



## **INFORME DE NECESIDAD DEL CONTRATO PRIVADO PARA EL PATROCINIO DEL EVENTO “MAD COOL FESTIVAL 2026”.**

**Exp. P/SER-009330/2026**

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 2026”.

Mad Cool Festival ha celebrado ya un total de 8 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 8 ediciones el Festival ha recibido más 900 artistas y más de 1.500.000 asistentes. En su última edición en 2025 la celebración del Festival generó un impacto económico en la región superior a los 36 millones de euros y generación de 4.832 empleos (1.300 de forma directa y 3.000 de forma indirecta). Los asistentes al festival (162.000 personas y de ellas el 25% eran visitantes internacionales) gastaron 12,6 millones de euros en la Comunidad de Madrid. En cuanto a impacto publicitario durante el festival se realizaron más de 2235 publicaciones en medios (prensa, medios digitales, radio y televisión) con un alcance de 707.658.538 usuarios, lo que supone un retorno publicitario de más de 11 millones de euros.

En la edición de 2026, que se celebrará del 8 al 11 de julio, se prevé un aforo estimado de 240.000 personas (60.000 por día) de ellas un 25% de carácter internacional y un 27% de otros destinos nacionales fuera de la Comunidad de Madrid, con un perfil de edad del 60% entre los 25 y los 44 años.

El festival MAD COOL celebrado el año pasado tuvo la siguiente repercusión en medios: se acreditaron 380 periodistas de 240 medios nacionales y 75 periodistas de 45 medios internacionales que se hicieron eco del festival y su celebración en la región. Todas estas apariciones supusieron una valoración de retorno publicitario de más de 28 millones de euros.

Las redes sociales del Festival cuentan con 485 K de followers (164 K en Facebook, 272 K en Instagram y 49 K en X). Su página web cuenta con 7,4 millones de visitas anuales y 2,7 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 celebra de nuevo Madrid, en recinto Iberdrola Music en el Distrito de Villaverde, convirtiéndonos 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 objetivo de que tanto quienes asistan al festival, como quienes no lo hagan, descubran la Comunidad de Madrid como destino turístico, y que, al mismo tiempo, los visitantes conozcan todas las alternativas que el destino ofrece más allá de Madrid capital.

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)
- 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 82 entradas generales por cada día, 20 entradas VIP por día y 18 entradas The Club por día.

La presencia de la Comunidad de Madrid, como contraprestación al patrocinio de Mad Cool Festival 2026, 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 2026, 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 2026. (Ley 6/2025 de 23 de diciembre por la que se aprueba los Presupuestos Generales de la Comunidad de Madrid para 2026).

Madrid, a fecha de firma  
LA DIRECTORA GENERAL DE TURISMO Y HOSTELERÍA

Firmado digitalmente por: MARTÍNEZ CERRO LAURA  
Fecha: 2026.03.03 17:00

Fdo.: Laura Martínez Cerro