



## **INFORME DE NECESIDAD DEL CONTRATO PRIVADO PARA EL PATROCINIO POR LA COMUNIDAD DE MADRID DE LA NATIONAL FOOTBALL LEAGUE (NFL) QUE SE CELEBRARA EN MADRID EN 2025**

### **Exp. P/SER- 041587/2024**

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 deportivo 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 febrero de 2024 Madrid fue incluido en la Serie Internacional de la NFL, esto significa que podrá acoger un partido de la liga regular en 2025. La NFL solo permite actualmente que 4 destinos internacionales puedan acoger partidos.

La estrategia de promoción turística de la Comunidad de Madrid contempla acciones promocionales en colaboración con marcas con una alta penetración en mercados prioritarios, como es el caso del mercado norteamericano, primer mercado turístico para la Comunidad de Madrid, tanto por volumen de llegadas como por gasto turístico. En los ocho primeros meses de 2024, según datos del INE más de 706.000 turistas norteamericanos visitaron la región, con una cifra de gasto de 1 783 millones de euros un 32,8% más que el mismo periodo del año anterior y con el mayor gasto medio por turista que se sitúa en 2.485 euros

La Consejería de Cultura, Turismo y Deporte consideran de interés público su participación en la celebración del partido de la National Football League (NFL) que se celebrara en Madrid en 2025, lo que supone adherirse a una marca tan arraigada en la cultura americana como la NFL, porque esta representa el 75% del consumo total de todas las ligas deportivas en EEUU, con una audiencia en 2022 de 16.5 millones de espectadores, y 116 millones de espectadores en redes sociales.

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 permitan poner en valor a la Comunidad de Madrid como un destino turístico con una oferta cultural, patrimonial, deportiva y de ocio de primer nivel, en un mercado emisor turístico preferente y con gran capacidad de gasto, y otros mercados turísticos con seguidores del fútbol y al que en muchos casos no se tiene acceso a esa escala con otras acciones promocionales

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

✓ **Presencia de marca**

Asociación de propiedad intelectual con la NFL
Exclusividad sectorial (en España) – Compartida con la Ciudad de Madrid
Derecho inclusión del nombre <i>Madrid</i> insertado en el “escudo NFL” que actúa como logotipo durante el evento y la retransmisión del partido
Presencia del nombre <i>Madrid</i> insertado en el “escudo NFL” en gráficas y comunicaciones de la NFL online y offline que anuncien el partido, en los gráficos durante la retransmisión internacional del partido y en todos los materiales que contemple el plan de marketing destinado al evento.
Distribución de la presencia del nombre <i>Madrid</i> insertado en el “escudo NFL” en la guía de estilo que se distribuye a Clubs, Medios de Comunicación, televisiones y colaboradores comerciales
Inclusión de un enlace a la página web de turismo de la Comunidad de Madrid en la sección de patrocinadores de la página web oficial de la NFL
Presencia del logotipo de la Comunidad de Madrid en materiales de comunicación, photocalls, traseras y cualquier herramienta de presencia de marca en la que se publiquen los patrocinadores durante la promoción del partido (Madrid Game) y el día del partido (incluido el estadio)

✓ **Activación digital**

Publicación de un vídeo en la página oficial de YouTube de la NFL (+13 millones de suscriptores) dedicado al Madrid Game donde se recogerán, al menos, cinco imágenes de lugares icónicos turísticos de la Comunidad de Madrid, a definir con la DG de Turismo.
Publicación de 4 posts/reels en la cuenta oficial de Instagram de la NFL (+30 millones de seguidores) anunciando el partido de temporada regular en Madrid. Cada una de las publicaciones captará al menos una imagen de recursos turísticos de la Comunidad de Madrid, dichos recursos se definirán con la DG de Turismo.

✓ **Activación durante la retransmisión televisiva del Madrid Game**

El broadcaster producirá contenido recogiendo imágenes de, al menos, 2 lugares turísticos emblemáticos de la Comunidad de Madrid. Los contenidos se emitirán durante la cobertura en directo del evento
---

✓ **Activación en recinto (Semana de Partido)**

Vídeo promocional (duración mínima de 30 segundos) turístico de la Comunidad de Madrid que se exhibirá en el videomarcador 360° del Santiago Bernabéu
---

Acción especial con medios internacionales (*Welcome Kit* con información turística y merchandising de turismo de la Comunidad de Madrid)

Espacio de información turística dentro del recinto (estadio)

✓ **Acciones especiales**

Acto de presentación del partido en Madrid con participación de un representante de la NFL y representación institucional de la Comunidad de Madrid a modo de bienvenida del Gobierno de la Comunidad de Madrid a la NFL.

*Fam trip* a un destino turístico de la Comunidad de Madrid que combine cultura y gastronomía para hasta 10 invitados prescriptores del destino.

✓ **Hospitality**

10x entradas de *Hospitality* para el partido de la NFL en Madrid en 2025  
40x entradas de admisión general para el partido de la NFL en Madrid en 2025

Por todos estos motivos, dado el enorme interés mediático y turístico del evento, se propone la suscripción de un contrato de patrocinio de este evento correspondiente, estando previsto un precio de licitación de 1.500.000 euros 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 y 2025 con el siguiente desglose

2024 -0,00 €

2025- 1.500.000 €

Madrid, a fecha de firma

LA DIRECTORA GENERAL DE TURISMO Y HOSTELERÍA

Firmado digitalmente por: LAURA MARTÍNEZ CERRO - \*\*\*8501\*\*  
Fecha: 2024.10.29 16:22

Fdo.: Laura Martinez Cerro