

MEMORIA JUSTIFICATIVA DE LA NECESIDAD DEL CONTRATO DE PATROCINIO PUBLICITARIO DEL EVENTO “MADRID DESIGN PRO 24”.

La Comunidad de Madrid, a través de la Consejería de Economía, Hacienda y Empleo, de conformidad con la Ley Orgánica 3/1983, de 25 de febrero, por la que se aprueba su Estatuto de Autonomía, tiene atribuidas competencias exclusivas, entre otras materias, en el fomento del desarrollo económico dentro de los objetivos de la política económica nacional, de acuerdo con las bases y la ordenación de la actividad económica general y la política monetaria del Estado, en materia de ordenación y planificación de la actividad económica regional.

La Dirección General de Promoción Económica e Industrial, en virtud de lo establecido en el Decreto 230/2023, de 6 de septiembre, del Consejo de Gobierno, por el que se establece la estructura orgánica de la Consejería de Economía, Hacienda y Empleo, tiene atribuidas competencias en materia de promoción económica e industrial y, en este ámbito, en el impulso de acciones promocionales dirigidas a incentivar la actividad industrial en el ámbito de la Comunidad de Madrid.

Dentro de este marco de actuación, la Comunidad de Madrid, a través de la Consejería de Economía, Hacienda y Empleo desea apoyar el evento MadridDesignPRO 24 en el marco de Madrid Design Festival 24. Este festival, que celebrará su séptima edición en 2024, ha conseguido convertir a Madrid en capital del diseño y situarla en un lugar privilegiado en el contexto internacional.

Madrid Design Festival es un certamen internacional que abarca todas las disciplinas del diseño, desde la arquitectura al diseño gráfico, pasando por la comunicación o el interiorismo, hibridando todas ellas en un formato contemporáneo e innovador. Propone un programa transversal que permite apostar por los jóvenes profesionales sin olvidar a diseñadores de referencia. El festival actúa así como agente transformador del entorno urbano, alternando diferentes propuestas que cuentan con el apoyo de múltiples entidades públicas y privadas.

La séptima edición de este festival se celebrará en Madrid durante los meses de febrero y marzo de 2024 y contará con dos sedes principales:

- Institución Libre de Enseñanza (ILE).
- Fernán Gómez – Centro Cultural de la Villa.

Además, está previsto contar con otros espacios como sedes invitadas en los que desarrollar las distintas actividades que acogerá el certamen, por ejemplo: museos estatales (Museo Nacional de Artes Decorativas, Museo Cerralbo, Museo del Romanticismo y MAN), DIMAD, CentroCentro, CaixaForum Madrid, Museo ICO, Centro de Arte de Alcobendas, Círculo de Bellas Artes y Cosentino City Madrid.

Madrid Design Festival 24 acogerá exposiciones, recorridos de museos, jornadas profesionales, conferencias, talleres, etc.

En el desarrollo del evento, destaca especialmente con su propuesta Fiesta Design, plataforma que da voz a los principales actores del diseño en España, invitándoles a formar parte del festival desarrollando diversas propuestas con instalaciones en el espacio de la ILE.

Asimismo, y en los diferentes espacios físicos de las marcas, el Festival OFF mostrará galerías, tiendas, estudios de arquitectura e interiorismo, restaurantes o locales “pop-up”, que acogerán una programación especial y exclusiva durante todo el período que dure el festival.

En el desarrollo de Madrid Design Festival destaca cada año, como parte de su programación, las jornadas profesionales MadridDesignPRO, que reunirán a grandes figuras del diseño nacional e internacional que participarán en conferencias, talleres, clases magistrales y muestras especiales. Estas jornadas tendrán lugar los días 14 al 17 de febrero de 2024.

Estas jornadas profesionales persiguen hacer del diseño, la tecnología y la innovación un elemento clave de la competitividad y el bienestar de los ciudadanos, activando el ecosistema de diseño estratégico español y consiguiendo retener el talento joven en la región.

Se pretende así, destacar la importancia de introducir el diseño en las empresas industriales como herramienta de transformación y contemplar de forma integrada marca, producto, comercialización y comunicación.

La Consejería de Economía, Hacienda y Empleo quiere canalizar su participación en este certamen mediante un contrato privado de patrocinio. De este modo, la Comunidad de Madrid tendrá una presencia destacada en el evento, que proporcionará un escaparate para presentar, dar visibilidad y proyección a las iniciativas que se están poniendo en marcha en nuestra región.

El impacto publicitario que la Comunidad de Madrid pretende obtener mediante este contrato se mide por las prestaciones especificadas en el pliego de prescripciones técnicas que rige el mismo.

Por una parte, existe una publicidad directa en el propio acto patrocinado, ya que se establece que el logotipo de la Comunidad de Madrid ha de figurar en los soportes publicitarios y promocionales, así como en la documentación que se entrega a los asistentes.

En este sentido, la edición anterior, celebrada durante los meses de febrero y marzo de 2023, supuso un éxito tanto de participación como de impacto publicitario, con la asistencia de 605 profesionales, 318 actividades realizadas, 79 instituciones y marcas, 52 espacios OFF y 28 exposiciones e instalaciones.

Por otra parte, el retorno publicitario del presente contrato se obtiene, además mediante la publicidad en medios externos e internos.

Entre los externos, el presente contrato estipula la aparición de noticias del evento en medios de alcance tanto internacional como nacional, autonómico y local, que han de incluir el logotipo de la Comunidad de Madrid o alusión a la misma como patrocinadora del evento, con un elevado número de potenciales oyentes o espectadores.

En concreto, las últimas cifras disponibles se refieren al festival de este mismo año, en el que hubo acreditados más de 2.500 medios nacionales generalistas y especializados en diseño y más de 950 de prensa internacional especializada.

La Fábrica Gestión Más Cultura, S.L., empresa organizadora del evento, cuenta también con medios de comunicación internos que han de ser tenidos en cuenta para valorar el retorno publicitario. Sus bases de datos específicas suman más de 1.900 profesionales del sector y la agenda de La Fábrica cuenta con unos 260.000 suscriptores. Todos ellos recibirán comunicaciones o newsletters del evento a patrocinar en las que se incluye, al igual que en ediciones anteriores, información acerca del patrocinio de la Comunidad de Madrid y del proyecto de ésta para la industria regional.

Asimismo, el logo y condición de patrocinador de la Comunidad de Madrid aparecerá en los contenidos que La Fábrica Gestión Más Cultura, S.L. comparte en sus redes sociales, incrementando así el alcance de la publicidad y la estimación del retorno publicitario. Se prevé que en la edición del festival en 2024 se superen las últimas cifras disponibles en este apartado:

Redes Sociales La Fábrica 2023					
Facebook	34.900 seguidores				
Instagram	62.100 seguidores				
Twitter	38.200 seguidores				
LinkedIn	11.600 seguidores				
Impresiones	2.500.449	Alcance	2.156.334	Interacciones	99.015

Redes Sociales Madrid Design Festival 2023					
Facebook	5.800 seguidores				
Instagram	35.100 seguidores				
Twitter	2.800 seguidores				
LinkedIn	5.400 seguidores				
Impresiones	1.378.411	Alcance	1.196.766	Interacciones	37.520

Por último, en relación al retorno publicitario, también ha de tenerse en cuenta la inclusión del logotipo de la Comunidad de Madrid en la página web del festival. Según Kantar Media, consultora especializada en medición de audiencias, el tráfico del festival Madrid Design Festival 2023 generó los siguientes datos entre diciembre de 2022 y marzo de 2023:

Tráfico en la web (Madrid Design Festival 23)	
Usuarios	83.894
Sesiones	118.177
Promedio de tiempo en la página	00:01:39
Número de visitas de la página	286.567

Cabe mencionar que este evento cuenta, al igual que en ediciones anteriores, con numerosas empresas y entidades colaboradoras, públicas y privadas como son: Amazon, Mini, Cosentino, Mazda, Finsa, Ayuntamiento de Madrid, ICEX, TURESPAÑA, etc.

Por todo lo expuesto y teniendo en cuenta que al impacto publicitario habría que sumar el valor añadido que este tipo de eventos supone para la región donde se llevan a cabo, se estima que el retorno publicitario será superior al coste del presente contrato.

Por ello, la Comunidad de Madrid, a través de la Consejería de Economía, Hacienda y Empleo, propone la suscripción de un contrato privado de patrocinio del evento MadridDesignPRO 24 desarrollado en el marco del Madrid Design Festival 24 por un importe de licitación de SETENTA Y DOS MIL SEISCIENTOS EUROS (72.600 euros), IVA incluido, que será posteriormente objeto de negociación hasta alcanzar la cifra definitiva, a imputar al subconcepto 28001 del programa 463A "Competitividad" del presupuesto de gastos de la Comunidad de Madrid para el ejercicio 2024.

EL DIRECTOR GENERAL DE PROMOCIÓN ECONÓMICA E INDUSTRIAL

Firmado digitalmente por: GROSS IRIBAS JOSE LUIS
Fecha: 2023.10.02 18:58