



INFORME DE NECESIDAD DEL CONTRATO PRIVADO PARA EL PATROCINIO DEL EVENTO “MAD COOL FESTIVAL 2024”.

Exp. P/SER- 010938/2024.

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 y Hostelería por el Decreto 264/2023, de 5 de diciembre, 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.

En la Estrategia de Turismo 2023-2026 se establece entre sus objetivos la mejora del posicionamiento y notoriedad del destino, así como favorecer el atractivo y competitividad del sector. Entre las líneas de trabajo previstas se encuentra el apoyo a la celebración de eventos de impacto turístico y del ámbito cultural que contribuyan a reducir la estacionalidad de la demanda por su celebración en periodos de menor actividad turística, así como la realización de actuaciones de comarketing en aquellos eventos de elevado potencial de atracción de un turismo de valor.

En ejercicio de dichas atribuciones, la Consejería de Cultura, Turismo y Deporte consideran de interés público su participación en la celebración del evento denominado “Mad Cool Festival 2024”.

Mad Cool Festival ha celebrado ya un total de 6 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). En estas 6 ediciones el Festival ha recibido más de 1.180.000 asistentes. En su última edición la celebración del Festival generó un impacto económico en la región de 46 millones de euros y los asistentes (más de 200.000 personas y de ellas el 36% eran visitantes internacionales) generaron una actividad económica extra en los diferentes subsectores de 24 millones de euros. En cuanto a impacto publicitario se realizaron 6.049 publicaciones en medios, con un alcance de 5,6 millones de usuarios.

En la edición de 2024 que se celebrará del 10 al 13 de julio, se prevé un aforo estimado de 65.000 personas por día de ellas un 36% de carácter internacional y un 26% de otros destinos nacionales fuera de la Comunidad de Madrid, con un perfil de edad del 78% entre los 25 y los 44 años.

El festival MAD COOL celebrado el año pasado tuvo la siguiente repercusión en medios: se acreditaron 347 periodistas de 215 medios nacionales y 62 periodistas de 42 medios internacionales que se hicieron eco del festival y su celebración en la región. Todas estas apariciones supusieron una valoración de retorno publicitario de 12.268.682,96 euros.

Las redes sociales del Festival cuentan con 395,2 K de followers (160 K en Facebook, 185 K en instagram y 50,2 K en X). Su página web cuenta con 5,58 millones de visitas anuales y 1,5 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, convirtiéndose 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 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 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 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 (Partner institucional con derecho a uso de nombre e imagen de Mad Cool)
- Presencia de la marca Comunidad de Madrid en cartel, newsletter generales del Festival, soporte pulseras y pulseras, welcome pack VIP/CLUB.
- 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 en Mad Tales para el pack VIP, The Club y prensa
- Naming del escenario.

- 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 128 pases de un video promocional turístico cada uno de los 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 (pack especial)
- Espacio de información turística dentro del recinto Mad Cool (Punto Info).
- Hospitality consistente en 100 entradas generales por cada día, 20 entradas VIP por día y 10 entradas The Club por día.

La presencia de la Comunidad de Madrid, como contraprestación al patrocinio de Mad Cool Festival 2024, 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 2024, 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 2024. (Ley 15/2023 de 27 de diciembre por la que se aprueba los Presupuestos Generales de la Comunidad de Madrid para 2024).

En Madrid, a fecha de la firma
EL DIRECTOR GENERAL DE TURISMO Y HOSTELERÍA

Firmado digitalmente por: MARTÍN IZQUIERDO LUIS FERNANDO
Fecha: 2024.03.14 14:01

Fdo. Luis Fernando Martín Izquierdo