PLIEGO DE CONDICIONES TÉCNICAS DEL CONTRATO QUE TIENE POR OBJETO EL PATROCINIO PARA EL EVENTO "UMBRA LIGHT FESTIVAL 2026".

1. OBJETO DEL CONTRATO.

PATROCINIO PUBLICITARIO DEL EVENTO DENOMINADO UMBRA LIGHT FESTIVAL VITORIA-GASTEIZ 2026.

El objeto del contrato cuya adjudicación se pretende consiste en la prestación de los servicios de patrocinio en el evento "UMBRA LIGHT FESTIVAL VITORIA-GASTEIZ 2026" por BASQUETOUR TURISMOAREN EUSKAL AGENTZIA - AGENCIA VASCA DE TURISMO, SA. (en lo sucesivo, "BASQUETOUR" o "el Patrocinador').

BASQUETOUR precisa promocionar su imagen a través de los logos corporativos y participación en los diversos actos que componen el evento, motivo por el cual requiere que, con motivo del UMBRA LIGHT FESTIVAL VITORIA-GASTEIZ 2026 consistente en un festival, dirigido a la ciudadanía y sus visitantes, que se organizará en el centro de la ciudad de Vitoria-Gasteiz (Casco Histórico, Ensanche y Lovaina) los días 6,7 y 8 de febrero de 2026 con un horario nocturno (de 19:00 a 23:00 h) y de acceso totalmente gratuito.

El Festival, comisariado en exclusiva por la Asociación Cultural ARGIA 3, cuenta con la participación de artistas nacionales e internacionales de reconocido prestigio en el mundo del "Light Art", provenientes tanto de ciudades españolas, como europeas y del resto del mundo. Para la selección de los mismos, se convocaron un concurso internacional de profesionales consolidados, los cuales basaron sus propuestas en los espacios asignados por la direccion del festival. La selección final de las piezas la realizó la direccion del festival con el apoyo comisarios de otros festivales internacionales, con los que la asociación colabora asiduamente dentro del marco de la International Light Festival Organization (ILO), a la cual la Asociación pertenece. Para la selección de los mismos, se convocaron concursos internacionales.

La marca UMBRA LIGHT FESTIVAL está registrada por la OFICINA DE PROPIEDAD INTELECTUAL DE LA UNIÓN EUROPEA con fecha 16/03/2019 y número de registro 017989136 por la empresa ARGIA 3 LAB SL, que a su vez cede los derechos de marca e imagen en exclusividad a ARGIA 3 Asociación Cultural para el desarrollo y explotación

de la marca UMBRA LIGHT FESTIVAL Vitoria-Gasteiz 2026, por lo que únicamente la entidad Asociación Cultural ARGIA 3 está en disposición de organizar el citado Umbra Light festival Vitoria-Gasteiz 2026.

Tras la celebración de anteriores ediciones donde se mostraron al público miradas distintas y sorprendentes del paisaje cotidiano de la ciudad, La edición 2026 busca trabajar sobre el lema "LUZ QUE UNE / ELKARTZEN DUEN ARGIA / LIGHT THAT CONNECTS."

- La luz une personas.

Genera convivencia, invita al encuentro y convierte el espacio público en un territorio compartido. Cada instalación es una experiencia colectiva, un punto de conexión emocional y social.

- La luz une lenguajes.

Artistas de distintas procedencias y disciplinas dialogan con el patrimonio, la arquitectura y la historia viva de la ciudad. La luz actúa como puente entre la tradición y la vanguardia, entre lo material y lo intangible.

- La luz une la ciudad.

Los recorridos luminosos crean continuidad entre espacios y fomentan la relación entre vecinos, visitantes y entorno urbano. Umbra transforma la noche en una experiencia abierta y participativa.

- La luz une emociones.

Ilumina lo visible y lo invisible. Revela sin separar. Une lo que sentimos con lo que vemos. Nos hace formar parte de un mismo pulso, de una energía común que nos recuerda que la belleza compartida también es una forma de paz.

En su quinta edición, Umbra Light Festival reafirma su compromiso con la ciudad y con el arte contemporáneo como herramienta de unión y de transformación.

En el call for artist celebrado este año esta es la linea de trabajo que se ha pedido a todos los artistas para sus piezas.

Habida cuenta de la repercusión publicitaria que se obtendrá con la presencia de la imagen de la marca Euskadi Basque Country a través de Basquetour en todos los eventos, web, redes sociales y en las proyecciones, esta entidad está interesada en

incentivar, mediante el patrocinio, las actividades y festivales que fomenten la imagen de Euskadi, tanto dentro como fuera de las fronteras nacionales para impulsar la competitividad del sector turístico vasco. Por consiguiente, resulta de interés que BAQUETOUR tome parte en el referido evento cuya repercusión social y en medios se ajusta a los objetivos de BASQUETOUR para la promoción de la marca Euskadi Basque Country en los mercados estatales principalmente e internacionales que sean prioritarios y estratégicos de acuerdo con la coyuntura del mercado, para lo que el patrocinado se compromete a colaborar en la publicidad del patrocinador en los términos descritos en el pliego correspondiente, a cambio de percibir de este último una ayuda económica, para que el Patrocinado pueda organizar el UMBRA LIGHT FESTIVAL VITORIA-GASTEIZ 2026, todo ello a cambio del retorno publicitario correspondiente, el cual es la base de todo patrocinio.

Por consiguiente, resulta de vital interés que BAQUETOUR tome parte en el referido evento cuya repercusión social y en medios se ajusta a los objetivos de BASQUETOUR para la promoción de Euskadi en los mercados estatales e internacionales que sean prioritarios y estratégicos de acuerdo con la coyuntura del mercado, para lo que el Patrocinado se compromete a colaborar en la publicidad del Patrocinador en los términos descritos en el presente pliego, a cambio de percibir de este último una ayuda económica, para que el Patrocinado pueda organizar el UMBRA LIGHT FESTIVAL VITORIA-GASTEIZ 2026 los días 6,7 y 8 de febrero de 2026.

La colaboración publicitaria del Patrocinado no podrá traspasar en ningún caso los límites de licitud del Título II de la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad, (en adelante, la “Ley General de Publicidad”).

2. RÉGIMEN JURÍDICO Y NORMATIVA APLICABLE.

- Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público, por la que se transpone al ordenamiento jurídico español las Directivas del Parlamento Europeo y del Consejo 2014/23/UE y 2014/24/UE, de 26 de febrero de 2014 (en adelante LCSP).
- Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad.
- Ley 4/2005, de 18 de febrero, para la igualdad de Mujeres y Hombres.

3. CESIÓN DE DERECHO DE USO DE LAS MARCAS DEL PATROCINADOR.

En virtud del contrato cuya adjudicación se pretende, el patrocinador concede al patrocinado una licencia de uso no exclusivo de las marcas “Euskadi Basque Country”, y “Departamento de Turismo, Comercio y Consumo del Gobierno Vasco” a los solos efectos de su utilización en el UMBRA LIGHT FESTIVAL VITORIA-GASTEIZ 2026, y el/la patrocinado/a se compromete a respetar en todo momento el color y logotipo de las marcas, así como a utilizarlas conforme a la legalidad vigente y a los solos efectos de lo dispuesto en el presente Contrato.

El Patrocinado se compromete a no alterar ni desfigurar de ninguna manera las marcas objeto de publicitación. En cualquier caso, la utilización de las marcas corporativas del Patrocinador será siempre revisada y autorizada por el Patrocinador, con el fin de conservar su imagen identificativa y la cultura de la empresa.

4. OBLIGACIONES DEL PATROCINADO.

ARGIA 3 ASOCIACIÓN CULTURAL se obliga a colaborar publicitariamente con Basquetour en los términos siguientes:

a) Contratación de artistas de esculturas lumínicas e instalaciones de un nivel artístico adecuado a la calidad que se pretende otorgar al Festival UMBRA Light Festival Vitoria-Gasteiz, de cara a conseguir una fuerte repercusión publicitaria del mismo que resulte en favor del cumplimiento de los objetivos de promoción del patrocinador tanto a nivel nacional como internacional. Estos artistas serán de reconocido prestigio y estarán avalados por una amplia experiencia internacional en otros festivales.

b) Ser el responsable final del correcto desarrollo de la actividad. Realizar la organización integral del evento, haciéndose responsable de todos los gastos relativos al mismo.

c) Tramitar todos los permisos necesarios para la organización de la actividad.

d) Atender el desarrollo de la actividad en todo momento y velar por la seguridad de los asistentes a la misma.

e) Coordinar todos los medios técnicos y logísticos necesarios para la organización de la actividad según el programa acordado.

f) Realizar de forma clara mención expresa al patrocinio de Basquetour S.A. en cuantos soportes o plataformas publicitarias sean desarrollados por la organización.

g) Comunicar cualquier incidencia que suponga una alteración del normal desarrollo de las acciones.

h) Asumir las obligaciones impuestas por la Ley 4/2005, de 18 de febrero, para la igualdad de Mujeres y Hombres, a las entidades que contratan, convenian o reciben ayudas de la Administración en su art. 2.3: i. Regirse según los principios de la igualdad de trato, la igualdad de oportunidades, el respeto a la diversidad y a la diferencia con respecto a sus trabajadoras y trabajadores. ii. Integrar la perspectiva de género, utilizar la acción positiva, avanzar en la eliminación de roles y estereotipos en función del sexo, en sus actuaciones. iii. A procurar una representación equilibrada de mujeres y hombres con capacidad, competencia y preparación adecuada en sus órganos directivos y colegiados. iv. Recoger y presentar los datos desagregados por sexo. v. A efectuar un uso no sexista del lenguaje y las imágenes en cualquier tipo de soporte. 6

i) Cumplir con la normativa vigente en materia de protección de datos.

j) Asumir los gastos fiscales, notariales o de otra índole que en su caso se generen con motivo del otorgamiento del presente Contrato.

k) Asumir el coste de todos los soportes publicitarios que sea necesario adquirir, rotular o colocar para el cumplimiento de las obligaciones que le corresponden con arreglo al presente Contrato.

l) Argia_3 presentará en el plazo de un mes desde la finalización del evento la siguiente documentación;

- dos memorias finales (una memoria final de actividad y otra memoria final económica), además de un estudio de impacto en materia de comunicación (RRSS, prensa, radio, TV…) realizado por una empresa externa independiente, junto con los justificantes y acreditaciones correspondientes.

RETORNO PUBLICITARIO PARA LA EDICIÓN 2026 DEL PATROCINIO.

Los retornos y contraprestaciones que Argia 3 Asociación Cultural como organizadora
de Umbra Light Festival 2026 ofrece a BasqueTour a cambio de su patrocinio serán los siguientes:

1.- Presencia física y destacada en el Festival permitiendo la relación con los ciudadanos. Se facilitará localización/es destacada/s en la zona que se designe para atención al público, información y patrocinadores para que BasqueTour (Euskadi Basque Country) pueda participar del stand informativo que monta Argia_3 para Umbra Light Festival y hacer publicidad y propaganda de las actividades realizadas por BasqueTour (Euskadi Basque Country) y que considere oportuno.

Se valora esta capacidad de visibilidad en 12.000,00 euro

2.- Participación en el recorrido Pre- Festival.
Además de aparecer gráficamente en todas las comunicaciones relativas al programa y Pre del Festival, BasqueTour dispondrá de 15 pases unipersonales para el recorrido Pre-Festival de UMBRA Light Festival Vitoria.

Se valora esta capacidad de visibilidad en 18.000,00 euros

3.- Presencia gráfica en espacio privilegiado de todos los medios gráficos de comunicación del Festival.

- Enlace desde la página WEB del Festival Umbra a la página web de turismo de BasqueTour (Euskadi Basque Country).
- Presencia en redes sociales del Festival (Facebook, Instagram, Tweeter… o las que finalmente hubiese) así como notificaciones relativas a informaciones a definir por BasqueTour (Euskadi Basque Country). BasqueTour (Euskadi Basque Country) deberá proveer la información a comunicar.

Se valora esta capacidad de visibilidad en 50.000,00euros

4.-Presencia visible destacada en todos los elementos de comunicación impresos:

- Carteles
- Flyers, Opis.

- Programa
- Todos los formatos visuales y digitales como la inclusión del logo de BasqueTour (Euskadi Basque Country) en alguna de las proyecciones que se realizaran en edificios emblemáticos de la ciudad de Vitoria- Gasteiz.

Se valora esta capacidad de visibilidad en 35.000,00 euros

5.- Presencia y participación en las ruedas de prensa del Festival, así como en la inauguración del mismo.

BasqueTour (Euskadi Basque Country) estará presente tanto gráficamente como personalmente en las ruedas de prensa y/o actos de comunicación del Festival.

- Presentación a la sociedad de la futura realización de UMBRA Light
- Festival Vitoria-Gasteiz, su imagen corporativa, fechas de realización, etc.
- Recordatorio de la realización de UMBRA Light Festival Vitoria-Gasteiz, con nombres de artistas, espacios, etc.
- Inauguración del Festival.

Se valora esta capacidad de visibilidad en 35.000,00 euros

Cualquier otra posibilidad de comunicación que pudiese surgir en el futuro y no está recogida en esta propuesta de Patrocinio, será estudiada entre las partes.

La imagen de BasqueTour (Euskadi Basque Country) compartirá espacios de comunicación con otras empresas y administraciones Patrocinadoras de UMBRA Light Festival Vitoria, no teniendo exclusividad en ningún soporte de comunicación del Festival.

PROCEDIMIENTO:

BasqueTour (Euskadi Basque Country) y Argia_3 consensuarán una estrategia de comunicación en redes sociales, web y otros medios de comunicación impresos, digitales y otras acciones de comunicación, que sirva como marco que defina plazos y contenidos específicos para cada acción.

BasqueTour (Euskadi Basque Country). deberá suministrar la documentación a ser comunicada por redes sociales y web en plazo y formato consensuado en el anterior proceso de desarrollo de la estrategia de comunicación.

BasqueTour (Euskadi Basque Country) cederá a Argia_3 el diseño del stand o stands a instalar durante el Festival con el objetivo de ofrecer una imagen coherente entre todos los Patrocinadores.

Argía_3 documentará cada una de las acciones de comunicación realizadas y la entregará unes después de finalizado el Festival una memoria recopilatorio de todas las acciones realizadas que forman parte de esta propuesta de Patrocinio.

5. DOCUMENTACIÓN A PRESENTAR

La entidad organizadora deberá presentar su propuesta de patrocinio, en la que describirá las acciones promocionales y publicitarias contrapartida del patrocinio que oferte, que como mínimo serán aquellas descritas en la cláusula cuarta del presente pliego, en las que utilizará la imagen y logo institucional de "Euskadi Basque Country", y "Departamento de Turismo, Comercio y Consumo del Gobierno Vasco" en los distintos soportes desarrollados para la realización del evento.

La oferta deberá recoger el importe total de los servicios ofertados desglosando el importe principal con su IVA correspondiente.

La oferta presentada se valorará según las contraprestaciones que contemple, en función del número, variedad y repercusión de las mismas.

A la finalización del evento y en un plazo no posterior a un mes, la empresa adjudicataria deberá entregar la documentación que justifique el cumplimiento de las contraprestaciones contempladas en el contrato, esto es, dos memorias finales (una memoria final de actividad y otra memoria final económica), además de un estudio de impacto en materia de comunicación (RRSS, prensa, radio, TV…) realizado por una empresa externa independiente, junto con los justificantes y acreditaciones correspondientes, se incluirán, al menos, los siguientes puntos:

- Desarrollo del evento, con descripción de las actividades realizadas y datos aproximado de los participantes (número, procedencia,...)
- Originales, fotografías o fotocopias de los distintos soportes utilizados para la difusión del evento y por consiguiente la de los logos y marcas de BASQUETOUR.
- Análisis del impacto en cada medio
- Dossier de noticias relacionadas con el evento y valoración del impacto en medios realizado por empresa

- Cumplimiento de otros aspectos en que la oferta presentada mejore las contraprestaciones referidas.

6. - DOCUMENTOS DE CARÁCTER CONTRACTUAL.

Tienen carácter contractual los siguientes documentos:

a) El pliego de cláusulas administrativas particulares (PCAP).
b) El pliego de prescripciones técnicas particulares (PPT).
c) El documento de formalización del contrato.
d) La oferta de la adjudicataria.

7. CONFIDENCIALIDAD

Las Partes se comprometen a mantener confidenciales los términos y condiciones del futuro Contrato y a no realizar ningún tipo de anuncio o comunicación a terceras personas en relación con el mismo, salvo previo consentimiento expreso y por escrito de la otra Parte. La obligación de secreto y confidencialidad entrará en vigor a la firma del presente Contrato y perdurará durante toda su vigencia y por un período de cinco años posterior a su finalización.

En el supuesto de que, como consecuencia del cumplimiento de obligaciones de carácter legal para cualquiera de las Partes (incluyendo la legislación del Mercado de Valores), deba suministrarse información del presente Contrato, las Partes deberán conocer y dar el visto bueno al contenido de la información que deba suministrarse, cumpliendo en todo caso lo prevenido en la Ley que fuere de aplicación.

8. PROTECCIÓN DE DATOS DE CARÁCTER PERSONAL.

En la ejecución del contrato de patrocinio las partes respetarán la normativa vigente en materia de protección de datos de carácter personal, y se obligan a adoptar e implementar las medidas de seguridad a que se refiere la sección 2 del capítulo IV, artículos 32 y SS del Reglamento (UE) 2016/679 de 27 de abril de 2016 (en adelante, “RGPD”).

Las partes se comprometen a cumplir lo dispuesto en el RGPD y demás normativa sobre Protección de Datos de Carácter Personal y, específicamente las obligaciones de información y exigencia de consentimiento expreso a los interesados para el tratamiento y cesión de sus datos.

9. INCUMPLIMIENTO DE OBLIGACIONES.

Si el/la Patrocinado/a, por causas que le sean imputables, desarrolla la colaboración publicitaria objeto del patrocinio con alteración, defecto o menoscabo de alguno de sus elementos esenciales, deberá ejecutar de nuevo la publicidad; si la repetición no fuera posible, el Patrocinador podrá exigir la reducción de la ayuda así como la indemnización de los perjuicios causados.

Cuando el Patrocinado/a no cumpla su obligación de difusión de la colaboración publicitaria objeto del patrocinio, el Patrocinador podrá exigir el cumplimiento posterior en las mismas condiciones pactadas, o resolver el Contrato con devolución de lo pagado al Patrocinado. En ambos casos, el Patrocinado deberá indemnizar al Patrocinador por los daños y perjuicios causados.

Cuando la falta de difusión sea imputable al Patrocinador, éste vendrá obligado a indemnizar al Patrocinado por los daños y perjuicios causados así como a satisfacerle íntegramente la ayuda económica correspondiente.

En otros supuestos de incumplimiento, el perjudicado podrá escoger entre exigir el cumplimiento o la resolución del presente Contrato, con el resarcimiento de daños y abono de intereses en ambos casos. También podrá pedir la resolución de este Contrato, aún después de haber optado por el cumplimiento, cuando éste resultare imposible.

En lo no dispuesto en esta cláusula, se acudirá al régimen de incumplimiento de obligaciones del Derecho Común.

10.- GARANTÍAS.

El Patrocinador garantiza que:

(a) La publicidad realizada en virtud del presente Contrato es lícita y, en especial, que no vulnera las normas contenidas en la Ley General de Publicidad, en la Ley de Defensa de la Competencia, en la Ley de Competencia Desleal, en la Ley General para la Defensa de Consumidores y Usuarios, en la Ley de la Sociedad de los Servicios de la Información, la Ley Orgánica de Protección de Datos de Carácter Personal, en los Códigos de Autocontrol de la Publicidad que resulten aplicables y en la legislación especial relativa a la publicidad en los medios de comunicación.

(b) Los materiales suministrados al Patrocinado como consecuencia de su patrocinio se adecuarán a la ley, la moral, el orden público, las buenas costumbres y en ningún caso resultarán ofensivos ni infringirán los derechos de terceros.

(c) El/la Patrocinado/a quedará indemne de todos los costes, daños o perjuicios en que tuviera que incurrir en caso de reclamación que sea dirigida contra el/la Patrocinado/a fundamentada en la falta de cumplimiento de la presente cláusula por el/la Patrocinado/a.