PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS POR LAS QUE SE HA DE REGIR LA CONTRATACIÓN DEL PATROCINIO INSTITUCIONAL POR PARTE DE LA CONSEJERÍA DE AGRICULTURA, PESCA, AGUA Y DESARROLLO RURAL DE LA JUNTA DE ANDALUCÍA DE LA XVII EDICIÓN DE LA FERIA INTERNACIONAL DEL SECTOR DE FRUTAS Y HORTALIZAS, "FRUIT ATTRACTION 2025", A CELEBRAR EN MADRID DEL 30 DE SEPTIEMBRE AL 2 DE OCTUBRE DE 2025.

N.º DE EXPEDIENTE: CONTR 2025 478351

1. OBJETO DEL PLIEGO.

El objeto del presente pliego es describir las prescripciones técnicas por las que habrá de regirse el patrocinio institucional por parte de la Consejería de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural de la Junta de Andalucía (en adelante la Consejería), al amparo del art. 22 de la Ley 34/1988 de 11 de noviembre General de Publicidad, de la XVII edición de la Feria Fruit Attraction, que se celebrará en Madrid del del 30 de septiembre al 2 de octubre de 2025.

2. FICHA TÉCNICA Y DESCRIPCIÓN DEL EVENTO.

Nombre	XVII Edición de la Feria Internacional del Sector de Frutas y Hortalizas, Fruit Attraction 2025.
Lugar de celebración	IFEMA (Institución Ferial de Madrid). Pabellones 2 a 14/ Plataforma Tecnológica FRUIT ATTRACTION LIVECONNECT
Fecha	Del 30 de septiembre al 2 de octubre de 2025
Periodicidad	Anual
Modalidad	Modalidad: Formato híbrido Presencial y On line
Carácter	Profesional, nacional e internacional.
Sector	Frutas, hortalizas, industria auxiliar y floricultura
Perfil del expositor	Empresas y entidades profesionales del sector hortofrutícola
Página web	https://www.ifema.es/fruit-attraction

La Feria **FRUIT ATTRACTION** es una cita de referencia en el sector de frutas y hortalizas, un punto de encuentro profesional y el mejor foro de novedades y tendencias para todos los agentes del mercado hortofrutícola a nivel tanto nacional como internacional. Esta feria monográfica del sector hortofrutícola, organizada por FEPEX (Federación Española de Asociaciones de Productores Exportadores de Frutas, Hortalizas, Flores y Plantas vivas) e IFEMA MADRID (Institución Ferial de Madrid), acoge anualmente a las asociaciones y empresas más importantes del sector, siendo una convocatoria ineludible para los operadores hortofrutícolas de todo el mundo y consiguiendo reunir en su cita anual en Madrid a toda la cadena de valor.

CARO LEOPOLDO GOMEZ DE LARA		12/08/2025	PÁGINA 1 / 10
VERIFICACIÓN	NJyGwD1dWC10cAPR4Q216Nstw79o90	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma	

JOSE CARLOS ALVAREZ MARTIN		12/09/2025	PÁGINA 1 / 10
VERIFICACIÓN	NJyGwe7gOl2kr03t48fyIFI9K1m312	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma	

En sus dieciséis ediciones celebradas, FRUIT ATTRACTION se ha convertido en una herramienta comercial fundamental al servicio de la comercialización mundial de frutas y hortalizas, en un mes clave para la interacción entre la oferta y la demanda a nivel mundial. Una presencia cada vez mayor de comercializadores europeos, convierten a esta feria en la plataforma de comercialización hortofrutícola por excelencia del hemisferio norte y en un punto de encuentro para los operadores hortofrutícolas en el que fidelizar relaciones comerciales y abrir nuevas oportunidades en nuevos mercados. Fruit Attraction se presenta como un momento comercial clave para la oferta y la demanda profesional de frescos y posicionamiento estratégico como puerta de entrada a Europa desde Latinoamérica.

Desde la primera edición de la feria, la Consejería ha coordinado la participación de las principales asociaciones del sector hortofrutícola andaluz, para que la mayor parte de la representación andaluza en la feria se concentre en un mismo Pabellón (el Pabellón 9, donde tradicionalmente se ubica la "Zona Andalucía"), dotando de gran fuerza al mensaje de Andalucía como Comunidad referente en el sector hortofrutícola.

En esta ocasión, la Consejería, amplía por cuarto año consecutivo, su participación con el Patrocinio Institucional en FRUIT ATTRACTION 2025. Teniendo en consideración los antecedentes de este evento, la Consejería considera de máximo interés aprovechar este inmejorable escenario para impulsar la notoriedad de la marca de calidad y promoción "Gusto del Sur", así como la promoción de los productos hortofrutícolas. Esta fórmula que tiene un coste de 200.000 € (IVA incluido), implica una mayor visibilidad y desarrollo de acciones de alto impacto ante el sector hortofrutícola nacional e internacional durante varios meses culminando su protagonismo de acompañamiento en toda su promoción nacional e internacional en FRUIT ATTRACTION 2025.

Por todo ello, la Consejería plantea su participación a través del Patrocinio Institucional de FRUIT ATTRACTION, como evento referente tanto a nivel nacional como internacional. Esta fórmula implica la realización de una serie de contraprestaciones innovadoras y de alto valor, concebidas para garantizar a Andalucía una presencia destacada y un impacto significativo entre los principales agentes del sector.

El patrocinio se focaliza estratégicamente en los accesos más transitados del recinto: puerta Sur, puerta Norte y la nueva entrada por la avenida de Alcalá (pabellones 12 y 14). Asimismo, incluye presencia en espacios clave como el Buyers Lounge, la Sala de Prensa, el plató de TV que acogerá las actividades en torno al tomate, una zona de descanso/Charging station en el pabellón 9, y una visibilidad excepcional en el recinto y cobertura de comunicación diferencial asociada al patrocinio.

Adicionalmente, Andalucía será protagonista en una de las acciones más visibles de la feria en la ciudad de Madrid, con presencia destacada en la mayor flota de taxis de la ciudad.

3. DESCRIPCIÓN DE LAS CONTRAPRESTACIONES DEL PATROCINIO INSTITUCIONAL.

3.1. Contraprestaciones generales de Fruit Attaction.

- Fomento de la participación de empresas andaluzas.
    - Aplicación de descuento sobre tarifa oficial en los metros cuadrados institucionales de todas las asociaciones hortofrutícolas andaluzas expositoras en FRUIT ATTRACTION.
    - Plan Conecta de Fruit Attraction. Se incluirá un máximo de 20 co-expositores del stand de Andalucía en el Plan Conecta, que incluirá los siguientes servicios:
        - Difusión de la participación en la feria a través de la inserción en el listado de expositores accesible en abierto en la web de la feria y compartido como enlace en comunicaciones

sectoriales.

- Presencia como expositores en el evento digital de la feria Fruit Attraction LIVE Connect. El evento digital se prolongará más allá de su celebración y aportará contenidos adicionales de la oferta expositiva y actualidad sectorial y será accesible para expositores y visitantes registrados.
- Alta de 5 productos o servicios asociados a la ficha de empresa en LIVE Connect.
- Presencia durante la celebración de la feria en los planos de pabellones y listados de expositores expuestos.
- Presencia de la empresa en la Guía del Visitante impresa, que se reparte a todos los participantes.
- Acceso al portal de clientes "ZONA EXPO" de IFEMA MADRID para gestionar la participación.
- Pases de expositor e invitaciones online según la contratación.
- Bonos descuento en transporte.
- Conexión wifi premium para 3 usuarios durante toda la feria.
- Funcionalidades de conexión con otros usuarios para generar oportunidades de negocio para la persona responsable de la participación (en LIVE Connect)
- Búsqueda de nuevos contactos entre los visitantes y expositores registrados.
- Comunicación con contactos (chat y videoconferencia).
- Organización de reuniones personales online y presenciales con contactos.
- Preparación de reuniones de la empresa en el stand en feria para optimizar el tiempo.
- Escaneo de pases de visitante en feria.
- Descarga de la lista de contactos con sus datos.

- Notas de prensa:
  - Generación y publicación de una nota de prensa en la que se mencione a Andalucía como patrocinadora principal que será enviada a la base de datos de FRUIT ATTRACTION.
  - Generación y publicación de nota de prensa específica sobre la participación de Andalucía como patrocinadora principal de FRUIT ATTRACTION 2025, que será enviada a AGAPA, al menos cuatro días hábiles antes del comienzo de la Feria.

- Promoción especial de productos andaluces (los contenidos serán consensuados con la Consejería).
  - Campaña de comunicación y promoción en redes sociales sobre la patata.
  - Campaña de comunicación y promoción en redes sociales sobre la fresa.
  - Acción especial de la promoción del tomate: "Degustación de variedades" en el Buyer's Lounge.

3.2. Contraprestaciones relacionadas con la presencia de Andalucía en el Buyers Lounge.

Andalucía acompañará a FRUIT ATTRACTION en todas las acciones del Programa de Compradores internacionales invitados a la feria, desde la firma del acuerdo, consiguiendo una presencia de alto impacto. Como patrocinador principal del Programa de Compradores de la feria, Andalucía contará con una gran visibilidad y presencia de marca tanto entre los compradores invitados como entre todos los visitantes profesionales de la feria.

La imagen de Andalucía junto con la marca de Gusto del Sur y fondos FEDER estará presente en la

señalización de la Sala de Compradores, un espacio abierto reservado para que los invitados puedan establecer contactos y trabajar, así como en la señalización que conduce a esta zona y en todas las comunicaciones asociadas al programa de compradores.

- Presencia de la marca genérica de la Junta de Andalucía como patrocinadora, junto con los logos de Gusto del Sur y fondos FEDER, en la Sala destinada a los compradores internacionales invitados: "Buyers Lounge sponsored by/patrocinado por Andalucía". La Sala de compradores estará personalizada con la imagen de la marca genérica de la Junta de Andalucía como patrocinadora, junto con la marca de Gusto del Sur y fondos FEDER.

- Presencia de la marca genérica de la Junta de Andalucía como patrocinadora, junto con los logos de Gusto del Sur y fondos FEDER, en toda la señalética que indique la ubicación de la Sala de Compradores en la feria.

- Presencia de la marca genérica de la Junta de Andalucía como patrocinadora, junto con los logos de Gusto del Sur y fondos FEDER en la entrada al pabellón para indicar la ubicación de la Sala de Compradores: Cauchos de señalética desde la entrada del pabellón hasta la ubicación de la Sala.

3.3. Contraprestaciones relacionadas con la presencia de Andalucía en Plató de TV – Actividades del Tomate.

Andalucía será patrocinadora principal con destacada visibilidad en el Plató de TV de FRUIT ATTRACTION, escenario de dos actividades clave: Entrevistas a los principales actores del sector, organizadas por FEPEX y Programación específica dedicada al tomate. El Plató estará ubicado en el núcleo entre los pabellones 7 y 9, junto al Buyers Lounge.

- Presencia destacada de la marca genérica de la Junta de Andalucía como patrocinadora, junto con los logos de Gusto del Sur y fondos FEDER, en la decoración del Plató de TV.

- Denominación de esta sección como "Fruit TV, sponsored by/ patrocinado por Andalucía".

- Presencia de la marca genérica de la Junta de Andalucía como patrocinadora, junto con los logos de Gusto del Sur y fondos FEDER, en dos grandes carteles con máxima exposición para reforzar la visibilidad de Andalucía en este punto estratégico en las entradas desde los pabellones 7 y 9.

3.4. Contraprestaciones relacionadas con la presencia destacada de Andalucía en Charging Station.

Andalucía, como patrocinadora principal de la feria, tendrá una visibilidad muy destacada en una de las Plazas de descanso/Charging Stations de FRUIT ATTRACTION 2025. Este espacio estará ubicado en el pasillo central del pabellón 9.

Esta zona está estratégicamente ubicada dentro de la feria, ofreciendo un espacio cómodo para que los visitantes puedan descansar, cargar sus dispositivos móviles, reunirse o hacer networking.

El patrocinio de esta zona ofrece una gran visibilidad y notoriedad dentro de la feria, ya que Andalucía personalizará el espacio con su imagen de marca.

- Denominación de la Charging Station: Toda la señalética asociada a la Charging Station se denominará “Charging Station by/patrocinada por Andalucía”, asegurando una visibilidad destacada.

- Personalización del espacio con los colores y la imagen de marca de Andalucía como protagonista. El espacio se facilitará montado y listo para su uso por IFEMA MADRID.

- Presencia de la marca genérica de la Junta de Andalucía, junto con los logos de Gusto del Sur y fondos FEDER, en la señalética del área asegurando que las marcas sean visibles en los puntos de referencia clave que indiquen la ubicación. Inclusión de la marca genérica de la Junta de Andalucía en los planos del pabellón.

- Presencia de la marca genérica de la Junta de Andalucía como patrocinadora, junto con los logos de Gusto del Sur y fondos FEDER, en lona colgada del techo que señalice la zona patrocinada.

3.5. Contraprestaciones relacionadas con la presencia de Andalucía en la Sala de Prensa.

Andalucía, como patrocinadora principal de la feria, tendrá una presencia destacada y una gran notoriedad en la Sala de Prensa de FRUIT ATTRACTION, especialmente entre todos los periodistas acreditados que acuden a la feria. Este espacio, ubicado en el pabellón 12, está destinado en exclusiva a la prensa tanto nacional como internacional, que acude a la feria. Además de la prensa nacional, FRUIT ATTRACTION invita a la feria a un programa de aproximadamente 40 periodistas internacionales que acuden al evento.

- Denominación del espacio como “International Press Center sponsored by Andalucía ”.

- Personalización de la Sala de Prensa con los colores y la imagen de marca de Andalucía para alcanzar una visibilidad de alto impacto.

3.6. Contraprestaciones relacionadas con la presencia de Andalucía en Taxis en Madrid.

Andalucía como patrocinadora principal del evento asociará su imagen a FRUIT ATTRACTION mediante una campaña de publicidad exterior de gran alcance, desarrollada en colaboración con una de las principales compañías de taxis de Madrid.

Se trata de un acuerdo entre FRUIT ATTRACTION y la principal compañía de taxis de la ciudad, que cuenta con una flota de 800 coches. A cada uno de estos coches se les ofrecen dos cubre-cabeceros para que los coloquen en los mismos con los logos de FRUIT ATTRACTION y de la marca genérica de la Junta de Andalucía como patrocinadora principal, junto con los logos de Gusto del Sur y fondos FEDER. Con esta acción promocional estratégica, se espera que Andalucía alcance una alta visibilidad como patrocinadora al tratarse de un elemento con un gran impacto potencial entre los visitantes y habitantes de la ciudad.

Este elemento estará en funcionamiento desde dos o tres semanas antes del comienzo de la feria, hasta al menos la finalización de la feria, lo que implica un alto impacto durante mucho tiempo como patrocinadora principal de FRUIT ATTRACTION.

3.7. Contraprestaciones relacionadas con la presencia de Andalucía en soportes físicos de la feria.

- Pantalla gigante de proyección en el acceso principal a IFEMA MADRID donde se podrá mostrar desde el primer día de la feria un vídeo de 10 segundos con información y contenidos audiovisuales relacionados con la marca “Gusto del Sur” y las frutas y hortalizas andaluzas.

- Pantallas de proyección situadas en accesos Norte y Sur de IFEMA MADRID donde se podrá mostrar vídeo de 10 segundos con información y contenidos audiovisuales relacionados con la marca “Gusto del Sur” y las frutas y hortalizas andaluzas.

- Cartelería destacada en accesos principales. Personalización de dos grandes carteles, un cartel en el acceso Sur y otro cartel en arco de entrada de acceso Este y Sureste, con máxima visibilidad al tratarse de la entrada de la mayor parte de los visitantes a la feria y que constituyen el primer gran impacto para el patrocinio institucional en FRUIT ATTRACTION. La feria diseñará la creatividad de estos carteles incluyendo la marca genérica de la Junta de Andalucía como patrocinadora principal, junto con los logos de Gusto del Sur y fondos FEDER.

- 4 columnas con la marca genérica de la Junta de Andalucía como patrocinadora principal, junto con los logos de Gusto del Sur y fondos FEDER en el acceso Sur.

- 4 columnas con la marca genérica de la Junta de Andalucía como patrocinadora principal, junto con los logos de Gusto del Sur y fondos FEDER. en el acceso Norte.

- Cartel gigante personalizado sobre la entrada del pabellón 9 con la marca genérica de la Junta de Andalucía como patrocinadora principal, junto con los logos de Gusto del Sur y fondos FEDER.

- Caucho con la marca genérica de la Junta de Andalucía como patrocinadora principal, junto con los logos de Gusto del Sur y fondos FEDER, que se colocará en el suelo, en el acceso al pabellón de Andalucía y dará la bienvenida al pabellón a todos los visitantes.

- 4 vinilos de caucho que irán colocados en el pasillo central del pabellón 9 con la marca genérica de la Junta de Andalucía como patrocinadora principal, junto con los logos de Gusto del Sur y fondos FEDER.

- 4 vinilos pasillo rodante. Se personalizarán los 4 tramos principales de rodante de la Avenida Central con la marca genérica de la Junta de Andalucía como patrocinadora principal, junto con los logos de Gusto del Sur y fondos FEDER. Estos tramos serán visibles con un altísimo impacto, tanto para el público que accederá desde Sur, como el que acceda por Norte.

- 2 escaleras mecánicas. Se personalizarán las dos escaleras mecánicas que dan acceso al Business Center con la marca genérica de la Junta de Andalucía, junto con los logos de Gusto del Sur y fondos FEDER. Estos elementos serán muy potentes por su gran visibilidad, tanto para los visitantes que accedan a este espacio como para cualquier visitante que circulen por la avenida Central.

- Cartel destacado en el hall de acceso Norte con la marca genérica de la Junta de Andalucía, junto con los logos de Gusto del Sur y fondos FEDER. Este cartel será visible para todos los visitantes que accedan desde la puerta Norte a la Avenida central (acceso situado más cerca del pabellón 9 de Andalucía), por lo que contará con gran visibilidad y protagonismo.

- Cartelería general. Se personalizarán algunos elementos de cartelería general de FRUIT ATTRACTION, como 2 photocalls, ubicados en espacios estratégicos de paso con la marca genérica de la Junta de Andalucía, junto con los logos de Gusto del Sur y fondos FEDER.

3.8. Contraprestaciones relacionadas con la presencia de Andalucía en soportes digitales.

- Masterhead: Banner personalizado con la marca genérica de la Junta de Andalucía como patrocinadora principal de la feria, junto con los logos de Gusto del Sur y fondos FEDER en la Home de la web de FRUIT ATTRACTION.

- Logo de la Junta de Andalucía como patrocinadora principal en la Home de FRUIT ATTRACTION con enlace a la web de Consejería.

- Módulo en la web de Fruit Attraction con información e imagen proporcionada por la Junta de Andalucía sobre el patrocinio de la feria. Este módulo tendrá un enlace a la dirección facilitada por la Consejería.

- Newsletters: Banner de Andalucía en, al menos, 4 Newsletters enviadas a la base de datos de FRUIT ATTRACTION. El banner se personalizará con la marca genérica de la Junta de Andalucía como patrocinadora principal de la feria, junto con los logos de Gusto del Sur y fondos FEDER.

- Fruit Attraction Live Conect (Plataforma de Fruit Attraction)
  - Anuncio Pop Up de bienvenida. Anuncio pop-up de Andalucía que se podrá personalizar en diferentes formatos: Web, App con imágenes. El anuncio incluirá la marca genérica de la Junta de Andalucía como patrocinadora principal de la feria, junto con los logos de Gusto del Sur y fondos FEDER. Estará disponible durante aproximadamente un mes en la plataforma.
  - Anuncio inferior. Banner en la parte inferior de la Home de LIVE CONNECT con creatividad personalizada de Andalucía. El anuncio incluirá la marca genérica de la Junta de Andalucía como patrocinadora principal de la feria, junto con los logos de Gusto del Sur y fondos FEDER.

- Pase o invitación digital de expositores y visitantes. Andalucía, como patrocinadora principal, dispondrá de un espacio en los pases o invitaciones, para incluir una imagen, y alguna información adicional, como el número de stand. En dicho espacio se incluirá la marca genérica de la Junta de Andalucía como patrocinadora principal de la feria, junto con los logos de Gusto del Sur y fondos FEDER.

- Anuncio en guía del visitante. Andalucía, como patrocinadora principal de FRUIT ATTRACTION podrá incluir un anuncio a color en la guía del visitante; un elemento con una gran distribución y visibilidad en la feria. En el anuncio se incluirá la marca genérica de la Junta de Andalucía como patrocinadora principal de la feria, junto con los logos de Gusto del Sur y fondos FEDER.

4. MEMORIA FINAL.

Tras la finalización del evento y teniendo como fecha límite el 3 de noviembre de 2025, la empresa adjudicataria deberá entregar a AGAPA una memoria final o dossier informativo del resultado de las

actividades patrocinadas y de todas las contraprestaciones del patrocinio, así como la repercusión mediática no sólo del evento patrocinado, sino de las acciones patrocinadas por la Consejería en esta edición. Esta memoria servirá de base y respaldo del cumplimiento de las prescripciones técnicas del patrocinio en los términos que se han expuesto en los apartados anteriores. Es por ello por lo que se considera de especial interés que la memoria – dossier informativo incluya toda la información y estadísticas se pueda aportar. Así, se deberá incluir, entre otra, la información que se relaciona a continuación:

- Estadísticas generales de la edición de Fruit Attraction 2025
  - Metros cuadrados totales.
  - Número total de expositores.
  - Número de expositores nacionales.
  - Número de expositores internacionales.
  - Número de empresas/instituciones andaluzas participantes.
  - Número de países expositores.
  - Cifra de visitantes y, si fuera posible, sector y país de procedencia (en caso de ser nacional, provincia).
  - Número de newsletters enviadas y cifras de impacto.
  - Número de pases o invitaciones digitales generados.

- En relación a la prensa acreditada:
  - Número de periodistas acreditados.
  - Medio de procedencia.
  - Provincia (en caso de ser nacional).
  - País.

- En relación a la repercusión del patrocinio en medios de comunicación (prensa, radio, televisión):
  - Datos con el impacto de la feria en diferentes medios de comunicación (prensa diaria y especializada, radio y televisión) con indicación del número y/o porcentaje de medios escritos y digitales, nacionales, internacionales y cifras de tirada o visualizaciones, para medios impresos y digitales, respectivamente. Se recogerá además el dato del número de noticias publicadas y menciones realizadas sobre nuestra participación en el evento, indicando el tipo de medio y su área geográfica (nacionales -regionales, provinciales- e internacionales).
  - Valoración económica de la repercusión del patrocinio en medios.

- En relación a la repercusión mediática del patrocinio en las plataformas digitales del evento:
  - Impactos/visualizaciones de la presencia del patrocinio en la web de Fruit Attraction (banner, logo, módulo de patrocinador principal, etc).
  - Estadísticas de la plataforma virtual de la feria FRUIT ATTRACTION LIVE CONNECT.
  - Impacto cuantitativo y cualitativo del patrocinio de Consejería en Redes Sociales (estadísticas, contenidos compartidos, etc)

- En relación a las acciones patrocinadas por la Consejería:

- Número de los encuentros comerciales celebrados con los compradores invitados por la Feria.
- Número de las entrevistas realizadas en Plató TV Fruit Attraction.
- Impacto aproximado del patrocinio en la acción promocional en la flota de taxis de Madrid.
- Impacto cuantitativo y cualitativo de las acciones de promoción especial de productos andaluces (tomate, patata y fresa). Se presentarán métricas de las campañas de redes sociales (alcance, impacto, CPC, ROI, etc)

El documento deberá ilustrarse con no menos de 20 fotografías sobre la visibilidad del patrocinio institucional de la Consejería en la feria. Se deberá incluir documentación gráfica que acredite la realización de cada una de las contraprestaciones y soportes incluidos en el patrocinio Institucional, así como la acreditación del cumplimiento de la cláusula especial de ejecución establecida en el PCAP: "Instalación de contenedores selectivos perfectamente señalizados y visibles para la recogida selectiva de los residuos generados en la sala de compradores y sala de prensa".

5. PLAZO DE EJECUCIÓN Y PRÓRROGA.

El plazo de ejecución se extenderá desde la fecha de formalización del contrato hasta el próximo 3 de noviembre de 2025, no existiendo posibilidad de prórroga.

Plazos parciales:

1. Patrocinio del evento: desde la firma del contrato hasta la finalización del evento patrocinado, el próximo 2 de octubre de 2025, y cumplidas las contraprestaciones previstas de conformidad.
2. Presentación de la memoria final: desde la finalización del evento hasta el 3 de noviembre de 2025.

6. OTRAS CONSIDERACIONES.

a) Las personas intervinientes que hablen públicamente, no deben expresar logro político ni lanzar mensajes electoralistas.

b) Tratamiento de datos de carácter personal. La empresa adjudicataria, deberá cumplir el REGLAMENTO (UE) 2016/679 DEL PARLAMENTO EUROPEO Y DEL CONSEJO de 27 de abril de 2016 relativo a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales y a la libre circulación de estos datos y por el que se deroga la Directiva 95/46/CE (Reglamento general de protección de datos). Para ello, y en aplicación de la disposición adicional vigésima quinta de la Ley 9/2017, la persona contratista tendrá la consideración de encargado del tratamiento. Asimismo la persona contratista deberá cumplir, en cuanto no se oponga al Reglamento citado, la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal, en virtud de la cual tendrá la obligación de guardar sigilo respecto de los datos de carácter personal a los que tenga acceso en el marco del presente contrato, unicamente los tratará conforme a las instrucciones de AGAPA, y no los aplicará o utilizará con un fin distinto al estipulado, ni los comunicará, ni siquiera para su conservación, a otras personas. Además, deberá cumplir las medidas técnicas y organizativas estipuladas en el Real Decreto 1720/2007, de 21 de diciembre, por el que se aprueba el Reglamento de desarrollo de la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal. En el caso de que la empresa, o cualquiera de sus miembros, destine los datos a otra finalidad, los comunique o los utilice incumpliendo las estipulaciones del contrato, será responsable de las infracciones cometidas. Una vez finalizada la relación contractual, los datos de carácter personal tratados por la adjudicataria, así como el

resultado del tratamiento obtenido, deberán ser destruidos o devueltos a AGAPA en el momento en que ésta lo solicite.

c) Todos los trabajos requeridos en el presente pliego contemplarán las condiciones de accesibilidad universal y de diseño para todos.

d) Los trabajos descritos deben ajustarse adecuadamente a las normas establecidas en el Manual de Identidad Corporativa de la Junta de Andalucia, de la marca "Gusto del Sur" **y de los Fondos FEDER**,y a lo estipulado en el artículo 58 de la Ley 12/2007, de 26 de noviembre, para la promoción de la igualdad de género en Andalucía, con respecto a la utilización de un uso no sexista del lenguaje y la transmisión de una imagen de igualdad entre hombres y mujeres, libre de estereotipos sexistas. Todas las piezas creativas y/o cuales quiera de los soportes indicados en el presente pliego en los que se lleve a cabo la inserción de la marca, deberán contar con la aprobación de AGAPA antes de su producción.

e) Toda la organización, producción y montaje/desmontaje del evento y de las acciones patrocinadas, en los términos expuestos, correrá por cuenta de la patrocinada, siendo a su cargo los medios materiales y personales precisos para el perfecto desarrollo del mismo.

f) La organización se responsabilizará de que el evento disponga de las pólizas de seguros que exija la normativa vigente en este tipo de actividades, así como de cuantos permisos o autorizaciones administrativas sean preceptivos. En todo caso y de forma expresa, la organización mantendrá indemne a la Agencia de toda responsabilidad frente a terceros, participantes o espectadores que pudiera derivarse de la celebración del evento.

g) Cualquier cambio o modificación en la organización o desarrollo del evento, habrá de ser previamente comunicado a la Agencia, quien se reserva el derecho a proceder a la resolución del contrato y retirar su patrocinio del evento.

Para cualquier aclaración o duda respecto a los contenidos del presente Pliego de Prescripciones Técnicas pueden contactar con:

Inmaculada González González, Responsable del Departamento de Promoción.
inmaculada.gonzalez.g@juntadeandalucia.es
Laura Rivas Rodríguez, técnica del Departamento de Promoción.
laura.rivas@juntadeandalucia.es
Eva María Bernal Vela, técnica del Departamento de Promoción.
evam.bernal@juntadeandalucia.es

EL SUBDIRECTOR DE PROMOCIÓN, CONSULTORÍA Y ACTUACIONES SIG

Fdo: Leopoldo Gómez de Lara Caro

CARO LEOPOLDO GOMEZ DE LARA		12/08/2025	PÁGINA 10 / 10
VERIFICACIÓN	NJyGwD1dWC10cAPR4Q216Nstw79o90	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma	

JOSE CARLOS ALVAREZ MARTIN		12/09/2025	PÁGINA 10 / 10
VERIFICACIÓN	NJyGwe7gOl2kr03t48fyIFI9K1m312	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma	