

*El Anunciante
y la Agencia.*

*Acuerdos
de Procedimiento*

2

Contrato tipo

anunciantes
Asociación Española de Anunciantes

genera El Anunciante y la Agencia

AEAP
ASOCIACIÓN ESPAÑOLA
AGENCIAS PUBLICIDAD

En, a.....de.....de.....

REUNIDOS

De una parte, D....., en nombre y representación de, en su calidad de....., con NIF nº....., domiciliada en....., denominado en lo sucesivo “El Anunciante”.

Y de otra parte, D....., en nombre y representación de....., en su calidad de....., con NIF nº....., domiciliada en....., denominada en lo sucesivo “La Agencia”.

EXPONEN

I.- Que (el anunciante) es una empresa cuyo objeto social consiste en la.....

II.- Que (la agencia) es una agencia de publicidad que se dedica profesionalmente y por cuenta de terceros a crear, proyectar, ejecutar y/o distribuir campañas publicitarias para cualquier medio de difusión.

III.- Que estando interesado el Anunciante en contratar los servicios profesionales propios de la actividad de la Agencia y ésta última en prestarlos, ambas partes han llegado al acuerdo de colaborar recíprocamente en éste ambito, lo que llevan a efecto por el presente contrato de publicidad y de acuerdo con las siguientes

ESTIPULACIONES

DEFINICIONES

A los efectos del presente contrato, los siguientes términos tendrán el significado que se especifica a continuación:

Briefing: Es el documento elaborado por el Anunciante en el que se establecen los criterios básicos que deben ser considerados por la Agencia en la creación de la campaña.

Campaña: Es el conjunto de las diferentes piezas o material publicitario creado y/o realizado por la Agencia, con un mismo eje creativo o denominador común.

Cuenta: Es el conjunto de recursos humanos y materiales asignado por la Agencia a la prestación de los servicios relacionados con el objeto del presente contrato.

Derechos de Propiedad Intelectual e Industrial: Son los derechos de explotación derivados de la Propiedad Intelectual y la Propiedad Industrial, de que puedan ser objeto las creaciones publicitarias en su más amplios términos según los originales y material publicitario desarrollado para la campaña.

Instrucciones: Son las directrices que el Anunciante debe dirigir a la Agencia sobre aspectos concretos de la contratación publicitaria.

Material publicitario: Son las obras audiovisuales y gráficas, así como todas las partes componentes de las mismas que constituyen los mensajes publicitarios de las campañas difundidas a través de cualquier medio y soporte considerados convencionales.

Medios de difusión: Son los medios de comunicación social o de publicidad en cuyos espacios o tiempos debe difundirse la campaña.

Original: Es el primer resultado publicitario de la actividad de la Agencia y del que se toma referencia para realizar sucesivas adaptaciones y/o copias.

1. OBJETO

La Agencia se compromete a actuar mientras dure este Acuerdo, como Agencia de Publicidad del Anunciante y encargarse de la Publicidad en España de los siguientes productos o servicios, en las condiciones especificadas en el presente contrato.

2. SERVICIOS DE LA AGENCIA

La Agencia prestará al Anunciante, previa petición de éste, todos o alguno de los siguientes servicios:

- Colaboración con el Anunciante, en la elaboración de investigaciones del mercado, del producto o servicio y recomendación de los institutos idóneos para realizar dichas investigaciones.
- Colaboración en el desarrollo de estrategias de marketing.
- Elaboración y desarrollo de la estrategia creativa.
- Creación del concepto y expresión publicitaria, que recogerá en una propuesta que será discutida con el Anunciante y presentando al Anunciante los diferentes bocetos, story boards, etc... hasta lograr su aprobación.
- Supervisión de la realización del distinto material publicitario siguiendo las instrucciones que a tal efecto le imparta el Anunciante, directamente o a través de un tercero, que presentará al Cliente para su aprobación, previamente a su difusión.
- Análisis del mercado y de la competencia
- Realizar y proponer al Anunciante una planificación estratégica de medios.
- Negociación y compra de espacios y/o tiempos en los medios, ya sea directamente o a través de una Central de Planificación y Compra de Medios, en función de los análisis y planificaciones.
- Plan de Medios de la campaña publicitaria y su correspondiente presupuesto para su revisión y aceptación por el Anunciante.
- Verificación de las inserciones y emisiones.

NOTA.- Actividades como contratos de patrocinio, participación de la marca o los productos de la marca en eventos, programas especiales, concursos, variedades, etc. no requieren de una especial labor creativa pero si un trabajo específico cuya remuneración deberá de ser

distinta de la propia que como Agencia se perciba y se pactará en cada caso.

3. EXCLUSIVIDAD

La Agencia se compromete, durante la vigencia del presente contrato a no realizar ninguna de las tareas publicitarias objeto del presente contrato, en relación a productos o servicios directamente competidores del producto o servicio. A los solos efectos de este contrato se entenderá como competidores directos aquellos productos que estén comprendidos dentro de la categoría de

El Anunciante se compromete durante la vigencia del presente contrato, a no contratar con ninguna otra Agencia de Publicidad, servicios publicitarios con respecto al producto o servicio.....

4. DERECHOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL E INDUSTRIAL

Se pueden reflejar en el contrato uno de los dos puntos de vista siguientes:

Punto de vista Anunciante.-

La Agencia cede en exclusiva al anunciante, con carácter ilimitado temporal y espacialmente los derechos de explotación del material publicitario por ella creado.

En el supuesto de que la Agencia encargue a un tercero, la creación y/o realización del material publicitario, la Agencia procederá a la contratación de este tercero, siguiendo las instrucciones del Anunciante contenidas en el punto 5. y obtendrá necesariamente, la cesión de los derechos de propiedad intelectual e industrial.

Punto de vista Agencia.-

La Agencia cede en exclusiva durante la vigencia del presente contrato y para el territorio de España, los derechos de explotación del material publicitario, por ella creado.

En el supuesto de que la Agencia encargue a un tercero, la creación y/o realización del material publicitario, la Agencia procederá a la contratación de

este tercero, siguiendo las instrucciones del Anunciante y obtendrá si fuera necesario, la cesión de los derechos de propiedad intelectual e industrial, en los términos que sean acordados entre el Anunciante y la Agencia.

La publicidad, que se difunda fuera de España, durante la vigencia del contrato, como la que se difunda en España y fuera de ella, en fechas sucesivas a la resolución del contrato, cuando el material publicitario hubiese sido creado y/o realizado por la Agencia, le dará derecho a la Agencia a una retribución. Retribución que en ningún caso, será inferior a un tercio del valor de los honorarios, calculados según las disposiciones del presente acuerdo. El Anunciante se obliga a realizar todas las actuaciones necesarias y facilitar a la Agencia los datos sobre inversiones y otros que aquella le requiera, para poder cuantificar el importe de sus honorarios.

(continúa el texto común)

Así mismo, los derechos de imagen y de utilización de obras preexistentes protegidas por la Propiedad Intelectual o Industrial, se negociarán expresamente por cuenta del Anunciante y por la Agencia en cada caso, informando previamente al Anunciante de su importe económico y condiciones, con el fin de que este último pueda decidir si adquirirlos y, en su caso, las condiciones de explotación.

5. CONTRATACION CON TERCEROS

La Agencia se obliga a cumplir por si misma las obligaciones establecidas en el presente contrato. No obstante, podrá la Agencia encargar la realización de determinadas tareas de producción o ejecución a un tercero. En este caso, y con carácter previo a la conclusión del correspondiente contrato entre la Agencia y el tercero, la Agencia deberá solicitar del Anunciante los términos y condiciones en que desea obtener la correspondiente cesión de derechos. Con posterioridad y en base a las instrucciones que demandará al Anunciante y que éste se obliga a cursarle, procederá a contratar al tercero en las condiciones acordadas.

La Agencia presentará al Anunciante, con antelación suficiente, tres presupuestos de proveedores diferentes para cada uno de los trabajos que se le soliciten, salvo acuerdo específico en contrario, indicando razonadamente cuál es su propuesta y justificando la ausencia de más de una propuesta en los casos en los que no sea posible obtenerlas.

6. REMUNERACION

Por la prestación de los Servicios que se detallan en la Estipulación Segunda, el Anunciante abonará a la Agencia los siguientes importes en función de la aplicación de una u otra fórmula de pago:

A. Comisión

- El coste, más una comisión del % sobre los trabajos de producción, incluyendo sin limitaciones, artes finales, fotografías, película publicitaria, obras audiovisuales, display, etc
- El coste, más una comisión del %, sobre el coste neto de los medios contratados por cuenta del cliente. Por coste neto se entiende el resultado de deducir del importe bruto, el descuento que aplica el medio a la Agencia de Publicidad o a la Central de Compra por el hecho de serlo y cualquier otro descuento que sea aplicado en factura por la contratación concreta del servicio facturado.
- El rappel obtenido en relación con la contratación de espacios y tiempos en los diferentes medios o soportes, será devuelto al Anunciante, tras la efectiva percepción de los mismos. Dentro del primer cuatrimestre de cada año natural, la Agencia comunicará por escrito al Anunciante al montante del rappel convenientemente desglosados por medios y soportes, vigentes para el año en curso.

B. Honorarios

La Agencia facturará al Anunciante, unos honorarios fijos anuales de pesetas, distribuidos en doce mensualidades de, en concepto de servicios de Agencia.

Todos los honorarios serán objeto de revisión cada día 1 de Enero de cada año. En caso de desacuerdo entre las partes operará de manera automática la actualización de los mismos aplicando el incremento que experimente el Índice de Precios al Consumo (referido al conjunto nacional) publicado por el Instituto Nacional de Estadística u organismo que lo sustituya. A tal efecto se

comparará al término de cada anualidad, el IPC entonces publicado por el citado Instituto, con el correspondiente a la misma fecha del año precedente y el porcentaje de incremento resultante se aplicará a la mencionada base mínima. En caso de que al tiempo de la revisión no se hubiera publicado el definitivo IPC, se aplicará el índice provisional que fija el Instituto Nacional de Estadística y una vez conocido el definitivo, se realizarán los correspondientes ajustes.

7. FACTURACIÓN.

La Agencia facturará al Anunciante, y ésta efectuará los pagos, de acuerdo con lo que se estipula a continuación:

A.1. La producción del material y la comisión de la Agencia, sobre dicha producción, serán facturados los días ... (El anunciante y la agencia determinarán en cada caso los días de facturación)

A.2. En el caso de la facturación relacionada con la reserva y compra de espacios y tiempos en los medios, se emitirá por quincenas vencidas, tras la efectiva emisión o inserción en los mismos, junto con la comisión pactada.

Para que se hagan efectivas las emisiones en el medio televisión y de acuerdo con las condiciones generales de contratación de dicho medio, el Anunciante deberá presentar un aval bancario ante la cadena de televisión correspondiente, que entregará a la Agencia.

A.3. Cuando se trate de producciones cinematográficas, audiovisuales y/o fotografías, la Agencia facturará al Anunciante el primer 50% a la aprobación del presupuesto y el restante 50% a la aprobación de la copia cero.

A.4. La Agencia podrá proceder a la facturación anticipada y parcial de otros gastos de producción, cuando hubieren transcurrido más de tres meses desde el inicio de la misma, o cuando el proveedor solicite justificada y excepcionalmente anticipo de pago.

B.1. Los honorarios fijos mensuales serán facturados el primer día de cada mes, y de acuerdo con la estipulación 6 B.

8. PAGO

1. Todas las facturas serán pagaderas, salvo acuerdo específico en contrario, dentro de los 30 días siguientes a su fecha de recepción excepto en caso de las facturas correspondientes al medio televisión, que serán pagaderas de acuerdo con las condiciones generales de cada una de las cadenas.
2. Cuando se trate de producciones cinematográficas, audiovisuales y/o fotografías, el Anunciante pagará el primer 50% a la aprobación del presupuesto y el restante 50% a la aprobación de la copia cero.
3. En ningún caso, cualquier acción que lleve a cabo la Agencia podrá comportar un coste financiero para la Agencia.
4. Cuando se trate de emisiones o inserciones, la Agencia se compromete a remitir al Anunciante, con la máxima celeridad posible los comprobantes asociados. La falta de disponibilidad de los mismos dentro de los 30 días de la fecha de recepción de las facturas correspondientes no será causa de impago de las mismas. No obstante, si transcurridos dos meses desde dicha fecha de emisión, la Agencia no hubiese aportado los comprobantes, el Anunciante podrá exigir de la Agencia el abono del coste más la comisión de Agencia de las emisiones o inserciones sin justificante.
5. Se pacta expresamente que los créditos dinerarios derivados de este contrato pagaderos en pesetas, serán considerados de pleno derecho, como pagaderos en la moneda única europea (EURO) a partir de la entrada en vigor de dicha moneda, con arreglo al tipo de conversión que se fije a tal efecto por la legislación aplicable.

9. IMPUESTOS

El IVA. deberá aparecer reflejado en las facturas de la Agencia en el sitio oportuno y el tipo legal del momento.

El presente contrato está sujeto a las normas impositivas del estado Español y a las variaciones que el ministerio de Hacienda u otras entidades pudieran establecer sobre tipos o conceptos impositivos

10. CONFIDENCIALIDAD

La Agencia se compromete a mantener en secreto todos los datos concernientes a la publicidad y se abstendrá de utilizar para fines distintos de los expresamente pactados, cualquier información que el Anunciante le pueda facilitar a efectos del cumplimiento del presente contrato.

El deber de confidencialidad desaparecerá en aquellos supuestos en los que la información en cuestión haya devenido del dominio público. La Agencia adoptará cuantas medidas sean precisas a fin de que los terceros no puedan acceder a la información confidencial facilitada por el Anunciante.

El Anunciante se compromete a considerar como documentación confidencial, todos aquellos materiales que reflejen las propuestas de ideas, creaciones y planes de campañas publicitarias que le presente la Agencia y que aquél rechace, y en consecuencia no podrá hacer ningún uso por si mismo o por parte de terceros de dicha documentación y asimismo, deberá adoptar cuantas medidas sean precisas a fin de que terceros no puedan acceder a dicha documentación creada y desarrollada por la Agencia.

11. MODIFICACIONES Y ANULACIONES

El Anunciante se reserva el derecho de cambiar, suspender, reducir o aumentar sus planes, o programas publicitarios, incluso los que se estén ejecutando. En este caso, la Agencia tomará todas las medidas necesarias para que ello implique los menores costes posibles. En todo caso, el Anunciante abonará los costes que haya asumido la Agencia tanto los internos como los asumidos con proveedores externos o con los medios.

12. INFORMES DE CONTACTO

La Agencia procederá a la elaboración de los informes y reportes necesarios, con el objetivo de mantener constantemente informado al Anunciante, de las actividades, negociaciones y trabajos en curso, así como de las actas de las reuniones celebradas. Dichos informes, reportes o actas se considerarán válidos si el Anunciante no los contradice en un plazo razonable de tiempo.

13. PRESUPUESTOS

Todo trabajo, encargo o desarrollo que genere un gasto para el Anunciante, deberá ser objeto de un presupuesto previo, de tal forma que no se asuma ningún compromiso de gasto, por parte de la Agencia, sin la autorización del cliente.

14. COOPERACION

El Anunciante facilitará a la Agencia unos briefings claros y se encargará de que toda la información que le facilita a la Agencia, acerca de las características, contenidos y beneficios de sus productos sea veraz, para así adecuar la publicidad a las disposiciones legales.

15. CUSTODIA DEL MATERIAL Y DOCUMENTACION

La Agencia se hará cargo de los materiales que el Anunciante le confíe. La Agencia, una vez finalizada la vigencia del presente contrato, procederá a la devolución al Anunciante del material y documentación que éste le hubiera entregado durante la relación contractual.

Asimismo, la Agencia hará entrega al Anunciante de los contratos que hubiera firmado con terceros, que directa o indirectamente, hubieran tenido su origen en el presente contrato, y se obliga a firmar cuantos documentos sean necesarios para permitir la subrogación del Anunciante o del tercero por ella designado, en cuantos contratos, derechos y obligaciones se encontraran vigentes a la terminación de la relación contractual.

16. INCUMPLIMIENTO

Será derecho de cualquiera de las partes, resolver el presente contrato en cualquier momento y sin necesidad de aviso previo, en caso de que la parte contraria incumpla cualquiera de las obligaciones establecidas en el mismo, siendo esenciales todas y cada una de las cláusulas del mismo.

17. RESPONSABILIDAD

La agencia se compromete a vigilar que ningún trabajo entregado con arreglo al presente contrato infrinja los derechos de terceros-en particular los de autor y los derechos a la propia imagen-o las leyes en vigor.

18. CARÁCTER PERSONAL DEL CONTRATO

En virtud del carácter personal del presente acuerdo, ambas partes se comprometen a informarse inmediatamente de todos los cambios que se produzcan en sus accionariados (fusiones, absorciones, etc.) que implique perjuicio o menoscabo de alguna de las obligaciones nacidas del presente contrato, especialmente si dichos cambios tienen relación con personas o empresas competidoras de cualquiera de las partes.

19. AUDITORÍA

La agencia reconoce derecho al anunciante para examinar en sus locales, por medio de auditores propios de la organización del Anunciante y/o externos, la documentación que permita verificar el cumplimiento de las obligaciones definidas en el presente contrato. A tal fin, la agencia pondrá a disposición de los auditores la información y documentación que pudiera contribuir a la verificación de las mencionadas obligaciones.

La agencia no tendrá obligación de facilitar a los auditores del anunciante, la documentación que pudiera vulnerar su obligación de confidencialidad para con otros anunciantes.

20. DURACIÓN Y EXTINCIÓN DEL CONTRATO

El presente contrato entrará en vigor el día de de y se prolongará durante un plazo mínimo de doce meses. El Anunciante podrá rescindir el presente contrato durante los doce primeros meses, pero vendrá en la obligación de abonar a la Agencia los honorarios pactados en el presente contrato.

Transcurrido este plazo (de un año) el contrato se entenderá renovado automáticamente por periodos iguales, de no mediar un preaviso en sentido contrario, remitido de forma fehaciente con noventa (90) días de antelación al vencimiento, a instancia de la parte que desee dar el mismo por rescindido

Durante el periodo de preaviso, se mantendrán en su totalidad, las obligaciones de ambas partes.

21. EFECTOS DE LA RESOLUCION

Terminado el periodo de preaviso, la resolución del contrato, producirá todos sus efectos, obligándose las partes al pago de todas las cantidades pendientes derivadas del contrato y de su vigencia.

22. JURISDICCION.

Las partes intervinientes renuncian expresamente a cualquier fuero que pudiera corresponderles, sometiéndose voluntariamente a la competencia de los Juzgados y Tribunales de.....

En cumplimiento de lo acordado, ambas partes firman por duplicado y a un solo efecto, el presente contrato en la fecha y lugar que consta en el encabezamiento.

El Anunciante

La Agencia

ESTIPULACION ADICIONAL. UTILIZACION Y USO DEL CORREO ELECTRONICO INTERNET

El Anunciante autoriza a la Agencia a enviarle todo tipo de correspondencia, incluyendo informes, cartas o comunicaciones de cualquier naturaleza que sean objeto de los servicios de la Agencia, sí como a remitir cualquier tipo de información por vía de correo electrónica en cualquiera de sus modalidades.

Asimismo, cualquier orden, construcción o encargo de servicios que el Anunciante realice a la Agencia por vía de correo electrónico en cualquiera de sus modalidades, será válida y motiva todos sus efectos.

SERVICIOS NO INCLUIDOS

- El marketing directo.
- Las actividades interactivas de los medios.
- Los consejos sobre la responsabilidad o los proyectos de contribución corporativas.
- Las actividades de RRPP.
- Las comunicaciones internas y los planes de motivación.
- Otras actividades como las citadas en la nota de la Estipulación 2 Servicios de la Agencia