



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

Enrique Jose Riera Rodríguez, en representació de la mercantil Viajes Barceló SL, (endavant *B the travel brand*, el nom comercial) amb domicili al carrer Jose Rover Motta 27 de Palma i CIF núm. B 07012107, segons acredita la còpia de la escriptura atorgada el 23 de maig de 2013 davant el notari Álvaro Delgado Truyols, del Il·lustre Col·legio Notarial de les Illes Balears, amb el número de protocol 1289.

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 rendibilitat social i econòmica, així com 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 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.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

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 €.

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

2

3.-No s'ha produït negociació, per la qual cosa 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 Viajes Barceló i l'ATB per a realitzar accions de *comàrqueting promocional* des de l'1 de febrer al 31 de març de 2017 per al foment de la temporada baixa, d'acord amb la proposta presentada per Viajes Barceló, mitjançant la marca comercial B the travel Brand, que ha obtingut una puntuació de 151 punts i que consisteix en :

- Reportatges en suplementos i revistes (El país Semanal; Buena Vida; Icon; Viajes Yo dona; Papel; Destinos y Viajar) .
- Srteet marketing: Acción especial 20 minutos (guia especial Illes Balears, 40.000 exemplars)
- Relations Publiques: B the travel Brand Experience (activitats i trobades a les agències de viatges; accions amb influencers de Gastronomia i esports; exposició fotogràfica a tenda de Madrid i Barcelona; dispositius de comunicació per donar a conèixer les activitats)
- Branded Content: Dondear (Espai propi Illes Balears al blog continguts).
- Campanya a mitjans interns Barceló Viajes: On line intern, CRM, Trade Marketing, xarxes socials, (landing page especial, banner a la home, newsletter, teletip a a gents de viatges, spots a les pantelles de les agències, posters als aparadors de les tendes, continguts per producte i concurs a xarxes socials: Instagram).

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 Viajes Barceló i l'ATB acorden que l'aportació econòmica conjunta per al compliment de les actuacions incloses en aquest Conveni està valorada en 387.501 €, impostos exclosos, amb un descompte proposat del 79%, per la qual cosa quedaria un import de 81.700 €, repartits com es detalla:

- a) L'aportació de l'entitat Viajes Barceló SL es de 81.700€ impostos exclosos, mitjançant la realització de la campanya de comarqueting 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 comarqueting exterior es de 40.000 € impostos exclosos, per les accions que s'ajustin 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 :

- 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**.

- 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 i natura**.

La campanya de comàrqueting desenvolupada per Viajes Barceló a mes haurà de
:

- Ajustars-e a la campanya proposada a l'annexo II i memòria tècnica presentada, i als acorda 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.
- La planificació, producció de arts gràfiques o audiovisuals, desenvolupament i execució de la campanya, compra d'espais, supervisió, control i anàlisis dels resultats, hauran de realitzar-se per Viajes Barceló SL.
- Dins dels imports totals de les campanyes de comàrqueting proposades per Viajes Barceló SLs'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 finalitzat 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 Viajes Barceló SL :

- *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 Viajes Barceló SL 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, Viajes Barceló SL 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 Viajes Barceló SL.

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 Viajes Barceló SL ha d'entregar, abans del 30 d'a 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 per Viajes Barceló SL.

Aquest dossier ha d'incloure:

A-Reportatges en suplementes i revistes :

- 2 originals de les insercions realitzades segons figura a la memòria tècnica: El país Semanal; Buena Vida; Icon; Viajes Yo dona; Papel; Destinos y Viajar

B- Srteet marketing:

- 2 originals de la guia especial de Illes Balears que es distribuirà amb el diari 20 minutos.

C- Relaciones Publicues:

- Memòria d'activitat a la tenda B the Travel Brand de Madrid i Barcelona, amb una descripció detallada de les activitats dutes a terme segons planificació de la memòria tècnica i que ha d'incloure fotografies de les accions, nombre d'assistents, perfil dels mateixos, activitat del dispositiu de comunicació, etc.
- Memòria de l'acció #BethetravelÑAM, amb fotografies del showcooking, tast de productes i del taller de foto per Instagram, detallant nombre de assistents i perfil dels mateixos.

- Captura de pantalla dels post publicats per Marta Simonet a les seves xarxes socials segons planificació de la memòria tècnica i un report dels resultats obtinguts (nº likes, retweets, comentaris, etc.)
- Captura de pantalla dels post publicats per María Rossich al seu blog i a les seves xarxes socials segons planificació de la memòria tècnica i un report dels resultats obtinguts (nº likes, retweets, comentaris, etc.)
- Memòria d'activitat a la tenda B the Travel Brand de Madrid i Barcelona, sobre l'exposició "Planas, una mirada al pasado" i que ha d'incloure fotografies de la exposició, nombre d'assistents, repercussió mediàtica si l'haguès, etc.

C- *Branded Content:*

- Captures de pantalla de l'espai Illes Balears al blog Dondear segons planificació de la memòria tècnica i un report d'activitat i repercussió.

D- *Mitjans interns Barceló Viajes:*

- Captures de pantalla dels diferents banners planificats segons la memòria tècnica (Home i websites col·lectius Barceló Viajes) amb un report del nombre total d'impressions, duració de la campanya i resultats obtinguts.
- Captures de pantalla de la landing page especial Illes Balears amb un report on s'indiqui la URL i les estadístiques de visita d'aquesta landing, duració i de la campanya i resultats obtinguts.
- Còpia del newsletter enviat als subscriptors i report amb el nombre total d'enviaments.
- Còpia del teletip enviat als Agents de Viatges i report amb el nombre total d'enviaments.
- Creativitat utilitzada en els aparadors de les Agències de Viatges B the travel brand i còpia del spot emes a les pantalles de TV. S'aportarà 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 Viajes Barceló indicant el nombre total d'agències de viatge on s'ha posat la creativitat de la campanya així com la duració d'aquesta acció.

- Report de la campanya a Xarxes Socials (continguts i concurs Instagram) son s'inclogui captures de pantalla de tots els post publicats a les diferents xarxes socials segons planificació de la memòria tècnica així com 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 Viajes Barceló SL per a l'execució d'aquesta campanya és l'import establert a la clàusula 2, signada pel responsable legal de l'entitat Viajes Barceló SL.

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 clàusula 4.5

6. INCOMPLIMENT DE LA JUSTIFICACIÓ PRESENTADA

En el cas de què la documentació justificativa presentada per l'entitat Viajes Barceló SL no acredites de manera fefaent el correcte desenvolupament de la campanya de màrqueting, l'ATB no abonaria a Viajes Barceló SL 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 Viajes Barceló SL es compromet a ostentar en exclusiva tots les 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 Viajes Barceló SL.

8. DURACIÓ

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

9. PROTECCIÓ DE DADES DE CARÀCTER PERSONAL

Viajes Barceló SL 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 contenguin 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

Viajes Barceló SL 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 be 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 acordem 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, 21 de desembre de 2016

Per l'ATB


Pere Muñoz Perugorria

Per Viajes Barceló SL


Enrique Jose Riera Rodríguez

GRUPO BARCELÓ VIAJES

Avda. 16 de Julio, 75
07009 Polígono Son Castelló
Palma de Mallorca