

## **INFORME DE NECESIDAD Y EXPLICATIVO DEL IMPACTO ECONÓMICO DEL CONTRATO PRIVADO PARA EL PATROCINIO PUBLICITARIO DE MADRID HORSE WEEK 2023**

La Constitución Española de 1978 señala en su artículo 43.3 que los poderes públicos fomentarán la educación sanitaria, la educación física y el deporte. Asimismo facilitarán la adecuada utilización del ocio.

El Estatuto de Autonomía de la Comunidad de Madrid recoge, en su artículo 26.1.22 la competencia exclusiva en materia de deporte.

La Ley 15/1984, de 28 de diciembre, del Deporte de la Comunidad de Madrid, en su artículo 2 h) señala que la política deportiva de la Comunidad de Madrid, se inspirará entre otros, en el principio de difusión de las actividades físicas y del deporte en todos los sectores de la población.... Y en su letra j) señala como principio la colaboración responsable entre las diversas Administraciones Públicas y entre éstas y la organización deportiva privada.

Así, de conformidad con el artículo 1 del Decreto 229/2021, de 13 de octubre, del Consejo de Gobierno, por el que se establece la estructura orgánica de la Consejería de Cultura, Turismo y Deporte, a su titular le corresponde, como órgano superior de la Comunidad de Madrid, el desarrollo, coordinación y control de ejecución de las políticas públicas del Gobierno en materia de Cultura, Turismo y Deporte.

Asimismo de acuerdo con lo previsto en el artículo 13 del citado Decreto 229/2021, de 13 de octubre, del Consejo de Gobierno, por el que se establece la estructura orgánica de la Consejería de Cultura, Turismo y Deporte, corresponde a la Dirección General de Deportes, entre otras, "la colaboración en la organización, promoción y difusión en el territorio de la Comunidad de Madrid de eventos deportivos, o la organización o coorganización, si procede, y en su caso, patrocinio, sin perjuicio de las competencias que correspondan a otros entes, entidades u organismos", así como "el impulso, organización, en su caso, y colaboración con entidades públicas o privadas en el desarrollo de la competición deportiva en general entre los distintos colectivos de la población".

En los Presupuestos Generales de la Comunidad de Madrid, Programa 336A, existe dotación económica en el subconcepto 28001 (Promoción económica, cultural y educativa) con el fin de colaborar y promocionar todos aquellos acontecimientos deportivos que posibiliten una mayor difusión y práctica de la actividad deportiva, el desarrollo de campeonatos deportivos en diferentes modalidades, ámbitos de población y de carácter autonómico, nacional e internacional, que coadyuven a su vez a la dinamización económica de la región.

En ejercicio de dichas atribuciones, la Consejería de Cultura, Turismo y Deporte considera de interés público su participación en Madrid Horse Week, evento hípico multidisciplinar cuya décimo primera edición convertirá de nuevo a la capital en la ciudad hípica por excelencia con una programación repleta de novedades.

El evento albergará, nuevamente, la Copa del Mundo de Salto de Obstáculos (Longines FEI Jumping World Cup) que es la competición hípica indoor más importante del mundo y desde su inicio ha sido el centro de atención para las grandes estrellas de la hípica mundial, desde Hugo Simon a John Whitaker, pasando por Rodrigo Pessoa y Ludger Berbaum.

Asimismo, Madrid Horse Week albergará la Copa del Mundo de Doma Clásica (FEI Dressage World Cup), disciplina ecuestre muy cercana a la gimnasia rítmica, que por su espectacularidad y plasticidad atrae a un gran número de aficionados no sólo del ámbito de la hípica.

El programa deportivo se completa con la Copa Maestros de la Vaquera, un Concurso de Saltos Internacional 1\*, y un amplio programa de exhibiciones de horseball, doma natural y volteo. En total, está prevista la participación de 170 jinetes y amazonas y 300 caballos procedentes de 20 países.

En el Salón del Caballo, la programación continua de espectáculos y exhibiciones vuelve cargada de múltiples actividades lúdicas y didácticas, así como diversas actividades dirigidas al público infantil.

En definitiva, Madrid Horse Week es el mayor evento hípico que se celebra en España. Un evento transversal y multidisciplinar donde tienen lugar competiciones de diferentes disciplinas ecuestres, así como todo tipo de espectáculos y exhibiciones.

Además, cuenta con toda una zona dedicada al ocio donde se pueden realizar compras, disfrutar de una gran oferta gastronómica, con una zona VIP de más de 2.760 m<sup>2</sup>, montar en pony o incluso asistir en vivo a los entrenamientos de los mejores jinetes del mundo.

Mediante el patrocinio de este evento se persigue atraer a la Comunidad de Madrid la celebración de pruebas de relevancia nacional e internacional, que sirva de estímulo a cuántos se acercan al mundo de la hípica, y para adentrarse en el campo de la competición, en las disciplinas de salto y doma clásica, que es de gran interés promover en nuestra región, que cuenta ya con 74 clubes de hípica de los 810 que existen en nuestro país. Asimismo, de las 72.987 licencias federativas nacionales, 15.113 pertenecen a deportistas madrileños, de las cuales 11.341 son femeninas.

La Fundación MHW, de acuerdo con lo previsto en sus Estatutos fundacionales, es una organización sin fin de lucro que tiene como fin "contribuir a la difusión y desarrollo del deporte de la hípica y del mundo ecuestre en sus más variadas vertientes deportivas, artísticas, científicas y culturales". Asimismo, entre sus actividades se encuentra "organizar o colaborar en encuentros y jornadas para la difusión y promoción de la hípica y del deporte ecuestre", así como "programar, promover, colaborar, coordinar u organizar toda clase de actividades y eventos, locales, nacionales e internacionales, como, entre otros, el evento ecuestre internacional MADRID HORSE WEEK". Además, se establece en el artículo 4 de sus estatutos que "la Fundación desarrollará sus fines fundacionales bien directamente, bien colaborando o participando con otras entidades, organismos e instituciones, entre otras, a través de su participación en el órgano administrativo que se encargará de la ejecución del programa del acontecimiento de excepcional interés público MADRID HORSE WEEK, en la forma prevista en el artículo 27.3 de la Ley 49/2002, de 23 de diciembre, de las entidades sin fines lucrativos y de los incentivos fiscales al mecenazgo".

Hay que señalar que Madrid Horse Week es un evento hípico multidisciplinar que alberga, además de la Feria del Caballo, una serie de competiciones y exhibiciones, algunas de ellas, como la Copa del Mundo de Salto de Obstáculos o la Copa del Mundo de Doma, incluidas en los calendarios oficiales de la Federación Ecuestre Internacional y de la Real Federación Hípica Española.

Así, tal y como consta en el certificado emitido con fecha 27 de febrero de 2023 por el Secretario General de la Real Federación Hípica Española, que se adjunta a esta memoria, la Fundación MHW es la entidad concesionaria de la organización en exclusiva de las escalas de las Copas del Mundo de las disciplinas hípicas de Salto de Obstáculos y Doma Clásica previstas para su celebración los días 24 a 26 de noviembre de 2023.

La participación de la Consejería de Cultura, Turismo y Deporte en este evento se pretende canalizar a través del patrocinio publicitario, teniendo como entidad patrocinada la Fundación MHW, como entidad titular y organizadora en exclusiva del evento, de acuerdo con lo establecido en la Ley 9/2017 de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público, por la que se transponen al ordenamiento jurídico español de las Directivas del Parlamento Europeo y del Consejo 2014/23/UE y 2014/24/UE, de 26 de febrero de 2014, y tal y como indican los últimos informes del Servicio Jurídico en este y otros contratos de patrocinio.

Por lo que se refiere al contenido concreto del patrocinio, las contraprestaciones a satisfacer por la patrocinada a favor de la Comunidad de Madrid, que se concretan en el Pliego de Prescripciones Técnicas, se resumen en que la adjudicataria deberá garantizar que la Comunidad de Madrid tenga presencia publicitaria en el evento y que ésta se encuentre en todo momento visible y en el lugar estipulado.

Las contraprestaciones concretas son las siguientes:

- Naming de una prueba del programa deportivo.
- Cesión de la imagen corporativa de MHW.
- Presencia del logotipo, como patrocinador oficial, en la campaña de comunicación: en el cartel oficial y en las diferentes piezas que se desarrollen para cumplir el plan de comunicación y promoción del evento.
- Presencia en campaña de comunicación exterior.
  - Mobiliario urbano: circuitos de MUPYS y banderolas.
  - Soportes exteriores: Exterior Plus.
- Presencia en campaña en medios de comunicación:
  - MARCA: periódico, radio y web.
  - HOLA: revista y web.
  - RTVE: canal Teledeporte
  - Movistar +: canal Horse TV.
  - ClipMyHorse.tv: streaming del evento.
  - Medios hípicos: Ecuestre, Ocio Caballo, Hoselife...

· Además, la Federación Ecuestre Internacional promociona la Copa del Mundo a través de medios propios (web, RRSS, programas distribuidos...) y ajenos (webs, revistas, TVs).

- Una página en la revista oficial MHW (5.000 ejemplares).
- Informe ROI específico de la Comunidad de Madrid sobre el evento.
- Presencia en Pista Central:

1. Publicidad estática (led boarding): mínimo del 10% de exposición en la secuencia preferente de todas las pruebas televisadas de MHW 2023. Además, la Comunidad de Madrid tendrá un mínimo del 50% en la secuencia principal del Trofeo Comunidad de Madrid.

El reparto y el protocolo de asignación de secuencias, cada 10 caballos, es el siguiente:

- 4 caballos la secuencia principal.
- 3 caballos la secuencia preferente.
- 2 caballos la secuencia de patrocinadores.
- 1 caballo la secuencia de colaboradores.

2. Obstáculo publicitario en la pista principal durante la disputa del Gran Premio Copa del Mundo y también en Trofeo Comunidad de Madrid.

3. Spot publicitario en pantallas gigantes (duración máxima 40") en el looping diario de spots promocionales. El spot será emitido, como mínimo, 6 veces por día.

- Derechos de hospitalidad:

1. 100 entradas diarias (viernes, sábado y domingo) al Salón del Caballo.
2. 10 entradas diarias (viernes, sábado y domingo) a Pista Principal.
3. Mesa VIP para 6 invitados por sesión (3 sesiones por día).

- Marketing digital:

- Presencia en web oficial del evento, con enlace a la página web de la Comunidad de Madrid.
- Presencia en RRSS del evento.

Respecto a la valoración económica de la aportación para este tipo de elementos publicitarios y cesión de espacios en el caso del evento cuyo patrocinio nos ocupa, dada la enorme participación, la trascendencia, la repercusión mediática, la voluntad creciente de las diversas entidades en participar o colaborar de diferentes maneras, dado el prestigio y la buena imagen del evento, el precio "de mercado" para participar en dicho evento deportivo por la Comunidad de Madrid como patrocinadora de éste, y el precio por ocupar espacios publicitarios con visibilidad, se cifra, a día de hoy en 121.000 euros. Este coste está en función del valor de mercado que en cada momento tiene el evento que se patrocina.

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 deportiva, se compromete a colaborar en la publicidad del patrocinador.

El impacto económico y mediático de un evento como Madrid Horse Week es enorme y se puede resumir en los siguientes datos, tomados de la última edición, celebrada en 2022:

La valoración económica del impacto en medios de comunicación del evento se cuantifica en 9.154.414 euros, siendo la televisión el medio líder, con una valoración de 6.190.582 euros (de los cuales, 1.804.451 euros corresponden a televisiones internacionales), seguido de los medios digitales (2.102.419 euros), prensa (443.882 euros) y radio (417.531 euros).

Las informaciones/apariciones en medios alcanzaron las 675 (74 en televisión, 68 en prensa, 529 en medios digitales y 4 en radio), con un tiempo de presencia de aproximadamente 143 horas y media y 299.244.668 impactos de audiencia total, de los cuales, casi 272 millones corresponden a lectores de internet.

Así, las retransmisiones on line del evento alcanzaron más de 37.340 visualizaciones en web, con más de 13.000 usuarios y más de 67.110 visualizaciones en la app, siendo Francia el país con más visualizaciones, seguido de Alemania y España.

La valoración global de la experiencia de asistir al evento es de 8,76 puntos sobre 10, según la encuesta realizada a los asistentes de la última edición.

Por todos estos motivos, dado el enorme interés deportivo y mediático del evento, la Comunidad de Madrid propone la suscripción de un contrato de patrocinio de este evento, estando previsto un precio de licitación de 121.000 euros, IVA incluido, que será posteriormente objeto de negociación hasta alcanzar la cifra definitiva que se imputará al subconcepto 28001, del programa 336A del presupuesto de gastos de la Comunidad de Madrid para el ejercicio 2023.

**EL DIRECTOR GENERAL DE DEPORTES**

Firmado digitalmente por: BENZO SAINZ FERNANDO  
Fecha: 2023.03.08 13:56

Fdo: Fernando Benzo Sainz