



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

Dirección General de Turismo y Hostelería
CONSEJERÍA DE CULTURA, TURISMO Y DEPORTE

INFORME DE NECESIDAD DEL CONTRATO PRIVADO PARA EL PATROCINIO DEL EVENTO "KALORAMA MADRID".

Exp P/SER- -021396/2024

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 "Kalorama Madrid".

Middleground organizó en 2023 el Festival Cala Mijas (Málaga) al que acudieron más de 110.000 personas, con casi un tercio de público internacional. Un evento que generó un impacto económico de 20 millones de euros en la región y que tuvo una facturación de 5.8 millones de euros.

Se espera una asistencia de 33.000 asistentes diarios durante los tres días que dura el festival. El cartel estará compuesto entre 30 a 40 artistas, de los que el 80% será de procedencia internacionales. El Festival se celebrará del 29 al 31 de agosto de 2024 en IFEMA.

Además, se prevé que sólo el 35 % del público asistente proceda de la Comunidad de Madrid, y que el 40% de otros destinos nacionales fuera de nuestra región y un 25% de carácter internacional, con una previsión de gasto total de todos los asistentes de más de 32 millones de euros, con un perfil de edad de casi el 75% entre los 25 y los 44 años.

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.

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.

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

ESPACIO WEB Y RRSS 82.644,63 € (más IVA)

- Marca Institucional en web del festival 8.264,46 € (más IVA)
- Sección partners: epígrafe a Comunidad de Madrid con enlace a su web 8.264,46 € (más IVA)
- Facebook festival: Video Promocional 28.925,62 € (más IVA)
- Instagram Stories Festival: Video Promocional 37.190,08 € (más IVA)

CARTELERÍA Y COMUNICACIÓN 24.793,39 € (más IVA)

- Logo en Cartel Oficial 4.132,23 € (más IVA)
- Presencia de logo en todas las piezas de comunicación del festival y en nota de prensa 20.661,16 € (más IVA)

PRESENCIA EN RECINTO Y MEDIOS FÍSICOS 57.851,24 € (más IVA)

- Spot en pantallas del festival 33.057,85 € (más IVA)
- Derecho a soportes publicitarios 24.793,39 € (más IVA)

La patrocinada entregará a la Comunidad de Madrid 20 abonos VIP y 40 abonos normales sin coste económico.

La presencia de la Comunidad de Madrid, como contraprestación al patrocinio de Kalorama Madrid, 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 200.000 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).

Madrid, a fecha de firma

LA DIRECTORA GENERAL DE TURISMO Y HOSTELERÍA

Firmado digitalmente por: MARTÍNEZ CERRO LAURA
Fecha: 2024.05.27 09:53

Fdo.: Laura Martínez Cerro