



AJUNTAMENT DE VALÈNCIA
REGIDORIA DE CULTURA FESTIVA

Hechos

Primero. El Ayuntamiento de València, a través de la Concejalía de Cultura Festiva, organiza la tradicional *Gran Fira de València*, para ofrecer a la ciudadanía y a los visitantes una amplia oferta de ocio y cultura en la ciudad a lo largo de todo el mes de julio.

En la edición de 2018 se programaron un total aproximado de 250 actividades culturales y de ocio organizadas por las diferentes áreas del Ayuntamiento de València, incluidas iniciativas de otras administraciones y entidades privadas.

Las actividades, destinadas tanto a público infantil y familiar como a público adulto se realizan en diferentes espacios de la ciudad, tanto los espacios habituales de los jardines del Palau de la Música, como la plaza del Ayuntamiento, diversos espacios del centro histórico o la presencia en los barrios y pueblos de la ciudad mediante el programa *Correfira*.

Además de la programación general de la *Gran Fira*, se organizan cuatro programaciones específicas como son los *Concerts de Vivers*, las *Nits del Folk*, la *Nit a la Mar* y la *Gran Nit* de Julio. Además dentro del programa de la Gran Fira toman un especial protagonismo los espectáculos pirotécnicos, que recuperan fuegos tradicionales valencianos para dotar de mayor diversidad las actividades y espectáculos públicos.

La apuesta en los últimos años del Ayuntamiento de València para impulsar la *Gran Fira* como un festival de verano, con numerosas actividades al aire libre, la mayor parte de las cuales son de acceso gratuito, ha permitido el establecimiento de estrategias y

líneas de colaboración con otras administraciones públicas y entidades y empresas privadas.

Con la finalidad de garantizar los principios de libertad de acceso, publicidad y transparencia, entre otros, el Ayuntamiento pretende establecer mediante una convocatoria pública las condiciones para presentar oferta de patrocinio para este evento. Todo ello para incrementar la calidad y cantidad de las actividades.

Segundo. Mediante moción del concejal delegado de Cultura Festiva de fecha 20 de mayo de 2019, se ha impulsado el inicio de los trámites legales oportunos para la adopción por el órgano competente de un acuerdo relativo a dar publicidad para los patrocinios privados de la *Gran Fira 2019*.

Fundamentos de derecho

Primero. Por acuerdo núm. 20 de la Junta de Gobierno Local de fecha 16 de noviembre de 2018, se aprobó la organización y la celebración de varias festividades y eventos, que incluye, entre otras, la *Gran Fira de València*, julio 2019, así como la delegación en el concejal Delegado que suscribe, de la aprobación de los programas, protocolos e instrucciones, etc., que, en su caso, sean necesarios, así como las otras gestiones administrativas que se consideren adecuadas para su desarrollo.

Segundo.- El contrato de patrocinio encuentra acomodo legal en la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad (en adelante LGP), modificada por Ley 29/2009, de 30 de diciembre, por la que se modifica el régimen legal de la competencia desleal y de la publicidad para la mejora de la protección de los consumidores y usuarios, junto con los contratos de publicidad, de difusión publicitaria y de creación publicitaria. El artículo 22 LGP lo define expresamente en los términos siguientes: “*aquel contrato en que el patrocinado, a cambio de una ayuda económica para la realización de su actividad deportiva, benéfica, cultural, científica o de otra índole, se compromete a colaborar en la publicidad del patrocinador*”.

Siguiendo el criterio, por ejemplo, del Informe 13/2012, del 11 de julio, de la Junta Consultiva de Contractación Administrativa de la Comunidad Autónoma de Aragón,

podemos indicar que el contrato de patrocinio tiene por objeto una publicidad de carácter indirecto que se ha denominado “retorno publicitario”, y que consiste fundamentalmente en que el patrocinado permite que el patrocinador haga pública su colaboración económica en la actividad del patrocinado y también, si así se estipula, que el patrocinado realice comportamientos activos con esa misma finalidad. El patrocinador, a cambio, goza de la notoriedad y de la resonancia de la actividad que desarrolla el patrocinado, con la finalidad de incrementar entre el público el conocimiento de su nombre o marca y de favorecer su imagen. El patrocinado es una persona física o jurídica que no necesariamente ha de desarrollar una actividad profesional, al contrario de lo que ocurre en el contrato de publicidad que se concerta con una agencia publicitaria, o en el contrato de difusión publicitaria, en el cual el contratista necesariamente es un medio de difusión.

El mencionado órgano consultivo se ha pronunciado en varias ocasiones sobre la naturaleza y régimen jurídico del contrato de patrocinio, especialmente en los informes 28/2008, de 10 de diciembre, 1/2009, de 11 de marzo y 17/2010, de 1 de diciembre.

La equivalencia entre las prestaciones de las partes ha de quedar clara en el mismo documento contractual, de manera que la colaboración en la publicidad de la Administración por el patrocinado tenga entidad suficiente para constituir una contraprestación a la aportación económica que percibe, y así descartar que, después de la figura de un contrato, pueda ocultarse la concesión de una subvención. Igual al revés: que después de la figura de una donación o de un contrato de colaboración se enmascare un contrato de patrocinio, intentando eludir con estos los principios de concurrencia y competencia.

El contrato de patrocinio, aunque sea celebrado por una Administración Pública, tiene la consideración de contrato privado, ya que el patrocinado, como se ha expuesto anteriormente, no es una empresa dedicada a los servicios publicitarios, lo que excluye la posibilidad de considerarlo como contrato administrativo de servicios, y tampoco puede ser considerado como un contrato administrativo especial, ya que no resulta vinculado al giro o tránsito específico de la Administración, ni satisface de manera directa o inmediata una finalidad pública de la específica competencia de aquella.

Tercer. En cuanto al órgano competente, es la Junta de Gobierno Local, de conformidad con el artículo 127.1.g de la Ley 7/1985, de 2 de abril, reguladora de las Bases del Régimen Local.

SE ACUERDA

PRIMERO. Aprobar las condiciones que regirán los patrocinios privados de la *Gran Fira 2019* en el sentido que se transcribe a continuación:

CONDICIONES PARA LOS PATROCINIOS PRIVADOS DE LA GRAN FIRA 2019

1. Consideración de patrocinios

Tendrán la consideración de patrocinios las aportaciones en metálico por parte del sector privado para la realización de las actividades que se programan dentro del marco de la *Gran Fira 2019*

2. Condición de patrocinador

Podrán tener la condición de patrocinador las personas jurídicas sometidas al derecho privado, que tengan plena capacidad de obrar y no estén incurso en ninguna de las prohibiciones para contratar establecidas en la Ley. Para acreditar, entre otros, este último extremo, la instancia integrará una declaración responsable relativa a los puntos siguientes:

- No encontrarse comprendido/a, o que la empresa a la que representa los/las administradores/as y representantes no se encuentren comprendida, en ninguna de las prohibiciones e incompatibilidad para contratar reguladas en el artículo 71 de la Ley de Contratos del Sector Público.
- No vulnera la normativa fiscal amparándose en los denominados paraísos fiscales a fin de eludir sus obligaciones y su responsabilidad ante las autoridades españolas.

- En el supuesto que esta solicitud fuera suscrita por apoderados de la mercantil, declaren que se encuentran vigentes en la actualidad.
- Estar al corriente de sus obligaciones tributarias y con la Seguridad Social, y con sus obligaciones en esta Hacienda Municipal. No obstante lo cual, autoricen al Ayuntamiento de València a consultarlas.
- Que la empresa a la cual representa, si se trata de una empresa extranjera, se someterá a la jurisdicción de los juzgados y tribunales españoles de cualquier orden para todas las incidencias que, de manera directa o indirecta, puedan surgir.

3. Objeto del patrocinio

El patrocinio revestirá la modalidad de contrato de patrocinio publicitario. Podrán concurrir todas o algunos tipos de aportaciones en una misma actividad patrocinada. Las aportaciones podrán cubrir la totalidad o parte de la actividad patrocinada y proceder de diversos patrocinadores.

Las opciones de patrocinio de la Gran Fira serán dos:

OPCIÓN 1. PATROCINIO DE ACTIVIDAD

El patrocinio está vinculado a algunas de las actividades concretas que se incluyen dentro de la programación general de la *Gran Fira*.

La *Correfira* es un escenario móvil que a lo largo de todo el mes de julio recorre 14 barrios diferentes de la ciudad de València, además de estar presente en el acto de inauguración, i que ofrece diversas actividades musicales y teatrales para público infantil y adulto.

Las *Nits de Folk* consisten en diversas actividades relacionadas con la música popular y elementos de la cultura tradicional (*trobada de dolçainers*, recital de

cant d'estil, exhibición de *muixerangues* i bailes valencianos participativos) que tendrán lugar los días 5 y 6 de julio en la plaza de la Virgen.

La *Gran Nit*, que tiene lugar el sábado 20 de julio, plantea diversas actividades musicales y teatrales para público infantil y adulto en diferentes escenarios del centro de la ciudad: plaza del Patriarca, plaza del Pilar y plaza del Ayuntamiento.

| Activitat | Presencia de la marca en el escenario | Presencia de la marca en el escenario y en el folleto específico de la actividad |
|---|---------------------------------------|--|
| Correfira Diversos barrios de València (todo el mes de julio) | 7.000 € | 10.000 € |
| Noches de Folk (Pl. Virgen, 5 y 6 de julio) | 2.000 € | _____ |
| Gran Noche (Pl. del Patriarca, 20 de julio) | 1.500 € | 2.000 € |
| Gran Noche (Pl. del Pilar, 20 de julio) | 1.500 € | 2.000 € |
| Gran Noche (Pl. de l'Ajuntamiento, 20 de julio) | 1.500 € | 2.000 € |

Además, cualquier de estas propuestas comporta la inclusión de la marca como patrocinador en el programa de mano y en la web de la *Gran Fira*.

OPCIÓN 2. PUBLICIDAD DE ACTIVIDADES CULTURALES O DE OCIO EN EL PROGRAMA DE MANO

Página de publicidad de actividades culturales o de ocio en el interior del programa de mano: 2.000 euros.

El programa de mano de la *Gran Fira* tiene una tirada de 100.000 ejemplares que se distribuyen gratuitamente en 25 puntos de reparto (centros oficiales, edificios municipales, museos municipales, centros culturales, oficinas de turismo y establecimientos hoteleros) de la ciudad de València.

4. Procedimiento

El Ayuntamiento de València notificará la aceptación o denegación de la propuesta para ser patrocinador.

El Ayuntamiento se reserva el derecho de no aceptar el patrocinio per razones de interés público. Quedan expresamente excluidas las propuestas de patrocinio de carácter partidista o aquellas que promuevan el consumo de drogas, o tengan un contenido violento, sexista, xenófobo o contra los valores democráticos. En todo caso, los anuncios deben ajustarse a lo que se dispone en la Ley 34/1988, general de publicidad, sobre publicidad ilícita, desleal y engañosa y cualquier otra normativa municipal.

5. Plazo de presentación de la solicitud

Las entidades interesadas disponen de un plazo máximo de 10 días hábiles desde el día siguiente de la publicación en la página web del Ayuntamiento y el tablón de edictos.

Segundo. Publicar las condiciones que regirán los patrocinios privados de la *Gran Fira de València 2019* en la página web municipal y el tablón de edictos del Ayuntamiento de València.