



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 PROMOCIONALS EN MERCAT INTERIOR SOTA LA MODALITAT COMARQUETING PROMOCIONAL INTERIOR DURANT L'ANY 2017 I 2018.

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 amb domicili a carrer Menestral 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 Il·lustre Col·legi Notarial de les Illes Balears, amb el número de protocol 75.

Antecedents

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 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.79, de 26 de juny de 2017, 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 en mercats exteriors i mercat interior entre octubre de 2017 i abril de 2018, 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 s'ha comprovat 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 20.000 €.

La entitat GESGARDEN SL 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 de 20 de setembre de 2017 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,**
- Destinades a promocionar la temporada baixa del 2017-2018, mitjançant campanyes realitzades als **mesos d'octubre del 2017 a abril de 2018.**
- Accions vinculades a les categories de producte: **ESPORTS, CULTURA, GASTRONOMIA, NATURA.**
- Desenvolupades als mercats de: **ESPANYA**

Mitjans	OCTUBRE.2017	% Aportació	ATB	EN/FEB/MAR2/ABR 201	% Aportació	ATB	Efectivitat Prevista
Ultima Hora	4.200,00 €	50%	2.100,00 €	9.450,00 €	50%	4.725,00 €	64.458,26 €
Mallorcadario.com	530,53 €	50%	265,27 €	1.565,10 €	50%	782,55 €	684
Cadena SER	- €	50%	0,00 €	1.060,50 €	50%	530,25 €	1.579,00 €
Onda Cero	- €	50%	0,00 €	1.012,50 €	50%	506,25 €	3.158,00 €
COPE	- €	50%	0,00 €	1.176,00 €	50%	588,00 €	3.158,00 €
	4.730,53 €		2.365,27 €	14.264,10 €		7.132,05 €	72.353,26 €

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 CESGARDEN SL i l'ATB per a realitzar accions de comàrqueting promocional d'interior des de l'1 d'octubre al 30 d'abril de 2018 per al foment de la temporada baixa, d'acord amb la proposta presentada per CESGARDEN, que ha obtingut una puntuació de 107 punts dins del marc de la convocatòria pública realitzada per l'ATB per accions de comàrqueting interior.

- Accions on-line a mitjans de comunicació (mallorcadario)
- Accions premsa gràfica (Local: Ultima hora,)
- Accions de radio: Falques a Ser, COPE, Onda Cero

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 ECONÒMICA DE LES PARTS

L'entitat CESGARDEN i l'ATB acorden que l'aportació econòmica conjunta per al compliment de les actuacions incloses en aquest Conveni està valorada en 72.353,26 €, impostos exclosos, amb un descompte proposat del 60%, per la qual cosa quedaria un import de 18.994,63€, repartits com es detalla:

- a) L'aportació de l'entitat CESGARDEN és de 18.994,63€ impostos exclosos, mitjançant la realització de la campanya de comàrqueting proposta.
- b) L'aportació de l'ATB per a la realització de la campanya de comàrqueting exterior es d'un total de 9.497,32 € impostos exclosos, per les accions que se ajusten a l'establert a l'apartat 4 de les bases. Per l'anualitat 2017, corresponen una import de 4.730,53€ i per l'anualitat 2018, correspon un import de 7.132,05€.

L'aportació de l'ATB que es realitzarà amb càrrec al pressupost de l'ATB per a l'any 2018, està condicionada a l'aprovació del pressupost de l'any 2018.

3. CAMPANYA DE COMARQUETING OBLIGACIONS

- Les campanyes hauran de complir amb :

La campanya estarà vinculada a totes les marques a excepció de Formentera, 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 2017 i abril de 2018.**

La campanya va dirigida al següents mercats: **interior o be dirigida al mercat interior.**

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 .**

La campanya de comàrqueting desenvolupada per CESGARDEN a mes haurà de :

- -Ajustars-e 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.
- 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 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'ANNEXE 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.

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 30 de maig de 2018, un dossier justificatiu on quedin reflectides les accions que es deriven d'aquest Conveni, es a dir, de la campanya de màrqueting proposta per CESGARDEN.

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: 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 baners planificats als mitjans de comunicació segons la memòria tècnica: 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. 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 CESGARDEN no acredites de manera fefaent el correcte desenvolupament de la campanya de màrqueting, l'ATB no abonaria a CESGARDEN 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) 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 al 30 d'abril de 2018, sense possibilitat de pròrroga.

9. PROTECCIÓ DE DADES DE CARÀCTER PERSONAL

CESGARDEN SL i l'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 revela 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, 27 de setembre de 2017

Per l'ATB

Pere Muñoz Perugorria

Per CESGARDEN

Gabriel Llobera Prats