



INFORME DE NECESIDAD DEL CONTRATO PRIVADO PARA EL PATROCINIO DEL EVENTO “MAD COOL FESTIVAL 2023”.

Exp. P/SER-005805/2023

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 y que contribuyan a la desestacionalización.

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 2023”.

Mad Cool Festival ha celebrado ya un total de 5 ediciones en la Comunidad de Madrid (en 2022 se reanudó la celebración del festival, cuyas convocatorias de 2020 y 2021 se suspendieron por la pandemia de COVID). La edición de 2022 reunió a un total de 312.000 personas, un 33% más que en su primera edición de 2016 celebrada en Madrid, con edades comprendidas fundamentalmente entre los 25 y 44 años. En cuanto su procedencia, un 36% del público era internacional, en su mayoría de Reino Unido, Francia, Irlanda, EEUU y Alemania. y un 40% de ámbito nacional de ellos un 24 % procedentes de fuera de la región. Estos datos confirman el posicionamiento del festival MAD COOL como un referente

El festival MAD COOL celebrado el año pasado fue un éxito en cuanto a la repercusión en medios: se acreditaron 416 periodistas de 214 medios nacionales y 58 periodistas de 31 medios internacionales que se hicieron eco del festival y su celebración en la región. Todas apariciones supusieron una valoración de retorno publicitario clipping value de 9.113.182 euros.

Las redes sociales del Festival cuentan con 378,5 K de followers (159 K en Facebook, 170K en instagram y 4,9 K en twitter). Su página web cuenta con 5,9 millones de visitas anuales y 1,3 millones de usuarios

Mad Cool fue diseñado para ser un festival urbano y cómodo, situado a 30 minutos del centro de Madrid. En esta próxima edición se traslada al sur de Madrid, al Distrito de Villaverde, convirtiéndonos en la piedra angular de un gran proyecto cultural para la ciudad de Madrid permitiendo crecer en cuanto a su capacidad (200.000 m2)

La participación de la Consejería de Cultura, Turismo y Deportes 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 y posterior 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.

En concreto, la Comunidad de Madrid tendrá presencia, al menos, a través de:

- Presencia de la marca Comunidad de Madrid en todas las gráficas y comunicaciones referentes al Festival Mad Cool.
- Presencia en la web del festival, mediante colocación de logotipo en un lugar destacado y también en el apartado de patrocinadores, incluyendo link a la web de la Comunidad de Madrid y descripción.
- Inclusión de material promocional en packs de prensa e influencers (pack vip)
- Activación digital en Mad Sound (apoyo a talento emergente mediante la realización de 8 videos musicales en diferentes localizaciones de la Comunidad de Madrid) y en My Hood My Rules (campana de 8 videos en la que los artistas emergentes nacionales nos enseñarán sus rincones y lugares favoritos de la capital).
- Activación del recinto mediante 90 pases de un video promocional turístico cada uno de los tres días de duración del festival en los escenarios principales (1 y 2).
- Espacio propio de promoción turística de la Comunidad de Madrid en el recinto
- Acción especial para medios internacionales durante el festival (caja picnic).
- Espacio de información turística dentro del recinto Mad Cool junto con el Ayto Madrid.
- Naming del escenario.
- Hospitality consistente en 100 entradas generales por cada día, 20 entradas VIP 3 por cada día 11 entradas The Club por día.
- Acciones especiales consistentes en presencia del logotipo de la Comunidad de Madrid en el avión Oficial Mad Cool, que realizará vuelos desde Londres incluye tres plazas para uso interno de la Comunidad.
- Presencia y participación en la edición ILMC, Internacional Live Music Conference mediante el apoyo de talento emergente y difusión de la marca "Comunidad de Madrid"

La presencia de la Comunidad de Madrid, como contraprestación al patrocinio de Mad Cool Festival 2023, supone una gran proyección promocional de la Comunidad de Madrid, y la posibilidad de llegar a un público objetivo "cautivo" y numeroso.

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 2023, 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 2023. (Ley 4/2021 de 23 de diciembre por la que se aprueba los Presupuestos Generales de la Comunidad de Madrid para 2022, prorrogados para el ejercicio 2023 en virtud del Decreto 137/2022, de 28 de diciembre).

Madrid, a fecha de firma

EL DIRECTOR GENERAL DE TURISMO

Fdo.: Luis Martin Izquierdo