Pliego 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 de Mussara 24 Horas Comunidad de Madrid.

2.- LUGAR, DURACIÓN Y CONTENIDO DEL EVENTO

El evento denominado “Mussara 24 Horas Comunidad de Madrid” se celebrará los días 27 y 28 de septiembre de 2025 en el Circuito de Madrid Jarama – RACE, San Sebastián de los Reyes, Madrid.

Esta competición de ciclismo de ultraresistencia se desarrollará en formato de 12 o 24 horas, por equipos de 2, 4, 6 u 8 participantes, con el objetivo de completar el mayor número de vueltas en un circuito de 3,850 km.

3.- DESARROLLO DEL PATROCINIO

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

Primera.- La patrocinada se responsabilizará de que el evento disponga de las pólizas de seguros que exija 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.

Segunda.- La Comunidad de Madrid adquiere la condición de PATROCINADOR OFICIAL de Mussara 24 Horas Comunidad de Madrid 2025, pudiendo difundir o utilizar este título en cuantas acciones publicitarias estime oportunas.

Tercera.- 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 en los siguientes soportes:

- Naming de la prueba: “Mussara 24 Horas Comunidad de Madrid”.
- Visibilidad y notoriedad a través de la asociación con la Comunidad Mussara: Eventos físicos: base de datos de 60.000 contactos y STRAVA: 11 mil contactos.
- Plan de comunicación conjunto en canales propios y media partners:
 1. Mundo Deportivo: 12 Branded content destacados y 4 MM Impresiones en banners.

2. La Vanguardia: 4 Branded content destacados y 1 MM Impresiones en banners.

3. Cuñas en RAC1 y 100 RAC105. Impresiones por carrera en RAC1.CAT.

- Activación digital:

1. Social Media: Publicaciones semanales en RRSS.

2. Newsletters: Envío a la base de datos de contenidos de la prueba y exclusivos de la marca.

3. Página web: Visibilidad destacada en la home, así como artículos vinculados de Mussara y artículos de la marca.

4. Paid Media: Presencia en el plan de medios de promoción de las pruebas.

5. Gained Media: Generación de contenidos branded content, vinculados al proyecto y la marca.

6. Presencia en las Notas de prensa exclusivas del acuerdo.

- Branded content:

1. Zona Expo: Stand con imagen de marca, arco de la marca y banderolas.

2. Recorrido: Arco propio en punto intermedio de la marca, logos en zonas de avituallamientos, puntos kilométricos y señalización de carrera.

3. Zona Meta: Logo en la llegada, arco propio de la marca, presencia de la marca en vallas de meta y banderolas.

4. Zona Salida: Logo en arco de salida, arco propio de la marca, presencia de la marca en vallas de salida y banderolas.

- Activación sobre el terreno:

1. Zona Expo: Presencia de stand de marca en la zona expo.

2. Bolsa del corredor: Sampling de producto, folletos y generación de base de datos.

3. Carrera: Zonas demo, entrega de premios y sorteos.

- Programas de RRPP:

1. Elementos para incentivos: Maillots oficiales de la prueba, dorsales, para la prueba, dorsales con descuento y Vip Experience para invitados.

2. Hospitality: Posibilidad de carpa propia de atención invitados y programa exclusivo de atención invitados (fisioterapia, catering, etc.).

3. Acciones especiales: Posibilidad de capitalizar las Mussara Experiences, posibilidad de realizar activaciones con embajadores y crew, posibilidad de organizar presentación del

proyecto en la sede de la marca con presencia de embajadores, prensa, etc...) y programas a medida (Pro Am).

Siempre que se lleve a cabo la inserción de la imagen institucional de la Comunidad de Madrid, ésta deberá ser aprobada previamente por los representantes de la Consejería de Cultura, Turismo y Deporte de la Comunidad de Madrid.

Cuarta.- Toda la organización, producción y montaje del evento, incluidos los elementos promocionales, correrán por cuenta de la patrocinada, siendo a su cargo los medios materiales y personales precisos para el perfecto desarrollo de los mismos.

Quinta.- La patrocinada entregará a la Comunidad de Madrid, a la finalización del evento, una memoria detallada en la que se recojan los impactos publicitarios para la imagen institucional del patrocinador.

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 del evento, con restitución de las cantidades en su caso percibidas.

4.- DIRECCIÓN TÉCNICA DE LOS TRABAJOS:

La dirección de los trabajos objeto del presente pliego, corresponderá al Subdirector General de Gestión Deportiva de la Dirección General de Deportes.

EL DIRECTOR GENERAL DE DEPORTES

Firmado digitalmente por: ALBERTO TOMÉ GONZÁLEZ -

***0441**

Fecha: 2025.03.24 09:08

Fdo: Alberto Tomé González