

ANEXO 3: CONTRAPRESTACIONES PARA EL ADJUDICATARIO

1. Derechos de Imagen y Promocionales a favor del adjudicatario

- Derecho de uso de la denominación: sede oficial de la Final de la Copa de SM el Rey 2020.
- Derecho de uso del nombre comercial y/o signos distintivos para promoción en torno a la final de la Copa de SM el Rey vinculado a la celebración del partido en la ciudad y bajo la aprobación previa de la RFEF.
- Derecho de uso del nombre comercial y/o signos distintivos de la Final de la Copa de SM el Rey, para darle nombre a iniciativas sociales o deportivas de base con fines promocionales, siempre y cuando cuenten con la aprobación de la RFEF.
- Derecho a activar y montar, en coordinación con la RFEF y asumiendo los costes derivados de la producción, el montaje y la atención al público, un espacio/stand promocional de la Copa de SM el Rey, en los estadios de los partidos que la Selección Española de Fútbol organizados por la RFEF en España, desde el momento que se haga pública la sede de la final y hasta la celebración de la misma.
- Derecho a desarrollar acciones promocionales tanto en el ámbito deportivo como turístico vinculadas a la celebración de la final de la Copa de SM el Rey y de común acuerdo con la RFEF.
- La ciudad sede acogerá la presentación oficial de la Final de la Copa de SM el Rey, cuya organización correrá a cargo de la RFEF. Para ello, la ciudad propondrá distintos espacios emblemáticos de la ciudad con el fin de proyectar una imagen icónica de la ciudad, y los habilitará con toda la infraestructura técnica, tecnológica y de montaje y producción, que pudieran necesitarse para el desarrollo de los citados eventos.
- Derecho a disponer en régimen de cesión de una réplica del trofeo de la Copa de SM el Rey como elemento dinamizador y central de un circuito por la ciudad orientado a la promoción de la final, desde el momento de la designación de la sede hasta el momento de la final, bajo la coordinación y calendarización de la RFEF.

2. Derechos de Publicidad a favor del adjudicatario

- 2 minutos de presencia real en TV en el Sistema LED de publicidad perimetral en el partido que la Selección Absoluta dispute en España antes de la final.
- 2 minutos en Sistema LED de publicidad perimetral/vallas estáticas durante los partidos de la final.
- 2 vallas estáticas en el partido que la Selección Sub 21 dispute en España antes de la final.
- 2 vallas estáticas en los partidos que la Selección Absoluta Femenina dispute en España antes de la final.
- Presencia de 2 spots (de 30") de publicidad de la final de la Copa de SM el Rey vinculada a la ciudad sede, en los videomarcadores de los estadios de juego de los partidos de la Selección Española de Fútbol Masculina y Femenina celebrados en España y organizados por la RFEF, desde el momento que se haga pública la elección de la sede.
- Posibilidad de tener presencia en las Fan Zone instaladas en la ciudad española donde la Selección Absoluta dispute el partido antes de la final.
- Derecho de adquisición preferente de tiempo publicitario televisivo durante la emisión de los partidos de la final conforme a los precios estipulados por el operador televisivo titular de los derechos audiovisuales.
- Presencia en las autopromociones (5x15") y carátulas de patrocinio (4x15") vinculados a la emisión del partido.
- Presencia del nombre de la ciudad asociado a la final de la Copa de SM la Rey, en los perfiles de RRSS de la RFEF, cuando se aluda a informaciones relativas a la Final de la Copa de SM la Rey.
- Presencia de un banner promocional e información de la ciudad/solicitante, con enlace directo a la web institucional de la ciudad sede, en la web: www.tickets.rfef.es (150.000 páginas vistas/mes) donde se canaliza la venta oficial de todos los partidos organizados por la RFEF en España (Selecciones, Copa del Rey, Supercopa, etc).
- Presencia de un espacio publicitario institucional en las entradas oficiales del evento.
- Presencia en cartelería oficial y en todos los materiales oficiales en torno a la final.

3. Derechos de Hospitality

- 2 invitaciones para los palcos de honor de la final
- 20 entradas VIP con catering para la final
- 50 entradas generales de la final.

4. Oportunidades de explotación de patrocinio por parte del adjudicatario

La sede oficial contará con la posibilidad de comercializar determinados paquetes de patrocinio de la final de la Copa de SM el Rey, en coordinación con la RFEF y bajo su aprobación, siempre y cuando se cumplan determinados requisitos relativos a la valoración de los activos comerciales a explotar, contraprestaciones e incompatibilidades de ciertos sectores, indicados por la RFEF.

La acción comercial será en todo momento coordinada junto a la RFEF y supeditada a la autorización expresa y escrita de la RFEF, y los ingresos de estas acciones comerciales se repartirán en un 60% (Solicitante) y un 40% (RFEF), respecto al valor marcado por la RFEF para esos paquetes de patrocinio establecidos.