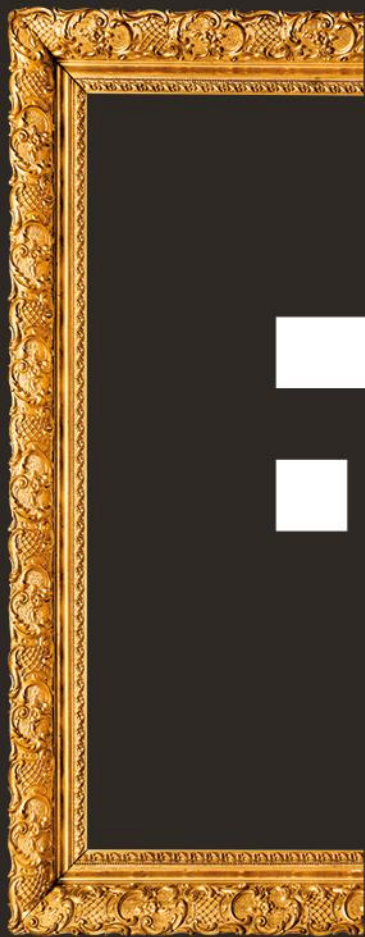




CM Málaga
Cities & Museums
International Trade Fair

21—22 jun
2021

Inspire the future

Dossier de Patrocinio
Cities & Museums Webinar Forum

#cmmalaga21

FYCMA
Palacio de Ferias
y Congresos de Málaga



CM MÁLAGA es una apuesta disruptiva, sostenible e innovadora que pone en común el ámbito de los museos con el de los destinos, el ámbito de la cultura inteligente con los retos que plantea el impacto de las tecnologías en los nuevos entornos urbanos y humanos.



Inspire
the future

#cmmalaga21

Cities & Museums
Webinar Forum

cmmalaga.com

[01] (Re)framing CM Málaga

CONTEXTO

FYCMA (Palacio de Ferias y Congresos de Málaga), con el apoyo de Diario Sur, han fijado la celebración de la primera edición de **CM Málaga, Cities & Museums International Trade Fair** para los días **21 y 22 de junio de 2021**.

Sin embargo, la crisis en la que estamos inmersos ha generado una situación sin precedentes. En este nuevo escenario, es obligado el análisis de las consecuencias y del nuevo mundo que surgirá tras la pandemia.

Con el objetivo de crear una comunidad virtual, CM Málaga presenta **Cities & Museums Webinar Forum**, un programa de encuentros online periódicos que será la antesala del evento presencial. En él, se combinarán conferencias de ponentes internacionales y nacionales con mesas redondas de expertos y talleres o demostraciones prácticas.





Inspire
the future
#cmmalaga21

Cities & Museums
Webinar Forum

cmmalaga.com

[02] Calendario

2020

17:00 h

22 JUN. Sesión inaugural

22 SEPT. Cultura/Museos

20 OCT. Turismo/Ciudades

17 NOV. Cultura/Museos

15 DIC. Turismo/Ciudades

2021

17:00 h

16 FEB. Cultura/Museos

16 MAR. Cultura/Museos





Inspire
the future
#cmmalaga21

Cities & Museums
Webinar Forum

cmmalaga.com

[03] Programa

1ª SESIÓN. Lunes 22 junio 2020. **Sesión Inaugural. 17.00 h**

Nuevos retos para la cultura y el turismo. Museos y ciudades ante la revolución digital de la era post-covid

La COVID-19 ha incidido de forma directa en la industria digital, de tal manera que el término transformación digital ha quedado corto para referirse a un nuevo estadio calificado como “revolución digital”. La digitalización impuesta por la era post-COVID ¿Qué oportunidades ofrece al sector cultural y turístico? ¿Cuál será el papel de la tecnología aplicada a conceptos como accesibilidad, conectividad, o interacción en la gestión del turismo y los museos?

2ª SESIÓN. Martes 22 septiembre 2020. **Cultura/Museos. 17.00 h**

Efectos y consecuencias de la acelerada transformación digital de entidades culturales y museísticas debido a la pandemia. Oportunidades que ofrece esta transformación en la creación de nuevas audiencias mediante la asunción de nuevas funciones, el acceso digital al patrimonio y el fomento de la actual producción artística

¿Las consecuencias de la pandemia y la consiguiente crisis económica, obligará al museo y otros centros culturales a reevaluar su misión y contemplar nuevas funciones, nuevos servicios a la sociedad en general, al artista, y a su comunidad en particular, que impliquen y atraigan a sus usuarios habituales, creando a la vez nuevas audiencias? ¿Cómo se ha visto afectada la transformación digital, en curso, de los museos y centros de arte ante la urgencia de las actuaciones por la pandemia?

3ª SESIÓN. Martes 20 octubre 2020. **Turismo/Ciudades. 17.00 h**

La transformación del turismo

España ha pasado de intentar acotar un turismo de masas, que ahogaba sus ciudades, a comenzar a pensar políticas de atracción de turistas. De casi 85 millones de visitantes en 2019 a algo más de cero. Esta es con mucho la peor crisis que el turismo internacional ha afrontado desde que hay registros. Tras un momento de turismo cero sin precedentes, la recuperación de la industria turística requiere la definición de un nuevo modelo basado en una gestión altamente digitalizada. El nuevo turista demanda servicios y productos mucho más sostenibles, que los que conocíamos hasta ahora, y requiere que se pueda medir y probar su impacto real en el entorno. Entonces, ¿cómo reconstruir un sector que supone el 12% del PIB nacional?

4ª SESIÓN. Martes 17 noviembre 2020. **Cultura/Museos. 17.00 h**

¿Son posibles nuevas alianzas y la creación de redes entre museos, centros de arte, empresas y profesionales de la cultura? Definición de un nuevo modelo de colaboración público-privada en España

Hablan las asociaciones sectoriales en torno a los datos recogidos referidos a las actuaciones de los museos en la pandemia. Ante la previsible reducción de ayudas públicas es necesario que la sociedad civil se involucre en la conservación y difusión del patrimonio artístico. ¿De qué manera se han planteado abordar esta posibilidad sus asociados? ¿Se ha pensado en establecer alianzas y redes entre otros centros y el sector privado? ¿Qué otras sinergias están en curso o se debieran establecer en beneficio y apoyo a la creación artística, su patrimonio, su público y sus profesionales? ¿Cómo se puede evitar la introspección y el localismo?



Inspire
the future

#cmmalaga21

Cities & Museums
Webinar Forum

cmmalaga.com

[03] Programa

5ª SESIÓN. Martes 15 diciembre 2020. **Turismo/Ciudades. 17.00 h** **De la globalización a la localización: las ciudades post-COVID**

La pandemia de la COVID-19 ha generado un cambio en la mentalidad de los ciudadanos. Ahora somos más conscientes de nuestro impacto en el entorno, demandamos un estilo de vida más sano y relajado, buscamos soluciones de movilidad más eficientes, en entornos más verdes. Por otra parte, la era post-COVID ha traído consigo el desarrollo de modelos de consumo mucho más locales. Por este motivo, las ciudades están en un proceso de cambio alineado con las demandas de sus ciudadanos y, la transformación digital de la nueva metrópolis, será un elemento clave para avanzar en ciudades tecno-innovadoras de base local.

6ª SESIÓN. Martes 16 febrero 2021. **Cultura/Museos. 17.00 h** **Entidades culturales ante al reto tecnológico post-confinamiento.** **Diálogo entre estrategias, creadores y tecnólogos**

¿A qué herramientas tecnológicas, programas y aplicaciones se ha recurrido principalmente? ¿Cómo se ha visto afectada la transformación digital, en curso, de los museos y centros culturales ante la urgencia de las actuaciones? ¿El confinamiento ha servido para innovar en el ámbito tecnológico, es decir, resolver problemas y proyectar nuevos desarrollos?

7ª SESIÓN. Martes 16 marzo 2021. **Turismo/Ciudades. 17.00 h** **Virtualidad en la relación con usuarios y audiencias**

¿Sirvió el confinamiento para alcanzar nuevas cotas de efectividad en su relación virtual con el usuario habitual? ¿Se han creado nuevos públicos? ¿Se han contemplado conceptos como inclusión, diversidad, género? ¿Cuáles fueron los objetivos establecidos para estas comunicaciones? ¿Qué se deseaba conseguir? Comentar la gestión de datos y métricas. Su lectura. ¿Hay algo que caracteriza la gestión de los museos y centros culturales españoles? ¿Qué particularidades o factores diferenciales en la “manera de hacer, difundir, visibilizar, programar, interactuar” son más evidentes y menos comunes a nuestros museos?



**Inspire
the future**
#cmmalaga20

**Cities & Museums
Webinar Forum**

cmmalaga.com

[04] Patrocinio

PROGRAMA COMPLETO

5.000 € + IVA

Incluye:

Exclusividad:

- Exclusividad sectorial
- Tres patrocinadores máximo

Branding:

- Logotipo en el programa general de webinars como entidad patrocinadora
- Logotipo en cada una de las mesas redondas
- Logotipo de su entidad en la web propia del evento
- Enlace directo desde su logotipo a su web
- Logotipo fijo en pantalla durante la celebración de los webinars
- Logotipo en la invitación digital que se envía a la BBDD del evento (+5.000 registros) por cortesía del patrocinador

Vídeo:

- Vídeo corto promocional de 30" antes de cada webinar

Comunicación y Redes Sociales:

- Inclusión en las notas de prensa
- Inclusión en las newsletters de promoción
- Post en los distintos perfiles de RRSS





**Inspire
the future**
#cmmalaga20

**Cities & Museums
Webinar Forum**

cmmalaga.com

[04] Patrocinio

UNA SOLA SESIÓN

1.500 € + IVA

Incluye:

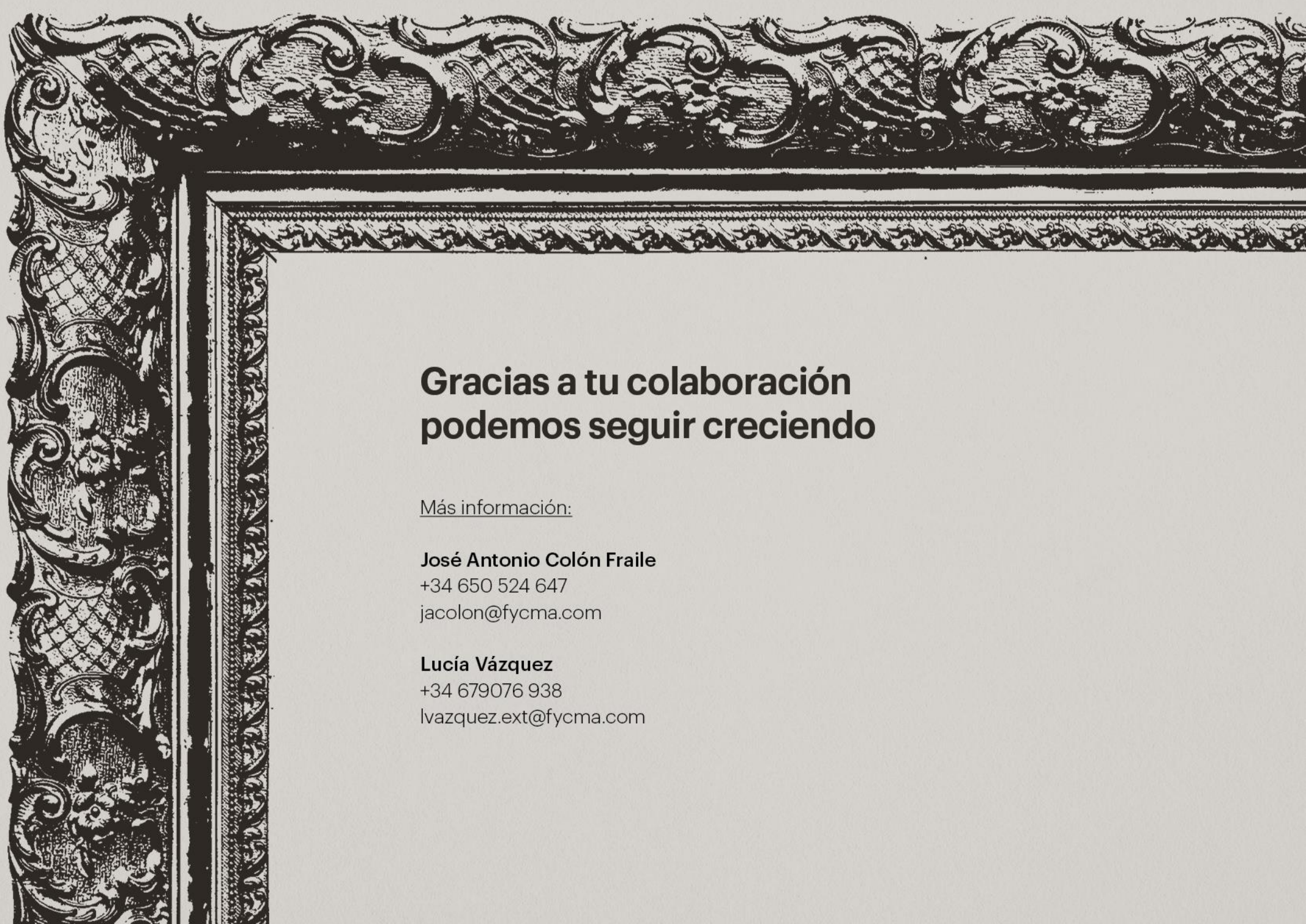
Branding:

- Logotipo en la mesa redonda patrocinada
- Logotipo de su entidad en la web propia del evento
- Enlace directo desde su logotipo a su web
- Logotipo fijo en pantalla durante la celebración de sesión patrocinada
- Logotipo en la invitación digital de la sesión patrocinada que se envía a la BBDD del evento (+5.000 registros) por cortesía del patrocinador

Comunicación y Redes Sociales:

- Inclusión en la notas de prensa específica sobre la sesión patrocinada
- Inclusión en la newsletter de promoción específica sobre la sesión patrocinada
- Post en los distintos perfiles de RRSS





**Gracias a tu colaboración
podemos seguir creciendo**

Más información:

José Antonio Colón Fraile

+34 650 524 647

jacolon@fycma.com

Lucía Vázquez

+34 679076 938

lvazquez.ext@fycma.com