

ANEXO V - JUSTIFICACIÓN

Nombre del proyecto:

Entidad solicitante

CIF:

Fecha de presentación de la solicitud:

Importe adjudicado por la FMT:

Relación de documentación que se tiene que entregar (toda la documentación debe entregarse en formato digital):

- Relación de la documentación que se entrega con los datos de la empresa, del proyecto y firmada.
- Dossier explicativo y justificativo que debe incluir:
 - a. Memoria del proyecto y presupuesto liquidado de la acción.
 - b. Reportaje fotográfico (en alta resolución) del proyecto.
 - c. Resumen de la repercusión mediática: *clipping* con el valor económico equivalente e inversión publicitaria en medios (impresos, audiovisuales y en línea) con el valor económico equivalente. La repercusión en medios digitales se valorará en función de usuarios únicos y las páginas visitadas de cada medio por día, no mensual.
En caso de no tener valor oficial, fijaremos un mínimo de 150 euros por noticia.
 - d. Resumen, facturas y fotografías de los productos locales utilizados.

Solo se tendrán en cuenta las publicaciones que hagan referencia a Mallorca como destino turístico y de la marca Mallorca según el manual entregado.

No se tendrá en cuenta la valoración de prensa local.

C.1. SOPORTES IMPRESOS: revistas y prensa escrita

Noticias: es necesario acreditarlas con la recopilación de recortes de prensa original o copia de la página completa, en donde quede constancia del medio de comunicación del que se trata y su fecha de publicación. No de distribución local.

Anuncios: se requiere acreditarlos con un certificado del medio en el cual se indique el importe de la tarifa de inserción o el formato y la fecha de publicación. Original completo de la publicación y factura de pago. Si no se tienen, el recorte de prensa, la captura de pantalla, etc. de la página completa.

Núm	Nombre medio comunicación	Fecha publicación	Incluye marca/mención	Descripción doc. acreditativa	Observaciones	Formato *	valoración

*Indicad el formato de la publicación: ejemplo color-laborable-pagina-impar. Ejemplo: B/N – domingo – módulo 3x2 impar.

C.2. RADIO Y TELEVISIÓN

Noticias: es necesario acreditarlas con una copia digital de la emisión de la noticia.

Anuncios: Es necesario acreditarlos con una copia digital del anuncio. Acreditar con un certificado del medio en el cual se indique el importe de la tarifa de inserción y su duración, la fecha y la franja horaria de la inserción. Factura y pago de la inserción.

Núm.	Nombre medio comunicación	Soporte	Días de visibilidad	Incluye marca/mención	Descripción doc. acreditativa	Observaciones	valoración

C.3. SOPORTES EN LINEA: revistas y prensa online.

Noticias: es necesario acreditarlas con una recopilación de recortes de prensa (capturas de pantalla) donde quede constancia del medio de comunicación y la fecha de publicación.

Anuncios: Es necesario acreditarlos con recortes de prensa (captura de pantalla) en el cual quede constancia del medio de comunicación y la fecha de publicación. Es preciso acreditar con un certificado del medio en el cual se indique el importe de la tarifa de inserción o el formato y la fecha de publicación. Factura y pago de la inserción.

Núm.	Nombre medio comunicación	Fecha de publicación	Incluye marca/mención	Descripción doc. acreditativa	Observaciones	Formato*	valoración

*Indicau el format de la publicació. Exemple: banner o megabanner 980x90 rotació.

C.4. REDES SOCIALES Y CONTENIDOS: Facebook, Twitter, Instagram, Youtube...

Noticias/Información: es necesario entregar todas las publicaciones (post, tweet, publicación, etc.) que se han hecho en los medios, además de los datos siguientes, según la red social que se justifica.

También, se requiere entregar una copia del informe que genera la misma red social con los datos solicitados en el cuadro.

- Facebook y Twitter: debe indicar la repercusión o las impresiones desde que se ha presentado la documentación a la FMT hasta haber presentado la justificación.
- Instagram, Youtube, etc. Al margen de las redes sociales: es necesario indicar el sumatorio del número global de impresiones o visualizaciones en relación a todas las publicaciones que hacen referencia al evento.
- Anuncios: es necesario acreditar con un recorte de prensa (captura de pantalla) donde quede constancia del medio de comunicación y la fecha de publicación. Se requiere acreditar con un certificado de los medios en los que se indique el importe de la tarifa de inserción.

La valoración de las redes será de 50 céntimos por cada mil impresiones o 10 céntimos por cada mil seguidores.

Núm.	Nombre medio comunicación	Repercusión/ sumatorio	Incluye marca/ mención	Descripción doc. acreditativa	Observaciones	valoración

C.5. WEB PROPIA

Debe entregarse una captura de la pantalla de la portada donde se vea la marca y/o logotipo y que redireccione a la web que la FMT indique.

Por norma general, se calculará CPM 96€ por web del evento. En el caso de que haya más de 2.000 impactos, será necesario presentar un informe obtenido a través de una plataforma de control (Google Analytics, per ejemplo) en que es detalle el nombre de usuarios que se han obtenido.

Núm.	URL WEB	Usuarios	Incluye marca/ mención	Descripción doc. acreditativa	Observaciones	valoración

C.6. OTROS: Folletos, flyers, catálogos, revistas, entradas, camisetas, merchandising, escenarios...

Este apartado sólo se valorará si el evento tiene repercusión en medios nacionales y/o internacionales.

Es necesario acreditar el material con dos originales y adjuntar la factura en la cual se detalle la cantidad que se ha realizado.

Es necesario acreditar la ubicación y los asistentes con fotografías.

La valoración de este apartado es de 0.80€ para cada póster (máximo 200 unidades) y 0.60€ para cada folleto, flyer, mapa, (máximo 1500 unidades), y siempre y cuando utilicen la marca correctamente.

Núm.	Material/ Formato	Cantidad	Asistentes/ días	Incluye marca/ mención	Descripción doc. acreditativa	Observación	valoración

- e. Material gráfico y audiovisual (en alta resolución) de que se ha realizado el proyecto patrocinado.

Según indican las bases:

“El valor económico de la repercusión mediática del patrocinio para la marca Mallorca ha de ser igual o superior a la cantidad otorgada. En el caso de que el valor económico de la repercusión mediática para la marca Mallorca sea inferior, se pagará un 80% del que se justifique.

Únicamente se valorará la repercusión de la acción desde la perspectiva de retorno en cuanto a promoción turística de la marca Mallorca y no del producto/evento en si mismo. No se valorará en ningún caso el hecho de hablar de Mallorca como lugar donde se realiza el evento; no se considera promoción turística.

Lo que se valorará es la repercusión para la marca Mallorca dentro del evento, no el hecho de darlo a conocer o informar sobre el.

Solo se tendrán en cuenta las publicaciones que se hagan en referencia a Mallorca como destino turístico y de la marca Mallorca, según el manual entregado.

Estas acciones deben tener repercusión nacional e internacional para ser valoradas. No se tendrá en cuenta la valoración de prensa local.”

Declaración responsable:

DECLARO que todos los datos que contienen estos documentos, referidos a esta justificación son ciertas, y que el proyecto se ha realizado según se describe en la memoria y cumple, por tanto, con el fin que ha servido de fundamento para firmar el contrato privado de patrocinio de referencia.

Palma, de de

Nombre, apellidos y firma del representante legal de la entidad:

DNI:

FUNDACIÓ MALLORCA TURISME