



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 CESGARDEN SL PER A LA REALITZACIÓ D'ACCIONS PROMOCIONALES DINS LES ILLES BALEARS SOTA LA MODALITAT COMARQUETING INTERIOR.

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.

Gabriel Llobera Prats, en representació de la mercantil CESGARDEN SL, (endavant CESGARDEN) amb domicili al carrer Menestrals 5 d'Inca i CIF núm. B 07887441 segons acredita la còpia de la escriptura atorgada el 29 de gener de 2010 davant el notari Domingo Bonin Siquier, del II-lustre Col·legi Notarial de les Illes Balears, amb el número de protocol 122.

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 te 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 dels recursos tant públics com a privats. Així mateix, el comarqueting 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.90, de 16 de juliol 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* interior amb l'ATB en accions promocionals dins les Illes Balears 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 amb la campanya que l'ATB incrementarà fins un màxim de 10.000€ en insercions publicitàries i un límit d'un 50% de la proposta presentada, en el cas de premsa off line; i un màxim de 5.000€ euros i un límit d'un 70% per a campanya de ràdio i premsa on line.

2. La entitat CESGARDEN compleix amb els requisits establerts a la convocatòria per a la realització de convenis de col·laboració en modalitat de *comàrqueting* interior, i mitjançant Resolució del president de l'ATB 24 d'agost 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 les marques: **MALLORCA, MENORCA, EIVISSA.**
- Destinades a promocionar la temporada *baixa* del 2016-2017, mitjançant campanyes realitzades als mesos **d'OCTUBRE a ABRIL.**
- Accions vinculades a les categories de producte: **ESPORTS, CULTURA, GASTRONOMIA, NATURA.**
- Desenvolupades a: Publicitat off line, radio i premsa escrita

TIPUS DE PUBLICITAT	INVERSIÓ GARDEN	IMPORT SOL·LICITAT ATB
Prensa off-line	10.672,20 €	5.336,10 €
Ràdio	3.800,25 €	2.660,17 €
Publicitat on-line	3.722,70 €	2.065,89 €

3.-D'acord amb la negociació mantinguda en data 26 d'agost de 2016, es va acordar que les insercions que realitzaria l'ATB es faran al mes d'octubre de 2016, la qual cosa suposaria una modificació de la campanya presentada per l'entitat i que aquesta modificació no afectaria ni al numero de insercions ni a la quantitat econòmica de col·laboració.

No obstant això i tenint en compte la situació d'ocupació dels hotels, CESCARDEN va manifestar a l'ATB la voluntat de concentrar la major inversió de la campanya al 2017 i fer una campanya més suau a octubre de 2016 ja que l'ocupació dels seus establiments és bona. Aquesta part correspondria a l'ATB.

D'aquesta manera s'ha negociat que l'ATB realitzarà a Octubre de 2016 una part de la campanya i la resta a l'any 2017. Per la part de CESCARDEN, la inversió total es realitzarà íntegrament a l'any 2017 (febrer-abril).

Clàusules

1. OBJECTE

L'objecte d'aquest Conveni es establir la col·laboració entre l'entitat CESCARDEN i l'ATB per a realitzar accions de *comàrqueting interior* durant els mesos d'octubre de 2016 a abril de 2017 per al foment de la temporada baixa, d'acord amb la proposta presentada per CESCARDEN, que ha obtingut una puntuació de 105 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 interior*.

- *Medis*: Ultima Hora, ultimahora.es, mallorcadiario, Onde Cero, Ser, Cope

- *Productes*: Wellness, Mar i muntanya, Senderisme albufera, Haloween, Flor d'Ametller, Ballam, Sant Valentí, Taller Cuina, Dia del Pare, mercats Eivissa, Nordic Walking, Me Eco, Inici Temporada Platja Muro.

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 CESCARDEN i l'ATB acorden que l'aportació econòmica conjunta per al compliment de les actuacions incloses en aquest Conveni serà d'un màxim de 28.797,32 €, impostos inclosos, repartits com es detalla:

- a) L'aportació de l'entitat CESCARDEN es de 18.195,15€ impostos inclosos, mitjançant la realització de la campanya de *comàrqueting* proposta amb les modificacions negociades amb l'ATB d'acord amb l'annex II.

b) L'aportació de l'ATB es la realització d'una campanya de comàrqueting interior per un import 10.602 € impostos inclosos, durant el mes d'octubre 2016 i el primer trimestre de l'any 2017, que es realitzarà per l'agència de medis de l'ATB segons l'establert a l'apartat 4 de les bases.

3. CAMPANYA DE COMARQUETING OBLIGACIONS

Les campanyes hauran de complir amb :

- 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 d'octubre a abril.
- La campanya va dirigida al següents mercats: **nacional**.
- Los productes a promocionar segons se indica en los anexos II i memòria tècnica es realitzaran, entre d'altres amb els productes de **esports, cultura, gastronomia, natura**.

La campanya de comàrqueting desenvolupada per CESGARDEN a mes 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 como 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. També s'haurà d'integrar el *claim* #comacanostraenlloc
- 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 CESGARDEN.
- Dins dels imports totals de les campanyes de comàrqueting proposades per CESGARDEN 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.

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 CESGARDEN:

- *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 CESGARDEN haurà de coincidir amb la proposta realitzada amb l'ANNEX II i a la memòria tècnica amb els canvis negociats i establerts a la clàusula 3 d'aquest conveni.

Així mateix, CESGARDEN 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 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 CESGARDEN. També s'haurà d'integrar el *claim* #comacanostreaenlloc.

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 CESGARDEN ha d'entregar, abans del 15 de maig 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 per CESGARDEN SL .

Aquest dossier ha d'incloure:

A.- Accions premsa off line

2 originals de totes les insercions realitzades a premsa gràfica segons figura a la memòria tècnica: 42 insercions al diari Ultima Hora. S'ha d'adjuntar un report del nombre total d'anuncis, duració de la campanya i resultats obtinguts.

B.- Ràdio

Còpia sonora de les diferents falques emeses i un certificat d'emissió original signat pel suport (OCR, SER i Cope) on s'especifiqui el nombre de flaques així com els dies i els horaris d'emissió. S'ha d'adjuntar un report del nombre total de falques, duració de la campanya i resultats obtinguts.

C.- Publicitat on-line

Captures de pantalla dels banners planificats als diferents mitjans de comunicació segons la memòria tècnica: Ultimahora.es i mallorcadiario.com. S'ha d'adjuntar un

report del nombre total d'impressions, duració de la campanya 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 CESGARDEN per a l'execució d'aquesta campanya és l'import establert a la clàusula 2, signada pel responsable legal de l'entitat CESGARDEN.

5. APORTACIÓ DE L'ATB

L'aportació de l'ATB es farà efectiva per l'Agència de medis de l'ATB seguint els aspectes que s'han tingut en compte a la negociació prèvia i a la memòria presentada per CESGARDEN.

6. INCOMPLIMENT DE LA JUSTIFICACIÓ PRESENTADA

En el cas de què la documentació justificativa presentada per l'entitat CESGARDEN no acredites de manera fefaent el correcte desenvolupament de la campanya de màrqueting, l'ATB sol·licitarà el reintegrament de 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 CESGARDEN es compromet a ostentar en exclusiva tots les drets de propietat industrial, intel·lectual i d'imatge sobre el material creatiu (textos, imatges, multimedia) 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 CESGARDEN.

8. DURACIÓ

Aquest Conveni entra en vigor en la data de la seva signatura i estarà vigent fins a la finalització de la campanya, sense possibilitat de pròrroga.

9. PROTECCIÓ DE DADES DE CARÀCTER PERSONAL

CESGARDEN 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 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

CESGARDEN 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.

14. CONFIDENCIALITAT

Qualsevol 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.

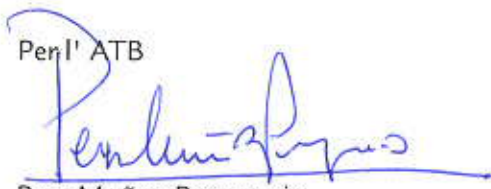
El receptor te que protegir la informació confidencial de l'emissor contra qualsevol us no autoritzat o revelació a tercers, de la mateixa manera que protegeix la seva informació confidencial. L'accés a aquesta informació queda restringit tan sols a aquells empleats de l'entitat col·laboradora que tenguin 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 dels jutjats i Tribunals de les Illes Balears, amb renúncia expressa a qualsevol altre fur que li pogués correspondre.

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

Palma, 28 de setembre de 2016

Per l' ATB

 Pere Muñoz Perugorria

Per CESGARDEN

 Gabriel Llobera Prats