



Comunidad
de Madrid

Este documento se ha obtenido directamente del original que contenía la firma auténtica y, para evitar el acceso a datos personales protegidos, se ha ocultado el código que permitiría comprobar el original.
(Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre)

Subdirección General de Promoción Turística
Dirección General de Turismo
CONSEJERÍA DE CULTURA TURISMO Y DEPORTE

INFORME DE NECESIDAD Y EXPLICATIVO DEL IMPACTO ECONÓMICO DEL CONTRATO PRIVADO PARA EL PATROCINIO DEL EVENTO “MAD COOL FESTIVAL 2022”.

El Estatuto de Autonomía de la Comunidad de Madrid recoge, en su artículo 26.1.21 la competencia exclusiva 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 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 229/2021, de 13 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 Dirección General de Turismo, establece como uno de sus objetivos aumentar el número de turistas que llegan a la región y los ingresos por ellos generados, estableciendo como una de las líneas estratégicas mejorar el posicionamiento de la Comunidad de Madrid como destino turístico, a través de diversas acciones de comunicación y promoción. Entre ellas actuaciones de comarketing, con el sector privado y especialmente en aquellos eventos y espectáculos de elevado potencial de atracción de un turismo de alto valor y rentabilidad que se celebren en la región.

En los Presupuestos Generales de la Comunidad de Madrid para el ejercicio 2022 Programa 432A, existe dotación económica en el subconcepto 28001 (Promoción económica, cultural y educativa) para este fin.

En ejercicio de dichas atribuciones, la Consejería de Cultura, Turismo y Deportes consideran de interés público su participación en la celebración del evento denominado “Mad Cool Festival 2022”.

Mad Cool Festival ha celebrado ya 4 ediciones en la Comunidad de Madrid. La última convocatoria en 2019 (ya que no pudo celebrarse en 2020 y 2021 por la pandemia del COVID) reunió a un total de 186.128 personas. Del público total un 30% (33.503 personas aproximadamente) procedía de países foráneos, lo que confirma el posicionamiento del festival como referente internacional.

Asimismo contó con 712 periodistas acreditados, de los cuales, 184 fueron periodistas extranjeros procedentes de 29 países diferentes, incrementándose en un 67% respecto edición anterior, la difusión internacional del festival.

La celebración de la última edición del festival generó un impacto de la actividad económica madrileña de 53 millones de €. Los sectores de alojamiento y hostelería fueron los principales beneficiados recibiendo un gasto total de 21.4 millones de € de los asistentes al festival, gracias a las pernoctaciones y consumo de los asistentes en bares y restaurantes fuera del recinto del festival.

El festival que ha sido reconocido por la revista musical británica New Musical Express, como el festival de música europeo con mejor line up, contará en 2022, en el que celebrará del 6 al 10 de julio, su quinta edición en la Comunidad de Madrid, con más de 140 actuaciones musicales de prestigio internacional. El 70% del público asistente es de procedencia nacional (41% de la Comunidad de Madrid y 29% del resto de España) y el otro 30% es público internacional de múltiples países.

La participación de la Consejería de Cultura, Turismo y Deporte en este evento se pretende canalizar a través de un patrocinio publicitario con contraprestaciones a satisfacer a favor de la Comunidad de Madrid, que se concretan en el Pliego de Prescripciones Técnicas.

La Comunidad de Madrid como destino turístico 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 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, llevándose también a cabo una intensa acción promocional digital con carácter previo a la celebración del evento así como en el propio recinto durante la celebración del mismo, con el fin que la gente que venga o no al festival conozca qué ofrece la Comunidad de Madrid como destino turístico, y que el visitante al mismo tiempo conozca todas las alternativas más allá de Madrid Capital que ofrece el destino, incorporando a la comunicación los mensajes de posicionamiento del destino como el mejor estilo de vida del mundo y el mayor destino cultural.

En concreto, la Comunidad de Madrid tendrá en Mad Cool Festival 2022:

Presencia de marca

- Exclusividad sectorial que asegura en el festival la promoción de la Comunidad de Madrid como destino turístico.
- Derecho, uso, nombre e imagen "Mad Cool" como herramienta promocional para la Comunidad de Madrid, con el fin de asociar la marca del festival al nombre de la Comunidad de Madrid en todos los canales que la administración regional considere oportunos
- Presencia de la marca Comunidad de Madrid en soportes gráficos y comunicaciones de Mad Cool 2022
- Ubicación preferente como patrocinador institucional del logo de la Comunidad de Madrid en la home de la web del festival y apartado patrocinadores, incluyendo un link con una url específica direccionada a la página web de la Comunidad de Madrid
- Inclusión de material promocional en pack de prensa e influencer (pack vip).

Activación Digital

- MAD SOUNDS (Grabación de 5 videos con actuaciones musicales en emplazamientos turísticos destacables de la CM para su posterior distribución en RRSS Festival (Youtube, Instagram, Tik Tok más de 500K suscriptores).
- WELCOME TO MY HOOD encuentros entre artistas jóvenes madrileños, que actuarán de embajadores de diferentes destinos turísticos, con artistas internacionales para dar a conocer Comunidad Madrid). Se realizaran 5 videos-encuentros para su distribución en RRSS
- ARTIST X MADRID Unión de ilustradores internacionales y DJ's para construcción de un archivo digital con galería de ilustraciones de destinos CM y la música favorita de esos artistas visuales usada durante la realización de la pieza. 9 piezas para su distribución en redes

Activación en recinto Mad Cool

- Presencia del spot promocional turístico de la Comunidad de Madrid en las pantallas de los escenarios principales, (escenarios 1 y 2) actualizado 15 veces al día, con un total de 45 pases. (1.500 x pase)
- Espacio propio de la Comunidad de Madrid dentro del recinto del festival Mad Cool para promoción turística incluyendo activaciones en el mismo (Mad Maps, Post Cards, Cromo Landscape)
- Acción especial con medios internacionales durante el festival
- Punto de información turística de la Comunidad de Madrid
- Naming de uno de los escenarios como Comunidad de Madrid
- Asignación de una Cabina en la Noria Mad Cool, desde donde se podrán explicar los destinos turísticos más interesantes que se pueden avistar desde ese punto

Hospitality

- Se pondrá a disposición de la Comunidad de Madrid para uso promocional 130 abonos de 3 días y 200 entradas generales para el 10 de julio (domingo)
-

La presencia de la Comunidad de Madrid, como contraprestación al patrocinio de Mad Cool Festival 2022, supone una gran proyección promocional de la Comunidad de Madrid, y la posibilidad de llegar a un público objetivo “cautivo” y numeroso, en edades comprendidas en su mayoría entre los 25 y los 44 años, hombres y mujeres con poder adquisitivo y al que en muchos casos no se tiene acceso en otras promociones.

Respecto a la valoración económica de la aportación para este tipo de patrocinio se ha valorado en 1.089.000 euros (IVA incluido) Este coste está en función de las tarifas de las diferentes acciones que constituyen el patrocinio y su impacto.

Por todos estos motivos, dado el enorme interés turístico, musical y mediático del evento, se propone la suscripción de un contrato de patrocinio de este evento correspondiente a su edición 2022, estando previsto un precio de licitación de 1.089.000 euros (IVA incluido) 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 2022

Madrid a fecha de firma

EL DIRECTOR GENERAL DE TURISMO

P.D. (Resolución D.Gral. Turismo de 21 abril de 2022)

LA SUBDIRECTORA GENERAL DE ORDENACION

Y DESARROLLO NORMATIVO,

Firmado digitalmente por: ESTELLÉS RUIZ ASUNCIÓN
Fecha: 2022.04.25 13:42

Fdo.: Asunción Estelles Ruiz