



PRESCRIPCIONES TÉCNICAS QUE HAN DE REGIR EL CONTRATO DE PATROCINIO PUBLICITARIO PARA LA CELEBRACIÓN, CON SALIDA EN PAMPLONA, DE LA COMPETICIÓN P2P SKATE MARATHON 2026 (SEDE DE LA WORLD SKATE MARATHON TOUR)

Constituye el objeto de este pliego fijar las prescripciones técnicas que han de regir el contrato de patrocinio publicitario para la celebración, con salida en Pamplona y llegada en Puente La Reina, de la competición internacional de patinaje denominada “P2P Skate Marathon 2026”.

1. Características técnicas de la competición objeto de patrocinio publicitario

La competición *P2P Skate Marathon 2026* es una prueba competitiva de patinaje de velocidad en carretera, de un solo día, con salida en Pamplona y llegada a Puente La Reina. Se celebra el próximo 7 de junio de 2026 con un recorrido urbano e interurbano de 42.195 metros. La competición está incorporada dentro del circuito mundial “*World Skate Marathon Tour*” (categoría *Challenger Tier*) que auspicia la *World Skate*.

2. Obligaciones del contratista

2.1. Compromisos de patrocinio publicitario

La entidad contratista debe comprometerse, como mínimo, a lo siguiente:

- Activaciones promocionales en la salida oficial en Pamplona
 - El día previo (6 de junio de 2026) invitación a una representación institucional municipal al acto de entrega de los premios del IV Trofeo P2P Txiki en el parque de Antoniutti.
 - Visibilidad institucional, en un acto de presentación el 6 de junio, de los equipos internacionales participantes de la P2P Pamplona/Iruña-Puente/Garés del día siguiente.
 - Salida de la prueba el 7 de junio de 2026 desde un lugar emblemático desde el que se generará un contenido audiovisual y mediático.
 - Posibilidad de distribuir material turístico o promocional que determine el Ayuntamiento de Pamplona entre participantes y asistentes.
- Presencia institucional municipal en actos protocolarios y en entrega de premios: **1.)** acto oficial de salida, **2.)** presentación de la prueba y rueda de prensa con posibilidad de llevarse a cabo en una dependencia municipal, y **3.)** ceremonia de entrega de premios tanto en el IV Trofeo P2P Txiki (6 de junio) como en la XVII P2P Skate Marathon (7 de junio).



- Cesión al Ayuntamiento de Pamplona de los derechos de uso de imagen del evento para la promoción de la ciudad (campañas, comunicación institucional, y promoción turística o deportiva)
- Retransmisión en *streaming* y en directo del evento con presencia del logotipo municipal durante la retransmisión, menciones durante la narración, e inclusión del patrocinio en cortinillas de inicio y cierre. El contenido audiovisual permanecerá disponible posteriormente en plataformas digitales. El Ayuntamiento podría aportar contenido propio ya elaborado que pudiera ser utilizado también, junto con el logotipo, durante la retransmisión.
- Producción de un vídeo resumen oficial con presencia del Ayuntamiento de Pamplona, para su posterior difusión en redes sociales, medios digitales y canales de comunicación del evento.
- Presencia del logotipo municipal y/o de campañas turísticas municipales específicas en medios de comunicación de ámbito regional, nacional e internacional.
- Desarrollar una campaña digital específica para el evento que incluirá: publicaciones promocionales previas, cobertura durante la carrera, contenidos posteriores con resultados y resumen, y un espacio específico en la página web, con promoción de Pamplona. El Ayuntamiento podría aportar contenido propio ya elaborado que pudiera ser utilizado durante esta campaña.
- Incorporación del logotipo municipal en todos aquellos soportes gráficos al alcance del club organizador cuando se vinculen con el evento: dossier del participante, arcos de salida y meta, lonas en puntos del recorrido con mayor afluencia de público, y página web oficial del evento (<https://pamplonapuentes.org/>).
- Ser sede del circuito mundial “*World Skate Marathon Tour*”.
- Deber de coordinación con los servicios de turismo y de comunicación municipales en todo aquello que sea requerido y que afecte a la publicidad del Ayuntamiento y de la ciudad en el marco del evento.

2.2. Otros compromisos

En el caso de que se prevea que el evento programado vaya a suponer afecciones o cortes de accesos a portales, comunidades, locales comerciales, garajes o similares, será obligación de la entidad organizadora avisar previamente a las personas afectadas, mediante los medios que considere oportunos.



2.3. Evaluación del impacto publicitario del evento y medidas de sostenibilidad

Mediante una memoria evaluativa final a presentar con la factura, la entidad adjudicataria tendrá que analizar el impacto real publicitario del evento teniendo en cuenta, entre otros, los siguientes apartados:

- a. Explicación general del desarrollo del evento (participantes, clasificaciones, y cualquier otro aspecto a destacar con valoraciones de diferente tipo sobre la organización realizada).
- b. Impacto real publicitario: datos objetivos sobre el público asistente, el seguimiento e impacto en redes sociales, consultas o accesos realizados en las páginas web, dossiers de prensa, impactos económicos en la ciudad, impacto sobre la práctica deportiva local del deporte objeto de patrocinio, posibles legados, etcétera.
- c. Verificación, uno a uno, de cada uno de los compromisos de patrocinio publicitario recogidos en las obligaciones del contratista mediante las pruebas gráficas o escritas correspondientes.
- d. Información sobre las medidas de sostenibilidad implementadas por aplicación del Decreto Foral 36/2024, de 17 de abril, de eventos públicos y sostenibilidad.

3. Obligaciones del Ayuntamiento de Pamplona

El presupuesto máximo de licitación sobre la base de los compromisos de patrocinio publicitario anteriormente mencionados es de 22.500,00 € (IVA Incluido).

En dicho importe se entenderá comprendido el precio del servicio y todos aquellos gastos que se deriven de la prestación de los trabajos contratados, incluirá el IVA y demás tributos de cualquier índole que graven el servicio contratado.

El Ayuntamiento de Pamplona procederá al pago de la oferta finalmente contratada, previa presentación y revisión municipal de la factura en formato electrónico junto a la memoria sobre el impacto publicitario real del evento y las medidas de sostenibilidad.