

El Consejo de Gobierno ha aprobado esta inversión para promocionar esta cita musical, que prevé atraer este año a más de 240.000 asistentes

La Comunidad de Madrid invierte 1 millón de euros en la octava edición de *Mad Cool*

- Ha sido reconocido como el festival de música europeo con mejor cartel por la revista *New Musical Express*
- En 2025 generó un impacto económico superior a 36 millones de euros y se crearon 4.832 puestos de trabajo

3 de mayo de 2026.- La Comunidad de Madrid destinará 1.089.000 euros al patrocinio del festival *Mad Cool*, que se celebrará del 8 al 11 de julio en el distrito de Villaverde de la capital. El Consejo de Gobierno ha aprobado esta semana esta inversión, enmarcada en la estrategia del Ejecutivo autonómico para atraer turismo internacional y consolidar la región en el circuito mundial de grandes eventos culturales.

Gracias a esta colaboración, el Gobierno regional contará con una destacada presencia en el recinto mediante un espacio propio de promoción turística o activación digital en *Mad Sound* con videos de apoyo al talento emergente rodados en diferentes localizaciones madrileñas.

La iniciativa incluye, además, una campaña en redes sociales, tanto previa como posterior al festival, orientada a difundir entre el público nacional e internacional los principales atractivos turísticos madrileños.

En esta novena edición en la región, se prevé la asistencia de más de 240.000 personas, de las que un 25% procederá de otros países. El festival reunirá a destacados grupos y artistas, y ha sido reconocido como el evento europeo con mejor cartel por la revista británica *New Musical Express*.

En 2025, generó un impacto económico en la Comunidad de Madrid superior a 36 millones de euros y contribuyó a la creación de 4.832 empleos. Los 162.000 asistentes registrados ese año —un 25% internacionales— realizaron un gasto total de 12,6 millones de euros.

En cuanto al ámbito publicitario, se contabilizaron más de 2.235 publicaciones en medios de comunicación (prensa, medios digitales, radio y televisión) con un alcance de 707 millones de usuarios, lo que supone un retorno en esta área de más de 11 millones de euros. Se acreditaron 380 periodistas de 240 medios nacionales y 75 profesionales de 42 medios extranjeros.