

**AL EXCMO. SR. ALCALDE PRESIDENTE DEL EXCMO.
AYUNTAMIENTO DE MÉRIDA**

D. ÁNGEL PELAYO GORDILLO MORENO, como Portavoz en este Ayuntamiento del Grupo Municipal VOX y miembro de esta Comisión, al amparo de lo establecido en los artículos 9 Y 13.1 del Reglamento Orgánico del Pleno de 22 de Mayo de 2018, y al amparo de lo dispuesto en el Reglamento de Organización, Funcionamiento y Régimen Jurídico de las Entidades Locales, aprobado por Real Decreto 2568/1986, de 28 de noviembre presenta la siguiente **SOLICITUD DE INFORMACIÓN**

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

Que, mediante noticia aparecida en prensa el pasado cuatro de agosto de 2020, hemos tenido conocimiento de que la Junta de Gobierno Local ha aprobado un contrato de patrocinio con la mercantil “Producciones de Grandes Eventos, S.L.”, promotora privada del Festival “Stone & Music Festival 2020” mediante el cual se destina al mismo una partida de 200.000 €.

Según la propia página web de este Festival Musical, los conciertos a celebrar en el 2020 serán ocho, con los siguientes artistas: Pablo López, Morat, Pastora Soler, Amaral, Rozalén, Mónica Naranjo, Los Secretos y Ara Marikian. Todos estos conciertos se celebrarán en el Teatro Romano de Mérida, ocupando un 75% de su aforo (2.250 personas), por lo que el máximo de asistentes será de 18.000 personas.

Recordamos que en el Ejercicio 2019 se celebró un contrato de patrocinio similar con la misma empresa promotora, dotado con 100.000 € (para 8 conciertos en 8 días) más otros 90.000 para un solo concierto (Anuel), y que según informaciones de la propia empresa promotora, dadas a conocer por el propio Sr. Alcalde junto con el Sr. Director del evento, los asistentes ascendieron a 42.018 personas.

Al parecer, y según aparece en la prensa la justificación de la suscripción de este contrato de patrocinio es *“fomentar la actividad cultural, promover la marca turística de Mérida, aparecer en soportes publicitarios, dinamizar la economía y generar empleo en la ciudad”*.

Que dado que la cuantía destinada al Patronato del Festival de Teatro Clásico de Mérida, (66ª Edición, reconocimiento internacional, 32 días de representaciones, 8 obras diferentes, exposiciones, pasacalles, actividades culturales, paralelas, pasacalles,...) es de 110.000 € para el ejercicio 2020, el contrato de patrocinio suscrito con la mercantil “Producciones de Grandes Eventos, S.L.”, nos parece, cuando menos desproporcionado.

En el mismo sentido apuntamos que el Contrato de Patrocinio suscrito con el Mérida AD para el ejercicio 2020 es de 72.600 €.

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.

Siguiendo la doctrina del Informe 13/2012, de 11 de julio, de la Junta Consultiva de Contratación Administrativa de la Comunidad Autónoma de Aragón, podemos indicar que el contrato de patrocinio tiene por objeto una publicidad de carácter indirecta que se ha dado en llamar “**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, en que el patrocinado realice comportamientos activos con esa misma finalidad. El patrocinador, a cambio, disfruta de la notoriedad y de la resonancia de la actividad que desarrolla el patrocinado, con el fin de incrementar entre el público el conocimiento de su nombre o marca y de favorecer su imagen.

El mencionado Órgano Consultivo se ha pronunciado en varias ocasiones sobre la naturaleza y régimen jurídico del contrato de patrocinio, en especial en los Informes 28/2008, de 10 de diciembre, 1/2009, de 11 de marzo y 17/2010, de 1 de diciembre, caracterizándolo como un contrato oneroso, bilateral y conmutativo, que se basa en la existencia de obligaciones ciertas y equivalentes para ambas partes.

De tal manera, la equivalencia entre las prestaciones de las partes debe quedar clara y meridianamente constatada en los pliegos y en el propio documento contractual, de forma 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, **tras la figura de un contrato, pueda ocultarse la concesión de una subvención**.

Que aunque tiene la consideración de Contrato Privado se rige, según estipula el apartado segundo del artículo 20 del Texto Refundido de la Ley de Contratos del Sector Público, en cuanto a su preparación y adjudicación, en defecto de normas específicas (que ineludiblemente deberán de observar los Principios de Publicidad, Concurrencia, Confidencialidad, Igualdad y No Discriminación), deberán de ceñirse al Texto Refundido de la Ley de Contratos Públicos.

PREGUNTAS (Solicitando respuesta por escrito)

1. Copia del Contrato de Patrocinio suscrito.
2. Informe técnico que sustente el “**retorno publicitario**” que se va a conseguir y que justifique el importe del contrato en 2020: número de impactos publicitarios, apariciones en los distintos medios, montante de lo invertido en publicidad por la propia empresa “Producciones de Grandes Eventos, S.L.” para la promoción de su propio Festival en el ejercicio 2020, ...



3. Como quiera que el Festival aún no ha sido celebrado, mismo informe técnico del que tuvo lugar en el Ejercicio 2019, del que ya se ha debido hacer balance y que ha debido justificar con arreglo a criterios técnicos y económicos la decisión adoptada por la Junta de Gobierno.

En Mérida, a 4 de agosto de 2020

Ángel Pelayo Gordillo Moreno
Portavoz GMVOX

**EXCMO. SR. ALCALDE PRESIDENTE DEL EXCMO.
AYUNTAMIENTO DE MÉRIDA**