

III. OTRAS DISPOSICIONES

MINISTERIO DE INDUSTRIA, COMERCIO Y TURISMO

16332 *Resolución de 11 de diciembre de 2020, del Instituto de Turismo de España, por la que se publica el Convenio con la Aerolínea Tui Uk, para el desarrollo de acciones conjuntas de marketing.*

De acuerdo con lo previsto en el artículo 48.8 de la Ley 40/2015, de 1 de octubre, de Régimen Jurídico del Sector Público, procede la publicación en el «Boletín Oficial del Estado» del Convenio entre el Instituto de Turismo de España O.A. (Turespaña) y la Aerolínea Tui Uk para el desarrollo de acciones conjuntas de marketing.

Madrid, 11 de diciembre de 2020.–El Director General del Instituto de Turismo de España, Miguel Ángel Sanz Castedo.

CONVENIO ENTRE EL INSTITUTO DE TURISMO DE ESPAÑA O.A. (TURESPAÑA) Y LA AEROLÍNEA TUI UK PARA EL DESARROLLO DE ACCIONES CONJUNTAS DE MARKETING

Diciembre de 2020.

REUNIDOS

De un lado, el Instituto de Turismo de España, O.A. (en adelante, Turespaña), con domicilio en Madrid, calle Poeta Joan Maragall, 41, representada en este acto por don Fernando Valdés Verelst, nombrado Secretario de Estado de Turismo por el Real Decreto 673/2020, de 14 de julio, Presidente del Organismo según lo estipulado en el Real Decreto 425/2013, de 14 de junio, por el que se aprueba el Estatuto del Instituto de Turismo de España. Actúa por delegación efectuada mediante Resolución de 26 de agosto de 2020, de la Presidencia del Instituto de Turismo de España O.A., don Miguel Ángel Sanz Castedo nombrado Director General del Instituto de Turismo de España (TURESPAÑA) en virtud del Real Decreto 675/2020, de 14 de julio.

Y de otro, TUI UK Limited en adelante, TUI, con domicilio social en Wigmore House, Wigmore Lane, Luton, Bedfordshire, United Kingdom, LU2 9TN con NIF (VAT number) GB 2830117, representada en este acto por Marie Vandeplassche, Senior Account Manager Group que actúa jurídicamente con las facultades que le otorga para este acto.

EXPONEN

I. Que Turespaña, en el ejercicio de las competencias que tiene atribuidas en materia de promoción turística en el exterior en virtud del artículo 2 de su Estatuto, aprobado por Real Decreto 425/2013, de 14 de junio, aspira a desarrollar acciones de marketing que permitan mejorar el posicionamiento de los destinos turísticos españoles en los mercados internacionales y está interesado en colaborar con TUI en la promoción de estos destinos en el Reino Unido en los términos descritos en el presente Convenio.

II. Que la aerolínea TUI está interesada en colaborar con Turespaña para llevar a cabo actividades de marketing conjuntas en los términos descritos en el presente Convenio, con motivo de la reapertura y progresivo incremento de capacidad de rutas a España.

III. Que ambas partes aprecian la necesidad de realizar conjunta y coordinadamente acciones de marketing respecto de las citadas rutas aéreas en el mercado emisor. De este modo se podrá mejorar la eficacia y rentabilidad de los presupuestos de marketing de ambas organizaciones, así como obtener un retorno cuantificado en turistas de los mismos.

IV. Que la planificación de las actuaciones a desarrollar debe ser eficiente y eficaz, pudiendo incluir todo tipo de acciones de marketing y de apoyo a la comercialización. Para garantizar la eficiencia y eficacia de dichas acciones, deberán estar orientadas a resultados, que deberán ser medidos de forma cuantificada en lo posible.

Por todo ello, las partes intervinientes acuerdan suscribir este Convenio con sujeción a las siguientes

CLÁUSULAS

Primera. *Objeto del Convenio.*

El objeto de este Convenio es la ejecución conjunta de actividades de publicidad y marketing y de apoyo a la comercialización por parte de Turespaña y TUI.

Dichas actividades tendrán siempre como fin la promoción del destino España en el Reino Unido, así como el fortalecimiento del posicionamiento de los destinos, productos y experiencias turísticas de España.

Ambas partes firmantes reconocen que el presente Convenio no excluye la posibilidad de que cada una por separado pueda ejecutar acciones de marketing o firmar otros convenios para el cumplimiento de sus respectivos objetos sociales e institucionales con otras entidades, compañías, instituciones u organismos, nacionales o extranjeros.

Segunda. *Actuaciones a realizar por las partes.*

Turespaña acordará con la aerolínea TUI las acciones de marketing y de apoyo a la comercialización a desarrollar en el periodo de vigencia del Convenio.

Las actividades a desarrollar por ambas partes consistirán en la realización de campañas de marketing conjuntas en medios de pago, preferentemente *online*; se podrán utilizar medios de pago *off-line* cuando esté justificado por su eficacia y posibilidad de cuantificar los resultados. Aparte de las campañas en medios de pago, ambas partes podrán proponer acciones en sus medios propios, o de apoyo a la comercialización, como complemento a las campañas en medios de pago.

La creatividad final que se utilice en la campaña tendrá que ser consensuada y aprobada por Turespaña.

Las actuaciones a desarrollar se concretarán en un plan de medios, que será elaborado en la Comisión de Seguimiento a la que se refiere la cláusula séptima, de acuerdo con los medios relevantes en el mercado emisor, y que se adjuntará como anexo al correspondiente Convenio. Dicho plan de medios en ningún caso afectará al contenido básico del Convenio, el cual no podrá ser objeto de modificación en la Comisión de Seguimiento. El plan de medios fijará qué indicadores de seguimiento de la campaña se van a utilizar, de tal forma que permitan medir el éxito de la misma como retorno de la inversión. Dichos indicadores serán razonables y objetivamente alcanzables (para el caso de medios *online*, visualizaciones o clicks, y, para el caso de medios *offline*, estimaciones de visibilidad del anuncio, impacto, etc.).

Todas las partes deberán aprobar las acciones específicas incluidas en este Convenio, incluyendo presupuesto, creatividades, calendarios y planes de medios.

Tercera. *Obligaciones y compromisos económicos.*

El presupuesto de las acciones conjuntas de publicidad y marketing en medios de pago asciende a 576.000 euros y será asumido por Turespaña y TUI a partes iguales (288.000 euros cada uno).

En caso de proponerse acciones en medios propios, el presupuesto de las mismas no podrá superar el 10 % del presupuesto total de la campaña, es decir 57.600 euros, y será asumido por Turespaña y TUI a partes iguales (28.800 euros cada uno).

Todos los presupuestos establecidos son limitativos máximos e incluirán todos los gastos y tributos.

Cuarta. Naturaleza de los compromisos económicos.

Las aportaciones económicas que se comprometen a realizar las partes estarán orientadas exclusivamente a la promoción turística, quedando en principio excluidas del ámbito de aplicación de la normativa relativa a ayudas de Estado. No obstante, si de la firma del presente Convenio pudiera quedar afectada la competencia en este sentido, se cumplirá con la normativa relativa a ayudas de Estado.

Quinta. Distribución temporal por anualidades e imputación del gasto.

La campaña por la parte de Turespaña será sufragada con cargo a su presupuesto, aplicación presupuestaria 20.104.432A.640, proyecto de gasto 2018.20.104.0058.

La distribución del presupuesto por anualidades se acordará en la Comisión de Seguimiento a la que se refiere la Cláusula séptima, en función de la fecha en que el Convenio resulte eficaz.

Sexta. Naturaleza y régimen jurídico.

El presente Convenio tiene naturaleza administrativa y se suscribe al amparo del capítulo VI de la Ley 40/2015, de 1 de octubre, de Régimen Jurídico del Sector Público.

Séptima. Seguimiento.

Para garantizar la buena marcha de la ejecución del presente Convenio se constituirá una Comisión mixta de Seguimiento que se reunirá al menos una vez al mes. Esta Comisión elaborará el plan de medios referido en la cláusula segunda anterior y ejercerá asimismo funciones de resolución de controversias o discrepancias sobre el cumplimiento e interpretación del Convenio. Dicha Comisión será paritaria y estará integrada por un máximo de cuatro miembros que serán nombrados entre profesionales de ambas organizaciones. Las decisiones de la Comisión se tomarán por consenso.

A la finalización del presente Convenio, las partes elaborarán un informe de la campaña o campañas llevadas a cabo en virtud del presente Convenio y el resultado obtenido por las mismas.

Octava. Consecuencias en caso de incumplimiento de las obligaciones.

En caso de incumplimiento del Convenio por una de las partes, la otra podrá notificar a la parte incumplidora un requerimiento para que cumpla en el plazo de dos meses con las obligaciones o compromisos que se consideran incumplidos. Este requerimiento será comunicado también a la Comisión de Seguimiento.

Si transcurrido el plazo indicado en el requerimiento persistiera el incumplimiento, la parte que lo dirigió notificará a la otra y a la Comisión de Seguimiento la concurrencia de la causa de resolución con la determinación de los daños y perjuicios que procedan y entenderá resuelto el Convenio, resultando, por tanto, de aplicación lo previsto en el artículo 52 de la Ley 40/2015, de 1 de octubre, de Régimen Jurídico del Sector Público.

Novena. Orden jurisdiccional.

Las cuestiones litigiosas que surgieran en la interpretación, aplicación y cumplimiento del presente Convenio y no pudieran ser resueltas en el seno de la Comisión de Seguimiento, quedarán sometidas a la decisión del órgano jurisdiccional contencioso-administrativo que corresponda, de acuerdo con lo dispuesto en la Ley reguladora de la Jurisdicción Contencioso-Administrativa.

Décima. *Eficacia.*

El presente Convenio resultará eficaz una vez inscrito en el Registro Electrónico estatal de Órganos e Instrumentos de Cooperación del sector público estatal y publicado en el «Boletín Oficial del Estado», de conformidad con el artículo 48 de la Ley 40/2015, de 1 de octubre, de Régimen Jurídico del Sector Público.

Undécima. *Duración.*

El presente Convenio se extinguirá transcurridos dos años desde su publicación en el «Boletín Oficial del Estado». En cualquier momento antes de la finalización de este plazo, sujeto a disponibilidad presupuestaria, las partes podrán acordar unánimemente su prórroga por un periodo de hasta dos años adicionales, que deberá tramitarse mediante una adenda, comunicarse en tal caso al Registro Electrónico estatal de Órganos e Instrumentos de Cooperación del sector público estatal y publicarse en el «Boletín Oficial del Estado».

Duodécima. *Modificación.*

La modificación del contenido del Convenio requerirá acuerdo de los firmantes de conformidad con lo establecido en el artículo 49.g) de la Ley 40/2015, de 1 de octubre, de Régimen Jurídico del Sector Público.

Decimotercera. *Extinción y resolución.*

El presente Convenio se extingue por el cumplimiento de las actuaciones que constituyen su objeto o por incurrir en alguna de las siguientes causas de resolución:

- El transcurso del plazo de vigencia sin haberse acordado la prórroga del mismo.
- El acuerdo de los firmantes.
- El incumplimiento de las obligaciones y compromisos asumidos por parte de alguno de los firmantes. En este caso, se estará a lo dispuesto en la cláusula octava anterior.
 - Decisión judicial declaratoria de la nulidad del Convenio.
 - Cualquier otra causa distinta de las anteriores prevista en la ley.

Y para que así conste y a los efectos oportunos, ambas partes suscriben el presente documento por duplicado, y a un solo efecto.–Por el Instituto de Turismo de España, O.A., el Director General del Instituto de Turismo de España, Miguel Sanz Castedo.–Por TUI UK Limited, Senior Account Manager Group-Tourist Boards & Partnerships, Marie Vandeplassche.

ANEXO

Plan de medios

Se acuerda desarrollar una primera campaña en el diario The Telegraph hasta el 30 de diciembre de 2020, por importe de 21.504 euros. En dicha fecha, se facturará, por parte de TUI UK, a Turespaña el 50 % de la inversión realizada hasta dicho momento (10.752 euros, impuestos incluidos). Durante 2021, se desarrollarán otras dos campañas, según se detalla en el cuadro inferior, por el importe restante que del convenio (554.496, impuestos incluidos, a financiar al 50 %) para completar la inversión total que el mismo contempla (576.000 euros, impuestos incluidos).

Actividad	Descripción	Duración de la inserción	Coste total – Euros	Contribución de Turespaña – Euros	Contribución de TUI UK – Euros	Nov-20	Dic-20	En-21	Feb-21	Mar-21	Abr-21	May-21	Jun-21	Jul-21	Ag-21
Inserción en The Telegraph.	Inserción en el periódico The Telegraph.	1 al 15 de diciembre 2020.	21.504	10.752	10.752		TBC								
Campaña en medios externos a definir.	Se usarán mensajes de una forma táctica y atractiva, con una creatividad que invite al consumidor a reaccionar de forma instantánea. Los medios se seleccionarán según el perfil demográfico y la geografía que en ese momento se considere más adecuada con el presupuesto disponible.	A definir entre las partes.	268.800	134.400	134.400				TBC						
Campaña en medios externos a definir.	Se usarán mensajes de una forma táctica y atractiva, con una creatividad que invite al consumidor a reaccionar de forma instantánea. Los medios se seleccionarán según el perfil demográfico y la geografía que en ese momento se considere más adecuada con el presupuesto disponible.	A definir entre las partes.	285.696	142.848	142.848							TBC			
			576.000	288.000	288.000										