



G VICEPRESIDÈNCIA
O I CONSELLERIA
I INNOVACIÓ
B RECERCA I TURISME
/ AGÈNCIA TURISME
ILLES BALEARS

CONVENI DE COL·LABORACIÓ ENTRE L'ATB I L' ENTITAT LOGITRAVEL.SL PER A LA REALITZACIÓ D'ACCIONS PROMOCIONALES EN MERCATS EXTERIOR SOTA LA MODALITAT COMARQUETING PROMOCIONAL DURANT L' ANY 2016-2017.

Parts

Pere Muñoz Perugorria, en qualitat de director gerent de l'ATB, per delegació del president de l'Agència de Turisme de les Illes Balears (endavant ATB), (Resolució de 14 de juliol de 2016), entitat pública de la Conselleria d'Innovació, Recerca i Turisme, amb domicili social al carrer Rita Levi, s/n, edifici ATB, Parc Bit, CP 07121, Palma de Mallorca i CIF núm. Q-5755004-H.

Bartomeu Cerda Bennasar, en representació de la mercantil LOGITRAVEL SL, (endavant LOGITRAVEL) amb domicili al Parc Bit parcel·la 3B de Palma i CIF núm. B 57288193 segons acredita la còpia de la escriptura atorgada el 20 de maig de 2014 davant el notari Catalina Nadal Reus, del Il·lustre Col·legio Notarial de les Illes Balears, amb el número de protocol 589.

Antecedents

1. L'Agència de Turisme de les Illes Balears (ATB), d'acord amb l'article 2.5 dels seus estatuts, estableix dins de les seves finalitats, promocionar l'oferta turística de les Illes Balears com a destí turístic de referència internacional d'acord amb la seva diversitat, la seva qualitat i la seva rendibilitats social i econòmica, així como situar les marques de Mallorca, Menorca, Eivissa i Formentera com referents de destí turístic de qualitat amb identitat pròpia, i donar protagonisme als segments o mercats prioritaris, en atenció als interessos socials i econòmics de les Illes Balears i en col·laboració amb tots els agents turístics vinculats a la promoció turística, tant en l'àmbit de les administracions com especialment en el sector privat.

L'ATB té com un dels seus objectius preferents, la promoció efectiva del destí Illes Balears fomentant e impulsant iniciatives amb vista a la promoció del turisme.

Amb això, s'estableix una acció conjunta que potencia la rendibilitat en la gestió



G VICEPRESIDÈNCIA
O I CONSELLERIA
I INNOVACIÓ
B RECERCA I TURISME
/ AGÈNCIA TURISME
ILLES BALEARS

dels recursos tant públics com a privats. Així mateix, el comàrqueting reforça la imatge de marca de les entitats que en ell participen, convertint-se els seus atributs en traccionadors de la demanda.

L'ATB, amb la finalitat d'establir acords amb distintes entitats va publicar al BOIB núm.71, de 2 de juny de 2016, la Resolució del president de l'ATB que aprova les bases de la convocatòria pública per a la realització de convenis de col·laboració en modalitat *comàrqueting* promocional amb l'ATB en accions promocionals durant l'any 2016, d'acord amb els principis de publicitat transparència, cooperació i eficiència de la utilització dels recursos públics, d'acord amb la valoració de les propostes tècniques, per determinar el compliment o no dels requisits tècnics exigits d'acord amb l'establert a la base 5.3 d'aquestes bases, i una vegada convocada per l'ATB el compliment del requisits establerts a la convocatòria.

Tal com s'estableix a les bases de la convocatòria, les entitats i empreses interessades a participar en aquesta convocatòria podran sol·licitar una col·laboració a l'ATB que en cap cas podrà ser superior al 50% del total de la proposta presentada ni tampoc podrà superar els 40.000 €.

2. La entitat LOGITRAVEL compleix amb els requisits establerts a la convocatòria per a la realització de convenis de col·laboració en modalitat de *comàrqueting* promocional, i mitjançant Resolució del president de l'ATB 6 de juliol de 2016 se ha determinat la col·laboració amb l'entitat en d'acord amb la seva proposta:

- Campanyes vinculades a impulsar la imatge de totes les marques: **MALLORCA, MENORCA, EIVISSA, FORMENTERA**
- Destinades a promocionar la temporada *baixa* del 2016, mitjançant campanyes realitzades als mesos **de febrer a març de 2017**.
- Accions vinculades a les categories de producte: **ESPORTS, CULTURA, GASTRONOMIA, NATURA i MICE**.
- Desenvolupades als mercats de: **ESPANYA, ITÀLIA, ALEMANYA, REGNE UNIT, FRANÇA, PORTUGAL**



G VICEPRESIDÈNCIA
O I CONSELLERIA
I INNOVACIÓ,
B RECERCA I TURISME
/ AGÈNCIA TURISME
ILLES BALEARS

Resumen económico campaña	Totales	Descuentos	Neto	Logitravel Assume	ATB Assume
Campaña ONLINE LOGITRAVEL	271.413 €	80%	54.283 €	173.482 €	40.000 €
Campaña Traveltool Agencias Físicas	44.702 €		8.940 €		
Campaña ONLINE Medios Externos (Display y RRSS)	287.780 €		57.556 €		
Campaña Offline (Prensa y Revistas) España	156.636 €		31.327 €		
Campaña Offline (Prensa y Revistas) Italia	132.300 €		26.460 €		
Campaña Offline Televisión	120.960 €		24.192 €		
Campaña Cines	49.920 €		9.984 €		
Producción Campaña Gráfica Online y Offline	2.100 €		420 €		
Producción Video	1.600 €		320 €		
Total Campaña	1.067.411 €	-80%	213.482 €	173.482 €	40.000 €
Impuestos no incluidos					
Aportación solicitada				40.000 €	
Impuestos no incluidos					

Resumen económico campaña	Totales	Descuentos	Neto	Logitravel Assume	ATB Assume
Campaña ONLINE LOGITRAVEL	271.413 €	80%	54.283 €	173.482 €	40.000 €
Campaña Traveltool Agencias Físicas	44.702 €		8.940 €		
Campaña ONLINE Medios Externos (Display y RRSS)	287.780 €		57.556 €		
Campaña Offline (Prensa y Revistas) España	156.636 €		31.327 €		
Campaña Offline (Prensa y Revistas) Italia	132.300 €		26.460 €		
Campaña Offline Televisión	120.960 €		24.192 €		
Campaña Cines	49.920 €		9.984 €		
Produccion Campaña Gráfica Online y Offline	2.100 €		420 €		
Produccion Video	1.600 €		320 €		
Total Campaña	1.067.411 €	-80%	213.482 €	173.482 €	40.000 €
Impuestos no incluidos					
Aportacion solicitada				40.000 €	
Impuestos no incluidos					

3.-D'acord amb la negociació mantinguda en data 1 de setembre de 2016, no s'ha produït cap modificació de la proposta inicial.

Clàusules

1. OBJECTE

L'objecte d'aquest Conveni es establir la col·laboració entre l'entitat LOGITRAVEL i l'ATB per a realitzar accions de *comàrqueting promocional* durant els períodes 14-28



G VICEPRESIDÈNCIA
O I CONSELLERIA
I INNOVACIÓ,
B RECERCA I TURISME
/ AGÈNCIA TURISME
ILLES BALEARS

febrer i 17-31 de març de 2017 per al foment de la temporada baixa, d'acord amb la proposta presentada per LOGITRAVEL, que ha obtingut una puntuació de 176 punts i la posterior negociació que s'ha dut a terme entre les parts dins del marc de la convocatòria pública realitzada per l'ATB per accions de *comàrqueting exterior*.

- Accions al portal Logitravel (banners, xarxes socials, newsletter, home específica, banner a les esperes...)
- Accions on-line a mitjans de comunicació (banners)
- Accions premsa gràfica (pàgina i mitja pàgina de publicitat)
- Accions de televisió (spot 20")
- Accions a cinemas (spot 20")
- Accions a la xarxa d'agències de viatge Traveltool (home, banner esperes, toll news material gràfic per aparadors, pantalles TV, etc)

Aquesta col·laboració s' emmarca dins la política de col·laboració amb el sector privat que permet sumar esforços a la promoció turística de TOTS ELS DESTINS, millorant l' eficàcia i estabilitat dels pressupostos destinats a la promoció d'ambdues entitats.

2. APORTACIÓ ECONÓMICA DE LES PARTS

L'entitat LOGITRAVEL i l'ATB acorden que l'aportació econòmica conjunta per al compliment de les actuacions incloses en aquest Conveni serà d'un màxim de 213.482 €, impostos exclosos, repartits com es detalla:

- a) L'aportació de l'entitat LOGITRAVEL es de 173.482€ impostos exclosos, mitjançant la realització de la campanya de comàrqueting proposta amb les modificacions negociades amb l'ATB d'acord amb l'annexa II.
- b) L'aportació de l'ATB per a la realització de la campanya de comàrqueting exterior es de 40.000 € impostos exclosos, per les accions que se ajusten a l'establert a l'apartat 4 de les bases

L'aportació de l'ATB es realitzarà amb càrrec al pressupost de l'ATB per a l'any 2017, per tant està condicionada a l'aprovació del pressupost de l'any 2017.

3. CAMPANYA DE COMARQUETING OBLIGACIONS

Les campanyes hauran de complir amb :



G VICEPRESIDÈNCIA
O I CONSELLERIA
I INNOVACIÓ,
B RECERCA I TURISME
/ AGÈNCIA TURISME
ILLES BALEARS

- La campanya estarà vinculada a tots els destins/marques, per la qual cosa haurà d'aparèixer la marca conjunta o la distintiva de cada destinació, d'acord amb el pla de mitjans, seguint les instruccions de l'ATB en relació a les marques de destí turístic a utilitzar.
- La campanya de publicitat i màrqueting s'ha de realitzar durant els mesos de febrer i març de 2017.
- La campanya va dirigida al següents mercats: **nacional, alemany, anglès, italià i francès i portuguès**.
- Els productes a promocionar segons s'indica als annexos II i memòria tècnica es realitzaran, entre d'altres amb els productes d'**esports, cultura, gastronomia, natura i mice**.

La campanya de comàrqueting desenvolupada per LOGITRAVEL a més haurà de:

- Ajustar-se a la campanya proposada a l'annexo II i memòria tècnica presentada, i als acords arribats a la negociació mantinguda, els quals s'adjunten a aquest conveni i contemplats al punt 3 dels antecedents.
- En tota la creativitat de la campanya, així com en qualsevol material promocional que es destini a la mateixa, hauran d'aparèixer les marques, seguint les instruccions de l'ATB en relació a les marques de destí turístic a utilitzar.
- La planificació, producció de arts gràfiques o audiovisuals, desenvolupament i execució de la campanya, compra d'espais, supervisió, control i anàlisi dels resultats, hauran de realitzar-se per LOGITRAVEL.
- Dins dels imports totals de les campanyes de comàrqueting proposades per LOGITRAVEL s'inclou el cost total de la mateixa.
- Així mateix, podran incloure ofertes concretes vinculades a preu.

4. PROCEDIMENT

El procediment establert en el desenvolupament i execució del conveni serà el següent.



G VICEPRESIDÈNCIA
O I CONSELLERIA
I INNOVACIÓ
B RECERCA I TURISME
/ AGÈNCIA TURISME
ILLES BALEARS

4.1 Comissió de seguiment i designació tècnica.

Una vegada subscrit aquest conveni de col·laboració, i amb la finalitat de garantir la bona execució del conveni, en el mateix acte es constituirà la comissió de seguiment d'aquest conveni i es designarà,

Per part de l'ATB:

- *Un coordinador de l'àrea responsable del conveni de comàrqueting:* qui haurà de supervisar les actuacions derivades d'aquest conveni i donar l'aprovació tècnica a les mateixes.
- *Un tècnic responsable del comàrqueting:* qui haurà de realitzar la gestió diària de les accions derivades del conveni e informar i coordinar junt al responsable d'àrea de tot el relatiu al mateix.
- *Un tècnic responsable del dep. d'imatge:* qui haurà de donar l'aprovació de les creativitats i material promocional utilitzat en les accions desenvolupades mitjançant aquest conveni.

Per part de Logitravel:

- *Un coordinador de publicitat i accions de màrqueting responsable del conveni de comàrqueting:*
- *Un tècnic de publicitat i accions de comàrqueting:* qui haurà de realitzar la gestió diària de les accions derivades del conveni e informar i coordinar junt amb el responsable d'àrea tot el relatiu al mateix.

La comissió es pot reunir a sol·licitud de qualsevol de les parts. I pot designar als assistents dependent de l'ordre del dia del temes a tractar.

Així mateix, els tècnics designats son els encarregats de coordinar la gestió i desenvolupament del conveni segons les clàusules estipulades en aquest conveni.

4.2 Gestió de la planificació de les campanyes

La planificació de la campanya de màrqueting a càrrec de LOGITRAVEL haurà de coincidir amb la proposta realitzada amb l'ANNEXE II i a la memòria tècnica amb els canvis negociats i establerts a la clàusula 3 d'aquest conveni.

Així mateix, LOGITRAVEL haurà de velar perquè les accions que es duen a terme no vagin en contra dels interessos de l' ATB, guardant-se aquesta el dret



G VICEPRESIDÈNCIA
O I CONSELLERIA
I INNOVACIÓ
B RECERCA I TURISME
/ AGÈNCIA TURISME
ILLES BALEARS

a emprendre qualsevol tipus d'acció legal si ho consideres oportú.

4.3 Creativitat

Les creativitats que es realitzin hauran de contenir la marca conjunta o la distintiva de cada destí, d'acord amb el pla aprovat i la marca de la entitat que signa el conveni LOGITRAVEL.

Aquesta clàusula serà extensible a tota la publicitat, documentació escrita o anuncis, així com també qualsevol tipus d'informació en suport electrònic, informàtic o telemàtic que es derivi de l'objecte d'aquest conveni.

4.4 Control i justificació de la campanya i dels resultats obtinguts

L'entitat LOGITRAVEL ha d'entregar, abans del 30 d'abril de 2017, un dossier justificatiu on quedin reflectides les accions que es deriven d'aquest Conveni, es a dir, de la campanya de màrqueting proposta/ negociada LOGITRAVEL.

Aquest dossier ha d'incloure:

A.- Accions LOGITRAVEL

- Captures de pantalla dels diferents banners planificats segons la memòria tècnica (Home, home paquets, Home Costes, Home Hotels, banners d'espera i banner newsletter) amb un report del nombre total d'impressions, duració de la campanya i resultats obtinguts.
- Captura de pantalla dels post a Facebook segons planificació de la memòria tècnica i un report dels resultats obtinguts (nº likes, comentaris, etc.)

B.- Accions on-line externes

- Captures de pantalla dels banners planificats als diferents mitjans de comunicació segons la memòria tècnica: La Vanguardia on-line, 20 Minutos, Revista Viajeros. S'ha d'adjuntar un report del nombre total d'impressions, duració de la campanya i resultats obtinguts.
- Captura de pantalla dels post promocionats a Facebook i Twitter segons planificació de la memòria tècnica i un report dels resultats obtinguts (nº likes, comentaris, etc.)



G VICEPRESIDÈNCIA
O I CONSELLERIA
I INNOVACIÓ
B RECERCA I TURISME
/ AGÈNCIA TURISME
ILLES BALEARS

C.- Accions off-line (gràfica)

- 2 originals de les insercions realitzades a premsa gràfica espanyola segons figura a la memòria tècnica: El País (El viajero) El Mundo (Viajes) i ABC
- 2 originals de les insercions realitzades a premsa gràfica italiana segons figura a la memòria tècnica: Leggo Milán i Lego Roma,

D.- Accions Travel Tool

- Captures de pantalla dels diferents banners planificats segons la memòria tècnica (Home, paquets, i banners d'espera) amb un report del nombre total d'impressions, duració de la campanya i resultats obtinguts.

-Còpia del comunicat a Agents de Viatges Traveltool - Tool News i report amb el nombre total d'enviaments.

- Creativitat utilitzada en els aparadors de les Agències de Viatges Travetool i de les pantalles de TV amb material gràfic de la campanya on es vegi aquestes creativitat dins les agències de viatges, segons s'indica a la memòria tècnica. També s'aportarà un certificat de Logitravel indicant el nombre total d'agències de viatge on s'ha posat la creativitat de la campanya així com la duració d'aquesta acció.

E. Campanya audiovisual

- Còpia dels spots emesos a Televisió i Cinema amb un certificat d'emissió dels diferents suports on s'hagin visionat aquests anuncis.
- S'haurà d'aportar també un report del nombre total de pases, mitjans seleccionats, horaris d'emissió, audiència impactada i resultats obtinguts

S'haurà d'adjuntar a aquest dossier una declaració responsable de que la informació continguda al dossier es fidel reflex de la campanya realitzada, que l'import aportat per LOGITRAVEL per a l'execució d'aquesta campanya és l' import establert a la clàusula 2, signada pel responsable legal de l'entitat LOGITRAVEL .



G VICEPRESIDÈNCIA
O I CONSELLERIA
I INNOVACIÓ
B RECERCA I TURISME
/ AGÈNCIA TURISME
ILLES BALEARS

5. ABONAMENT DE L'APORTACIÓ DE L'ATB

L'aportació de l'ATB es farà efectiva contra factura que s'emetrà una vegada hagi finalitzat l'acció proposada. Aquesta factura haurà d'anar acompanyada d'un dossier justificatiu de les accions realitzades el contingut de les quals s'especificarà, en funció del tipus d'acció proposada d'acord amb l'establert a la clausula 4.5

6. INCOMPLIMENT DE LA JUSTIFICACIÓ PRESENTADA

En el cas de què la documentació justificativa presentada per l'entitat LOGITRAVEL no acredites de manera fefaent el correcte desenvolupament de la campanya de màrqueting, l'ATB no abonaria a LOGITRAVEL l'aportació corresponent a l'ATB, o en el cas de què la justificació fos parcial, s'abonaria proporcionalment l'import corresponent.

7. DRETS D'IMATGE I PROPIETAT INTELECTUAL

L'ATB ostenta en exclusiva tots els drets de propietat industrial, intel·lectual i d'imatge sobre el material creatiu (texts, imatges) que se puguin aportar per l'execució d'aquest conveni. Per tant, aquest material, es propietat de l'ATB i únicament podrà ser utilitzat, modificat, difós amb l'autorització prèvia de l'ATB.

Així mateix LOGITRAVEL es compromet a ostentar en exclusiva tots els drets de propietat industrial, intel·lectual i d'imatge sobre el material creatiu (textos, imatges) que es produeixen per al desenvolupament de la campanya de màrqueting proposada. Per això, l'ATB no es fa responsable de les possibles accions legals interposades per tercers essent l'únic responsable LOGITRAVEL.

8. DURACIÓ

Aquest Conveni entra en vigor en la data de la seva signatura i estarà vigent fins el 31 de març de 2017, sense possibilitat de pròrroga.

9. PROTECCIÓ DE DADES DE CARÀCTER PERSONAL

LOGITRAVEL i la ATB s'obliguen al compliment de tot l'establert a la Llei Orgànica 15/1999, de 13 de desembre, de protecció de dades de caràcter personal (LOPD) i al



G VICEPRESIDÈNCIA
O I CONSELLERIA
I INNOVACIÓ
B RECERCA I TURISME
/ AGÈNCIA TURISME
ILLES BALEARS

Reial Decret 1720/2007, de 21 de desembre, pel qual s'aprova el Reglament de desplegament de la Llei Orgànica 15/1999, de mesures de seguretat dels fitxers automatitzats que continguin dades de caràcter personal, en relació amb les dades personals als que puguin tenir accés durant la vigència d'aquest Conveni.

10. LLENGUES DE TREBALL EN L'EXECUCIÓ DEL CONVENI

LOGITRAVEL i l'ATB podran utilitzar el català o el castellà en les comunicacions internes de caràcter general, mentre que les publicacions, anuncis, vídeos promocionals, texts, així com qualsevol peça gràfica o audiovisual hauran d'aparèixer en l'idioma corresponent al mercat en el que vagi dirigit.

11. EXCLUSIÓ DEL TEXT REFÓS DE LA LLEI DE CONTRACTES DEL SECTOR PÚBLIC

Aquest Conveni de col·laboració queda exclòs del Text refós de la Llei de Contractes del Sector Públic, d'acord amb el previst a l'article 4.1 apartat d), si bé s'aplicaran els principis que sustenten aquesta Llei per a resoldre els dubtes i llacunes que durant la seva execució poguessin presentar-se.

12. CAUSES D'EXTINCIÓ DEL CONVENI

Son causes d'extinció del Conveni:

- El transcurs de la vigència d'aquest conveni.
- Si per causes d'operativitat, funcionalitat, estratègia o pressupostàries l'ATB decideix no dur a terme alguna part de la campanya subscrita amb l'entitat sol·licitant una vegada formalitzat aquest, es resoldrà mitjançant comunicació a l'altra part amb un mes de preavís.
- El mutu acord entre les parts.
- L'incompliment greu i reiterat per qualsevol de les parts d'alguna de les clàusules d'aquest conveni.
- Qualsevol altra que prevegi la normativa vigent d'aplicació.

13. OBLIGACIONS FORMALS

Ambdues entitats es comprometran a velar pel manteniment d'un comportament ètic i responsable en la gestió i execució de les accions salvaguardant al màxim la bona imatge d'ambdues entitats i de les marques que gestionen.



G VICEPRESIDÈNCIA
O I CONSELLERIA
I INNOVACIÓ
B RECERCA I TURISME
/ AGÈNCIA TURISME
ILLES BALEARS

14. CONFIDENCIALITAT

Cualsevol informació confidencial revelada per l'ATB a l'entitat amb la qual es formalitza accions de *comàrqueting promocional* durant la vigència del Conveni, es mantindrà amb caràcter estrictament confidencial per al receptor, el qual es compromet a utilitzar aquesta informació únicament per a la finalitat per a la qual li es revelada per l'emissor, excepte imperatiu legal.

El receptor te que protegir la informació confidencial de l'emissor contra qualsevol us no autoritzat o revelació a tercers, de la mateixa manera que protegeix la seva informació confidencial. L'accés a aquesta informació queda restringit tan sols a aquells empleats de l'entitat col·laboradora que tenguin que conèixer per al compliment d'aquesta col·laboració.

15. FUR

En cas de dubte o divergència en la interpretació o aplicació del Conveni, les parts acorden sotmetre de forma expressa a la jurisdicció contenciosa administrativa, amb renúncia expressa a qualsevol altre fur que li pogués correspondre.

I per a que així consti, signem aquest document per duplicat exemplar.

Palma, 19 de setembre de 2016

Per l' ATB

Pere Muñoz Perugorria

Per Logitravel

Bartomeu Cerdá Bennasar

LOGITRAVEL, SL
CIF: B57288193