



CONVENIO DE COLABORACIÓN ENTRE LA AGENCIA DE ESTRATEGIA TURÍSTICA DE LAS ILLES BALEARS (AETIB) Y LA ENTIDAD "VUELING AIRLINES S.A." PARA LA REALIZACIÓN DE UNA CAMPAÑA BAJO LA MODALIDAD DE CO-MARKETING ESTRATÉGICO EN ACCIONES QUE MEJOREN LA CONECTIVIDAD TURÍSTICA DE LA DESTINACIÓN MENORCA CON LOS MERCADOS EMISORES

Partes

Francesc Mateu Aguiló, Director de la Agencia de Estrategia Turística de las Islas Baleares, en adelante AETIB, actuando en nombre y representación de la entidad con CIF Q5755004H y domicilio social en la calle Rita Levi s/n del Parque Bit de Palma, facultado para la firma de este convenio de acuerdo con lo previsto en el artículo 11.n) del Decreto 18/2018, de 22 de junio, por el que se reorganiza, reestructura y regula la Agencia de Estrategia Turística de las Islas Baleares, publicado en el BOIB núm. 77 de 23 de junio de 2018, (en adelante AETIB) y modificado por el Decreto 4/2022, de 28 de febrero.

Marco Sansavini, en calidad de consejero delegado, en nombre y representación de VUELING AIRLINES S.A., con CIF A63422141 y con domicilio en plaça Pla de l'Estany núm. 5, Mas Blau II, El Prat de Llobregat, de acuerdo con la escritura núm. 1736 de 14 de septiembre de 2020.

Antecedentes

1. La Agencia de Estrategia Turística de las Illes Balears (AETIB), de acuerdo con el Decreto 18/2018, de 22 de junio, y modificado por el Decreto 4/2022, de 28 de febrero, tiene entre sus finalidades, elaborar la estrategia de sostenibilidad para mermar los impactos de la actividad turística y de mejora del posicionamiento internacional de las Islas Baleares, entre las que se incluye la isla de Menorca.
2. La AETIB es la entidad encargada de la planificación general y el fomento de la actividad económica de las Illes Balears que afecte al sector turístico.

La AETIB, con la finalidad de establecer acuerdos con distintas entidades, publicó en el BOIB núm. 29, de 24 de febrero de 2022, la Resolución del Presidente de la AETIB, de 21 de febrero de 2022, por la que se aprueban las bases de la convocatoria para la realización de convenios de colaboración de co-marketing estratégico con la Agencia de Estrategia Turística de las Islas Baleares (AETIB) en acciones que mejoren la conectividad turística de la destinación Menorca con los mercados emisores, de acuerdo con los principios de publicidad transparencia, cooperación y eficiencia de la utilización de los recursos públicos, de acuerdo con la valoración de las propuestas técnicas, para determinar el cumplimiento o no de los requisitos técnicos exigidos, de acuerdo con lo que se establece en la base 8, y una vez se ha comprobado el cumplimiento de los requisitos establecidos en la convocatoria.

Se trata de llevar a cabo una campaña de publicidad conjunta, por parte de la AETIB y entidades privadas incardinadas dentro de estas líneas, que potencie la rentabilidad en la gestión de los recursos, tanto públicos como privados. Asimismo, el co-marketing estratégico refuerza la imagen de marca de las entidades que participan, convirtiendo sus atributos en traccionadores de la demanda.

3. La entidad VUELING AIRLINES S.A., en adelante Vueling, cumple con los requisitos establecidos en la convocatoria para la realización de convenios de colaboración en modalidad de co-marketing estratégico, y mediante la Resolución del Director de la AETIB de 31 de agosto de 2022, se ha determinado la aprobación de la colaboración con la entidad de acuerdo con su propuesta dentro de la Línea-A Invierno.

CLÁUSULAS

1. OBJETO

El objeto de este Convenio es establecer la colaboración entre la entidad Vueling y la AETIB para realizar acciones de co-marketing estratégico durante los meses de octubre y diciembre de acuerdo con la propuesta presentada por la entidad Vueling, cuyo nombre de campaña es *"For the small Pleasures: mmMinorca"*, dentro de la Línea A Invierno que ha obtenido una puntuación de 30,10 puntos dentro del marco de la convocatoria pública de la AETIB por acciones de co-marketing estratégico en acciones que mejoren la conectividad turística de la destinación Menorca con los mercados emisores (BOIB 29, de 24 de febrero de 2022).

1.1. CAMPAÑA DE CO-MARKETING

A continuación, se detallan las acciones a desarrollar durante la campaña de co-marketing:

Medios propios:

- a) Medios propios inflight: Seatback ad
- b) Material promocional impreso: Full branded Seatback
- c) Web propia o del grupo: Banner Footer doble
- d) Web propia o del grupo: Box Ofertas
- e) Mailing a los contactos del mercado: Email ancillaries
- f) Mailing a los contactos del mercado: Boarding pass
- g) Mailing a los contactos del mercado: Newsletter B2C

- h) Eventos (organizados por la propia entidad solicitante o grupo al que pertenece):
Presentación a prensa

Medios externos:

- i) Medios online externos: Campaña On line
- j) Redes Sociales – sorteos y concursos en redes de influencers: Sorteo

Todas las campañas propuestas tendrán que incluir al menos una acción requisito de las establecidas en la base 4.3 de la convocatoria que, en este caso, de acuerdo con el informe técnico, es:

a) Acción Requisito: Acción de relaciones públicas.

Evento en Londres de comida-experiencia gastronómica dedicada a prensa (8-10 pax).

Fotografías del evento, menú degustación, y *mini market*. Copia digital grabada de la explicación experiencial con un listado de los participantes y resultados obtenidos. Clipping.

1.2. CAMPAÑA DE SOSTENIBILIDAD

A continuación, se detallan las acciones a desarrollar durante la campaña de sostenibilidad:

En medios propios:

- a) Acción de comunicación, mediante envío de Nota de prensa
- b) RRSS - Post en FB + LinkedIn, mediante Post para difusión de la acción en Canales de Vueling

En medios externos:

- a) Campaña publicación Banner durante 1 mes, en Europa Press

Además, certificado de la entidad o agencia de medios que gestiona los espacios publicitarios y que incluya las impresiones y targets contratados, así como los resultados obtenidos.

2. APORTACIÓN ECONÓMICA DE LAS PARTES

La entidad Vueling y la AETIB acuerdan que la aportación económica conjunta para el cumplimiento de las actuaciones incluidas en este convenio se repartirá como se detalla a continuación:

2.1. CAMPAÑA DE CO-MARKETING

- a) El valor económico total de la campaña es de 256.410,25 € (impuestos incluidos) con un descuento medio ofrecido del 22%, por lo que el importe total de la campaña será de 200.000 € (impuestos incluidos).
- b) La aportación de la entidad Vueling es de 100.000 € (impuestos incluidos), mediante la realización de la campaña de co-marketing propuesta.
- c) La aportación de la AETIB para la realización de la campaña de co-marketing es de 100.000 € (impuestos incluidos), por la colaboración en las acciones que se ajustan a lo establecido.

La aportación de la AETIB se hará efectiva contra factura, que se emitirá una vez que la Comisión Técnica haya conformado la presentación de la documentación justificativa y lo haya comunicado a la entidad colaboradora, de acuerdo con lo establecido en la convocatoria.

2.2. CAMPAÑA DE SOSTENIBILIDAD

- a) El valor económico total de la campaña es de 10.000 € (impuestos incluidos) con un descuento medio ofrecido del 50%, por lo que el importe total de la campaña será de 5.000 € (impuestos incluidos).
- b) La aportación de la entidad Vueling es de 2.500 € (impuestos incluidos), mediante la realización de la campaña de sostenibilidad propuesta.

c) La aportación de la AETIB para la realización de la campaña de sostenibilidad es de 2.500 € (impuestos incluidos), por la colaboración en las acciones que se ajustan a lo establecido.

2.3. FINANCIACIÓN

Esta convocatoria está co-financiada con fondos aportados por la AETIB imputables al Capítulo VI – Inversiones Reales del presupuesto de la AETIB para el ejercicio 2022 por un importe máximo de 250.000 € (impuestos incluidos) i por fondos aportados por la Fundación Fomento de Turismo de Menorca por un importe máximo de 350.00 € (impuestos incluidos).

3. EJECUCION DE LA CAMPAÑA DE CO-MARKETING

La campaña de co-marketing deberá cumplir con los requisitos establecidos en función de la línea a la que opta, que es: Línea A Invierno.

COMÁRQUETING ESTRATÉGICO VUELING (UK) MENORCA

- Campaña vinculada a impulsar la imagen de la marca **Menorca**
- Destinada a promocionar un **conjunto de rutas aéreas**, desde un mismo mercado de origen al aeropuerto de Menorca, para **incentivar los flujos** aéreos mediante campañas que publicitarán los meses de **octubre, noviembre y diciembre 2022**.
- La **campaña publicitaria se llevará a cabo** desde del **1 de octubre de 2022 al 31 de diciembre de 2022**
- Acciones vinculadas a las categorías de producto: **gastronomía y cultura**.
- Desarrollado en el mercado de: **Reino Unido**



G CONSELLERIA
O MODEL ECONOMIC
I TURISME I TREBALL
B AGENCIA ESTRATEGICA

ANEXO Op1
CO-MARKETING ESTRATEGICO MINORCA 2022

OPTICO CAMPAÑA CO-MARKETING 2022 "For Small Pressures, mInMinorca"

ÓPTICO CAMPAÑA CO-MARKETING 2022 "For Small Pressures, mInMinorca"										CRONOGRAMA 2022*											
TIPOLOGÍA DE LA ACCIÓN/MEDIO	BUDGET	BASE DE DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN	CANTIDAD	SUBVENCION	PRECIO UNITARIO	IMPORTE TOTAL	% DESCUENTO	IMPORTE FINAL	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AUG	SEPT	OCT	NOV	DIC	
Actividad propia																					
Unifoneo propio byRight	Unifoneo ad	Tarjetas con una utilidad en reposterías de la zona	1	4	3.021,00 €	12.168,00 €	33,00%	6.438,00 €													
Material promocional Impresos	Full Brandad Sandwich	Placa de la zona	1	4	3.021,00 €	14.376,00 €	33,00%	11.315,60 €													
Web propia o del grupo	Banner Footer stable	Banner en home	1	1	42.352,00 €	42.352,00 €	33,00%	28.232,80 €													
Web propia o del grupo	Icon Offerbox	Banner ofrecido en home	1	4	8.075,21 €	36.306,00 €	33,00%	28.314,00 €													
Mailings a los contactos del mercado	Eventing pass	Banner en email post compra a cliente	1	4	2.175,21 €	13.706,00 €	33,00%	9.099,30 €													
Mailings a los contactos del mercado	Eventing pass	Banner en tarjeta de presentación en home	1	1	23.692,00 €	23.692,00 €	33,00%	17.622,20 €													
Mailings a los contactos del mercado	Newsletter BOC	Banner en Newsletter a cliente UE	1	1	12.345,25 €	12.345,25 €	33,00%	9.814,30 €													
Eventos (organizadores por la propia o el grupo o el cliente)	Presentación a prensa	Evento a prensa en Londres (30-10 para)	1	1	24.200,00 €	24.200,00 €	33,00%	18.874,00 €													
Actividad externa																					
Medios sociales y prensa	Campaña On line	Programatic, Display, Social Media (FB, TA, TSL, ...)	1	2	30.751,00 €	60.502,00 €	33,00%	47.119,00 €													
Medios sociales y prensa	Campaña On line	Series 3 personas	1	2	8.075,00 €	16.150,00 €	33,00%	14.119,00 €													
IMPORTE TOTAL						256.416,25 €		170.881,60 €													

* Indicar en la columna la fecha de inicio y finalización de la acción.

	IMPORTE	%
Impuesto campaña en medios propios	128.611,00 €	63,32 %
Impuesto campaña en medios externos	61.347,00 €	30,67 %
IMPORTE TOTAL CAMPAÑA	200.000,00 €	

	IMPORTE	%
APORTACIÓN ENT. SOCU LANTVE (SOLUVE)	100.000,00 €	50,00 %
APORTACIÓN ARTIB	100.000,00 €	50,00 %
OTRAS ENTIDADES (si se aplican)	0,00 €	0,00 %
	200.000,00 €	

FORMADO POR: FERNANDEZ Y CARGA
FERNANDEZ
(R: A63422141)

En este documento tiene que quedar claramente reflejado qué acciones se proponen y a qué importe corresponden. Así mismo, se indicará qué importe a favor del total de la campaña se destina a medios propios (como mínimo un 30%) y qué a medios propios.
Si el importe final de la campaña se ajusta al del importe reservado de la aplicación de descuentos media ofrecido, impuestos incluidos. Aunque los costes de planificación, producción, ejecución, control, entre otros, generados por la campaña no se incluyen dentro del importe a abonar dentro de este acuerdo, la entidad colaboradora se compromete a detallar en el Anexo y anexo.
En el caso de colaboración por parte de otras entidades públicas o privadas, se indicará que quedará claramente especificado qué acciones y partidas presupuestarias suman cada entidad.
En la entrega de este anexo, no se podrá valorar la campaña propuesta.



4. EJECUCION DE LA CAMPAÑA DE SOSTENIBILIDAD

La campaña de co-marketing deberá cumplir con los requisitos establecidos en función de la línea a la que opta, que es: Línea 1A

A continuación, se detallan las acciones a desarrollar durante la campaña de sostenibilidad:

En medios propios:

- a) Acción de comunicación, mediante envío de Nota de prensa.
- b) RRSS - Post en FB + LinkedIn, mediante Post para difusión de la acción en Canales de Vueling.

En medios externos:

- c) Campaña publicación Banner durante 1 mes, en Europa Press.

Además, certificado de la entidad o agencia de medios que gestiona los espacios publicitarios y que incluya las impresiones y targets contratados, así como los resultados obtenidos.



G. CONSELLERIA
O. MODEL ECONÒMIC,
I. TURISME I TREBALL
B. AGÈNCIA ESTRATÈGICA
/ TURISME I LES ILLES BALEARS

ANNEX Cg2
CO-MARQUETING ESTRATÈGIC MENORCA 2022

ÒPTIC CAMPANYA SOSTENIBILITAT 2022 "VUELO VERDE PARIS"

ÒPTIC CAMPANYA SOSTENIBILITAT 2022 "VUELO VERDE PARIS"										CRONOGRAMA 2022*											
TIPUS D'ACTIVITAT	SUPORT	BREV DESCRIPCIÓ DE L'ACTIVITAT	QUANTITAT	UNITAT	PREU UNITARI	IMPORTE TOTAL	% DEL COMPTA	IMPORTE FOLLIS*	COSTOS DE PRODUCCIÓ MÈDIES D'ENCLOSURE A LA CAMPANYA												
Mèdies pròpies																					
Acció de certificació	Nota de premsa	Creació de Nota de premsa	1	1	1.500,00 €	1.500,00 €	50,00%	750,00 €													
PRCS - Post en FB + LinkedIn	Fent	Creació de la acció en Canals de Marketing	1	1	2.500,00 €	2.500,00 €	50,00%	1.250,00 €													
Mèdies externes																					
Mèdia impresa	Europa Press	Campaña Europe durante 3 mes	1	1	5.000,00 €	5.000,00 €	50,00%	2.500,00 €													
IMPORTS TOTALS						32.000,00 €		16.000,00 €													

* Referir a la taula de la data d'inici i finalització de l'acció

	IMPORTE	%
Importes campanya en mitjans propis	2.500,00 €	50,00 %
Importes campanya en mitjans externs	2.500,00 €	50,00 %
IMPORT TOTAL CAMPANYA SOSTENIBILITAT	5.000,00 €	

	IMPORTE	%
ANOTACIÓ ENT. SOL·LICITANT (NOM)	2.500,00 €	50,00 %
ANOTACIÓ ALTRE	2.500,00 €	50,00 %
	5.000,00 €	

EMBAT PER COMPTABLE

MARIA FERNANDEZ
(R: A63422141)

El present document està signat amb el certificat digital de Maria FERNANDEZ

En aquest document ha de quedar clarament reflectit quines accions es proposen i a quins imports corresponen. A més mateix, s'indica a quins imports i inversió del total de la campanya es destina a mitjans externs (com a referència l'import que aporta a la campanya l'ASTIB) i quins a mitjans propis.
L'import final de la campanya es prendrà de l'important resultat de la aplicació de descomptes mitjà ofert, impostos incloues. Entesa que els costos de planificació, producció, creació, execució, control, entre d'altres, generats per la campanya reben subjecció del seu abonament d'aquest acord, l'entitat col·laboradora es haurà de substar a l'èpica i acord.
En el cas de col·laboradors i/o ajuts per part d'altres entitats públiques a la campanya, haurà de quedar clarament especificat quines accions i quants imports es preveuen a la campanya.
Sense el seu lliurament d'aquest Annex, no es podrà iniciar la campanya proposada.



5. PROCEDIMIENTO

5.1 Comisiones

De acuerdo con el artículo 78.5 de la Ley 3/2003, de 26 de marzo, de régimen jurídico de la Administración de la Comunidad Autónoma de las Islas Baleares y las bases que rigen esta convocatoria y de acuerdo con la Instrucción 2/2020 de la AETIB, se crea la Comisión Ejecutiva y la Comisión Técnica.

La Comisión Ejecutiva estará integrada por un representante de la dirección de la AETIB y un representante de la entidad que suscribe el convenio.

La Comisión Técnica estará integrada por personal de la AETIB: uno o más jefes de área, uno o más técnicos del área, un técnico del área Jurídica y un técnico del área económica.

La Comisión Ejecutiva tendrá la capacidad decisoria para establecer las determinaciones necesarias que aseguren un correcto cumplimiento del desarrollo y ejecución del convenio. Le corresponden las siguientes funciones:

- a) Seguimiento y control del convenio de colaboración en relación directa con las obligaciones concretas entre las partes, así como interpretar, en caso de duda, las cláusulas de este convenio.
- b) Aprobación de las alteraciones o variaciones que pueda sufrir el desarrollo del proyecto que no afecten a los elementos esenciales establecidos en el presente convenio directamente relacionado con las aportaciones de las partes.
- c) Determinación y concreción de alternativas, así como las condiciones de su materialización y ejecución hasta completar el importe total de las aportaciones de cada parte. Por tanto, acordar las modificaciones del convenio que se consideren adecuadas.
- d) Dirimir las cuestiones relacionadas con la aplicación del Manual de identidad Corporativa de la AETIB.

La Comisión Ejecutiva, mediante acta, tiene la obligación de trasladar por escrito a la Comisión Técnica todos los acuerdos a los que haya llegado.

La Comisión Técnica realizará el seguimiento técnico del convenio, facilitando a la entidad colaboradora la ejecución del convenio firmado. Entre otras, le corresponden las siguientes funciones:

- a) Determinar en el convenio los aspectos técnicos relativos a la justificación ajustándose a las características del objeto.
- b) Actuar como enlace entre la AETIB y la entidad colaboradora. Atender dudas en relación con la correcta aplicación de las cláusulas del convenio.
- c) Revisar la documentación justificativa entregada y, en su caso, la solicitud de documentación complementaria.
- d) Conformar la documentación entregada a fin de que la AETIB pueda proceder al abono de la colaboración.

Todos los miembros de la Comisión Técnica tendrán que informar al resto de miembros sobre cualquier hecho que sea de relevancia para la óptima consecución de la colaboración, así mismo deberá dejar constancia por escrito en el expediente de aquellos hechos que afecten directa o indirectamente a la correcta consecución del objeto del convenio.

5.1 Gestión de la planificación de las campañas

La planificación de la campaña de marketing a cargo de la entidad Vueling deberá coincidir con la propuesta en la memoria técnica realizada con los anexos A2 y A3 y con los cambios y aclaraciones de su propuesta aprobados por la Comisión de Valoración.

Asimismo, la entidad Vueling deberá velar por que las acciones que se llevan a cabo no vayan en contra de los intereses de la AETIB, guardándose ésta el derecho a emprender cualquier tipo de acción legal si lo consideras oportuno.

5.2 Creatividad

Todas las creatividades tendrán que integrar las siguientes marcas/menciones:

- Marca/marcas de destino

- Los logotipos que determine la AETIB según corresponda (GOIB)

Las creatividades y acciones se tendrán que ajustar a las Directrices del uso de las marcas de la AETIB que formarán parte del convenio, entre las que se encuentran las del **Anexo 7 (actualizado el 24 de agosto de 2022)** establecidas de acuerdo con la Resolución publicada el 27 de agosto de 2022 en el BOIB número 113. Dicho anexo podrá encontrarse en el portal web de la AETIB.

Cualquier excepcionalidad quedará condicionada por las indicaciones y el visto bueno previo del Área de Imagen de la AETIB. Además deberán aplicarse las modificaciones establecidas por la Comisión de Valoración.

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

La entidad Vueling debe entregar la justificación de la campaña, antes del 1 de marzo de 2023 como fecha límite, un dossier justificativo donde queden reflejadas las acciones que se derivan de este Convenio, es decir, de la campaña de marketing propuesta.

Se justificará la totalidad de la campaña ejecutada, indicando en la justificación qué parte corresponde a la aportación de cada entidad (entidades solicitantes, AETIB).

Se tendrá que justificar mediante una Memoria Justificativa con relación a la campaña realizada, que deberá entregarse en formato impreso y digital. Esta memoria deberá incluir:

A) Documentación que justifique la ejecución de la totalidad de la campaña de acuerdo a la propuesta presentada. Se indicará qué parte corresponde a la aportación realizada por cada entidad (incluidas otras entidades públicas, en su caso). Contará con una parte técnica y una económica.

Por la parte técnica, deberá incluirse un dossier justificativo en el que queden reflejadas las acciones que se deriven de este Convenio. Este dossier debe incluir:

Para la parte técnica, se deberá incluir **un Excel adjunto (Anexo A8)** debidamente relleno, así como una **memoria justificativa** donde queden reflejadas las acciones que se deriven de este convenio, así como también la documentación justificativa pertinente para cada una de las acciones. Este documento tendrá que incluir una

relación de las acciones enumeradas anteriormente, así como los importes definitivos destinados a cada una de éstas. El anexo se entregará en formato impreso firmado por el máximo responsable de la entidad y en formato digital (Excel abierto)

1. Dossier justificativo en relación a las acciones descritas en el óptico (Anexo Op1)

Acciones en medios propios:

- a) Medios propios inflight: Seatback ad. Tarjetón con creatividad en reposa-cabezas del avión.

Gráfica con la creatividad de los reposa-cabezas, 2 originales y número de impactos estimados en relación a los pasajeros transportados y resultados obtenidos, según planificación en la memoria técnica con duración/frecuencia: 4.

- b) Material promocional impreso: Full branded Seatback. Flyer doble cara

2 originales del flyer a doble cara y un report del número total de unidades y resultados obtenidos, según planificación con duración/frecuencia: 4.

- c) Web propia o del grupo: Banner Footer doble. Banner en home.

Captura de pantalla del banner en la home principal, con un report del número total de unidades y resultados obtenidos.

- d) Web propia o del grupo: Box Ofertas

Captura de pantalla del Box con ofertas en la home principal, con un report de la duración de la campaña y resultados obtenidos, según planificación en la memoria técnica con duración/frecuencia: 4.

e) Mailing a los contactos del mercado: Email ancillaries.

Captura de pantalla del correo electrónico con el banner enviado a los clientes post compra. Report del número total de envíos, duración de la campaña y resultados obtenidos, según planificación en la memoria técnica con duración/frecuencia: 4.

f) Mailing a los contactos del mercado: Boarding pass

Captura de pantalla del Banner en la tarjeta de embarque on line. Report del número total de envíos, duración de la campaña y resultados obtenidos.

g) Mailing a los contactos del mercado:Newsletter B2C

Captura de pantalla del Banner en la Newsletter a clientes UK. Report del número total de envíos, duración de la campaña y resultados obtenidos.

h) Acción Requisito: Acción de relaciones públicas.

Evento en Londres de comida-experiencia gastronómica dedicada a prensa (8-10 pax)

Fotografías del evento, menú degustación, y *mini market*. Copia digital grabada de la explicación experiencial con un listado de los participantes y resultados obtenidos. Clipping.

Acciones en medios externos:

i) Medios online externos: Campaña On line

Captura de pantalla de cada una de las inserciones en Programatic, Display, Social Media (FB, Tik Tok...), duración de la campaña y resultados obtenidos.

j) Redes Sociales – sorteos y concursos en redes de influencers

Captura de pantalla del banner promocionando el concurso en las redes sociales publicadas y copia del material utilizado (microvideos y fotos), así como un report con la descripción del concurso llevado a cabo y los resultados obtenidos.

2. Se deberá adjuntar a este dossier una **declaración responsable** donde se indique que la información contenida en el dossier es fiel reflejo de la campaña realizada y que el importe aportado por VUELING para la ejecución de esta campaña es el importe establecido a la cláusula 2, firmada por el responsable legal de la entidad VUELING
3. **Declaración responsable** donde se confirme que, como mínimo durante el periodo que publicite la campaña (octubre-diciembre de 2022) habrá operatividad de vuelos/rutas/trayectos cada una de las semanas comprendidas en este periodo. Este documento deberá estar firmado por el máximo responsable legal de la entidad VUELING.
4. **Óptico de la campaña** ejecutada con su valoración económica indicando qué importes y porcentajes se han destinado a medios propios y externos (impuestos incluidos), según se describe en el apartado 10 de las bases de la convocatoria.
5. **Cumplir con las directrices del uso de las marcas de la AETIB.** Por tal motivo, se deberán entregar todas las artes finales/creatividades desarrolladas para la campaña, así como fotografías o documentación que justifique la inclusión y el correcto uso de las marcas. La entrega de todas las artes finales/creatividades desarrolladas por la campaña, está incluida dentro del dossier justificativo para cada una de las acciones.
6. **ANEXO A5: Medición de resultados.** Con el fin de comprobar la efectividad de la campaña publicitaria, la entidad solicitante deberá facilitar un informe acreditativo de acuerdo a los parámetros que se determinen en el ANEXO A5 con relación a la evolución de los siguientes datos:

- Datos de rutas/plazas/pasajeros/turistas (según la línea de actuación)
- Datos con relación a la inversión de la campaña realizada
- Impacto de la campaña

Por la parte económica, se deberá entregar la documentación que se detalla a continuación:

- 1. Óptico de la campaña** (Anexo A8 ya entregado en la justificación técnica) ejecutada con su valoración económica indicando que importes y porcentajes se han destinado a medios propios y externos (impuestos incluidos) según se describe en el apartado 10 de las bases de la convocatoria. Los importes tendrán que incluir los impuestos correspondientes a la normativa del país donde se realice/ejecute cada acción propuesta en la campaña. Este anexo se tendrá que ajustar a las acciones e importes firmados en el convenio y coincidir con los datos aportados al resto de anexos solicitados en esta justificación según la campaña correspondiente.
- 2. Coste real de cada una de las acciones:** para justificar este apartado se deberá entregar la siguiente documentación:
 - a) Los importes relativos a acciones de publicidad realizadas a través de medios propios de la entidad, mediante una declaración responsable que especifique el coste y la acción (Anexo A8).
 - b) Los importes relativos a acciones de publicidad realizadas a través de medios externos a la entidad, mediante factura o parte de una, que especifique el coste y la acción a la que corresponda. Se tendrá que entregar el anexo A10, debidamente cumplimentado que incluya una relación de las acciones enumeradas en el Anexo A8 correspondiente a medios externos, indicando los importes definitivos destinados a cada una de las acciones. El documento se entregará en formato impreso firmado por el máximo responsable de la entidad colaboradora y en formato digital (Excel abierto).

Este anexo tendrá que ir acompañado de las facturas detalladas del anexo A10

Aclaraciones:

- EL COSTE ELEGIBLE será la parte imputable de cada factura de la acción llevada a cabo.

- OBSERVACIONES se indicará cuando el coste de la acción llevada a cabo no corresponda a la totalidad de la factura presentada.

Para la correcta presentación de la justificación solicitada es obligatorio entregar los anexos que aquí se mencionan.

5.4 Control y justificación de la campaña de sostenibilidad y de los resultados obtenidos

La entidad Vueling debe entregar la justificación de la campaña, antes del 1 de marzo de 2023 como fecha límite, un dossier justificativo donde queden reflejadas las acciones que se derivan de este Convenio, es decir, de la campaña de sostenibilidad propuesta.

Además, certificado de la entidad o agencia de medios que gestiona los espacios publicitarios y que incluya las impresiones y target contratados, así como los resultados.

Se justificará la totalidad de la campaña ejecutada, indicando en la justificación qué parte corresponde a la aportación de cada entidad (entidades solicitantes, AETIB).

Se tendrá que justificar mediante una Memoria Justificativa con relación a la campaña realizada, que deberá entregarse en formato impreso y digital. Esta memoria deberá incluir:

A) Documentación que justifique la ejecución de la totalidad de la campaña de acuerdo a la propuesta presentada. Se indicará qué parte corresponde a la aportación realizada por cada entidad (incluidas otras entidades públicas, en su caso). Contará con una parte técnica y una económica.

Por la parte técnica, deberá incluirse un dossier justificativo en el que queden reflejadas las acciones que se deriven de este Convenio. Este dossier debe incluir:

Para la parte técnica, se deberá incluir un Excel adjunto (Anexo A9) debidamente rellenado, así como una memoria justificativa donde queden reflejadas las acciones que se deriven de este convenio, como también la documentación justificativa

pertinente para cada una de las acciones. Este documento deberá incluir una relación de las acciones enumeradas anteriormente, así como los importes definitivos destinados a cada una de éstas. El anexo se entregará en formato impreso firmado por el máximo responsable de la entidad y en formato digital (Excel abierto)

1. Dossier justificativo en relación a las acciones descritas en el óptico (anexo Op2)

Acciones en medios propios:

a) Acción de comunicación, mediante envío de Nota de prensa

Copia de la Nota de prensa enviada. Report del número total de envíos, duración de la campaña y resultados obtenidos. Clipping

b) RRSS - Post en FB + LinkedIn, mediante Post para difusión de la acción en Canales de Vueling

Captura de pantalla y copia del Post publicado en los canales de Facebook y LinkedIn de VUELING, según planificación de la memoria técnica y un report de los resultados obtenidos (nº visitas, nº likes, comentarios, etc.)

En medios externos:

c) Campaña publicación Banner durante 1 mes, en Europa Press

Captura de pantalla del Banner realizada en Europa Press. Se debe adjuntar un report de la duración de la campaña y resultados obtenidos.

Además, certificado de la entidad o agencia del medio que gestiona los espacios publicitarios y que incluya los resultados obtenidos.

2. Se deberá adjuntar a este dossier una declaración responsable donde se indique que la información contenida en el dossier es fiel reflejo de la campaña realizada y que el importe aportado por VUELING para la ejecución de esta campaña es el

importe establecido en la cláusula 2, firmada por el responsable legal de la entidad VUELING

3. **Cumplir con las directrices del uso de las marcas de la AETIB.** Por tal motivo, se tendrán que entregar todas las artes finales/creatividades desarrolladas para la campaña, así como fotografías o documentación que justifique la inclusión y el correcto uso de las marcas. La entrega de todas las artes finales/creatividades desarrolladas por la campaña, está incluida dentro del dossier justificativo para cada una de las acciones.
4. **Óptico de la campaña** ejecutada con su valoración económica indicando qué importes y porcentajes se han destinado a medios propios y externos (impuestos incluidos), según se describe en el apartado 10 de las bases de la convocatoria.
5. **ANEXO A5: Medición de resultados.** Con el fin de comprobar la efectividad de la campaña publicitaria, la entidad solicitante tendrá que facilitar un informe acreditativo de acuerdo con los parámetros que se determinen en el ANEXO A5 con relación a la evolución de los siguientes datos:
 - Datos de rutas/plazas/pasajeros/turistas (según la línea de actuación)
 - Datos con relación a la inversión de la campaña realizada
 - Impacto de la campaña

Para la parte económica, se tendrá que entregar la documentación que se detalla a continuación:

1. **Óptico de la campaña** (Anexo A9 ya entregado en la justificación técnica) ejecutada con su valoración económica indicando qué importes y porcentajes se han destinado a medios propios y externos (impuestos incluidos) según se describe en el apartado 10 de las bases de la convocatoria. Los importes tendrán que incluir los impuestos correspondientes a la normativa del país donde se realice/ejecute cada acción propuesta en la campaña. Este anexo se tendrá que ajustar a las acciones e importes firmados al convenio y coincidir con los datos aportados al resto de anexos solicitados en esta justificación según la campaña correspondiente.

2. Coste real de cada una de las acciones: para justificar este apartado se tendrá que entregar la siguiente documentación:

- a) Los importes relativos a acciones de publicidad realizadas a través de medios propios de la entidad, mediante una declaración responsable que especifique el coste y la acción (Anexo A9).
- b) Los importes relativos a acciones de publicidad realizadas a través de medios externos a la entidad, mediante factura o parte de una, que especifique el coste y la acción a la que corresponda. Se tendrá que entregar el anexo A11, debidamente cumplimentado que incluya una relación de las acciones enumeradas en el Anexo A9 correspondiente a medios externos, indicando los importes definitivos destinados a cada una de las acciones. El documento se entregará en formato impreso firmado por el máximo responsable de la entidad colaboradora y en formato digital (Excel abierto)

Este anexo tendrá que ir acompañado de las facturas detalladas en el anexo A11

Aclaraciones:

- EL COSTE ELEGIBLE será la parte imputable de cada factura de la acción llevada a cabo.
- OBSERVACIONES se indicará cuando el coste de la acción llevada a cabo no corresponda a la totalidad de la factura presentada.

Para la correcta presentación de la justificación solicitada es obligatorio entregar los anexos que aquí se mencionan.

6. ABONO DE LA APORTACIÓN DE LA AETIB

La aportación de la AETIB se hará efectiva contra factura, que se emitirá una vez que la Comisión técnica haya conformado la presentación de la documentación justificativa y lo haya comunicado a la entidad colaboradora. Esta factura deberá incluir el desglose de las acciones de la campaña de acuerdo con el óptico y su coste final asumido por la entidad. La factura también deberá incluir el importe total de la campaña especificando el porcentaje (%) que deberá abonar la AETIB en relación con el coste total de cada una de las acciones de la campaña.

7. INCUMPLIMIENTO DE LA JUSTIFICACIÓN PRESENTADA

En caso de que la documentación justificativa presentada por la entidad Vueling no acreditase de forma fehaciente el correcto desarrollo de la campaña, la AETIB no abonará a la entidad Vueling el importe de su aportación o, en caso de que la justificación fuera parcial, se abonaría el importe correspondiente a la campaña ejecutada y debidamente justificada.

8. DERECHOS DE IMAGEN Y PROPIEDAD INTELECTUAL

La entidad colaboradora Vueling cede todos los derechos de propiedad industrial, intelectual y de imagen sobre el material creativo (textos, imágenes, etc.) que se produzcan para el desarrollo de la campaña de marketing propuesta durante el período de la misma. Por eso, la AETIB no se hace responsable de las posibles acciones legales interpuestas por terceros siendo el único responsable la entidad Vueling.

Asimismo, la AETIB ostentará en calidad de cesionario de todos los derechos de propiedad industrial, intelectual y de imagen sobre el material creativo (textos, imágenes) que puedan aportarse para la ejecución de este convenio. Por tanto, este material, estará a total disposición de la AETIB.

Vueling, no podrá utilizar, salvo autorización previa y expresa por parte de AETIB, los distintivos logos institucionales fuera de la presente campaña.

9. DURACIÓN

Este Convenio entra en vigor en la fecha de su firma y estará vigente hasta el 31 de diciembre de 2022, sin posibilidad de prórroga, siendo el plazo máximo de justificación el establecido en la cláusula 5 de este convenio.

10. PROTECCIÓN DE DATOS DE CARÁCTER PERSONAL

De conformidad con la LO 3/2018, de 5 de diciembre, de protección de datos personales y garantía de derechos digitales, los solicitantes quedan informados y aceptan la incorporación de los datos que faciliten al fichero que cree la AETIB.

Las entidades solicitantes están obligadas al cumplimiento de lo establecido por la LOPD, en relación con los datos personales a los que tenga acceso durante la vigencia de los convenios que se realicen en desarrollo y ejecución de esta convocatoria.

11. LENGUAS DE TRABAJO EN LA EJECUCIÓN DEL CONVENIO

La entidad Vueling y la AETIB 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 de origen al que vaya dirigida la campaña.

12. EXCLUSIÓN DE LA LEY DE CONTRATOS DEL SECTOR PÚBLICO

Este Convenio de colaboración queda excluido de la Ley de Contratos del Sector Público (LCSP), de acuerdo con lo previsto en el artículo 6.2 LCSP, si bien se aplicarán los principios que sustentan esta Ley para resolver las dudas y lagunas que durante su ejecución pudieran presentarse.

13. CAUSAS DE EXTINCIÓN DEL CONVENIO Y CIRCUNSTANCIAS FORTUITAS Y/O DE FUERZA MAYOR

13.1 Son causas de extinción del Convenio:

- El transcurso de la vigencia de este convenio.
- Si por causas de operatividad, funcionalidad, estrategia o presupuestarias la AETIB decide no llevar a cabo alguna parte de la campaña suscrita con la entidad solicitante una vez formalizado éste, 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 cualquiera de las partes de alguna de las cláusulas de este convenio.
- Cualquier otra que prevea la normativa vigente de aplicación.

13.2 En el caso de que se produzca una modificación de las acciones aprobadas durante la ejecución de la colaboración, éstas se tendrán que consensuar entre ambas partes y de acuerdo con lo establecido en el apartado 17 de la convocatoria.

Las modificaciones que se hagan en el convenio siempre tendrán que tener en cuenta el cumplimiento de los requisitos establecidos en las bases de la convocatoria.

14. OBLIGACIONES FORMALES Y BUENA FE

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.

15. CONFIDENCIALIDAD

Cualquier información confidencial revelada por la AETIB a la entidad con la que se formaliza acciones de co-marketing estratégico durante la vigencia del Convenio, se mantendrá con carácter estrictamente confidencial para el receptor, quien se compromete a utilizar esta información únicamente para la finalidad para la que le es revelada por el emisor, salvo imperativo legal.

El receptor tiene que proteger la información confidencial del emisor contra cualquier uso no autorizado o revelación a terceros, al igual que protege su información confidencial. El acceso a esta información queda restringido tan sólo a aquellos empleados de la entidad colaboradora que tengan que conocer para el cumplimiento de esta colaboración.

16. FUERO LEGAL

En caso de duda o divergencia en la interpretación o aplicación del Convenio, las partes acuerdan someter de forma expresa a la jurisdicción contencioso-administrativa y ante los tribunales de las Islas Baleares, con renuncia expresa a cualquier otro fuero que pudiera corresponderle.

Y para que así conste, firmemos este documento por duplicado.

Palma, a fecha de la firma electrónica

Por la AETIB
Firmado por MATEU
AGUILO FRANCESC -
DNI ***7578** el día
21/09/2022 con un
certificado emitido
por AC Sector
Público
Francesc Mateu Aguiló

Por VUELING AIRLINES S.A.

MARCO
SANSVINI (R:
A63422141)
Marco Sansavini

Firmado digitalmente por 
MARCO SANSVINI (R: A63422141)
Nombre de reconocimiento (DN):
2.5.4.13=RaSAI/AEAT0272/PUESTO
1/61434/27112020112005,
Serial Number=DCE5 
givenName=MARCO, sn=SANSVINI,
o=VUELING AIRLINES S.A., c=ES
A63422141) 25.4.97=VATES A63422141,
c=VUELING AIRLINES S.A., c=ES
Fecha: 2022.09.20 14:20:55 +02:00