

## INFORME JUSTIFICATIVO DE NECESIDAD DEL CONTRATO PRIVADO PARA EL PATROCINIO DEL "PILGRIM RACE". (EXP. P/SER-006823/2019)

La Ley 1/1999, de 12 de marzo, de Ordenación del Turismo de la Comunidad de Madrid, en su Capítulo II del Título III se refiere a la promoción de turismo como el conjunto de actividades y medios a través de los cuales la Consejería competente en materia de turismo, favorece la demanda de servicios turísticos en la Comunidad de Madrid y apoya la comercialización de los productos turísticos regionales en el ámbito nacional e internacional.

Entre las competencias que tiene atribuida la Dirección General de Turismo por el Decreto 121/2017, de 3 de octubre, del Consejo de Gobierno, están, entre otras, las de coordinación, fomento y planificación del sector y de la actividad turística y la sostenibilidad; la elaboración de estrategias y planes que faciliten la creación y promoción de productos de alto valor añadido para el turismo, con capacidad desestacionalizadora, así como la promoción del sector turístico madrileño a nivel nacional e internacional.

Por su parte la Estrategia de Turismo 2016-2019, en su Medida 22, dedicada al Cicloturismo, crea *CiclaMadrid* como producto y como marca de toda la Región, que integra las diferentes iniciativas de cicloturismo que se vienen gestando en el territorio promovidas por diferentes municipios, asociaciones y Grupos de Acción Local. Con este ambicioso proyecto, la Comunidad de Madrid quiere posicionarse a la vanguardia de los destinos que destacan por la sostenibilidad y la inteligencia turística sobre la base de las grandes tendencias del mercado turístico mundial.

En los Presupuestos Generales de la Comunidad de Madrid para el ejercicio 2019, Programa 432A, existe dotación económica en el subconcepto 28001 (Promoción económica, cultural y educativa) con el fin de promocionar los diferentes productos y destinos turísticos de la Comunidad de Madrid.

En ejercicio de dichas atribuciones, la Consejería de Cultura, Turismo y Deportes considera de interés turístico su participación en la celebración del evento denominado "Pilgrim Race".

En atención al nivel de importancia promocional y de repercusión mediática nacional e internacional de la "Pilgrim Race", por la que se darán a conocer los recursos naturales y culturales del recorrido por que transcurren las diversas etapas a un público objetivo interesante para el turismo regional, es por lo que la Comunidad de Madrid, actuando en el ámbito competencial legalmente atribuido, está interesada en patrocinar este evento turístico deportivo ligándolo a la marca CICLAMADRID.

La Pilgrim Race que este año celebra su tercera edición aúna el mundo del ciclismo y sus valores de esfuerzo, sacrificio, equipo... con la puesta en valor del Camino de Santiago por el Camino de Madrid y el Camino del Invierno, menos conocido que otros trazados, pero de igual belleza y competitividad, desde el punto de vista turístico.

La Comunidad de Madrid es sede de las dos primeras etapas (la primera íntegra, ya que transcurre entre Madrid y Cercedilla y la segunda con salida en Cercedilla en dirección a Olmedo) y parte de este proyecto junto con Castilla y León y Galicia, dos regiones con indiscutibles valores y recursos turísticos de gran calidad, lo que nos permite aunar esfuerzos promocionales.



En el caso del recorrido que transcurre por la Comunidad de Madrid, es una buena muestra de algunos de nuestros potenciales turísticos: con origen en la ciudad de Madrid, con toda su oferta cultural, de ocio, monumental... y que a muy poca distancia, cuenta con una oferta de naturaleza de máxima categoría: el Parque Nacional de la Sierra de Guadarrama y sus pueblos serranos que conservan sus tradiciones y productos de calidad sin renunciar a la creación de un tejido empresarial turístico competitivo en crecimiento.

Es, en definitiva, una gran oportunidad de presentar CiclaMadrid en mercados nacionales e internacionales (los participantes de la Pilgrim Race vienen de muy diversos mercados), de forma práctica dado que gran parte del recorrido por la Comunidad de Madrid transcurre por circuito CiclaMadrid.

La participación de la Consejería de Cultura, Turismo y Deportes en este evento se pretende canalizar a través del patrocinio publicitario, teniendo como entidad patrocinada a Zertior, Sports & Entertainment (en adelante, Zertior), empresa titular y organizadora en exclusiva de la Pilgrim Race.

Por lo que se refiere al contenido concreto del patrocinio, las contraprestaciones a satisfacer por Zertior, a favor de la Comunidad de Madrid, que se concretan en el Pliego de Prescripciones Técnicas, se pueden resumir en la inserción de la imagen corporativa de la Comunidad de Madrid y de CICLAMADRID en todos los soportes publicitarios que se realicen, en los medios de comunicación y en la celebración de la propia prueba.

Así la Comunidad de Madrid tendrá presencia publicitaria en el evento y su imagen estará en todo momento visible y en el lugar estipulado. A este fin, se incorporará el logotipo y nombre de la Comunidad de Madrid en todos los soportes promocionales y publicitarios que se produzcan con motivo del evento, exhibiéndose asimismo en todas las sedes y en los diversos eventos promocionales y ruedas de prensa, o similares, que se celebren con ocasión del mismo. En concreto, la Comunidad de Madrid tendrá presencia, al menos, en los siguientes soportes:

Plan de comunicación con presencia de Comunidad de Madrid y CiclaMadrid: 20.000

- *Página web oficial de la prueba*
- *Newsletter*
- *10 faldones y 10 medias páginas en Diario AS*
- *4 medias páginas en la revista Bike*
- *Producción audiovisual*

Presencia de CiclaMadrid en el maillot oficial

Presencia de Comunidad de Madrid y CiclaMadrid en los soportes de la prueba:

- *Arco y vallas de salida y meta*
- *Trasera/photocall*



- Banderolas:

Respecto a la valoración económica de la aportación para este tipo de patrocinio lo hemos estimado en 30.250,00 euros (IVA incluido). Este coste está en función del valor de mercado de las diferentes acciones que constituyen el patrocinio y su impacto.

El valor de mercado, en definitiva, lo da la importancia y repercusión del evento. El patrocinado, como dice la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad, a cambio de una ayuda económica para la realización de su actividad turístico deportiva, se compromete a colaborar en la publicidad del patrocinador.

Todos los datos expuestos nos dan una idea del enorme impacto publicitario que tiene la Pilgrim Race.

Por todos estos motivos, dado el enorme interés turístico-deportivo y mediático del evento, la Comunidad de Madrid se propone la suscripción de un contrato de patrocinio de este evento correspondiente a su edición 2019, estando previsto un precio de licitación de 30.250,00 Euros, impuestos incluidos, que será posteriormente objeto de negociación hasta alcanzar la cifra definitiva que se imputará al subconcepto 28001, del programa 432A del presupuesto de gastos de la Comunidad de Madrid para el ejercicio 2019.

Madrid, a 3 de mayo de 2019  
LA DIRECTORA GENERAL DE TURISMO

Laura Blanco Pilar

