

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS QUE REGIRÁ EL CONTRATO PRIVADO DE PATROCINIO PUBLICITARIO DEL CAMPEONATO DE ESPAÑA DE MENORES DE PÁDEL.

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 del Campeonato de España de Menores de Pádel.

2.- LUGAR, DURACIÓN Y CONTENIDO DEL EVENTO

La XXXVIII edición del Campeonato de España de Menores de Pádel se celebrará del 26 al 31 de agosto de 2025 en el Club Deportivo Somontes, en Madrid.

El campeonato se disputará en categoría benjamín, alevín, infantil, cadete y junior, celebrándose aproximadamente 1.500 partidos a lo largo de la competición.

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 del Campeonato de España de Menores de Pádel, 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, al menos, en los siguientes medios y soportes:

- En el cartel oficial de la competición.
- En toda la comunicación que se realice sobre el Campeonato, tanto física como digital.
- En todas las pistas donde se desarrolle la competición.
- Publicidad física en el evento (banners, lonas, vinilos): Instalación de material publicitario en las pistas, zonas comunes y accesos al club.

- Asimismo, la Comunidad de Madrid estará presente en la campaña de difusión del evento, en los siguientes medios:

1. SPOT PUBLICITARIO EN TELEVISIÓN: TELEMADRID Y LA OTRA TV:

Emisión de un spot publicitario en Telemadrid y La Otra TV para generar expectación y atraer al público, con inclusión de la imagen de Madrid: 2 pases diarios durante los meses de junio y julio de 2025, en franjas de máxima audiencia

2. CAMPAÑA PUBLICITARIA EN MOVISTAR ARENA:

Campaña publicitaria en el circuito digital interno del Movistar Arena durante los meses de junio y julio de 2025:

a) Video de 20 segundos en el circuito digital interno: Pista (14 pases diarios de 20 segundos) y vestíbulos (34 pases diarios de 20 segundos).

b) Imagen fija del cartel del torneo en la gran pantalla exterior de la Calle Goya (200 pases diarios de 5 segundos).

3. CAMPAÑA PUBLICITARIA EN C.D. SOMONTES:

Campaña publicitaria en el circuito digital interno y mupis del Club Deportivo Somontes:

a) 240 pases diarios repartidos en el horario de apertura del club durante los meses de junio y julio de 2025 de un vídeo de 20 segundos en el circuito digital interno del Club Deportivo Somontes: Entrada principal del club, zona de pistas de pádel y tenis, zona de golf, recepción del club, áreas de restauración, piscina y gimnasio.

b) Banners digitales estáticos con cartelería del torneo.

4. CAMPAÑA EN RRSS:

Colaboraciones con influencers y figuras del pádel para amplificar el alcance y atraer nuevas audiencias.

A) Durante los meses de junio y julio de 2025:

INSTAGRAM & FACEBOOK:

Posts & carruseles:

- Anuncio oficial del campeonato con el logo de los patrocinadores.
- Historias destacadas con cuenta regresiva.
- Contenido sobre los valores del deporte base y el impacto del pádel en los jóvenes.

Reels & vídeos cortos:

- Spot promocional del evento con mención explícita al patrocinio.
- Entrevistas a jugadores y entrenadores sobre la importancia del campeonato.
- Contenido detrás de cámaras mostrando la preparación del torneo.

Historias con interactividad:

- Encuestas sobre favoritos al título.
- Trivia sobre la historia del torneo y el papel de Madrid como sede deportiva.
- Q&A sobre las instalaciones, patrocinadores y actividades del campeonato.

TIKTOK:

Tendencias & challenges:

- Videos dinámicos con retos de habilidad relacionados con el pádel y el logo de los patrocinadores.
- Uso de efectos y transiciones llamativas para captar la atención de una audiencia más joven.

Contenido BTS:

- Videos mostrando el montaje de las pistas y las instalaciones con branding visible de la Comunidad de Madrid.
- Clips mostrando la experiencia de los jugadores antes del campeonato.

LINKEDIN:

Publicaciones corporativas:

- Anuncio oficial del patrocinio y su impacto en el desarrollo del deporte juvenil.
- Artículos sobre la importancia del pádel en la promoción de valores como el esfuerzo y la disciplina.
- Publicaciones sobre el papel de la Comunidad de Madrid en la promoción del deporte base.

B) Durante la celebración del campeonato:

INSTAGRAM & FACEBOOK:

Reels & stories en directo:

- Highlights de los partidos más emocionantes con mención a los patrocinadores.
- Stories diarias con resultados y menciones a la Comunidad de Madrid.
- Entrevistas rápidas con jugadores y entrenadores.

Post de fotos & videos:

- Galerías de imágenes con branding del evento y menciones a los patrocinadores.
- Recopilación de los momentos más destacados del torneo.
- Video resumen del día con inserciones de logos y menciones institucionales.

TIKTOK:

Clips virales y tendencias:

- Highlights de jugadas espectaculares
- Contenido de humor y entretenimiento relacionado con la experiencia del torneo.
- Videos de reacciones de jugadores y asistentes al ver el impacto del evento.

LINKEDIN:

Cobertura profesional:

- Publicaciones sobre la organización y logística del evento.
- Post sobre la presencia de representantes institucionales en la entrega de premios.

C) A la finalización del campeonato:

INSTAGRAM & FACEBOOK:

Post de cierre:

- Agradecimiento especial a los patrocinadores con sus logos en primer plano.
- Video recopilatorio con los mejores momentos del campeonato.

TIKTOK:

Últimos highlights:

- Recopilación de jugadas icónicas del torneo.
- Videos de reacciones y experiencias de los participantes.

LINKEDIN:

Reporte de impacto:

- Reflexión sobre la importancia del apoyo institucional en la promoción del deporte.

5. CAMPAÑA EN MEDIOS:

a) Presentación oficial en Marca, con participación de jugadores destacados, representantes institucionales y organizadores, asegurando una difusión en medios de gran alcance.

b) Artículos en prensa deportiva y especializada como MARCA, Mundo Deportivo y Padel Spain, Padel Adict y otros portales especializados, asegurando una gran visibilidad para el evento y los patrocinadores.

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: TOMÉ GONZÁLEZ ALBERTO
Fecha: 2025.05.08 11:28

Fdo: Alberto Tomé González