

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 la Reina 2020
- Derecho de uso del nombre comercial y/o signos distintivos para promoción en torno a la final de la Copa de SM la Reina 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 la Reina, 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 la Reina, en los estadios de los partidos que la Selección Española de Fútbol Femenino 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 e la final de la Copa de SM la Reina y de común acuerdo con la RFEF.
- La ciudad sede acogerá actos oficiales en torno a la Final de la Copa de SM la Reina, en la ciudad, y cuya organización correrá a cargo de la RFEF:
 - o Presentación oficial de la celebración de la final en la ciudad
 - o Sorteos oficiales de emparejamientos

Para ello, la sede propondrá distintos espacios emblemáticos 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 de una réplica del trofeo de la Copa de SM la Reina como elemento dinamizador y central de un circuito por la ciudad orientado a la promoción del fútbol femenino y 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

- Presencia vinculada a la celebración de la Copa de SM la Reina en vallas de publicidad estática o, si fueran instalados los equipos de UTV digital en esos partidos, minutos de sistema de publicidad digital, en todos los partidos que la Selección Española de Fútbol Femenino dispute en España en 2020 y siempre que fueran organizados por la RFEF, desde el momento que se haga pública la sede de la final y hasta la celebración de la misma.
- Presencia de 2 spots (de 30") de publicidad de la final de la Copa de SM la Reina vinculada al solicitante, en los videomarcadores de los estadios de juego de los partidos de la Selección Española de Fútbol Femenino celebrados en España y organizados por al RFEF, desde el momento que se haga pública la sede de la final y hasta la celebración de la misma.
- Presencia en 4 minutos de publicidad en sistema led time de publicidad UTV digital perimetral, para imagen y logotipos del solicitante, durante la final.
- Presencia de 4 vallas estáticas situadas en el perímetro de publicidad del campo de juego durante la final.
- Presencia de 4 spots (de 30") de publicidad del solicitante, en los videomarcadores del estadio de juego de la final, que se proyectarán en la previa y descanso de la final.
- Derecho a activar un stand en el espacio lúdico habilitado en la ciudad para la final de SM la Reina y que será punto de encuentro de aficionados. Dicho espacio lo montará y activará el solicitante.
- Presencia del nombre de la ciudad asociado a la final de la Copa de SM la Reina, en los perfiles de RRSS de la RFEF, cuando se aluda a informaciones relativas a la Final de la Copa de SM la Reina.
- Presencia de un banner promocional e información de la ciudad/solicitante, con enlace directo a la web corporativa del mismo, 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, siempre que se gestione a través de www.tickets.rfef.es.
- Presencia en cartelería oficial y en todos los materiales oficiales en torno a la final.
- Hospitality:
 - o 10 plazas de Palco de Honor
 - o 20 Entradas VIP
 - o 100 entradas generales

3.- Oportunidades de explotación de patrocinio por el adjudicatario.

La sede oficial contará con la posibilidad de comercializar determinados paquetes de patrocinio de la final de la Copa de SM la Reina, 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 70% (Solicitante) y un 30% (RFEF), respecto al valor marcado por la RFEF para esos paquetes de patrocinio establecidos.

4.- Promoción de la final en la ciudad sede.

- El solicitante podrá organizar torneos escolares de fútbol base femenino entre sus escuelas, cuyo naming esté relacionado con la final de la Copa de SM la Reina en el periodo que comprenda desde la designación de la sede hasta el día del partido de la Final. Será precisa la autorización expresa de la RFEF para el uso del indicado naming.
- Con fines promocionales, la RFEF y la ciudad sede, podrían organizar otras competiciones con el fin de promocionar el fútbol femenino de base.