

INFORME DE NECESIDAD Y EXPLICATIVO DEL IMPACTO ECONÓMICO DEL CONTRATO PRIVADO PARA EL PATROCINIO DEL EVENTO “HUDSON YARDS HOLIDAY 2020” A LA COMUNIDAD DE MADRID

Exp. Nº P/SER-037649/2020

El Estatuto de Autonomía de la Comunidad de Madrid recoge en su artículo 26.1.21 la competencia exclusiva que ostenta en materia de promoción y ordenación del turismo en su ámbito territorial.

La Ley 1/1999, de 12 de marzo, de Ordenación del Turismo de la Comunidad de Madrid, en su Título III, Capítulo II, 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 mediante el Decreto 280/2019, de 29 de octubre, del Consejo de Gobierno, se encuentra la 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, las líneas estratégicas de la Comunidad de Madrid en materia de turismo, establecen entre sus fines el de mejorar el posicionamiento de la Comunidad de Madrid como destino turístico, a través de acciones de comunicación y promoción de diversa índole.

A través de esta campaña de promoción exterior en EEUU se va a desarrollar una acción especial de marketing de activación experiencial en el icónico complejo de Nueva York, Hudson Yards, enfocada a un segmento de mercado muy concreto y una exposición publicitaria con soportes digitales y convencionales de difusión de marca, mensaje y contenido del destino Madrid, a través de los cuales se transmitirán los valores activos, cultura y atractivos mediante los correspondientes claims de la Comunidad de Madrid en el mercado norteamericano.

Asimismo, se va a desarrollar una acción de presencia de la Comunidad de Madrid en plataformas online (páginas Web y RRSS) dentro de la campaña de promoción de Hudson Yards.

Hudson Yards es un complejo situado en el centro de la ciudad de West Side New York y nexo de Chelsea y Hell's Kitchen. Se trata de un destino esencial para los amantes de la cultura y el arte, la gastronomía y la moda, y alberga además la sede de las empresas más innovadoras del país, así como residencias y apartamentos de lujo. Aloja asimismo más de 120 restaurantes y espacios de experiencias y compras únicas, tales como EDGE, VESSEL, THE SED o EQUINOX HOTEL.

Hudson Yards está confeccionando este año la Campaña de vacaciones de Navidad denominada “Holiday at Hudson Yards 2020”, que acogerá la tradicional experiencia del periodo navideño con luces blancas, árboles verdes y dorados y globos de aire caliente llenarán la plaza y los jardines. Se trata de un proyecto mediático dirigido a sectores de target cualitativo durante el periodo de compras más activo del año, y con un formato plenamente aspiracional del nuevo año que comienza, con elementos como reencuentros, unión familiar y

social, conceptos todos ellos que desembocan en unas perspectivas positivas en el público al que se dirige la acción.

La presencia de la Comunidad de Madrid en este evento, mediante una gran acción de marketing de activación promocional y experiencial, dirigida a potenciar su imagen-marca, llevará aparejada otra acción de relaciones públicas: a través de las notas de prensa, las invitaciones personalizadas a diversos agentes al acto de presentación de la Comunidad de Madrid; convirtiéndose el evento también un gran canal de comunicación, mediante las 44 unidades digitales (pantallas y plasmas) repartidas en The Shops and Restaurants en Hudson Yards y Public Square and Gardens, que permitirán la distribución de contenido dinámico y personalizado de la Comunidad de Madrid, así como las exposiciones publicitarias en la red digital.

La participación de la Comunidad de Madrid será en calidad de Destino Oficial del evento Hudson Yards Holiday 2020, convirtiéndose así en Patrocinador Oficial del mismo. Con ello quedará garantizado el protagonismo de la marca durante el evento y se llevará a cabo una campaña de activación de marketing durante el desarrollo del mismo.

Al posicionarse como Destino Oficial de Hudson Yards Holiday 2020, la Comunidad de Madrid lleva a Nueva York sus activos turísticos para mostrar al público las ventajas como sede de congresos, la relevante industria cultural y de ocio de la capital, el turismo gastronómico, su oferta de compras, eventos para convertir a la región, en definitiva, en Destino Exclusivo para el turismo cosmopolita americano. Se trata de oportunidad única para la promoción del destino Madrid en el mercado estadounidense, en paulatino y constante crecimiento de un turista de alto nivel.

Se considera por ello fundamental acometer acciones promocionales en dicho país, que repercutan en la llegada a la Comunidad de Madrid, cuando la situación sanitaria lo permita y aconseje, de potenciales visitantes y profesionales de alto poder consumista a la Comunidad de Madrid, con una imagen positiva, atractiva y cosmopolita de la región.

Dentro de las contraprestaciones de este contrato privado de patrocinio se incluye la **cesión de un espacio** (30 metros cuadrados) "PopUp Activation Stand" situado en la entrada Southwest Plaza, durante 8 días de la celebración del evento Holiday Hudson Yards 2020, donde se llevarán a cabo diferentes mecánicas promocionales. Se incluye en el contrato el diseño del stand basado en los criterios de imagen-marca de la Comunidad de Madrid, ensalzando sus principales valores turísticos, además de su construcción y mantenimiento integral.

También se engloba en el contrato la **activación en exteriores**, que se trata de mecánicas promocionales y experienciales de marketing de activación con los visitantes y residentes de Hudson Yards, a través de un comando dinamizador de la Comunidad de Madrid en los parques exteriores (uno de los puntos de mayor actividad "instagrammable de New York City").

Asimismo, incluye la proyección de hasta 144 **anuncios**/por día de spots y audiovisuales de Comunidad de Madrid en las 44 unidades digitales en "The Shops and Restaurants and Public Square and Gardens" así como 7.500 **exposiciones publicitarias** a través de la red digital (anuncios en bucle con un promedio de 15'' por spot/presentación) y la integración de la

Comunidad de Madrid en las comunicaciones publicitarias y de marketing controladas por Hudson Yards en torno a la campaña "Holiday al Hudson Yards 2020".

Por otra parte, el acuerdo permite la inclusión de la Comunidad de Madrid en las **campañas en RRSS** de "Holiday al Hudson Yards 2020", planificación de **publicaciones orgánicas conjuntas** de contenidos de la campaña de la Comunidad de Madrid en sus plataformas de comunicación:

Publicación Editorial de presentación de la Comunidad de Madrid en calidad de Destino Oficial de la Campaña de navidad "Holiday at Hudson Yards 2020" en las siguientes plataformas de comunicación de Hudson Yards: Instagram / Facebook / Twitter / TikTok.

Publicación del Concurso y premio de un viaje de Lujo a Madrid para dos personas en las siguientes plataformas de comunicación de Hudson Yards: Instagram / Facebook / Twitter / TikTok.

3 Publicaciones Orgánicas en Stories (Instagram & Facebook) de la acción de activación;

Derecho de uso de las **imágenes de Hudson Yards** en la campaña de comunicación de la Comunidad de Madrid y un **Acto de presentación** de la Comunidad de Madrid en la Sala de eventos PEAK Hudson Yards en la planta 101 (máximo 30 Pax, cumpliendo las medidas de seguridad por normas sanitarias COVID-19)

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 los soportes promocionales y publicitarios estipulados en el pliego técnico.

El gasto de este patrocinio se imputará a los Presupuestos Generales de la Comunidad de Madrid para el ejercicio 2020, Programa 432A, subconcepto 28001 (Promoción económica, cultural y educativa).

Por todos estos motivos, dada enorme repercusión mediática del evento y su potencial como instrumento de promoción turística en el mercado americano, se propone la suscripción de un contrato de patrocinio del evento "Hudson Yards Holiday 2020" (Vacaciones en Hudson Yards 2020) estando previsto un precio de licitación de DOSCIENTOS CUARENTA Y NUEVE MIL QUINIENTOS EUROS (249.500,00 €), 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 2020.

Madrid, a la fecha de la firma

EL DIRECTOR GENERAL DE TURISMO

Firmado digitalmente por: DEHESA CONDE EDUARDO
Fecha: 2020.10.30 12:41

Fdo.: Eduardo Dehesa Conde