

CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS PUBLICITARIOS

En, a de de

REUNIDOS

De una parte D..... en su calidad de (Administrador Unico ; Consejero-Delegado; Director General , etc.) de la empresa..... con domicilio en callenúm.y DNI/CIF. núm., en lo sucesivo ANUNCIANTE.

Y de otra parte D.en su calidad de (Consejero - Delegado; Director General etc.) de la Agencia de Publicidad con domicilio en calle núm. y DNI/CIF. núm. en lo sucesivo, AGENCIA.

EXPONEN

I.- Que EL ANUNCIANTE es una compañía que se dedica a

II.- Que LA AGENCIA es una compañía que presta servicios de publicidad, comunicación y marketing.

III.- Que ambas partes han acordado establecer para el producto, servicio o línea de productos , el presente Contrato que regula las prestaciones del servicio publicitario y de marketing y que se registrá por las siguientes,

CLÁUSULAS

1.- OBJETO DEL CONTRATO

El Anunciante encarga a la Agencia de Publicidad, quién acepta, la creación realización planificación y distribución de una acción publicitaria destinada al producto (servicio o marca) XX.

2.- SERVICIOS CONVENIDOS

(detallar los servicios concretos que se contratan)

2.1. - Creación de campañas y estrategia de medios

La creación de campañas o acciones publicitarias, se regirán por el siguiente sistema:

- A. Recogida de la información sobre el producto o servicio.
- B. Estudio y análisis del planteamiento de la Agencia.
- C. Presentación argumentada del concepto creativo.
- D. Presentación de los bocetos y originales de las piezas publicitarias.
- E. Presentación de la estrategia de medios.
- F. Supervisión y responsabilidad en la realización.

2.2.- Asesoramiento en estudios cualitativos o de mercado

Estudio de las posibilidades y problemática del producto o servicio y de su posicionamiento en el mercado.

Asesoramiento y supervisión en la investigación, estudios de mercado y análisis de resultados, elaboración (según los casos) de la plataforma de marketing para el enfoque de las campañas, pre-test y post-test de las mismas.

Los gastos de realización de cualquiera de los programas anteriores serán siempre por cuenta del Anunciante.

2.3.- Servicio de cuentas y contacto

Para todos los contactos que la cuenta genere, el Anunciante contará con la asistencia permanente de un Director de Cuentas y un Ejecutivo, según los casos. Este equipo será el coordinador entre el Anunciante y la Agencia.

Los viajes del equipo, dentro del área del domicilio de la Agencia, estarán incluidos dentro de los honorarios pactados y no estarán incluidos los gastos de viaje que se efectúen fuera de dicha área.

2.4.- Servicios complementarios

A. Supervisión de toda la realización de materiales con colaboradores externos a la Agencia.

B. Contratación por cuenta del Anunciante de servicios complementarios de tipo promocional, relaciones públicas, material P.L.V., etc.

C. Dirección de la realización para asegurar la correcta interpretación creativa.

2.5.- Plan de medios

Los medios destinados a la difusión de las creaciones publicitarias realizadas por LA AGENCIA (en cualquier tipo de soportes) será contratada por medio de esta, ya sea directamente o a través de la central de medios que ésta designe. No obstante, si por razones de accesibilidad, el anunciante contratara medios directamente se devengaría igualmente al comisión de la AGENCIA.

3.- SELECCIÓN DE PROVEEDORES

Corresponde a LA AGENCIA la elaboración de propuestas y recomendaciones relativas a la selección o subcontratación de proveedores de producción, relaciones públicas, promociones, gabinetes de prensa y medios. Las partes reconocen el contenido estratégico que tiene la ejecución del material publicitario y, por este motivo, sin detrimento de un apropiado control de presupuestos y costes, manifiestan la voluntad mutua de trabajar con aquellos proveedores que a juicio mutuo ofrezcan garantías de máxima calidad.

4.- REMUNERACIÓN DE AGENCIA

LA AGENCIA percibirá como contraprestación por la cesión de derechos de explotación de las creaciones publicitarias una comisión del X % sobre la inversión total del Anunciante en medios de comunicación.

Por otro lado, sobre las facturas de producción de las creaciones publicitarias (realización de material audiovisual, proyectos, bocetos, originales, adaptaciones, etc.) LA AGENCIA percibirá una comisión del X % en concepto de supervisión y control de la producción.

Presupuestos: A petición del ANUNCIANTE, los importes del material del apartado anterior serán aprobados previamente por el mismo. En los trabajos de los estudios de arte, los presupuestos aprobados podrán tener una oscilación del 20 %.

No se comenzará ninguna producción sin el presupuesto aceptado por EL ANUNCIANTE y sin haber recibido por anticipado el 50 % del coste presupuestado y, cuando se trate de producciones cinematográficas o audiovisuales, EL ANUNCIANTE pagará el primer 50% al cursar el pedido y el restante 50% a la entrega de la primera copia.

5.- FORMA DE PAGO

El importe correspondiente al XX % sobre la inversión bruta de la campaña publicitaria destinada a los medios LA AGENCIA la facturará AL ANUNCIANTE de forma mensual por la inversión realizada en el mes anterior, con vencimiento 30 días fecha factura.

El importe correspondiente al XX % sobre la realización y producción de todos aquellos elementos publicitarios que se determinen para la campaña, LA AGENCIA lo facturará AL ANUNCIANTE con vencimiento 30 días fecha factura.

Asimismo, serán facturados mensualmente todos los cargos de medios que se produzcan durante el período del mes facturado.

Si a los 10 días de la recepción de la factura por parte del ANUNCIANTE, éste no ha expresado su disconformidad sobre la misma, se entenderá, por parte de la Agencia, que la misma es conforme.

Si un pago acordado con el ANUNCIANTE es demorado por éste, la AGENCIA podrá suspender el servicio acordado, sin perjuicio de sus anteriores derechos.

Si de mutuo acuerdo entre la AGENCIA y el ANUNCIANTE un pago es demorado a más de 30 días, los gastos financieros que ocasione serán por cuenta del Anunciante.

Las facturas se incrementarán con los impuestos que existan en su día.

6.- PRESUPUESTOS Y ANULACIONES

Todo trabajo que genere un gasto para EL ANUNCIANTE deberá ser objeto de un presupuesto previo, de tal forma que no se asuma ningún compromiso de gastos sin la autorización de EL ANUNCIANTE.

Cualquier anulación devengará un cargo mínimo del 50% sobre lo presupuestado, y si el trabajo realizado fuera superior se facturará en función de lo realizado.

7.- DERECHOS DE UTILIZACIÓN

7.1.- De conformidad con lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual los derechos de autor de la obra y creaciones publicitarias que ésta realice en el desarrollo del presente contrato pertenecen a LA AGENCIA por el hecho de su creación. La propiedad de los soportes materiales a los que se incorporan los elementos creados pertenecerá al ANUNCIANTE, siempre y cuando se haya abonado la correspondiente factura de producción más la comisión por éste servicio.

7.2.- Durante la vigencia del presente contrato LA AGENCIA cede al ANUNCIANTE la exclusividad de explotar las creaciones sobre el producto o servicio a anunciar de conformidad con el contenido, medios y ámbito territorial del presente contrato.

7.3.- Su utilización fuera de la vigencia del presente contrato requerirá, en todo caso, la previa autorización de LA AGENCIA, que tendrá derecho a percibir la remuneración que ambas partes acuerden.

8.- CONFIDENCIALIDAD

Durante el período de validez del presente contrato –también después del mismo-, se considerará secreto comercial y se mantendrá una estricta confidencialidad, de toda la información y materiales aportados por EL ANUNCIANTE, así como el contenido del asesoramiento estratégico que la propia LA AGENCIA pueda ofrecer AL ANUNCIANTE. LA AGENCIA se abstendrá de difundir tales extremos tanto dentro como fuera de su propia organización, excepto en lo que sea estrictamente necesario para el desarrollo efectivo de su trabajo como agente publicitario del ANUNCIANTE.

.....

9.- DURACIÓN

El presente contrato entra en vigor en el día de hoy y tendrá duración de la campaña del año

10.- FUERO

Para cualquier duda, cuestión o divergencia que pudiera surgir en la interpretación, aplicación o cumplimiento de los presentes Acuerdos, las partes se someten de antemano a la jurisdicción de los Tribunales y Juzgados de _____ con renuncia a los de su propio Fuero, si fuere otro.

Y para que conste su decisión y obligarse mutuamente, suscriben el presente Contrato por duplicado y a un sólo efecto, quedando un ejemplar en poder de cada una de las partes.

Por el ANUNCIANTE

Por la AGENCIA
