



## CONTRATO PRIVADO DE PATROCINIO CON MOTIVO DE LA CELEBRACION DEL MACRO FESTIVAL “TOLEDO BEAT FESTIVAL 2023”

### INFORME DE REPERCUSION ECONOMICA

La empresa “Santa Teresa 4 SL” propone organizar en la ciudad de Toledo durante el primer fin de semana del próximo mes de junio, un Festival de música pop e indie con la presencia de artistas y grupos muy relevantes dentro del panorama musical, que han denominado “TOLEDO BEAT FESTIVAL 2023”

La propuesta se enmarca en el formato de los grandes festivales que se han venido celebrando durante los últimos años en distintas ciudades a lo largo del país y cuya característica principal es aglutinar una amplia oferta musical con múltiples conciertos en vivo y en directo, en un tiempo y lugar determinados y varios días de duración a un precio por entrada muy asequible frente a las propuestas de actuaciones individuales de duración mucho más reducida. Por ello, este tipo de eventos tiene gran capacidad de atracción de público con un importante impacto económico en las ciudades donde se han celebrado.

En Toledo, hasta ahora, no ha habido ningún Festival de esta naturaleza. Por ello desde la Concejalía de Juventud se considera una oportunidad muy interesante de proyección de la Ciudad al público joven, a nivel nacional e incluso internacional, por la gran difusión mediática a través de medios de comunicación y redes sociales.

Por otro lado, la organización y el desarrollo de estos festivales tiene gran repercusión en diferentes sectores de la economía local, relacionados con el alojamiento, como hoteles y viviendas turísticas, la restauración, comercio y servicios diversos, además de la creación de puestos de trabajo, fundamentalmente dirigidos a técnicos y técnicas de montaje, camareros y camareras, montadores, personal de seguridad, azafatas, producción, etc., así como el impacto indirecto en sectores diversos que se beneficiarán del desarrollo del festival, como proveedores, empresas de transporte, taxistas, etc.

También es de destacar la fecha prevista para su celebración, al inicio de la época estival y en el marco de la festividad del Corpus Christi, lo que supone adelantarse a otros eventos de estas características que se concentran en pleno verano además de aprovechar la capacidad de atracción que tiene el Corpus, como Fiesta Grande de la Ciudad.

Por su parte la empresa, ha presentado documentación en la que especifica la difusión publicitaria que va a llevar a cabo del evento en los términos siguientes:

- Difusión en redes sociales, Instagram, Facebook y Tik Tok
- Cuñas publicitarias en diferentes Cadenas y Programas de Radio
- Publicidad en prensa escrita
- Vallas publicitarias en carretera.



A la vista de ello, se solicita al Gabinete de Prensa del Ayuntamiento que realice un estudio económico en el que se justifique el valor que para la Ciudad de Toledo va a suponer la difusión publicitaria que lleve a cabo la organización del Festival.

En respuesta a dicho requerimiento, por parte del Gabinete de Prensa se informa lo siguiente:

*“La celebración de la primera edición del Toledo Beat Festival sitúa a la ciudad de Toledo en el circuito nacional de Festivales de Música Independiente, un sector que en el año 2019 alcanzó una facturación de entre 400 y 600 millones de euros, según diferentes fuentes.*

*El auge de este tipo de eventos confirma su potencial como herramienta de promoción económica y turismo, y contribuyen a potenciar la imagen de la población donde se celebran con las actuaciones de artistas musicales de gran proyección nacional e internacional.*

*En Castilla-La Mancha, el Viña Rock de Villarrobledo ha cumplido su 25 aniversario con un volumen de negocio de 20 millones de euros y 100.000 espectadores, generando 2.000 empleos directos y 3.000 indirectos, según sus organizadores. En este caso, según un estudio de la Universidad de Valladolid de 2018, el 87% del volumen de negocio del Viña Rock permanece en la localidad.*

*El Toledo Beat Festival ha generado ya una gran expectación y respaldo, como lo demuestra la venta del 65% de las entradas fruto de las campañas de publicidad emprendidas en redes sociales y medios de comunicación y la propia comunicación orgánica del evento.*

*Según las estimaciones de los organizadores, se prevén unas 16.000 personas, siendo el 40% procedente de la Comunidad de Madrid, el 30% de la provincia de Toledo y el restante 30% de diversos lugares de España. Estos últimos son los que utilizarán en mayor medida los servicios que presta la ciudad en cuanto a restaurantes, transporte, aparcamientos, hostelería, alojamiento, comercios etc.*

*Aplicando una reducción al gasto medio por visitante que se queda a pernoctar en Toledo, que está por encima de los 100 euros, el impacto directo en la ciudad en la ciudad puede estimarse en un 20% de la facturación final del Festival, prevista en los 3-4 millones de euros.*

*A ello hay que añadir el impacto que la publicidad (orgánica o contratada) va a tener para la proyección de Toledo, pues la presencia de los artistas que forman parte del cartel atraerá también la mirada de los medios nacionales (generalistas y especializados) a la capital de Castilla-La Mancha y a su Fiesta Grande, el Corpus Christi, declarada de Interés Turístico Internacional.”*

En base a ello y teniendo en cuenta la difusión publicitaria y repercusión social, económica, laboral y mediática que este Festival puede tener para la Ciudad de Toledo y la proyección que de Toledo se va a hacer a la ciudadanía y en particular a la población



juvenil, se considera de interés colaborar desde el Ayuntamiento con la entidad promotora mediante la celebración de un contrato privado de patrocinio.

Es todo cuanto hay que informar.