

Memòria justificativa de la necessitat de contractar el patrocini del *Cunit Music Festival* per la promoció de l'Ajuntament de Cunit, mitjançant procediment negociat sense publicitat.

1. Necessitats, idoneïtat i justificació de la Contractació

Cunit és un municipi turístic, per la qual cosa, des de l'Ajuntament, s'oferten i es programen diverses activitats adreçades tant a la ciutadania com als visitants. Al llarg de l'any se celebren nombrosos esdeveniments que gaudeixen d'un públic consolidat com són la Xarel·lada, les festes major d'hivern i estiu, les Nits de Glòria, festival de l'humor, Aquatló, entre d'altres.

Per tal d'arrodonir aquesta oferta cultural i adreçar-la a un sector de públic més ampli i, per tal de, donar visibilitat i promocionar el municipi amb un producte més innovador, l'Ajuntament de Cunit ha pres la determinació de patrocinar el Cunit Music Festival amb grups d'actualitat pel 8, 9 i 10 d'agost del 2025, mitjançant l'empresa Line up Music, S.L., empresa que té l'exclusivitat en l'organització i promoció del Festival punt àlgid de l'estiu i de màxima afluència de turistes al nostre municipi.

El valor de l'activitat cultural és múltiple, estenent-ne els efectes a una diversitat de col·lectius i sectors, que van des de la ciutadania en general, fins als sectors turístics i cultural que es veuen directament beneficiats amb la seva existència, però sense lloc a dubtes incumbeix especialment al sector turístic, atesa la seva capacitat d'atracció de visitants, captació d'atenció exterior, i consolidació del nom Cunit, que incideix directament i positivament a la imatge de la marca de municipi turístic de Cunit.

En tots els casos, el valor de l'esforç de promoció d'esdeveniments i programes es multiplica si ve acompanyat d'una màxima difusió, de manera que tots els seus destinataris i beneficiaris potencials coneguin que Cunit presenta aquest tipus d'ofertes i hi puguin participar. Aquesta difusió s'obté per diverses vies, una de les quals és el patrocini d'esdeveniments independents que serveixin de mitjà de coneixement i promoció al públic de les propostes locals, sent especialment rellevants aquells amb un potencial més gran d'atracció d'atenció com són els festivals de música a l'estiu en municipis de costa.

Són una forma de turisme alternatiu que comporta la comercialització de la cultura, en una manifestació del consum cultural de masses característic de la societat en què vivim.

Es generen augments en els ingressos dels comerços i diferents sectors de l'hostaleria proporcionant un fort impacte econòmic en un període de temps curt. Contribueixen a la generació d'una imatge turística que proporciona un posicionament de la localitat.

Generen grans impactes en repercussió mediàtica.



Resulten un valor afegit per a les promocions turístiques associant la seva imatge de marca a la localitat.

Ajuden a un posicionament identitari i promocional de les localitats on es fan.

Generen repercussions socials positives com a sentiment d'identitat territorial, cohesió social, regeneració urbana, adaptació i obertura de ment.

2. Objecte del contracte

L'Objecte del contracte és el patrocini del Cunit Music Festival per incrementar el coneixement de l'Ajuntament de Cunit i promocionar-lo com a referent com a seu per acollir grans esdeveniments, i com a om a font generadora de beneficis directes induïts en termes de realç de la imatge del territori.

Les prestacions es concreten al plec de prescripcions tècniques particulars.

L'organització del Cunit Music Festival ha de formular la seva proposta de patrocini en relació amb el pressupost base de licitació.

El contracte de patrocini està regulat a la Llei 34/1988, d'11 de novembre, General de Publicitat (d'ara endavant LGP), modificada per Llei 29/2009, de 30 de desembre, per la qual es modifica el règim legal de la competència deslleial i de la publicitat per a la millor a de la protecció dels consumidors i usuaris, juntament amb els contractes de publicitat, de difusió publicitària i de creació publicitària.

Aquest patrocini és una publicitat de caràcter indirecta "Retorn publicitari" i que consisteix en què el patrocinat permet al patrocinador que faci pública la seva col·laboració econòmica en l'activitat del patrocinat

El patrocinador a canvi gaudeix de la notorietat i de la ressonància de l'activitat que desenvolupa el patrocinat, amb la finalitat d'incrementar entre el públic el coneixement del seu nom o marca i enaltir la seva imatge.

El contracte de patrocini publicitari és un contracte privat i, d'acord amb l'art. 26 de la LCSP, els seus efectes, modificació i extinció es regiran pel dret privat, en concret per la Llei 34/1988, General de Publicitat en allò que li resulti aplicable.

De conformitat amb l'article 26.2 LCSP, la preparació i adjudicació del contracte es regirà, en defecte de normes específiques, per les Seccions 1^a i 2^a del Capítol I del Títol I del Llibre Segon de la LCSP amb caràcter general i per les seves disposicions de desenvolupament, aplicant se supletòriament les restants normes de dret administratiu o, en el seu cas, les normes de dret privat, segons correspongui per raó del subjecte o l'entitat contractant.

Lots: Les prestacions compreses en l'objecte del contracte són inseparables o imprescindibles de manera conjunt i per tant no es considera adient la divisió del



contracte en lots, atesa la naturalesa de l'objecte del contracte, en ser el patrocini un objecte únic de contractació.

El CPV aplicable a la contractació és:

CPV: 79341000-6 Serveis de publicitat.

3. Insuficiència de mitjans

L'Ajuntament no disposa de mitjans propis per a la realització d'aquest tipus de difusió.

4. Durada

S'establirà des de la formalització del contracte fins el 10 d'agost de 2025.

El Cunit Music Festival es celebrarà del 8 al 10 d'agost a Cunit.

L'adjudicatari disposa d'un termini màxim de 3 mesos des de la finalització del contracte, per presentar la memòria on es detalli l'impacte del patrocini.

5. Dades econòmiques

Pressupost base de licitació (PBL)

El pressupost base de negociació és de 170.000,00€, més 35.700,00€, en concepte del 21% d'IVA, que fan un total de 205.700,00€ amb IVA.

Pressupost Base	Tipus d'IVA aplicable (21%) Import IVA	Pressupost base de licitació (IVA inclòs)
170.000,00€	35.700€	205.700€

En el preu del contracte es consideren inclosos els impostos, taxes i cànon de qualsevol índole que siguin aplicables, així com totes les despeses que s'originin per a l'adjudicatari a conseqüència del compliment de les obligacions contractuals.

Atesa la naturalesa jurídica del contracte, en tractar-se d'un patrocini publicitari, no es procedeix a desglossar el pressupost.

Estudi de costos de la valoració del servei

A continuació es detalla el valor de les principals accions de publicitat incloses en el patrocini del *Cunit Music Festival*. Són dades facilitades per l'empresa Line up Music, S.L. i que figuren en el PPT com a annex 1, corresponent a una estimació:



Descripció de les actuacions	Dades	Inversió econòmics
Contractació artistes	Inversió pels concerts	300.000 €
Pla de comunicació	Elaboració de l'estratègia d'anuncis a les xarxes socials àmbit local i nacional	7.860 €
Publicitat exterior: banderoles	Campanya exterior amb banderoles al trajecte urbà de la C-31 que travessa la població de Cunit amb una afluència de circulació de milers de vehicles. Aquesta acció pot desenvolupar-se entre 30 i 45 dies previs a la celebració del festival.	3.000€
Publicitat exterior: MUPIS + Cartellera	Campanya exterior amb MUPIS ubicats a l'entorn de proximitat Baix Penedès, Garraf i Alt Penedès. Aquesta acció pot desenvolupar-se prèviament a la celebració del festival.	2.800 €
Campanya amb mitjans oficials		
FLAIX FM		5.000 €
LOS 40		3.000 €
3CAT		30.000€
LA VANGUARDIA		2.050 €
EL PERIÓDICO		1.800€
LA FURA		1.000 €
EL CARGOL		600 €
EIX DIARI		1.200 €
Total		358.310 €

Destaquem les següents dades:

- En relació a l'estratègia digital es preveu el següent impacte:
 - Objectiu abast de la campanya: 1.020.320 persones.
 - Objectiu impressions totals: 4.136.342 impressions.
 - Objectiu interaccions amb la pàgina: 506.704 visites.
- Pel que fa al marketing digital dels artistes es preveu el següent impacte:



Nom artista	Número seguidors instagram
JUAN MAGAN	894 mil seguidors
LIA KALI	379 mil seguidors
FANGORIA	142 mil seguidors
OUINETA	6.313 seguidors
FIGA FLAWAS	72,5 mil seguidors
LA CASA AZUL	47,8 mil seguidors
SVETLANA	7.006 seguidors

Aquestes xifres auguren un retorn en termes de valor publicitari possiblement per sobre de la despesa. En el plec de prescripcions tècniques es demanen un seguit de contraprestacions a dur a terme per l'empresa Line up Music, S.L.

L'organització del *Cunit Music Festival* entregarà un informe amb dades concretes del retorn mediàtic de la marca de l'Ajuntament una vegada finalitzat l'esdeveniment.

Així doncs per tal de conèixer l'impacte real d'aquest patrocini s'ha d'auditar, la presència i correcte visibilitat de la marca de l'Ajuntament en tots els actius inclosos al contracte i el lliurament d'una memòria detallada de l'impacte de la presència de la marca de l'Ajuntament en un termini màxim de 3 mesos des de la finalització del contracte:

- Auditar la presència i correcte visibilitat de la marca de l'Ajuntament en tots els actius inclosos al contracte.
- Recull fotogràfic de la presència de marca com a patrocinador Institucional en tots els suports inclosos al contracte de patrocini.
- Auditar el retorn mediàtic de la marca de l'Ajuntament vinculada al patrocini amb el corresponent informe del retorn de la inversió publicitària.
- Lliurament del "Clíping" de la presència en els diferents mitjans de comunicació de la marca de l'Ajuntament.

Valor estimat del contracte

El valor estimat del contracte d'acord amb el que disposa l'article 101 i concordants de la LCSP, el mètode de càlcul del VEC inclou el pressupost base de licitació adequat els preus de mercat i la temporalitat de la prestació. S'ha tingut en compte el cost de la campanya de publicitat.

El valor estimat del contracte és de: 170.000,00€, sense IVA.

6. Procediment de licitació i justificació

El contracte, s'adjudicarà pel procediment negociat sense publicitat per motius d'exclusivitat previst i regulat als articles 168. a.2n i 170.2 de la LCSP atès que d'acord



amb la justificació de les necessitats a satisfer mitjançant el patrocini del Cunit Music Festival resulta que Line Up Music, S.L. és propietària de tots els drets en exclusiva de propietat industrial i intel·lectual (incloent marques i signes distintius).

7. Criteris de negociació

Serà objecte de negociació el preu. Un cop presentada l'oferta, s'obrirà negociació i s'oferirà la possibilitat de millorar la seva oferta de patrocini. Aquest procediment es realitzarà a través de la plataforma i en un termini màxim de 3 dies hàbils.

8. Solvència

Solvència econòmica i financera (article 87 LCSP)

Disposar d'una assegurança de responsabilitat civil per riscos professionals amb una cobertura mínima per sinistre de 200.000 €, o compromís vinculant de subscripció del mateix en cas de resultar adjudicatari, així com aportar el compromís de la seva renovació o pròrroga que garanteixi el manteniment de la seva cobertura durant tota l'execució del contracte.

L'acreditació d'aquest requisit s'efectuarà per mitjà de certificat expedit per l'assegurador, en el qual constin els imports i riscos assegurats i la data de venciment del segur, i mitjançant el document de compromís vinculant de subscripció, pròrroga o renovació de l'assegurança, en els casos en què procedeixi.

Solvència tècnica i professional per a l'execució del contracte (article 90 LCSP)

Relació dels principals serveis o treballs realitzats de naturalesa igual o similar que els que constitueixen l'objecte del contracte en el curs dels tres últims anys, en què s'indiqui l'import, la data i el destinatari, públic o privat dels mateixos. Hauran d'estar avalats pels certificats corresponents, i el requisit mínim serà l'import corresponent al 70% de l'annualitat mitjana del contracte.

Mitja d'acreditació: els serveis o treballs efectuats s'acreditaran mitjançant certificats expedits o visats per l'òrgan competent, quan el destinatari sigui una entitat del sector públic; quan el destinatari sigui un subjecte privat, mitjançant un certificat expedit per aquest o, a falta d'aquest certificat, mitjançant una declaració de l'empresari acompanyat dels documents obrant en poder del mateix que acreditin la realització de la prestació; si s'escau, aquest certificats es comunicaran directament a l'òrgan de contractació per l'autoritat competent.

9. Modificacions del contracte

No se'n preveuen



10. Forma de pagament

El pagament de l'import del contracte es realitzarà per part de l'Ajuntament de Cunit una vegada realitzats els tràmits que corresponguin d'acord amb la legislació vigent, una vegada justificada la realització del patrocini objecte d'aquest contracte i el compliment de les obligacions imposades per aquest. En tot cas la memòria que detalli l'impacte, s'haurà de presentar en un termini màxim de 3 mesos des de la finalització del contracte.

El pagament del preu del contracte s'efectuarà segons previst en el Plec de prescripcions tècniques.

11. Garantia definitiva

L'article 107 LCSP preveu la possibilitat d'eximir a l'adjudicatari del contracte de l'obligació de constituir garantia definitiva en atenció a les circumstàncies concurrents en el contracte.

No s'estableix la constitució de la garantia per les circumstàncies concurrents pròpies del contracte privat de patrocini, atès que el PATROCINAT és el titular del drets d'exclusivitat en relació amb l'esdeveniment cultural que es causa del contracte privat de patrocini i el preu del contracte s'abonarà un cop realitzades les prestacions contractuals.

12. Responsable del contracte

La persona responsable del seguiment del contracte serà la Sra. Sheila Gracia Sanchez, tècnica de Turisme de l'Ajuntament de Cunit.

