



CONVENIO DE COLABORACIÓN ENTRE LA AGENCIA DE TURISMO DE LES ILLES BALEARS Y LA ENTIDAD TUI SPAIN SL PARA LA REALIZACIÓN DE ACCIONES PROMOCIONALES EN MERCADOS EXTERIORES BAJO LA MODALIDAD *COMARQUETING PROMOCIONAL* DURANTE EL AÑO 2017.

Partes

Pere Muñoz Perugorria, en calidad de director gerente de la ATB, por delegación del presidente de la Agencia de Turismo de les Illes Balears (en adelante ATB), (Resolución de 14 de julio de 2016), entidad pública de la Consejería de Innovación, Investigación y Turismo, con domicilio social en la calle Rita Levi, s/n, edificio ATB, Parc Bit, CP 07121, Palma de Mallorca y CIF núm. Q-5755004-H.

Stefan Dapper, en calidad de consejero delegado en representación de la mercantil TUI Spain SL, (en adelante Tui) con domicilio en la calle Mesena 22 de Madrid CIF núm. B 81001836, según se acredita la certificación del Registro Mercantil de Madrid que obra en el expediente de 30 de septiembre de 2016.

Antecedentes

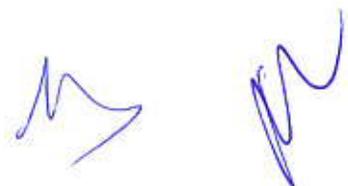
1. La Agencia de Turismo de les Illes Balears (ATB), de acuerdo con el artículo 2.5 de sus estatutos, establece entre sus finalidades , promocionar la oferta turística de les Illes Balears como destino turístico de referencia internacional de acuerdo con su diversidad, su calidad y su rentabilidad social y económica, así como situar les marques de Mallorca,

Menorca, Ibiza y Formentera como referentes de destino turístico de calidad con identidad propia, y dar protagonismo a los segmentos o mercados prioritarios, en atención a los intereses sociales y económicos de las Illes Balears y en colaboración con todos los agentes turísticos vinculados a la promoción turística, tanto en el ámbito de las administraciones como especialmente en el sector privado.

La ATB tiene como uno de sus objetivos preferentes, la promoción efectiva del destino Illes Balears fomentando e impulsando iniciativas con vista a la promoción del turismo.

Se establece una acción conjunta que potencia la rendibilidad en la gestión de los recursos tanto públicos como privados. Así mismo, el *comarqueting* refuerza la imagen de marca de las entidades que en él participan, convirtiéndose sus atributos en traccionadores de la demanda.

La ATB, con la finalidad de establecer acuerdos con las distintas entidades publicó en el BOIB núm.71, de 2 de junio de 2016, la Resolución del presidente de la ATB que aprueba las bases de la convocatoria pública para la realización de convenios de colaboración en modalidad *comarqueting* promocional con la ATB en acciones promocionales, de acuerdo con los principios de publicidad, transparencia, cooperación y eficiencia de la utilización de los recursos públicos, con la valoración de las propuestas técnicas, para determinar el cumplimiento o no de los requisitos técnicos exigidos de acuerdo con lo

Two handwritten signatures in blue ink are located in the bottom right corner of the page.

establecido en la base 5.3 de las bases, y una vez comprobado por la ATB el cumplimiento de los requisitos establecidos en la convocatoria .

Tal como se establecen en las bases de la convocatoria, las entidades y empresas interesadas en participar en esta convocatoria podrán solicitar una colaboración con la ATB que en ningún caso podrá ser superior al 50% del total de la propuesta presentada ni tampoco podrá superar los 40.000 €.

2. La entidad Tui Spain cumple con los requisitos establecidos en la convocatoria para la realización de convenios de colaboración en modalidad de *comarqueting* promocional, y mediante Resolución del presidente de la ATB de 14 de febrero de 2017 se ha determinado la colaboración con la entidad de acuerdo con la propuesta :

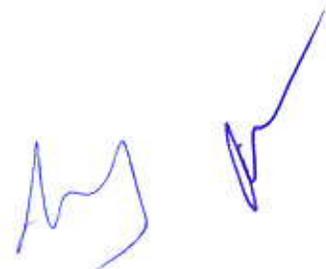
- Campañas vinculadas a impulsar la imagen de todas las marcas: **MALLORCA, MENORCA, EIVISSA, FORMENTERA**
- Destinadas a promocionar la temporada *de invierno* del 2017, mediante campañas realizadas los meses **de marzo y abril de 2017.**
- Acciones vinculadas a las categorías de producto: **DEPORTES, CULTURA, GASTRONOMIA, NATURA Y MICE.**
- Desarrolladas en el mercado: **ESPAÑA, ALEMANIA, REINO UNIDO, ITALIA, FRANCIA**

A handwritten signature in blue ink, consisting of a stylized 'M' followed by a flourish.

OPTICO DE LA CAMPANA----- MARZO - ABRIL 2017

	MARZO	ABRIL
TIPO DE ACCIÓN		
Artículos en Passenger BA y TUI	1 artículos	3 artículos
Post en FBSS P56A y TUI		
Artículos en P56A Magazine	Magazine P5A Marzo	Magazine P5A Abril
Multitáctica interactiva Ad en Revista digital	Ibiza Interactive Ad	Formentor Interactive Ad
Emailing	Emailing	Emailing
Guía de Viaje	1 guía de viaje	
Optimizaciones		
Reportes	1 reporte	1 reporte

PRESUPUESTO COMARKETING IBERIA (BALEARES)					
		PRECIO UNITARIO	UNIDADES	TARIFAS	PRECIO CON DESCUENTO
A	Artículo en Flyer (500 palabras max 9 & 8 fotos max)	181,50€	6	1.049€	778
B	Traducción idioma (por artículo)	75,00€	24	1.800€	1.206
C	Artículo en Magazine (500 palabras 9 & 8 fotos max)	110,00€	2	380€	271
D	Traducción idioma (por artículo)	75,00€	9	405€	429
E	Multitáctica interactiva Ad (page) en Magazine	50,00€	2	1.000€	714
F	Traducción idioma	50,00€	8	400€	286
G	Emailing	100,00€	1	400€	478
H	Traducción idioma	50,00€	8	400€	286
I	Travel Guide App 14.000 palabras 10 photos	2.700,00€	1	2.700€	1.929
J	Editorial Traducción idioma	1.400,00€	4	4.400€	4.572
TOTAL			11.109	21.194€	16.476
	Directo de venta (copywriting, banners, creatives, branding, traducciones Media, social engagement)	15,59%		3.308€	1.682
	Reportes y servicios (publicidad, contenidos, despliegue creativo, tracking, optimización)	21,31%		4.502€	4.139
	Estrategia de Marketing Digital (Diseño, copywriting, creación de contenidos, medios)	26,17%		5.576€	4.756
	Gestión de la cuenta (reportes, datos, newsletters digital)	18,22%		4.146€	3.118
	Coordinación de proyecto (reuniones)	15,61%		3.041€	2.818
TOTAL				20.433€	17.613
MARCA EXPENDIENT	IBERIA (TOTAL DE LA MARCA)	30,00%		1.100€	1.200
TOTAL				21.533€	18.813



3.-No se ha producido negociación posterior después de la modificación de la propuesta inicial presentada por Tui (enero-abril) a solicitud de la ATB, en relación a supresión de los meses de enero y febrero en la campaña.

Clausulas

1. OBJETO

El objeto de este Convenio es establecer la colaboración entre la entidad Tui Spain SL y la ATB para realizar acciones de *comàrqueting promocional* durante los meses de marzo y abril 2017 para el fomento de la temporada baja, de acuerdo con la propuesta presentada por Tui Spain SL, que ha obtenido una puntuación de 159 puntos y consiste en :

- Artículos en Passenger 6A y TUI: 3 artículos en el mes de marzo y 3 artículos en el mes de abril.
- Post en Redes Sociales PS6A y TUI durante toda la campaña
- Artículos en PS6A Magazine: 1 en marzo y otra en abril
- Multidevice interactive AD en revista digital
- E-mailing
- Guía de viaje
- Optimización
- Reports



Esta colaboración se enmarca dentro de la política de colaboración con el sector privado que permite sumar esfuerzos a la promoción turística de TODOS LOS DESTINOS, mejorando la eficacia y estabilidad de los presupuestos destinados a la promoción de las dos entidades.

2. APORTACIÓN ECONÓMICA DE LAS PARTES

La entidad Tui Spain SL y la ATB acuerdan que la aportación económica conjunta para el cumplimiento de las actuaciones incluidas en este Convenio está valorada en 50.000€, impuestos excluidos, con un descuento propuesto de 20%, por la que el importe sería de 40.000 €, repartidos como se detalla:

- a) La aportación de la entidad Tui Spain SL, es de 20.000€ impuestos excluidos, mediante la realización de la campaña de comàrqueting propuesta con las modificaciones realizadas .
- b) La aportación de a ATB para la realización de la campaña de comàrqueting exterior es de 20.000 € impuestos excluidos, para las acciones que se ajusten a lo establecido en el apartado 4 de las bases.

La aportación de la ATB se realizará con cargo al presupuesto de la ATB para el año 2017 .

3. CAMPAÑA DE COMARQUETING OBLIGACIONES

Las campañas han de cumplir con :

- La campaña estará vinculada a todos los destinos/marcas, por eso debe aparecer la marca conjunta o la distintiva de cada destino, de acuerdo con el plan de medios, siguiendo las instrucciones de la ATB en relación con las marcas de destino turístico a utilizar.
- La campaña de publicidad y márketing se ha de realizar durante los meses de marzo y abril de 2017.
- La campaña va dirigida al siguientes mercados: **ESPAÑA, ALEMANIA, REINO UNIDO, ITALIA, FRANCIA**
- Los productos a promocionar según indica en los anexos II y memoria técnica se realizaran, entre otros con los productos **DEPORTES, CULTURA, GASTRONOMIA, NATURA Y MICE.**

La campaña de comarqueting desarrollada por Tui Spain además habrá de :

- Ajustarse a la campaña propuesta en el anexo II y memoria técnica presentada, y los acuerdos mantenidos, los cuales constan en el antecedente 3.
- En toda la creatividad de la campaña, así como en cualquier material promocional que se destine a la misma, tendrán que aparecer las marcas, siguiendo las instrucciones de la ATB en relación a las marcas de destino turístico a utilizar.

- La planificación, producción de artes gráficas o audiovisuales, desarrollo y ejecución de la campaña, compra de espacios, supervisión, control y análisis de los resultados, tendrán que realizarse por Tui Spain SL.
- Dentro de los importes totales de las campañas de comarqueting propuestas por Tui Spain SL se incluye el coste total de la misma.
- Así mismo, podrán incluir ofertas concretas vinculadas en precio.

4. PROCEDIMIENTO

El procedimiento establecido en el desarrollo y ejecución del convenio será el siguiente.

4.1 Comisión de seguimiento y designación técnica.

Una vez suscrito este convenio de colaboración, y con la finalidad de garantizar la buena ejecución del convenio, en el mismo acto se constituirá la comisión de seguimiento de este convenio y se designará,

Por parte de la ATB:

- Un coordinador del área responsable del convenio de comarqueting: quién tendrá que supervisar las actuaciones derivadas de este convenio y dar la aprobación técnica a las mismas.



- Un técnico responsable del comàrqueting: quién tendrá que realizar la gestión diaria de las acciones derivadas del convenio e informar y coordinar junto al responsable de área de todo el relativo al mismo.
- Un técnico responsable del dep. de imagen: quién tendrá que dar la aprobación de las creatividades y material promocional utilizado en las acciones desarrolladas mediante este convenio.

Por parte de Tui Spain SL :

- Un coordinador de publicidad y acciones de marketing responsable del convenio de comàrqueting:
- Un técnico de publicidad y acciones de comàrqueting: quién tendrá que realizar la gestión diaria de las acciones derivadas del convenio e informar y coordinar junto con el responsable de área todo el relativo al mismo.

La comisión se puede reunir a solicitud de cualquier de las partes. Y puede designar a los asistentes dependiente de la orden del día del temas a tratar.

Así mismo, los técnicos designados serán los encargados de coordinar la gestión y desarrollo del convenio según las cláusulas estipuladas en este convenio.

4.2 Gestión de la planificación de las campañas



La planificación de la campaña de marketing a cargo de Tui Spain SL tendrá que coincidir con la propuesta realizada en el ANEXO II y a la memoria técnica con los cambios negociados y establecidos a la cláusula 3 de este convenio.

Así mismo, Tui Spain SL tendrá que velar porque las acciones que se llevan a cabo no vayan en contra de los intereses del ATB, guardándose ésta el derecho a emprender cualquier tipo de acción legal si lo considerase oportuno.

4.3 Creatividad

Las creatividades que se realicen tendrán que contener la marca conjunta o la distintiva de cada destino, de acuerdo con el plano aprobado y la marca de la entidad que firma el convenio Tui Spain SL.

Esta cláusula será extensible a toda la publicidad, documentación escrita o anuncios, así como también cualquier tipo de información en apoyo electrónico, informático o telemático que se derive del objeto de este convenio.

4.4 Control y justificación de la campaña y de los resultados obtenidos

La entidad Tui Spain SL tiene que entregar, antes del 30 de junio de 2017, un dossier justificativo donde queden reflejadas las acciones que se derivan



de este Convenio, se a decir, de la campaña de marketing propuesta por
Tui Spain SL.

Este dossier tiene que incluir:

- Copia escrita y capturas de pantalla de los 6 artículos previstos en la plataforma Passenger 6 y TUI según memoria técnica así como un report de actividad que contemple, como mínimo, las fechas de la publicación, duración y repercusión obtenida.
- Report de la campana en Redes Sociales donde se incluyan capturas de pantalla de todos los posts publicados en las diferentes redes sociales según planificación de la memoria técnica así como duración de la campaña y resultados obtenidos.
- 2 Originales de todos los artículos publicados en PS6 Magazine, en su edición de marzo y abril según memoria técnica.
- Copia escrita y capturas de pantalla de todo el contenido publicados en Multidevice interactive Ad revista digital así como un report de actividad que contemple, como mínimo, las fechas de la publicación, duración y repercusión obtenida.
- Copia del contenido y captura de pantalla del e-mailing enviado así como un report que contega el número total de envíos y resultados obtenidos.

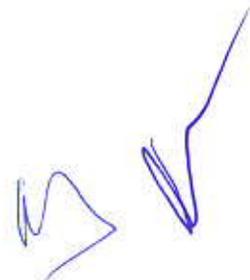


- Copia en pdf de la guía de viaje realizada y captura de pantalla de su publicación. En caso de ser una guía impresa, 2 originales de la guía.
- Copia de los reportes mensuales emitidos
- Informe completo del análisis de la campaña global en el que queden reflejados las acciones desarrolladas, la optimización llevada a cabo, los principales medios utilizados en cada mercado así como los resultados obtenidos.

Se tendrá que adjuntar a este dossier una declaración responsable de que la información contenida al dossier se fiel reflejo de la campaña realizada, que el importe aportado por Tui Spain SL para la ejecución de esta campaña es el importe establecido a la cláusula 2, firmada por el responsable legal de la entidad Tui Spain .

5. ABONO DE LA APORTACIÓN DE LA ATB

La aportación de la ATB se hará efectiva contra factura que se emitirá una vez haya finalizado la acción propuesta. Esta factura tendrá que ir acompañada de un dossier justificativo de las acciones realizadas el contenido de las cuales se especificará, en función del tipo de acción propuesta de acuerdo con el establecido a la cláusula 4.5



6. INCUMPLIMIENTO DE LA JUSTIFICACIÓN PRESENTADA

En el caso de que la documentación justificativa presentada por la entidad Tui Spain SL no acreditase de manera fehaciente el correcto desarrollo de la campaña de marketing, el ATB no abonaría a Tui Spain SL la aportación correspondiente a la ATB, o en el caso de que la justificación fuera parcial, se abonaría proporcionalmente el importe correspondiente.

7. DERECHOS DE IMAGEN Y PROPIEDAD INTELECTUAL

La ATB ostenta en exclusiva todos los derechos de propiedad industrial, intelectual y de imagen sobre el material creativo (textos, imágenes) que se puedan aportar por la ejecución de este convenio. Por lo tanto, este material ,será propiedad de la ATB y únicamente podrá ser utilizado, modificado, difundido con la autorización previa de la ATB.

Así mismo Tui Spain SL se compromete a ostentar en exclusiva todos los derechos de propiedad industrial, intelectual y de imagen sobre el material creativo (textos, imágenes) que se producen para el desarrollo de la campaña de marketing propuesta. Por eso, el ATB no se hace responsable de las posibles acciones legales interpuestas por terceros siendo el único responsable

Tui

Spain

SL.

8. DURACIÓN



Este Convenio entra en vigor en la fecha de su firma y estará vigente hasta el 31 de junio de 2017, sin posibilidad de prórroga.

9. PROTECCIÓN DE DATOS DE CARÁCTER PERSONAL

Tui Spain SL y la ATB se obligan al cumplimiento de todo el establecido a la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de protección de datos de carácter personal (LOPD) y al Real decreto 1720/2007, de 21 de diciembre, por el cual se aprueba el Reglamento de despliegue de la Ley Orgánica 15/1999, de medidas de seguridad de los ficheros automatizados que contengan datos de carácter personal, en relación con los datos personales a los que puedan tener acceso durante la vigencia de este Convenio.

10. LENGUAS DE TRABAJO EN LA EJECUCIÓN DEL CONVENIO

Tui Spain SL y la ATB podrán utilizar el catalán o el castellano en las comunicaciones internas de carácter general, mientras que las publicaciones, anuncios, vídeos promocionales, textos, así como cualquier pieza gráfica o audiovisual tendrán que aparecer en el idioma correspondiente al mercado en el que vaya dirigido.

11. EXCLUSIÓN DEL TEXTO REFUNDIDO DE LA LEY DE CONTRATOS DEL SECTOR PÚBLICO



Este Convenio de colaboración queda excluido del Texto refundido de la Ley de Contratos del Sector Público, de acuerdo con el previsto al artículo 4.1 apartado d), si bien se aplicarán los principios que sustentan esta Ley para resolver las dudas y lagunas que durante su ejecución pudieran presentarse.

12. CAUSAS DE EXTINCIÓN DEL CONVENIO

Son causas de extinción del Convenio:

- El transcurso de la vigencia de este convenio.
- Si por causas de operatividad, funcionalidad, estrategia o presupuestarias la ATB decide no llevar a cabo alguna parte de la campaña suscrita con la entidad solicitando una vez formalizado este, se resolverá mediante comunicación a la otra parte con un mes de preaviso.
- El mutuo acuerdo entre las partes.
- El incumplimiento grave y reiterado por cualquier de las partes de alguna de las cláusulas de este convenio.
- Cualquier otra que prevea la normativa vigente de aplicación.

13. OBLIGACIONES FORMALES

Ambas entidades se comprometerán a velar por el mantenimiento de un comportamiento ético y responsable en la gestión y ejecución de las



acciones salvaguardando al máximo la buena imagen de ambas entidades y de las marcas que gestionan.

14. CONFIDENCIALIDAD

Cualquier información confidencial revelada por la ATB a la entidad con la cual se formaliza acciones de comàrqueting promocional durante la vigencia del Convenio, se mantendrá con carácter estrictamente confidencial para el receptor, el cual se compromete a utilizar esta información únicamente para la finalidad para la cual le se revelada por el emisor, excepto imperativo legal.

El receptor te que proteger la información confidencial del emisor contra cualquiera os no autorizado o revelación a terceros, del mismo modo que protege su información confidencial. El acceso a esta información queda restringido tan suelos a aquellos empleados de la entidad colaboradora que tengan que conocer para el cumplimiento de esta colaboración.

15. FUERO

En caso de duda o divergencia en la interpretación o aplicación del Convenio, las partes acuerdan someter de forma expresa a la jurisdicción contenciosa administrativa, con renuncia expresa a cualquiera otro fuero que le pudiera corresponder. Y para que así conste, firmamos este documento por duplicado ejemplar.

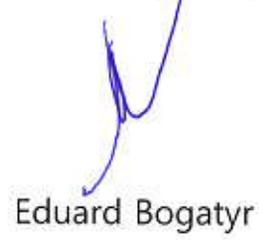
Palma, 21 de febrero de 2017

Por el ATB



Pere Muñoz Perugorria

Por Tui Spain SL



Eduard Bogatyr