



INFORME DE NECESIDAD Y EXPLICATIVO DEL IMPACTO ECONÓMICO DEL CONTRATO PRIVADO PARA EL PATROCINIO PUBLICITARIO DEL TORNEO INTERNACIONAL DE PADEL “ESTRELLA DAMM COMUNIDAD DE MADRID MASTER”.

La Constitución Española de 1978 señala en su artículo 43.3 que los poderes públicos fomentarán la educación sanitaria, la educación física y el deporte. Asimismo facilitarán la adecuada utilización del ocio.

El Estatuto de Autonomía de la Comunidad de Madrid recoge, en su artículo 26.1.22 la competencia exclusiva en materia de deporte.

La Ley 15/1984, de 28 de diciembre, del Deporte de la Comunidad de Madrid, en su artículo 2 h) señala que la política deportiva de la Comunidad de Madrid, se inspirará entre otros, en el principio de difusión de las actividades físicas y del deporte en todos los sectores de la población.... Y en su letra j) señala como principio la colaboración responsable entre las diversas Administraciones Públicas y entre éstas y la organización deportiva privada.

La Consejería de Cultura, Turismo y Deporte del Gobierno, de la Comunidad de Madrid asume, entre otras, según lo establecido en el artículo 10 del Decreto 42/2021, de 19 de junio, de la Presidenta de la Comunidad, por el que se establece el número y denominación de las Consejerías de la Comunidad de Madrid, es el órgano competente en materia de deporte.

Asimismo a la Dirección General de Deportes, de acuerdo con el artículo 13, letra l) del Decreto 229/2021, de 13 de octubre, del Consejo de Gobierno, por el que se modifica la estructura orgánica de la Consejería de Cultura, Turismo y Deporte, le corresponde la competencia para “la colaboración en la organización, promoción y difusión en el territorio de la Comunidad de Madrid de eventos deportivos, o la organización o coorganización, si procede, y en su caso, patrocinio, sin perjuicio de las competencias que correspondan a otros entes, entidades y organismos”.

En los Presupuestos Generales de la Comunidad de Madrid, Programa 336A, existe dotación económica en el subconcepto 28001 (Promoción económica, cultural y educativa) con el fin de colaborar y promocionar todos aquellos acontecimientos deportivos que posibiliten una mayor difusión y práctica de la actividad deportiva, el desarrollo de campeonatos deportivos en diferentes modalidades, ámbitos de población y de carácter autonómico, nacional e internacional, que coadyuven a su vez a la dinamización económica de la región.

En ejercicio de dichas atribuciones, la Consejería de Cultura, Turismo y Deporte considera de interés público su participación, a través del patrocinio publicitario, en la celebración del torneo de pádel denominado “Estrella Damm Comunidad de Madrid Master” como instrumento idóneo para la promoción del deporte entre los ciudadanos de la Comunidad de Madrid, al tratarse de una prueba incluida en el World Padel Tour, circuito mundial de pádel profesional que se va ampliando año tras año a más países, que ha pasado de celebrar 14 torneos en 3 países en 2014, a celebrar 22 torneos en 13 países, en 2022.

El pádel, es un deporte de moda con importantes tasas de crecimiento. Así se estima que cuenta con más de 18 millones de jugadores activos, habiéndose incrementado las visualizaciones internacionales de este deporte, un 61% desde el año 2019.

La práctica de este deporte se ha extendido entre la población del tal manera que se sitúa directamente después del fútbol y antes que el baloncesto, el fútbol sala y el tenis, con un 11.3% de población que lo practica en España, según datos del año 2020, con un significativo aumento de las practicantes femeninas.

Se trata de una modalidad deportiva altamente social, en la que se mezclan el talento, la diversión y la competitividad.

El World Padel Tour, es un circuito internacional de pádel totalmente consolidado que, además, cuenta con una comunidad digital de más de 2,5 millones de seguidores, en donde existe un alto grado de interacción con sus fans, y que cuenta con una plataforma televisiva propia y gratuita con la emisión de 476 partidos por temporada. Por otra parte, ha llegado en 2022, a un acuerdo de emisión con Movistar, junto con otros operadores internacionales para emitir toda la temporada, entre los que se cuentan canal + france (más de 60 países), Directv (Argentina, Brasil, Cuba, y otros países de Sudamérica), Viaplay (Suecia, Finlandia, Noruega, Islandia y Dinamarca), Sky (Italia), Zapping tv (Chile), Ziggo Sport (Holanda) y Telenet (Bélgica).

El World Padel Tour celebra eventos en las principales ciudades del mundo, obteniendo su competición una alta valoración por los seguidores, que alcanza una nota promedio de 8,6 entre los asistentes y de 8,2 entre los seguidores por streaming o televisión.

Por otra parte, el World Padel Tour es un circuito que cree en el pádel femenino y trabaja para la igualdad entre el circuito femenino y masculino, habiendo adoptado diversas medidas para promover la igualdad entre las que destacan el cambio de su logotipo en 2019, eliminando la figura masculina que aparecía en el logotipo y sustituyéndola por una imagen sin presencia humana y, especialmente, la igualdad de los premios económicos entre hombres y mujeres, siendo la primera competición mundial en igualar los premios en ambas categorías en todas sus pruebas.

En España esta modalidad deportiva cuenta con 75.548 licencias, de las que 48.905 son masculinas y 26.643, femeninas, así como con 1.119 clubes inscritos en la Federación Española de Pádel. En la Comunidad de Madrid, la modalidad de pádel cuenta con un total de 7.879 licencias, de las que 5.190 son masculinas y 2.689, femeninas, ascendiendo el número de clubes a 115.

El interés público de la celebración de una prueba deportiva como esta es indudable por sus efectos tanto en el terreno exclusivamente deportivo, como en el ámbito social y económico.

En el terreno deportivo, porque se trata de uno de los principales circuitos mundiales profesionales de pádel, en el que se darán cita los más destacados jugadores del mundo de esta modalidad en estos momentos, lo cual atraerá a muchos aficionados de este deporte, y será decisivo en la promoción del mismo entre los ciudadanos de la Comunidad de Madrid.

En este Torneo se darán cita 100 parejas de categoría masculina y 64 parejas de categoría femenina, disputándose 62 partidos desde dieciseisavos de final, entre los que se incluirán los más destacados jugadores del ranking internacional WPT, con participación de jugadores de alrededor de 15 nacionalidades.

El ranking WPD es el ranking de referencia a nivel mundial, ya que es donde participan por contrato los mejores jugadores y jugadoras del mundo, además de ser el circuito de referencia en el ranking único de la Federación Española de Pádel y otras Federaciones nacionales de pádel.

Los aficionados al pádel podrán disfrutar del evento, tanto en vivo, asistiendo a los partidos en la Caja Mágica de Madrid como a través de la televisión, ya que todos los partidos a partir de los dieciseisavos de final, se retransmitirán en directo a través de World Padel Tour TV en locución tanto en español como en inglés a todos los países del mundo. En España, Movistar+ ofrecerá en directo los partidos a partir de los dieciseisavos de final, y todos los partidos femeninos y masculinos hasta dicha fase se podrán ver bajo demanda en World Padel Tour TV y los resúmenes de estos también a través de YouTube.

Por otra parte, se han alcanzado acuerdos con distintas plataformas internacionales, haciendo todo ello que se pueda hablar de un alcance de cerca de 55 millones de personas, además del propio de las Redes Sociales y las noticias en TV y prensa, tanto on line como offline a nivel nacional y regional, calculándose un retorno en imagen proveniente de los soportes mediáticos y el in situ, de algo más de 220.000 €, con una inversión en medios de algo más de 100.000 €.

En cuanto al impacto económico, con la estimación de asistencias al evento de 35.000 personas, se calcula que superará el millón y medio de euros, superando también los 500.000 euros, el impacto por alojamiento y dietas de la organización, patrocinadores y participantes en el evento.

La participación de la Consejería de Cultura, Turismo y Deporte en este evento se pretende canalizar a través del patrocinio publicitario, teniendo como entidad patrocinada la empresa SETPOINT EVENTS, S.A., cuyo objeto social es, de acuerdo con el artículo 2 de sus Estatutos, “la organización de competiciones y acontecimientos deportivos o culturales de cualquier clase. Creación y comercialización de cualquier tipo de contenidos artísticos y culturales.”

La citada sociedad posee los derechos de propiedad industrial e intelectual del circuito internacional denominado “WORLD PADEL TOUR”, y de sus marcas y signos distintivos, tal y como acreditó mediante la aportación de los certificados correspondientes de la inscripción en la Oficina de Propiedad Intelectual de la Unión Europea (UEIPO), y cuyos derechos exclusivos adquirió mediante cesión de la mercantil S.A. Damm, anterior propietaria de dichos derechos, mediante acuerdo suscrito entre ambas partes, con fecha 4 de abril de 2015, que también obra en el expediente, y que es el patrocinador principal del circuito, con derecho a utilizar la denominación oficial de los torneos como “Estrella Damm” o cualquier otra marca del grupo.

Por lo que se refiere al contenido concreto del patrocinio, las contraprestaciones a satisfacer por la entidad SETPOINT EVENTS, S.A., a favor de la Comunidad de Madrid, que se concretan en el Pliego de Prescripciones Técnicas, se pueden resumir en la presencia del nombre institucional en la propia denominación del Torneo, la inserción de la imagen corporativa de la Comunidad de Madrid en todos los soportes publicitarios y de difusión, así como en los soportes técnicos que se realicen, en los medios de comunicación y redes sociales, desde la firma del contrato, en la forma en que se detalla más adelante. También aparecerá la imagen de la Comunidad de Madrid en los actos complementarios al evento, tales como presentación, entrega de premios, ruedas de prensa y cualquier otro similar.

Con la suscripción de este contrato, la Comunidad de Madrid adquirirá la condición de patrocinador oficial del Torneo denominado “Estrella Damm Comunidad de Madrid Master” pudiendo difundir o utilizar este título en cuantas acciones publicitarias estime oportunas.

Así la Comunidad de Madrid tendrá presencia publicitaria en el evento y su imagen estará en todo momento visible y en el lugar estipulado. A este fin, se incorporará el logotipo y nombre de la Comunidad de Madrid, como patrocinador oficial, en todos los soportes promocionales y publicitarios que se produzcan con motivo del evento, exhibiéndose asimismo en todas las sedes y en los diversos eventos promocionales y ruedas de prensa, o similares, que se celebren con ocasión del mismo, así como anteriormente a la competición. En concreto, la Comunidad de Madrid tendrá presencia, al menos, en los siguientes soportes:

- a) Cartel anunciador de la prueba y en toda la línea creativa y piezas relacionadas con la prueba, entre los que se encuentran carteles oficiales, flyers promocionales, carpetas de prensa, acreditaciones, invitaciones, página web, traseras de ruedas de prensa, photocall, etc..
- b) Led time en pista central con un peso o porcentaje del 3% durante el torneo.
- c) Anillo inferior en tiro de cámara durante el torneo mediante un policarbonato o formato similar. Se ubicará en una de las 8 posiciones en tiro de cámara.
- d) Anillo superior durante el torneo mediante un policarbonato o formato similar.
- e) Roll Up en la entrega de premios durante el torneo.
- f) Video de la presentación del torneo.
- g) Pantallas del VIP en rotación.
- h) Menciones como patrocinador del evento en todas las cuñas radiofónicas o “promos” que se hagan como difusión del evento.
- i) Presencia de los representantes oficiales de la Comunidad de Madrid en las entregas de premios, actos oficiales, presentación del evento, ruedas de prensa y cualquier otro acto oficial relacionado con la prueba.
- j) Banner en rotación durante el Torneo.

Además, la Comunidad de Madrid tendrá derecho a:

- la emisión de un spot de 20 segundos con un peso o porcentaje del 3%, que se emitirá tanto en la señal locutada en español como en inglés, producido por la Comunidad de Madrid.
- la emisión de spot de 20 segundos en video marcadores de pista central con un peso o porcentaje del 3% durante el torneo.
- Dos palcos con capacidad para 12 personas
- 75 entradas diarias de grada general.

- Cesión de pista para *clinics* con alumnos de la Federación Madrileña de Pádel, el viernes, 23 de septiembre, por la tarde.

Respecto a la valoración económica de la aportación para este tipo de elementos publicitarios y cesión de espacios en el caso de la prueba cuyo patrocinio nos ocupa, y a la vista de los impactos que la celebración de esta prueba tiene en la Comunidad de Madrid, tanto desde el punto de vista económico, como deportivo y social, y especialmente, el impacto publicitario por su proyección exterior, así como el valor económico de los soportes y medios publicitarios y de difusión a emplear, se cifra, a día de hoy en 100.000,00 euros, IVA incluido, valor que está en función del valor de mercado que en cada momento tiene el evento que se patrocina.

El patrocinado, como dice la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad, a cambio de una ayuda económica para la realización de su actividad deportiva, se compromete a colaborar en la publicidad del patrocinador.

Por todos estos motivos, dado el enorme interés deportivo y mediático del evento, la Comunidad de Madrid se propone la suscripción de un contrato de patrocinio de este evento, a celebrar los días 20 a 25 de septiembre de 2022, estando previsto un precio de licitación de 100.000,00 euros, IVA incluido, que será posteriormente objeto de negociación hasta alcanzar la cifra definitiva que se imputará al subconcepto 28001, del programa 336A del presupuesto de gastos de la Comunidad de Madrid para el ejercicio 2022, siempre que exista crédito adecuado y suficiente para ello.

Puesto que se pretende contratar los servicios de patrocinio publicitario con la entidad que es titular de todos los derechos sobre el evento, y que su objeto es la "la organización de competiciones y acontecimientos deportivos o culturales de cualquier clase. Creación y comercialización de cualquier tipo de contenidos artísticos y culturales", tal y como establece el artículo 2 de sus estatutos, se debe formalizar el patrocinio mediante un contrato privado, puesto que dicha empresa tiene capacidad para suscribirlo según lo establecido en la Ley 9/2017 de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público, por la que se transponen al ordenamiento jurídico español de las Directivas del Parlamento Europeo y del Consejo 2014/23/UE y 2014/24/UE, de 26 de febrero de 2014, tal y como indican los últimos informes del Servicio Jurídico en este y otros contratos de patrocinio.

Madrid, en la fecha de la firma
EL DIRECTOR GENERAL DE DEPORTES

Firmado digitalmente por: BENZO SAINZ FERNANDO
Fecha: 2022.06.01 09:31

Fdo.: Fernando Benzo Sainz