

ANNEX A1

CO-MÀRQUETING ESTRATÈGIC: Formulari de sol·licitud - COMPANYIA AÈRIA

Nom comercial de la companyia aèria sol·licitant:

Nom fiscal de la companyia sol·licitant:

CIF:

Direcció:

País:

Telèfon:

Correu electrònic:

Representant legal de l'entitat sol·licitant:

Nom i llinatges:

DNI:

Càrrec:

Persona de contacte:

Nom i llinatges:

Telèfon:

Càrrec:

Correu electrònic:

Nombre de propostes presentades en aquesta convocatòria vinculades a marques diferents: ☐ 2 ☐ 3

Nom de la campanya:

Destinació a què es vincula la campanya: (indicar amb X) ☐ Mallorca ☐ Menorca ☐ Ibiza

Contingut promocional de la campanya: (indicar amb X)

- ☐ 1. Una única ruta aèria, des d'un aeroport d'un mercat d'origen, a un únic aeroport de les Illes Balears
- ☐ 2. Un conjunt de rutes aèries, des d'un mateix mercat d'origen, a un únic aeroport de les Illes Balears

Ruta/rutes¹ de vol/s directe/s² des d'un mateix mercat, que es publicitarà/n amb la campanya:

Aeroport d'origen	Aeroport de destinació (Illes Balears)	RUTA OSP ³
		<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No
		<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No
		<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No
		<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No

¹ És obligatori detallar totes les rutes que es promocionaran a la campanya

² Queden excloses les rutes interilles

³ Només es podrà incloure una ruta classificada com OSP

Mercat⁴ a què es dirigeix la campanya que es proposa:

⁴ Ha de coincidir amb els mercats descrits a l'ANNEX 6 Plans de connectivitat de les Illes Balears

Dates de la campanya que es proposa:

Dates d'execució de la campanya		Període que es publicita/promociona (indicar els mesos) ⁵	
Data d'inici	Data de finalització	Mes d'inici	Mes de finalització

⁵ No es podrà publicitar durant els mesos de juliol i agost

ANNEX A1

Rutes que la companyia aèria programa i opera com a vols directes des del mercat emissor on es realitzarà la campanya publicitària, als tres aeroports de les Illes Balears (s'ha de indicar al menys una ruta a cada aeroport de destinació):

Aeroport d'origen	Aeroport de destinació (Illes Balears)	RUTA OSP
		<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No
		<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No
		<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No

Quanties i descomptes de la campanya que es proposa: (imposts inclosos)

Import total de la campanya que es proposa*	€
Descompte mitjà ofert pel sol·licitant expressat en percentatge	%
Import definitiu per a la campanya proposada, resultant d'aplicar el descompte mitjà ofert	€
Import sol·licitat a l'AETIB per a la realització de la campanya proposada**	€

Campanya de sostenibilitat: (imposts inclosos) (indicar amb X)

L'entitat sol·licitant té interès a participar i realitzar una campanya de sostenibilitat: ☐ Sí ☐ No

Opció seleccionada: 1A ☐ 2A ☐ 3A ☐

Import total de la campanya que es proposa*	€
Import sol·licitat a l'AETIB per a la realització de la campanya proposada**	€

**Queden excloses totes les despeses generades per la campanya proposada (planificació, producció, creativitat, execució, entre d'altres).*

***Els sol·licitants hauran d'indicar l'import ajustant-se als màxims indicats a l'apartat 2 de les bases i sempre tenint en compte que s'haurà de prendre com a referència l'import de la campanya amb el descompte mitjà ofert ja aplicat.*

Els imports hauran d'incloure els impostos corresponents a la normativa del país on es realitzi/executi cada acció proposada a la campanya.

A aquesta sol·licitud s'adjunten dos sobres que contenen:

• **Sobre 1:** documentació administrativa

• **Sobre 2:** documentació tècnica

I perquè consti, davant l'Agència d'Estratègia Turística de les Illes Balears (AETIB), expedesc i sign aquesta sol·licitud.

_____, ____ de _____ de _____
(Signatura i segell de l'entitat)

A LA ATENCIÓ DEL PRESIDENT DE L'AETIB

ANNEX A2

CO-MÀRQUETING ESTRATÈGIC: Memòria tècnica - COMPANYIA AÈRIA

Nom comercial de la companyia aèria sol·licitant:

Nom de la companyia:

DADES TÈCNIQUES DE LA PROPOSTA (HAN DE COINCIDIR AMB L'ANNEX A1 - SOL·LICITUD)

En cas de contradicció entre ambdós annexos, prevaldrà el contingut de l'annex A2

1. Destinació a què es vincula la companyia: (indicar amb X) ☐ Mallorca ☐ Menorca ☐ Ibiza

2. Contingut promocional de la companyia: (indicar amb X)

- ☐ 1. Una única ruta aèria, des d'un aeroport d'un mercat d'origen, a un únic aeroport de les Illes Balears
☐ 2. Un conjunt de rutes aèries, des d'un mateix mercat d'origen, a un únic aeroport de les Illes Balears

3. Ruta/rutes¹ de vol/s directe/s² des d'un mateix mercat, que es publicitarà/n amb la companyia:

Aeroport d'origen	Aeroport de destinació	RUTA OSP ³
		<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No
		<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No
		<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No
		<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No

¹ És obligatori detallar totes les rutes que es promocionaran a la companyia

² Queden excloses les rutes interilles

³ Només es podrà incloure una ruta classificada com a OSP

4. Mercat⁴ a què es dirigeix la companyia que es proposa:

⁴ Ha de coincidir amb els mercats descrits a l'ANNEX 6 Plans de connectivitat de les Illes Balears

5. Dates de la companyia que es proposa:

Dates d'execució de la companyia		Període que es publica/promociona (indicar els mesos) ⁵	
Data d'inici	Data de finalització	Mes d'inici	Mes de finalització

⁵ No es podrà publicar durant els mesos de juliol i agost

6. Segments Estratègics Turístics -SET- (producte/s) vinculats mitjançant experiències a l'idea creativa de la companyia que es proposa: (indicar amb X com a màxim 2 ítems)

- | | | |
|--------------------------------------|--|---|
| <input type="checkbox"/> Esports | <input type="checkbox"/> Turisme Actiu | <input type="checkbox"/> Salut i Benestar |
| <input type="checkbox"/> Cultura | <input type="checkbox"/> Ecoturisme | <input type="checkbox"/> MICE |
| <input type="checkbox"/> Gastronomia | <input type="checkbox"/> Luxe | <input type="checkbox"/> Costa i litoral/Sol i platja |

7. Companyia proposada, amb una descripció detallada de la proposta, on es desglossin les accions a dur a terme: (indicar amb X)

☐ Adjunt a aquest annex el document referit a la **Companyia proposada**

La companyia proposada s'ha d'adjuntar a aquest document per a la seva valoració tècnica. Sense el seu lliurament, no es podrà valorar la companyia proposada.

ANNEX A2

7.1 Línies generals de la proposta (explicar breument):

7.2 Descriure l'acció requisit de la convocatòria que ha d'estar inclosa a la campanya proposada, tal com es detalla a l'apartat 4.3 de les bases: (Indicar amb X)

- ☐ Accions de street màrqueting
☐ Accions de Relacions Públiques

Per a accions de street màrqueting, s'haurà d'indicar el nom de la ciutat on vagi a realitzar-se l'acció, el nombre d'habitants de la mateixa i la localització de les accions, el més exacte possible.

8. Òptic de la campanya on, com a mínim, es detalli l'audiència, tiratge i número d'impressions/oients dels mitjans proposats, així com les dades de cobertura. (Indicar amb X)

- ☐ Adjunt a aquest document l'òptic de la campanya proposada

En aquest document ha de quedar clarament reflectit quines accions es proposen i a quins imports corresponen. Així mateix, s'indicarà quin import i inversió del total de la campanya es destina a mitjans externs (com a mínim un 30%) i quin a mitjans propis. S'haurà de prendre com a referència l'import de la campanya amb el descompte mitjà ofert prèviament aplicat, impostos inclosos. Els imports hauran d'incloure els impostos corresponents a la normativa del país on es realitzi/executi cada acció proposada a la campanya. En el cas de col·laboracions i/o ajudes per part d'altres entitats públiques a la campanya, haurà de quedar clarament especificat quines accions i partides pressupostàries assumeix cada entitat.

L'òptic s'ha d'adjuntar a aquest document per a la seva valoració tècnica. Sense el seu lliurament, no es podrà valorar la campanya proposada.

ANNEX A2

9. Import i percentatge de la campanya destinat a mitjans externs que no estiguin vinculats directament amb l'entitat sol·licitant o amb el grup empresarial a què pertany. Les campanyes proposades hauran de tenir una inversió mínima del 30% del total de la campanya (impostos inclosos) en mitjans externs que no estiguin vinculats directament a l'entitat sol·licitant o amb el grup empresarial a què pertany. Els imports hauran d'incloure els impostos corresponents a la normativa del país on es realitzi/executi cada acció proposada a la campanya. Es calcularà sobre l'import de la campanya amb el descompte mitjà ofert prèviament aplicat.

Import	€	Percentatge	%
--------	---	-------------	---

10. Indicar les col·laboracions i/o ajudes econòmiques previstes o atorgades per part de qualsevol entitat pública per a la mateixa campanya. (*Impostos inclosos*)

Nom entitat	Import
	€
	€

11. Quanties i descomptes de la campanya que es proposa: (*impostos inclosos*)

Import total de la campanya que es proposa*	€
Descompte mitjà ofert pel sol·licitant expressat en percentatge	%
Import definitiu per a la campanya, resultant d'aplicar el descompte mitjà ofert	€
Import sol·licitat a l'AETIB per a la realització de la campanya proposada**	€
Aportació de la companyia aèria a la campanya	€

*Queden excloses totes les despeses generades per la campanya proposada (planificació, producció, creativitat, etc)

**Els sol·licitants hauran d'indicar l'import seguint els màxims indicats a l'apartat 2 de les bases i sempre tenint en compte que s'haurà de prendre com a referència l'import de la campanya amb el descompte mitjà ofert prèviament aplicat.

Els imports hauran d'incloure els impostos corresponents a la normativa del país on es realitzi/executi cada acció proposada a la campanya.

Tota la documentació adjunta a aquest annex ha d'estar signada pel màxim responsable legal de l'empresa o entitat que sol·licita la col·laboració.

DECLARACIÓ RESPONSABLE:

Declar que totes les dades contingudes en aquest document, i la documentació adjunta, referides a la memòria tècnica, són certes, i que aquesta campanya està en previsió d'executar-se segons el temps i la forma indicats.

A més, es declara de manera responsable que:

1. La ruta/es que es proposa promocionar és/són de vols directes des de l'aeroport/s o mercat d'origen, a un dels aeroports de les Illes Balears.

2. El nombre de propostes presentades en aquesta convocatòria, vinculades a marques diferents:
☐ 2 ☐ 3

3. La companyia aèria programa i opera vols directes des de l'aeroport/s del mercat emissor on es realitzarà la campanya publicitària, als tres aeroports de les Illes Balears (s'ha de indicar al menys una ruta a cada aeroport de destinació):

ANNEX A2

<i>Aeroport d'origen</i>	<i>Aeroport de destinació (Illes Balears)</i>	<i>RUTA OSP</i>
		<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No
		<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No
		<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No

4. La companyia aèria es compromet a complir amb el període mínim d'operativitat de la/les ruta/trajecte/s que es promocionen amb la campanya. Aquest període mínim d'operativitat s'estableix a l'apartat 1.d) de les bases: fins a 15 de novembre de 2021.

5. Aquesta proposta compleix amb tots el requisits assenyalats a les bases de la convocatòria per a la línia d'actuació A.

I perquè consti i tenguin els efectes oportuns, davant l'Agència d'Estratègia Turística de les Illes Balears (AETIB) sign aquest document.

_____, ____ de _____ de _____

Nom del representant legal de l'entitat: (signatura i segell de l'entitat)
DNI:

ANNEX A3

CO-MÀRQUETING ESTRATÈGIC: Criteris de valoració- COMPANYIA AÈRIA

Nom de la campanya:

--

A3.1 DADES GENERALS DE LA CAMPANYA

1. Mercat a què es dirigeix la campanya: (indicar amb X)

Com a màxim es podrà seleccionar un ítem

Indicar a quin mercat va dirigida la campanya de co-màrqueting estratègic segons el *Plans de Connectivitat de les Illes Balears (veure Annex 6)*.

Tradicionals	
No tradicionals	

2. Quantitat de rutes directes per mercat al qual es dirigeix la campanya: (indicar amb X)

Com a màxim es podrà seleccionar un ítem

Indicar quina quantitat de rutes* s'inclouen dins la campanya de co-màrqueting estratègic.

2 a 5 rutes	
6 a 9 rutes	
10 ó més rutes	

*Excloses les rutes interilles

3. Quantitat d'experiències vinculades a la idea creativa de la campanya: (indicar amb X)

Com a màxim es podrà seleccionar un ítem

Indicar la quantitat d'experiències vinculades que es publicitaran a la campanya de co-màrqueting estratègic (apartat 4.1 g) d'aquestes bases.

2 experiències	
----------------	--

A3.2 DADES DE LA CAMPANYA CORRESPONENTS ALS MITJANS DE COMUNICACIÓ PROPIS DE L'ENTITAT SOL-LICITANT O GRUP EMPRESARIAL A QUÈ PERTANY

4. Descompte mitjà ofert pel sol·licitant expressat en percentatge: (impostos inclosos) (indicar amb X)

Com a màxim es podrà seleccionar un ítem

Indicar el descompte mitjà ofert a l'AETIB en la part de la campanya corresponent a mitjans de comunicació propis, expressat en percentatge. No es tindran en compte els decimals, i per tant l'oferta serà un número sencer.

0% - 10%	
11% - 20%	
21% - 40%	
41% - 60%	
61% - 80%	
81% - 100%	

ANNEX A3

5. Tipologia dels mitjans seleccionats: (indicar amb X)

Es podrà indicar el nombre d'ítems que siguin necessaris per descriure la campanya

Indicar la tipologia de l'acció de co-màrqueting estratègic proposada en mitjans propis. Només es puntuaran aquelles accions que no s'hagin descrit com a acció requisit a l'ANNEX A2. Les accions que no es puguin classificar dins aquest punt, no obtindran puntuació objectiva i només seran valorades a la part subjectiva.

MITJÀ PROPI	CONTINGUT	INDICAR X
Televisió <i>inflight</i>	anunci	
	publireportatge	
Mitjans impresos <i>inflight</i>	anunci	
	publireportatge	
Material promocional imprès	anunci	
	publireportatge	
Web pròpia o del grup	anunci	
	publireportatge	
Mailing als contactes del mercat	anunci	
	publireportatge	
Microsite	publireportatge	
Suports físics exteriors: tanques, opis, mupis o similars	anunci	
Suports físics interiors: <i>roll-up</i> , lona, tòtem o similars	anunci	
Retolació avió	anunci	
Xarxes Socials pròpies	post	
	anunci	
Xarxes Socials pròpies - sorteigs i concursos	anunci	
Presentacions (AV, touroperadors, premsa)	-	
Esdeveniments (organitzats per la pròpia entitat sol·licitant o grup al que pertany)	-	
Street Màrqueting - Accions públic final	-	

A3.3 DADES DE LA CAMPANYA CORRESPONENTS ALS MITJANS DE COMUNICACIÓ EXTERNS A LA PRÒPIA ENTITAT SOL·LICITANT O GRUP EMPRESARIAL A QUÈ PERTANY

6. Descompte mitjà ofert pel sol·licitant expressat en percentatge: (impostos inclosos) (indicar amb X)

Com a màxim es podrà seleccionar un ítem

Indicar el descompte mitjà ofert a l'AETIB en la part de la campanya corresponent a mitjans de comunicació externs, expressat en percentatge. No es tindran en compte els decimals, i per tant, l'oferta serà un número sencer.

0% - 10%	
11% - 20%	

ANNEX A3

21% - 40%	
41% - 60%	
61% - 80%	
81% - 100%	

7. Tipologia dels mitjans seleccionats: *(indicar amb X)*

Es podrà indicar el nombre d'ítems que siguin necessaris per descriure la campanya

Indicar la tipologia de l'acció de co-màrqueting estratègic proposada en mitjans externs. Només es puntuaran aquelles accions que no s'hagin descrit com a acció requisit a l'ANNEX A2. Les accions que no es puguin classificar dins aquest punt, no obtindran puntuació objectiva i només seran valorades a la part subjectiva.

MITJÀ EXTERN	ÀMBIT	INDICAR X
Televisió	Nacional	
	Regional/local	
Ràdio	Nacional	
	Regional/local	
Mitjans impresos externs	Nacional	
	Regional/local	
Mitjans <i>online</i> externs	Nacional	
	Regional/local	
Suports físics exteriors: tanques, opis, mupis o similars	Mercat	
Suports físics interiors: <i>roll-up</i> , lona, tòtem o similars	Mercat	
Mitjans de transport	Mercat	
Xarxes Socials - <i>post</i> en xarxes d' <i>influencers</i>	Universal	
Xarxes Socials - sorteigs i concursos en xarxes d' <i>influencers</i>	Universal	
Esdeveniments organitzats per altres entitats	Mercat	

A3.4 VALORACIÓ SUBJECTIVA GLOBAL AMB RELACIÓ A LA PROPOSTA LLIURADA

8. Valoració subjectiva de la proposta lliurada:

Amb la documentació lliurada a l'ANNEX A2 es valoraran, per part de la Comissió de valoració, els apartats indicats al punt 18.1.4 de la convocatòria.

DECLARACIÓ RESPONSABLE:

Declar que totes les dades contingudes en aquest document referides als criteris objectius relatius a la proposta tècnica són certes, i que aquesta campanya està en previsió d'executar-se segons la forma i temps indicats.

ANNEX A3

I perquè consti i tenguin els efectes oportuns, davant l'Agència d'Estratègia Turística de les Illes Balears (AETIB), sign aquest document.

_____, ____ de _____ de _____

Nom del representant legal de l'entitat: (signatura i segell de l'entitat)

DNI:

ANNEX A4

CO-MÀRQUETING ESTRATÈGIC: LA CAMPANYA DE SOSTENIBILITAT - COMPANYIA AÈRIA

1. Nom de la campanya de sostenibilitat:

2. La destinació* a què es vincula la campanya de sostenibilitat és la mateixa destinació seleccionada per a la campanya de co-màrqueting estratègic: *(indicar amb X)*

☐ Mallorca ☐ Menorca ☐ Ibiza

3. Mercat* a què es dirigeix la campanya de sostenibilitat:

** Hauran de coincidir amb la marca i mercat de la campanya de co-màrqueting proposada a l'ANNEX A2*

4. Dates de la campanya de sostenibilitat que es proposa:

Dates d'execució de la campanya	
Data d'inici	Data de finalització
<input type="text"/>	<input type="text"/>

5. Campanya de sostenibilitat: *(indicar amb X)*

Opció seleccionada:

- ☐ **1A.** Que la companyia disposi d'un programa propi de reducció de petjada de carboni amb aportació dinerària efectiva.
- ☐ **2A.** Que la companyia doni accés, a través dels seus mitjans tecnològics, a programes de reducció de petjada de carboni en els quals els viatgers puguin calcular quant CO₂ generen i com es pot compensar, incloent aportacions dineràries per a projectes concrets.
- ☐ **3A.** Que els programes que tenen actius per compensar la petjada de carboni incloguin una acció que es desenvolupi a les Illes Balears.

6. Dossier de presentació de l'acció seleccionada que, segons l'elecció realitzada, haurà d'incloure la següent documentació:

☐ Adjunt a aquest annex el document referit al **Dossier de presentació de l'acció seleccionada (memòria, més resta de documentació si escau).**

1A. Que la companyia disposi d'un programa propi de reducció de petjada de carboni amb aportació dinerària efectiva.

- Memòria del programa propi on es detallin les accions que es desenvolupen, amb l'aportació dinerària de la companyia.

2A. Que la companyia doni accés, a través dels seus mitjans tecnològics, a programes de reducció de petjada de carboni on els viatgers puguin calcular quant CO₂ generen i com es pot compensar, incloent aportacions dineràries per a projectes concrets.

- Memòria del programa per a viatgers on es detallin les accions que es desenvolupen, amb l'aportació dinerària que aporten els viatgers.
- Captura de pantalla de les plataformes tecnològiques des de les quals es pot accedir.

3A. Que els programes que tenen actius per compensar la petjada de carboni incloguin una acció que es desenvolupi a les Illes Balears.

- Memòria del programa on es faci una descripció de l'acció que es du a terme a les Illes Balears.

ANNEX A4

7. Campanya de sostenibilitat proposada, amb una descripció detallada de la proposta on es desglossin les accions a dur a terme: *(indicar amb X)*

☐ Adjunt a aquest annex el document referit a la **Campanya de sostenibilitat proposada**

La Campanya de sostenibilitat proposada s'ha d'adjuntar a aquest document per a la seva valoració tècnica. Sense el seu lliurament, no es podrà valorar la campanya de sostenibilitat proposada.

7.1 Línies generals de la proposta (explicar breument):

8. Òptic de la campanya de sostenibilitat on, com a mínim, es detalli l'audiència, tiratge i número d'impressions/oients dels mitjans proposats, així com les dades de cobertura. *(indicar amb X)*

☐ Adjunt a aquest document l'òptic de la campanya de sostenibilitat proposada

En aquest document ha de quedar clarament reflectit quines accions es proposen i a quins imports corresponen. Així mateix, s'indicarà quin import i inversió del total de la campanya es destina a mitjans externs (com a mínim un 50% del total de la campanya). S'haurà de prendre com a referència l'import de la campanya amb el descompte mitjà ofert ja aplicat, impostos inclosos. Els imports hauran d'incloure els impostos corresponents a la normativa del país on es realitzi/executi cada acció proposada a la campanya. L'AETIB abonarà la part corresponent a mitjans externs exclusivament, fins al màxim estipulat a l'apartat 1.1 de la convocatòria, segons l'elecció realitzada pel sol·licitant.

L'òptic s'ha d'adjuntar a aquest document per a la seva valoració tècnica. Sense el seu lliurament, no es podrà valorar la campanya de sostenibilitat proposada.

9. Quanties i descomptes de la campanya de sostenibilitat que es proposa: *(imposts inclosos)*

Import total de la campanya que es proposa*	€
Descompte mitjà ofert pel sol·licitant expressat en percentatge	%
Import definitiu per a la campanya proposada, resultant d'aplicar el descompte mitjà ofert	€
Import sol·licitat a l'AETIB per a la realització de la campanya proposada**	€
Aportació de l'entitat sol·licitant a la campanya	€

**Queden excloses totes les despeses generades per la campanya proposada (planificació, producció, creativitat, execució, entre d'altres)*

***Els sol·licitants hauran d'indicar l'import seguint els màxims indicats a l'apartat 1.1 i 2 de les bases i sempre tenint en compte que s'haurà de prendre com a referència l'import de la campanya amb el descompte mitjà ofert ja aplicat*

Els imports hauran d'incloure els impostos corresponents a la normativa del país on es realitzi/executi cada acció proposada a la campanya.

Tota la documentació adjunta a aquest annex ha d'estar signada pel màxim responsable legal de l'empresa o entitat que sol·licita la col·laboració.

ANNEX A4

DECLARACIÓ RESPONSABLE:

Declar que totes les dades contingudes en aquest document, i la documentació adjunta, referides a la campanya de sostenibilitat, són certes, i que aquesta campanya està en previsió d'executar-se segons el temps i la forma indicats.

I perquè consti i tenguin els efectes oportuns, davant l'Agència d'Estratègia Turística de les Illes Balears (AETIB), sign aquest document.

_____, ____ de _____ de _____

Nom del representant legal de l'entitat: (signatura i segell de l'entitat)

DNI:

ANNEX A5

CO-MÀRQUETING ESTRATÈGIC: Mesurament de resultats - COMPAÑÍA AÈRIA

1. Nom de la campanya:

2. Destinació a què s'ha vinculat la campanya: (indicar amb X)

☐ Mallorca ☐ Menorca ☐ Ibiza

3. Mercat a què s'ha dirigit la campanya:

4. Ruta/rutes de vol/s directe/s des d'un mateix mercat, que s'ha/n publicitat amb la campanya:

Aeroport d'origen	Aeroport de destinació (Illes Balears)	RUTA OSP
		<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No
		<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No
		<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No
		<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No

5. Dates de la campanya que s'ha dut a terme:

Dates d'execució de la campanya		Període publicitat/promocionat (indicar els mesos)	
Data d'inici	Data de finalització	Mes d'inici	Mes de finalització

6. Campanya de co-màrqueting estratègic amb dades: (imposts inclosos)

Import total de la inversió publicitària en mitjans propis de la companyia aèria		€
	Televisió <i>inflight</i>	€
	Mitjans impresos <i>inflight</i>	€
	Material promocional imprès	€
	Web pròpia o del grup	€
	<i>Mailing</i> als contactes del mercat	€
	<i>Microsite</i>	€
	Suports físics exteriors: tanques, opis, mupis o similars	€
	Suports físics interiors: <i>roll-up</i> , lona, tòtem o similars	€
	Retolació avió	€
	Xarxes Socials pròpies	€
	Xarxes Socials pròpies - sorteigs i concursos	€
	Presentacions (AV, touroperadors, premsa)	€
	Esdeveniments (organitzats per la pròpia ent. sol·licitant o grup al que pertany)	€
	<i>Street</i> Màrqueting - Accions públic final	€
Import total de la inversió publicitària en mitjans externs de la companyia aèria		€
	Televisió	€
	Ràdio	€
	Mitjans impresos externs	€
	Mitjans <i>online</i> externs	€
	Suports físics exteriors: tanques, opis, mupis o similars	€
	Suports físics interiors: <i>roll-up</i> , lona, tòtem o similars	€

ANNEX A5

	Mitjans de transport	€
	Xarxes Socials - <i>post</i> en xarxes d' <i>influencers</i>	€
	Xarxes Socials - sorteigs i concursos en xarxes d' <i>influencers</i>	€
	Esdeveniments organitzats per altres entitats	€
	Increment de places amb relació a l'any 2020 per a l'aeroport/s i/o mercat (aeroports indicats al punt 4) durant el període que es promociona amb la campanya	%
	Increment de passatgeres amb relació a l'any 2020 per a l'aeroport/s i/o mercat (aeroports indicats al punt 4) durant el període que es promociona amb la campanya	%
	Increment de freqüències de la ruta/es per a l'aeroport/s i/o mercat (aeroports indicats al punt 4) amb relació a l'any 2020 durant el període que es promociona amb la campanya	%
	Increment de recerca de la destinació en la web de la companyia aèria amb relació a l'any 2020	%

Els imports hauran d'incloure els impostos corresponents a la normativa del país on es realitzi/executi cada acció proposada a la campanya.

CAMPANYA PER AL FOMENT DE LA SOSTENIBILITAT

S'ha dut a terme la campanya ☐ Sí ☐ No (*indicar amb X*)

indicar la selecció realitzada:

☐ **1A.** La companyia ha disposat d'un programa propi de reducció de petjada de carboni amb aportació dinerària efectiva.

☐ **2A.** La companyia ha donat accés, a través dels seus mitjans tecnològics, a programes de reducció de petjada de carboni en els quals els viatgers han pogut calcular quant CO₂ han generat i com es pot compensar, incloent aportacions dineràries per a projectes concrets.

☐ **3A.** Els programes que tenen actius per compensar la petjada de carboni han inclòs una acció que s'ha desenvolupat a les Illes Balears.

7. Dates de la campanya de sostenibilitat que s'ha dut a terme:

<i>Dates d'execució de la campanya</i>	
<i>Data d'inici</i>	<i>Data de finalització</i>

8. Campanya de sostenibilitat en dades: (*indicar amb X*)

	Import total de la inversió publicitària en mitjans propis de la companyia aèria	€
	Televisió <i>inflight</i>	€
	Mitjans impresos <i>inflight</i>	€
	Material promocional imprès	€
	Web pròpia o del grup	€
	<i>Mailing</i> als contactes del mercat	€
	<i>Microsite</i>	€
	Suports físics exteriors: tanques, opis, mupis o similars	€
	Suports físics interiors: <i>roll-up</i> , lona, tòtem o similars	€
	Retolació avió	€
	Xarxes Socials pròpies	€
	Xarxes Socials pròpies - sorteigs i concursos	€
	Presentacions (AAVV, touroperadors, premsa)	€

ANNEX A5

	Esdeveniments (organitzats per la pròpia ent. sol·licitant o grup al que pertany)	€
	<i>Street</i> Màrqueting - Accions públic final	€
Import total de la inversió publicitària en mitjans externs de la companyia aèria		€
	Televisió	€
	Ràdio	€
	Mitjans impresos externs	€
	Mitjans <i>online</i> externs	€
	Suports físics exteriors: tanques, opis, mupis o similars	€
	Suports físics interiors: <i>roll-up</i> , lona, tòtem o similars	€
	Mitjans de transport	€
	Xarxes Socials - <i>post</i> en xarxes d' <i>influencers</i>	€
	Xarxes Socials - sorteigs i concursos en xarxes d' <i>influencers</i>	€
	Esdeveniments organitzats per altres entitats	€

DECLARACIÓ RESPONSABLE:

Declar que totes les dades contingudes en aquest document referides el mesurament dels resultats obtinguts amb les campanyes desenvolupades, són certes.

I perquè consti i tenguin els efectes oportuns, davant l'Agència d'Estratègia Turística de les Illes Balears (AETIB), sign aquest document.

_____, ____ de _____ de _____

Nom del representant legal de l'entitat: (signatura i segell de l'entitat)

DNI:

ANNEX B1

CO-MÀRQUETING ESTRATÈGIC: Formulari de sol·licitud - COMPANYIA MARÍTIMA

Nom comercial de la companyia marítima sol·licitant:

Nom fiscal de la companyia sol·licitant:

CIF:

Direcció:

País:

Telèfon:

Correu electrònic:

Representant legal de l'entitat sol·licitant:

Nom i llinatges:

DNI:

Càrrec:

Persona de contacte:

Nom i llinatges:

Telèfon:

Càrrec:

Correu electrònic:

Nom de la campanya:

Destinació a què es vincula la campanya: (indicar amb X) ☐ Mallorca ☐ Menorca ☐ Ibiza ☐ Formentera

Contingut promocional de la campanya: (indicar amb X)

☐ 1. Una única ruta marítima, des d'un port d'un mercat d'origen (Península Ibèrica o un altre país), a un únic port de les Illes Balears

☐ 2. Un conjunt de rutes marítimes, des d'un mateix mercat d'origen (Península Ibèrica o un altre país), a un únic port de les Illes Balears

Ruta/rutes¹ de trajectes directes² des de un mateix mercat que es publicitarà/n amb la campanya:

Port d'origen	Port de destinació (Illes Balears)

¹ És obligatori detallar totes les rutes que es promocionaran a la campanya

² Queden excloses les rutes interilles

Mercat³ a què es dirigeix la campanya que es proposa:

³ Han de coincidir amb els mercats descrits a l'ANNEX 6 Plans de connectivitat de les Illes Balears

Dates de la campanya que es proposa:

Dates d'execució de la campanya		Període que es publica/promociona (indicar els mesos) ⁴	
Data d'inici	Data de finalització	Mes d'inici	Mes de finalització

⁴ No es podrà publicar durant els mesos de juliol i agost

Quanties i descomptes de la campanya que es proposa: (imposts inclosos)

Import total de la campanya que es proposa*	€
Descompte mitjà ofert pel sol·licitant expressat en percentatge	%
Import definitiu per a la campanya proposada, resultant d'aplicar el descompte mitjà ofert	€
Import sol·licitat a l'AETIB per a la realització de la campanya proposada**	€

ANNEX B1

Campanya de sostenibilitat: *(imposts inclosos) (indicar amb X)*

L'entitat sol·licitant té interès a participar i realitzar una campanya de sostenibilitat: ☐ Sí ☐ No

Opció seleccionada: 1B ☐ 2B ☐ 3B ☐ 4B ☐

Import total de la campanya que es proposa*	€
Import sol·licitat a l'AETIB per a la realització de la campanya proposada**	€

**Queden excloses totes les despeses generades per la campanya proposada (planificació, producció, creativitat, execució, entre d'altres).*

***Els sol·licitants hauran d'indicar l'import ajustant-se als màxims indicats a l'apartat 2 de les bases i sempre tenint en compte que s'haurà de prendre com a referència l'import de la campanya amb el descompte ofert ja aplicat.*

Els imports hauran d'incloure els impostos corresponents a la normativa del país on es realitzi/executi cada acció proposada a la campanya.

A aquesta sol·licitud s'adjunten dos sobres que contenen:

- **Sobre 1:** documentació administrativa
- **Sobre 2:** documentació tècnica

I perquè consti, davant l'Agència d'Estratègia Turística de les Illes Balears (AETIB), expedesc i sign aquesta sol·licitud.

_____, ____ de _____ de _____

(Signatura i segell de l'entitat)

A LA ATENCIÓ DEL PRESIDENT DE L'AETIB

ANNEX B2

CO-MÀRQUETING ESTRATÈGIC: Memòria tècnica - COMPANYIA MARÍTIMA

Nom comercial de la companyia marítima sol·licitant:

Nom de la campanya:

DADES TÈNIQUES DE LA PROPOSTA (HAN DE COINCIDIR AMB L'ANNEX B1 - SOL·LICITUD)

En cas de contradicció entre ambdós annexos, prevaldrà el contingut dins l'annex B2

1. Destinació a què es vincula la campanya: (indicar amb X) ☐ Mallorca ☐ Menorca ☐ Ibiza ☐ Formentera

2. Contingut promocional de la campanya: (indicar amb X)

☐ 1. Una única ruta marítima, des d'un port d'un mercat d'origen (Península Ibèrica o un altre país), a un únic port de les Illes Balears

☐ 2. Un conjunt de rutes marítimes, des d'un mateix mercat d'origen (Península Ibèrica o un altre país), a un únic port de les Illes Balears

3. Ruta/rutes¹ de trajectes/s directe/s² des d'un mateix mercat, que es publicitarà/n amb la campanya:

Port d'origen	Port de destinació

¹ És obligatori detallar totes les rutes que es promocionaran a la campanya

² Queden excloses les rutes interilles

4. Mercat³ a què es dirigeix la campanya que es proposa:

³ Ha de coincidir amb els mercats descrits a l'ANNEX 6 Plans de connectivitat de les Illes Balears

5. Dates de la campanya que es proposa:

Dates d'execució de la campanya		Període que es publica/promociona (indicar els mesos) ⁴	
Data d'inici	Data de finalització	Mes d'inici	Mes de finalització

⁴ No es podrà publicitar durant els mesos de juliol i agost

6. Segments Estratègics Turístics -SET- (producte/s) vinculats mitjançant experiències a l'idea creativa de la campanya que es proposa: (indicar amb X com a màxim 2 ítems)

- ☐ Esports
☐ Cultura
☐ Gastronomia

- ☐ Turisme Actiu
☐ Ecoturisme
☐ Luxe

- ☐ Salut i Benestar
☐ MICE
☐ Costa i litoral/Sol i platja

7. Campanya proposada, amb una descripció detallada de la proposta, on es desglossin les accions a dur a terme: (indicar amb X)

☐ Adjunt a aquest annex el document referit a la **Campanya proposada**

La campanya proposada s'ha d'adjuntar a aquest document per a la seva valoració tècnica. Sense el seu lliurament, no es podrà valorar la campanya proposada.

ANNEX B2

7.1 Línies generals de la proposta (explicar breument):

7.2 Descriure l'acció requisit de la convocatòria que ha d'estar inclosa a la campanya proposada, tal com es detalla a l'apartat 4.3 de les bases: (Indicar amb X)

- ☐ Accions de street màrqueting
☐ Accions de Relacions Públiques

Per a accions de street màrqueting, s'haurà d'indicar el nom de la ciutat on vagi a realitzar-se l'acció, el nombre d'habitants de la mateixa i la localització de les accions, el més exacte possible.

8. Òptic de la campanya on, com a mínim, es detalli l'audiència, tiratge i número d'impressions/oients dels mitjans proposats, així com les dades de cobertura. (Indicar amb X)

☐ Adjunt a aquest document l'òptic de la campanya proposta.

En aquest document ha de quedar clarament reflectit quines accions es proposen i a quins imports corresponen. Així mateix, s'indicarà quin import i inversió del total de la campanya es destina a mitjans externs (com a mínim un 30%) i quina a mitjans propis. S'haurà de prendre com a referència l'import de la campanya amb el descompte mitjà ofert prèviament aplicat, impostos inclosos. Els imports hauran d'incloure els impostos corresponents a la normativa del país on es realitzi/executi cada acció proposada a la campanya. En el cas de col·laboracions i/o ajudes per part d'altres entitats públiques a la campanya, haurà de quedar clarament especificat quines accions i partides pressupostàries assumeix cada entitat.

L'òptic s'ha d'adjuntar a aquest document per a la seva valoració tècnica. Sense el seu lliurament, no es podrà valorar la campanya proposada.

ANNEX B2

9. Import i percentatge de la campanya destinant a mitjans externs que no estiguin vinculats directament amb l'entitat sol·licitant o amb el grup empresarial al que pertany. Les campanyes proposades hauran de tenir una inversió mínima del 30% del total de la campanya (impostos inclosos) en mitjans externs que no estiguin vinculats directament a l'entitat sol·licitant o amb el grup empresarial al que pertany. Els imports hauran d'incloure els impostos corresponents a la normativa del país on es realitzi/executi cada acció proposada a la campanya. Es calcularà sobre l'import de la campanya amb el descompte mitjà ofert prèviament aplicat.

Import	€	Percentatge	%
--------	---	-------------	---

10. Indicar les col·laboracions i/o ajudes econòmiques previstes o atorgades per part de qualsevol entitat pública per a la mateixa campanya. (Impostos inclosos)

Nom entitat	Import
	€
	€

11. Quanties i descomptes de la campanya que es proposa: (impostos inclosos)

Import total de la campanya que es proposa*	€
Descompte mitjà ofert pel sol·licitant expressat en percentatge	%
Import definitiu per a la campanya, resultant d'aplicar el descompte mitjà ofert	€
Import sol·licitat a l'AETIB per a la realització de la campanya proposada**	€
Aportació de la companyia marítima a la campanya	€

*Queden excloses totes les despeses generades per la campanya proposada (planificació, producció, creativitat, etc)

**Els sol·licitants hauran d'indicar l'import seguint els màxims indicats a l'apartat 2 de les bases i sempre tenint en compte que s'haurà de prendre com a referència l'import de la campanya amb el descompte mitjà ofert prèviament aplicat.

Els imports hauran d'incloure els impostos corresponents a la normativa del país on es realitzi/executi cada acció proposada a la campanya.

Tota la documentació adjunta a aquest annex ha d'estar signada pel màxim responsable legal de l'empresa o entitat que sol·licita la col·laboració.

DECLARACIÓ RESPONSABLE:

Declar que totes les dades contingudes en aquest document, i la documentació adjunta, referides a la memòria tècnica, són certes, i que aquesta campanya està en previsió d'executar-se segons el temps i la forma indicats.

A més, es declara de manera responsable que:

1. La ruta/es que es proposa promocionar és/són de trajectes directe/s des del port/s o mercat d'origen, a un dels ports de les Illes Balears.

2. La companyia marítima es compromet a complir amb el període mínim d'operativitat de la/les ruta/trajecte/s que es promocionen amb la campanya. Aquest període mínim d'operativitat s'estableix a l'apartat 1.d) de les bases: fins a 15 de novembre de 2021.

3. Aquesta proposta compleix amb tots el requisits assenyalats a les bases de la convocatòria per a la línia d'actuació B.

ANNEX B2

I perquè consti i tenguin els efectes oportuns davant l'Agència d'Estratègia Turística de les Illes Balears (AETIB), sign aquest document.

_____, ____ de _____ de _____

Nom del representant legal de l'entitat: (signatura i segell de l'entitat)

DNI:

ANNEX B3

CO-MÀRQUETING ESTRATÈGIC: Criteris de valoració- COMPANYIA MARÍTIMA

Nom de la campanya:

B3.1 DADES GENERALS DE LA CAMPANYA

1. Mercat al qual es dirigeix la campanya: (indicar amb X)

Com a màxim es podrà seleccionar un ítem.

Indicar a quin mercat va dirigida la campanya de co-màrqueting estratègic segons el *Plans de Connectivitat de les Illes Balears (veure Annex 6)*.

Tradicionals	
No tradicionals	

2 Quantitat de rutes directes per mercat al qual es dirigeix la campanya: (indicar amb X)

Com a màxim es podrà seleccionar un ítem.

Indicar quina quantitat de rutes* s'inclouen dins la campanya de co-màrqueting estratègic.

2 rutes	
3 ó més rutes	

*Excloses les rutes interilles

3. Quantitat d'experiències vinculades a la idea creativa de la campanya: (indicar amb X)

Com a màxim es podrà seleccionar un ítem.

Indicar la quantitat d'experiències vinculades que es publicitaran a la campanya de co-màrqueting estratègic (apartat 4.1 g) d'aquesta bases.

2 experiències	
----------------	--

B3.2 DADES DE LA CAMPANYA CORRESPONENTS ALS MITJANS DE COMUNICACIÓ PROPIS DE L'ENTITAT SOL·LICITANT O GRUP EMPRESARIAL A QUÈ PERTANY

4. Descompte mitjà ofert pel sol·licitant expressat en percentatge: (impostos inclosos): (indicar amb X)

Com a màxim es podrà seleccionar un ítem.

Indicar el descompte mitjà ofert a l'AETIB en la part de la campanya corresponent a mitjans de comunicació propis, expressat en percentatge. No es tindran en compte els decimals, i per tant l'oferta serà un número sencer.

0% - 10%	
11% - 20%	
21% - 40%	
41% - 60%	
61% - 80%	
81% - 100%	

ANNEX B3

5. Tipologia dels mitjans seleccionats: *(indicar amb X)*

Es podrà indicar el nombre d'ítems que siguin necessaris per descriure la campanya.

Indicar la tipologia de l'acció de co-màrqueting estratègic proposada en mitjans propis. Només es puntuaran aquelles accions que no s'hagin descrit com a acció requisit a l'ANNEX B2. Les accions que no es puguin classificar dins aquest punt, no obtindran puntuació objectiva i només seran valorades a la part subjectiva.

MITJÀ PROPI	CONTINGUT	INDICAR X
Televisió a bord	anunci	
	publireportatge	
Mitjans impresos a bord	anunci	
	publireportatge	
Material promocional imprès	anunci	
	publireportatge	
Web pròpia o del grup	anunci	
	publireportatge	
Mailing als contactes del mercat	anunci	
	publireportatge	
Microsite	publireportatge	
Suports físics exteriors: tanques, opis, mupis o similars	anunci	
Suports físics interiors: <i>roll-up</i> , lona, tòtem o similars	anunci	
Retolació vaixell	anunci	
Xarxes Socials pròpies	post	
	anunci	
Xarxes Socials pròpies - sorteigs i concursos	anunci	
Presentacions (AAVV, touroperadors, premsa)	-	
Esdeveniments (organitzats per la pròpia entitat sol·licitant o grup al que pertany)	-	
Street Màrqueting - Accions públic final	-	

B3.3 DADES DE LA CAMPANYA CORRESPONENTS ALS MITJANS DE COMUNICACIÓ EXTERNS A LA PRÒPIA ENTITAT SOL·LICITANT O GRUP EMPRESARIAL A QUÈ PERTANY

6. Descompte mitjà ofert pel sol·licitant expressat en percentatge: (impostos inclosos) *(indicar amb X)*

Com a màxim es podrà seleccionar un ítem.

Indicar el descompte mitjà ofert a l'AETIB en la part de la campanya corresponent a mitjans de comunicació externs, expressat en percentatge. No es tindran en compte els decimals, i per tant l'oferta serà un número sencer.

0% - 10%	
11% - 20%	

ANNEX B3

21% - 40%	
41% - 60%	
61% - 80%	
81% - 100%	

7. Tipologia dels mitjans seleccionats: *(indicar amb X)*

Es podrà indicar el nombre d'ítems que siguin necessaris per descriure la campanya.

Indicar la tipologia de l'acció de co-màrqueting estratègic proposada en mitjans externs. Només es puntuaran aquelles accions que no s'hagin descrit com a acció requisit a l'ANNEX B2. Les accions que no es puguin classificar dins aquest punt, no obtindran puntuació objectiva i només seran valorades a la part subjectiva.

MITJÀ EXTERN	ÀMBIT	INDICAR X
Televisió	Nacional	
	Regional/local	
Ràdio	Nacional	
	Regional/local	
Mitjans impresos externs	Nacional	
	Regional/local	
Mitjans <i>online</i> externs	Nacional	
	Regional/local	
Suports físics exteriors: tanques, opis, mupis o similars	Mercat	
Suports físics interiors: <i>roll-up</i> , lona, tòtem o similars	Mercat	
Mitjans de transport	Mercat	
Xarxes Socials - <i>post</i> en xarxes d' <i>influencers</i>	Universal	
Xarxes Socials - sorteigs i concursos en xarxes d' <i>influencers</i>	Universal	
Esdeveniments organitzats per altres entitats	Mercat	

B3.4 VALORACIÓ SUBJECTIVA GLOBAL AMB RELACIÓ A LA PROPOSTA LLIURADA

8. Valoració subjectiva de la proposta lliurada:

Amb la documentació lliurada a l'ANNEX B2 es valoraran, per part de la Comissió de valoració, els apartats indicats al punt 18.2.4 de la convocatòria.

DECLARACIÓ RESPONSABLE:

Declar que totes les dades contingudes en aquest document referides als criteris objectius relatius a la proposta tècnica són certes, i que aquesta campanya està en previsió d'executar-se segons la forma i temps indicats.

ANNEX B3

I perquè consti i tenguin els efectes oportuns, davant l'Agència d'Estratègia Turística de les Illes Balears (AETIB), sign aquest document.

_____, ____ de _____ de _____

Nom del representant legal de l'entitat: (signatura i segell de l'entitat)

DNI:

ANNEX B4

CO-MÀRQUETING ESTRATÈGIC: LA CAMPANYA DE SOSTENIBILITAT - COMPANYIA MARÍTIMA

1. Nom de la campanya de sostenibilitat:

2. La destinació* a què es vincula la campanya de sostenibilitat és la mateixa destinació seleccionada per a la campanya de co-màrqueting estratègic: *(indicar amb X)*

☐ Mallorca ☐ Menorca ☐ Ibiza ☐ Formentera

3. Mercat* a què es dirigeix la campanya de sostenibilitat:

** Hauran de coincidir amb la marca i mercat de la campanya de co-màrqueting proposada a l'ANNEX B2*

4. Dates de la campanya de sostenibilitat que es proposa:

Dates d'execució de la campanya	
Data d'inici	Data de finalització
<input type="text"/>	<input type="text"/>

5. Campanya de sostenibilitat: *(indicar amb X)*

Opció seleccionada:

- ☐ **1B.** Que la companyia disposa de pla de RSC per a l'any 2021, on s'inclou alguna acció en cada una de les dimensions: social, econòmica i mediambiental. Per a l'execució d'aquest pla es realitza una aportació dinerària efectiva mínima.
- ☐ **2B.** Que la companyia disposa d'un programa propi de reducció de petjada de carboni amb aportació dinerària efectiva.
- ☐ **3B.** Que la companyia realitza accions de conscienciació amb els viatgers amb relació als ODS. Els viatgers, a més de participar, poden realitzar aportacions dineràries a projectes concrets.
- ☐ **4B.** Que la companyia, dins del pla de RCS per a l'any 2021, inclou alguna acció amb aportació dinerària que es desenvolupa directament a les Illes Balears.

6. Dossier de presentació de l'acció seleccionada que, segons la elecció realitzada, haurà d'incloure la següent documentació:

☐ Adjunt a aquest annex el document referit al **Dossier de presentació de l'acció seleccionada (memòria, més resta de documentació si escau).**

1B. Que la companyia disposa de pla de RSC per a l'any 2021, on s'inclou alguna acció en cada una de les dimensions: social, econòmica i mediambiental. Per a l'execució d'aquest pla es realitza una aportació dinerària efectiva mínima.

- Memòria del pla de RSC per a l'any 2021, on es detallin les accions que es desenvolupen per a cada dimensió: social, econòmica i mediambiental, així com l'aportació dinerària efectiva realitzada.

2B. Que la companyia disposa d'un programa propi de reducció de petjada de carboni amb aportació dinerària efectiva.

- Memòria del programa propi on es detallin les accions que es desenvolupen, amb l'aportació dinerària de la companyia.

ANNEX B4

3B. Que la companyia realitza accions de conscienciació amb els viatgers amb relació als ODS. Els viatgers, a més de participar, poden realitzar aportacions dineràries a projectes concrets.

- Memòria de les accions de conscienciació per a viatgers que realitzaran al 2021.
- Memòria de actuacions i mitjans disponibles a fi que els viatgers puguin realitzar aportacions dineràries, i els projectes concrets a què es destinen els fons.

4B. Que la companyia, dins del pla de RCS per a l'any 2021, inclou alguna acció amb aportació dinerària que es desenvolupa directament a les Illes Balears.

- Memòria del Pla de RCS per a l'any 2021 on es faci una descripció de l'acció que es du a terme a les Illes Balears.

7. Campanya de sostenibilitat proposada amb una descripció detallada de la proposta on es desglossin les accions a dur a terme: (indicar amb X)

☐ Adjunt a aquest annex el document referit a la **Campanya de sostenibilitat proposada**

La Campanya de sostenibilitat proposada s'ha d'adjuntar a aquest document per a la seva valoració tècnica. Sense el seu lliurament no es podrà valorar la campanya de sostenibilitat proposada.

7.1 Línies generals de la proposta (explicar breument):

8. Òptic de la campanya de sostenibilitat on, com a mínim, es detalli l'audiència, tiratge i número d'impressions/oients dels mitjans proposats, així com les dades de cobertura. (indicar amb X)

☐ Adjunt a aquest document l'òptic de la campanya de sostenibilitat proposada.

En aquest document ha de quedar clarament reflectit quines accions es proposen i a quins imports corresponen. Així mateix, s'indicarà quin import i inversió del total de la campanya es destina a mitjans externs (com a mínim un 50% del total de la campanya). S'haurà de prendre com a referència l'import de la campanya amb el descompte mitjà ofert ja aplicat, impostos inclosos. Els imports hauran d'incloure els impostos corresponents a la normativa del país on es realitzi/executi cada acció proposada a la campanya. L'AETIB abonarà la part corresponent a mitjans externs exclusivament, fins al màxim estipulat a l'apartat 1.1 de la convocatòria segons l'elecció realitzada per el sol·licitat.

L'òptic s'ha d'adjuntar a aquest document per a la seva valoració tècnica. Sense el seu lliurament, no es podrà valorar la campanya de sostenibilitat proposada.

9. Quanties i descomptes de la campanya de sostenibilitat que es proposa: (imposts inclosos)

Import total de la campanya que es proposa*	€
Descompte mitjà ofert pel sol·licitant expressat en percentatge	%
Import definitiu per a la campanya proposada, resultant d'aplicar el descompte mitjà ofert	€
Import sol·licitat a l'AETIB per a la realització de la campanya proposada**	€
Aportació de l'entitat sol·licitant a la campanya	€

ANNEX B4

**Queden excloses totes les despeses generades per la campanya proposada (planificació, producció, creativitat, execució, entre d'altres)*

***Els sol·licitants hauran d'indicar l'import seguint els màxims indicats a l'apartat 1.1 i 2 de les bases i sempre tenint en compte que s'haurà de prendre com a referència l'import de la campanya amb el descompte mitjà ofert ja aplicat.*

Els imports hauran d'incloure els impostos corresponents a la normativa del país on es realitzi/executi cada acció proposada a la campanya.

Tota la documentació adjunta a aquest annex ha d'estar signada pel màxim responsable legal de l'empresa o entitat que sol·licita la col·laboració.

DECLARACIÓ RESPONSABLE:

Declar que totes les dades contingudes en aquest document, i la documentació adjunta, referides a la campanya de sostenibilitat, són certes, i que aquesta campanya està en previsió d'executar-se segons el temps i la forma indicats.

I perquè consti i tenguin els efectes oportuns davant l'Agència d'Estratègia Turística de les Illes Balears (AETIB), sign aquest document.

_____, ____ de _____ de _____

Nom del representant legal de l'entitat: (signatura i segell de l'entitat)

DNI:

ANNEX B5

CO-MÀRQUETING ESTRATÈGIC: Mesurament de resultats - COMPANYIA MARÍTIMA

1. Nom de la campanya:

2. Destinació a què s'ha vinculat la campanya: (indicar amb X)

☐ Mallorca ☐ Menorca ☐ Ibiza ☐ Formentera

3. Mercat a què s'ha dirigit la campanya:

4. Ruta/rutes de trajectes/s directe/s des d'un mateix mercat, que s'han publicitat amb la campanya:

Port d'origen	Port de destinació

5. Dades de la campanya que s'ha dut a terme:

Dates d'execució de la campanya		Període publicitat/promocionat (indicar els mesos)	
Data d'inici	Data de finalització	Mes d'inici	Mes de finalització

6. Campanya de co-màrqueting estratègic amb dades: (imposts inclosos)

Import total de la inversió publicitària en mitjans propis de la companyia marítima		€
	Televisió a bord	€
	Mitjans impresos a bord	€
	Material promocional imprès	€
	Web pròpia o del grup	€
	Mailing als contactes del mercat	€
	Microsite	€
	Suports físics exteriors: tanques, opis, mupis o similars	€
	Suports físics interiors: roll-up, lona, totem o similars	€
	Retolació vaixell	€
	Xarxes Socials pròpies	€
	Xarxes Socials pròpies - sorteigs i concursos	€
	Presentacions (AV, touroperadors, premsa)	€
	Esdeveniments (organitzats per la pròpia ent. sol·licitant o grup al que pertany)	€
	Street Màrqueting - Accions públic final	€
Import total de la inversió publicitària en mitjans externs de la companyia marítima		€
	Televisió	€
	Ràdio	€
	Mitjans impresos externs	€
	Mitjans online externs	€
	Suports físics exteriors: tanques, opis, mupis o similars	€
	Suports físics interiors: roll-up, lona, tòtem o similars	€

ANNEX B5

	Mitjans de transport	€
	Xarxes Socials - <i>post</i> en xarxes d' <i>influencers</i>	€
	Xarxes Socials - sorteigs i concursos en xarxes d' <i>influencers</i>	€
	Esdeveniments organitzats per altres entitats	€
	Increment de places amb relació a l'any 2020 per al port/s i/o mercat (ports indicats al punt 4) durant el període que es promoció amb la campanya)	%
	Increment de passatgeres amb relació a l'any 2020 per al port/s i/o mercat (ports indicats al punt 4) durant el període que es promoció amb la campanya)	%
	Increment de freqüències de la ruta/es per al port/s i/o mercat (ports indicats al punt 4) amb relació a l'any 2020 durant el període que es promoció amb la campanya)	%
	Increment de recerca de la destinació en la web de la companyia marítima amb relació a l'any 2020	%

Els imports hauran d'incloure els impostos corresponents a la normativa del país on es realitzi/executi cada acció proposada a la campanya.

CAMPANYA PER AL FOMENT DE LA SOSTENIBILITAT

S'ha dut a terme la campanya ☐ Sí ☐ No (*indicar amb X*)

indicar la selecció realitzada:

☐ **1B.** La companyia ha disposat de pla de RSC per a l'any 2021, on s'ha inclòs alguna acció en cada una de les dimensions: social, econòmica i mediambiental. Per a l'execució d'aquest pla s'ha realitzat una aportació dinerària efectiva mínima.

☐ **2B.** La companyia ha disposat d'un programa propi de reducció de petjada de carboni amb aportació dinerària efectiva.

☐ **3B.** La companyia ha realitzat accions de conscienciació amb els viatgers amb relació als ODS. Els viatgers, a més de participar, han pogut realitzar aportacions dineràries a projectes concrets.

☐ **4B.** La companyia, dins del pla de RCS per a l'any 2021, ha inclòs alguna acció amb aportació dinerària que s'ha desenvolupat directament a les Illes Balears.

7. Dates de la campanya de sostenibilitat que s'ha dut a terme:

<i>Dates d'execució de la campanya</i>	
<i>Data d'inici</i>	<i>Data de finalització</i>

8. Campanya de sostenibilitat en dades: (*indicar amb X*)

Import total de la inversió publicitària en mitjans propis de la companyia marítima	€
Televisió a bord	€
Mitjans impresos a bord	€
Material promocional imprès	€
Web pròpia o del grup	€
<i>Mailing</i> als contactes del mercat	€
<i>Microsite</i>	€
Suports físics exteriors: tanques, opis, mupis o similars	€
Suports físics interiors: <i>roll-up</i> , lona, totem o similars	€
Retolació vaixell	€
Xarxes Socials pròpies	€
Xarxes Socials pròpies - sorteigs i concursos	€

ANNEX B5

	Presentacions (AAVV, touroperadors, premsa)	€
	Esdeveniments (organitzats per la pròpia ent. sol·licitant o grup al que pertany)	€
	<i>Street</i> Màrqueting - Accions públic final	€
Import total de la inversió publicitària en mitjans externs de la companyia marítima		€
	Televisió	€
	Ràdio	€
	Mitjans impresos externs	€
	Mitjans <i>online</i> externs	€
	Suports físics exteriors: tanques, opis, mupis o similars	€
	Suports físics interiors: <i>roll-up</i> , lona, totem o similars	€
	Mitjans de transport	€
	Xarxes Socials - <i>post</i> en xarxes d' <i>influencers</i>	€
	Xarxes Socials - sorteigs i concursos en xarxes d' <i>influencers</i>	€
	Esdeveniments organitzats per altres entitats	€

DECLARACIÓ RESPONSABLE:

Declar que totes les dades contingudes en aquest document referides el mesurament dels resultats obtinguts amb les campanyes desenvolupades, són certes.

I perquè consti i tenguin els efectes oportuns, davant l'Agència d'Estratègia Turística de les Illes Balears (AETIB), sign aquest document.

_____, ____ de _____ de _____

Nom del representant legal de l'entitat: (signatura i segell de l'entitat)

DNI:

ANNEX CDE1

CO-MÀRQUETING ESTRATÈGIC: Formulari de sol·licitud – TO, AV, OTAS

Nom comercial de l'entitat sol·licitant:

Nom fiscal de l'entitat sol·licitant:

CIF:

Direcció:

País:

Telèfon:

Correu electrònic:

Representant legal de l'entitat sol·licitant

Nom i llinatges:

DNI:

Càrrec:

Persona de contacte

Nom i llinatges:

Telèfon:

Càrrec:

Correu electrònic:

Nom de la campanya:

Destinacions a què es vincula la campanya: (indicar amb X) com a mínim el paquet ha de contenir dues marques de destinació dins la seva programació, és a dir, al menys, ha d'incloure una connexió interilles.

☐ Mallorca ☐ Menorca ☐ Ibiza ☐ Formentera

Contingut promocional de la campanya: (indicar amb X)

☐ 1. Un paquet turístic des d'un mercat emissor a, al menys, dues destinacions de les Illes Balears (illes diferents, però amb la mateixa combinació de marques)

☐ 2. Més d'un paquet turístic des d'un mercat emissor a, al menys dues destinacions de les Illes Balears (illes diferents, però amb la mateixa combinació de marques)

Mercat¹ a què es dirigeix la campanya que es proposa:

¹Han de coincidir amb els mercats descrits a l'ANNEX 6 Plans de connectivitat de les Illes Balears

Dates de la campanya que es proposa:

Dates d'execució de la campanya		Període que es publicita/promociona (indicar els mesos) ²	
Data d'inici	Data de finalització	Mes d'inici	Mes de finalització

²No es podrà publicitar durant els mesos de juliol i agost

Quanties i descomptes de la campanya que es proposa: (imposts inclosos)

Import total de la campanya que es proposa*	€
Descompte mitjà ofert pel sol·licitant expressat en percentatge	%
Import definitiu per a la campanya proposada, resultant d'aplicar el descompte mitjà ofert	€
Import sol·licitat a l'AETIB per a la realització de la campanya proposada**	€

Campanya de sostenibilitat: (imposts inclosos) (indicar amb X)

L'entitat sol·licitant té interès a participar i realitzar una campanya de sostenibilitat: ☐ Sí ☐ No

Opció seleccionada: 1CDE ☐ 2CDE ☐ 3CDE ☐ 4CDE ☐ 5CDE ☐

Import total de la campanya que es proposa*	€
Import sol·licitat a l'AETIB per a la realització de la campanya proposada**	€

ANNEX CDE1

**Queden excloses totes les despeses generades per la campanya proposada (planificació, producció, creativitat, execució, entre d'altres).*

***Els sol·licitants hauran d'indicar l'import ajustant-se als màxims indicats a l'apartat 2 de les bases i sempre tenint en compte que s'haurà de prendre com a referència l'import de la campanya amb el descompte mitjà ofert ja aplicat.*

Els imports hauran d'incloure els impostos corresponents a la normativa del país on es realitzi/executi cada acció proposada a la campanya.

A aquesta sol·licitud s'adjunten dos sobres que contenen:

- **Sobre 1:** documentació administrativa
- **Sobre 2:** documentació tècnica

I perquè consti, davant l'Agència d'Estratègia Turística de les Illes Balears (AETIB), expedesc i sign aquesta sol·licitud.

_____, ____ de _____ de _____

(Signatura i segell de l'entitat)

A LA ATENCIÓ DEL PRESIDENT DE L'AETIB

ANNEX CDE2

CO-MÀRQUETING ESTRATÈGIC: Memòria tècnica - TO, AV, OTAS

Nom comercial de l'entitat sol·licitant:

Nom de la campanya:

DADES TÈCNIQUES DE LA PROPOSTA (HAN DE COINCIDIR AMB L'ANNEX CDE1 - SOL·LICITUD)

En cas què de contradicció entre ambdós annexos prevaldrà el contingut dins l'annex CDE2

1. Destinació a què es vincula la campanya: (indicar amb X) com a mínim el paquet ha de contenir dues marques de destinació dins la seva programació, és a dir, al menys, ha d'incloure una connexió interilles

☐ Mallorca ☐ Menorca ☐ Ibiza ☐ Formentera

2. Contingut promocional de la campanya: (indicar amb X)

☐ 1. Un paquet turístic des d'un mercat emissor a, al menys, dues destinacions de les Illes Balears (illes diferents, però amb la mateixa combinació de marques)

☐ 2. Més d'un paquet turístic des d'un mercat emissor a, al menys dues destinacions de les Illes Balears (illes diferents, però amb la mateixa combinació de marques)

3. Mercat¹ a què es dirigeix la campanya que es proposa:

¹Han de coincidir amb els mercats descrits a l'ANNEX 6 Plans de connectivitat de les Illes Balears

4. Dates de la campanya que es proposa:

Dates d'execució de la campanya		Període que es publicita/promociona (indicar els mesos) ²	
Data d'inici	Data de finalització	Mes d'inici	Mes de finalització
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

² No es podrà publicitar durant els mesos de juliol i agost

5. Segments Estratègics Turístics -SET- (producte/s) vinculats mitjançant experiències a l'idea creativa de la campanya que es proposa: (indicar amb X com a màxim 2 ítems)

☐ Esports

☐ Turisme Actiu

☐ Salut i Benestar

☐ Cultura

☐ Ecoturisme

☐ MICE

☐ Gastronomia

☐ Luxe

☐ Costa i litoral/Sol i platja

6. Campanya proposada, amb una descripció detallada de la proposta, on es desglossin les accions a dur a terme: (indicar amb X)

☐ Adjunt a aquest annex el document referit a la **Campanya proposada**

La campanya proposada s'ha d'adjuntar a aquest document per a la seva valoració tècnica. Sense el seu lliurament, no es podrà valorar la campanya proposada.

6.1 Línies generals de la proposta (explicar breument):

ANNEX CDE2

6.2 Descriure l'acció requisit de la convocatòria que ha d'estar inclosa a la campanya proposada, tal com es detalla a l'apartat 4.3 de les bases: *(Indicar amb X)*

- ☐ Accions de street màrqueting
☐ Accions de Relacions Públiques

Per a accions de street màrqueting, s'haurà d'indicar el nom de la ciutat on vagi a realitzar-se l'acció, el nombre d'habitants de la mateixa i la localització de les accions, el més exacte possible.

7. Òptic de la campanya on, com a mínim, es detalli l'audiència, tiratge i número d'impressions/oients dels mitjans proposats, així com les dades de cobertura. *(Indicar amb X)*

☐ Adjunt a aquest document l'òptic de la campanya proposta.

En aquest document ha de quedar clarament reflectit quines accions es proposen i a quins imports corresponen. Així mateix, s'indicarà quin import i inversió del total de la campanya es destina a mitjans externs (com a mínim un 30%) i quina a mitjans propis. S'haurà de prendre com a referència l'import de la campanya amb el descompte mitjà ofert prèviament aplicat, impostos inclosos. Els imports hauran d'incloure els impostos corresponents a la normativa del país on es realitzi/executi cada acció proposada a la campanya. En el cas de col·laboracions i/o ajudes per part d'altres entitats públiques a la campanya, haurà de quedar clarament especificat quines accions i partides pressupostàries assumeix cada entitat.

L'òptic s'ha d'adjuntar a aquest document per a la seva valoració tècnica. Sense el seu lliurament no es podrà valorar la campanya proposada.

8. Import i percentatge de la campanya destinant a mitjans externs que no estiguin vinculats directament amb l'entitat sol·licitant o amb el grup empresarial al que pertany. Les campanyes proposades hauran de tenir una inversió mínima del 30% del total de la campanya (impostos inclosos) en mitjans externs que no estiguin vinculats directament a l'entitat sol·licitant o amb el grup empresarial al que pertany. Els imports hauran d'incloure els impostos corresponents a la normativa del país on es realitzi/executi cada acció proposada a la campanya. Es calcularà sobre l'import de la campanya amb el descompte mitjà ofert prèviament aplicat.

Import	€	Percentatge	%
--------	---	-------------	---

9. Indicar les col·laboracions i/o ajudes econòmiques previstes o atorgades per part de qualsevol entitat pública per a la mateixa campanya. *(Impostos inclosos)*

Nom entitat	Import
	€
	€

10. Quanties i descomptes de la campanya que es proposa: *(impostos inclosos)*

Import total de la campanya que es proposa*	€
Descompte mitjà ofert pel sol·licitant expressat en percentatge	%

ANNEX CDE2

Import definitiu per a la campanya, resultant d'aplicar el descompte mitjà ofert	€
Import sol·licitat a l'AETIB per a la realització de la campanya proposada**	€
Aportació de l'entitat a la campanya	€

**Queden excloses totes les despeses generades per la campanya proposada (planificació, producció, creativitat, etc)*

***Els sol·licitants hauran d'indicar l'import seguint els màxims indicats a l'apartat 2 de les bases i sempre tenint en compte que s'haurà de prendre com a referència l'import de la campanya amb el descompte mitjà ofert prèviament aplicat.*

Els imports hauran d'incloure els impostos corresponents a la normativa del país on es realitzi/executi cada acció proposada a la campanya.

Tota la documentació adjunta a aquest annex ha d'estar signada pel màxim responsable legal de l'empresa o entitat que sol·licita la col·laboració.

DECLARACIÓ RESPONSABLE:

Declar que totes les dades contingudes en aquest document, i la documentació adjunta, referides a la memòria tècnica, són certes, i que aquesta campanya està en previsió d'executar-se segons el temps i la forma indicats.

A més es declara de manera responsable que:

1. Que el paquet/s turístic/s que es proposa promocionar inclou al menys dues destinacions de les Illes Balears (illes diferents, però amb la mateixa combinació de marques) és a dir, al menys, inclou una connexió interilles.
2. L'entitat es compromet a complir amb el període mínim d'operativitat del/s paquet/s que es promocionen amb la campanya. Aquest període mínim d'operativitat s'estableix a l'apartat 1.d) de les bases: fins a 15 de novembre de 2021.
3. Aquesta proposta compleix amb tots el requisits assenyalats a les bases de la convocatòria per a la línia d'actuació CDE.

I perquè consti i tenguin els efectes oportuns davant l'Agència d'Estratègia Turística de les Illes Balears (AETIB), sign aquest document.

_____, ____ de _____ de _____

Nom del representant legal de l'entitat: (signatura i segell de l'entitat)

DNI:

ANNEX CDE3

CO-MÀRQUETING ESTRATÈGIC: Criteris de valoració- TO, AV, OTAS

Nom de la campanya:

--

CDE3.1 DADES GENERALS DE LA CAMPANYA

1. Mercat al qual es dirigeix la campanya: (indicar amb X)

Com a màxim es podrà seleccionar un ítem.

Indicar a quin mercat va dirigida la campanya de co-màrqueting estratègic segons el *Plans de Connectivitat de les Illes Balears (veure Annex 6)*.

Tradicionals	
No tradicionals	

2 Quantitat d'illes incloses al paquet/s per al mercat al qual es dirigeix la campanya: (indicar amb X)

Com a màxim es podrà seleccionar un ítem.

Indicar quina quantitat d'illes s'inclouen dins la campanya de co-màrqueting estratègic.

3 illes	
4 illes	

3. Quantitat d'experiències vinculades a la idea creativa de la campanya: (indicar amb X)

Com a màxim es podrà seleccionar un ítem.

Indicar la quantitat d'experiències vinculades que es publicitaran a la campanya de co-màrqueting estratègic (apartat 4.1 g) d'aquesta bases.

2 experiències	
----------------	--

CDE3.2 DADES DE LA CAMPANYA CORRESPONENTS ALS MITJANS DE COMUNICACIÓ PROPIS DE L'ENTITAT SOL·LICITANT O GRUP EMPRESARIAL A QUÈ PERTANY

4. Descompte mitjà ofert pel sol·licitant expressat en percentatge: (impostos inclosos) (indicar amb X)

Com a màxim es podrà seleccionar un ítem.

Indicar el descompte mitjà ofert a l'AETIB en la part de la campanya corresponent a mitjans de comunicació propis, expressat en percentatge. No es tindran en compte els decimals, i per tant l'oferta serà un número sencer.

0% - 10%	
11% - 20%	
21% - 40%	
41% - 60%	
61% - 80%	
81% - 100%	

ANNEX CDE3

5. Tipologia dels mitjans seleccionats: *(indicar amb X)*

Es podrà indicar el nombre d'ítems que siguin necessaris per descriure la campanya.

Indicar la tipologia de l'acció de co-màrqueting estratègic proposada en mitjans propis. Només es puntuaran aquelles accions que no s'hagin descrit com a acció requisit a l'ANNEX CDE2. Les accions que no es puguin classificar dins aquest punt, no obtindran puntuació objectiva i només seran valorades a la part subjectiva.

MITJÀ PROPI	CONTINGUT	INDICAR X
Televisió <i>inflight</i> / a bord/ en els punts de venda	anunci	
	publireportatge	
Mitjans impresos <i>inflight</i> / a bord	anunci	
	publireportatge	
Material promocional imprès o en el seu format digital (fulletons/catàleg de vendes)	anunci	
	publireportatge	
Web pròpia o del grup	anunci	
	publireportatge	
Mailing als contactes del mercat	anunci	
	publireportatge	
Microsite	publireportatge	
Suports físics exteriors: tanques, opis, mupis o similars	anunci	
Suports físics interiors: <i>roll-up</i> , lona, totem o similars	anunci	
Retolació avió/ a bord / a les oficines de vendes	anunci	
Xarxes Socials pròpies	post	
	anunci	
Xarxes Socials pròpies - sorteigs i concursos	anunci	
Presentacions (premsa, influencers, personal de vendes)	-	
Esdeveniments (organitzats per la pròpia entitat sol·licitant o grup al que pertany)	-	
Street Màrqueting - Accions públic final	-	

CDE3.3 DADES DE LA CAMPANYA CORRESPONENTS ALS MITJANS DE COMUNICACIÓ EXTERNS A LA PRÒPIA ENTITAT SOL·LICITANT O GRUP EMPRESARIAL A QUÈ PERTANY

6. Descompte mitjà ofert pel sol·licitant expressat en percentatge: (impostos inclosos) *(indicar amb X)*

Com a màxim es podrà seleccionar un ítem.

Indicar el descompte mitjà ofert a l'AETIB en la part de la campanya corresponent a mitjans de comunicació externs, expressat en percentatge. No es tindran en compte els decimals, i per tant l'oferta serà un número sencer.

ANNEX CDE3

0% - 10%	
11% - 20%	
21% - 40%	
41% - 60%	
61% - 80%	
81% - 100%	

7. Tipologia dels mitjans seleccionats: *(indicar amb X)*

Es podrà indicar el nombre d'ítems que siguin necessaris per descriure la campanya.

Indicar la tipologia de l'acció de co-màrqueting estratègic proposada en mitjans externs. Només es puntuaran aquelles accions que no s'hagin descrit com a acció requisit a l'ANNEX CDE2. Les accions que no es puguin classificar dins aquest punt, no obtindran puntuació objectiva i només seran valorades a la part subjectiva.

MITJÀ EXTERN	ÀMBIT	INDICAR X
Televisió	Nacional	
	Regional/local	
Ràdio	Nacional	
	Regional/local	
Mitjans impresos externs	Nacional	
	Regional/local	
Mitjans <i>online</i> externs	Nacional	
	Regional/local	
Suports físics exteriors: tanques, opis, mupis o similars	Mercat	
Suports físics interiors: <i>roll-up</i> , lona, tòtem o similars	Mercat	
Mitjans de transport	Mercat	
Xarxes Socials - <i>post</i> en xarxes d' <i>influencers</i>	Universal	
Xarxes Socials - sorteigs i concursos en xarxes d' <i>influencers</i>	Universal	
Esdeveniments organitzats per altres entitats	Mercat	

CDE3.4 VALORACIÓ SUBJECTIVA GLOBAL AMB RELACIÓ A LA PROPOSTA LLIURADA

8. Valoració subjectiva de la proposta lliurada:

Amb la documentació lliurada a l'**ANNEX CDE2** es valoraran, per part de la Comissió de valoració, els apartats indicats al punt 18.3.4 de la convocatòria.

ANNEX CDE3

DECLARACIÓ RESPONSABLE:

Declar que totes les dades contingudes en aquest document referides als criteris objectius relatius a la proposta tècnica són certes, i que aquesta campanya està en previsió d'executar-se segons la forma i temps indicats.

I perquè consti i tenguin els efectes oportuns, davant l'Agència d'Estratègia Turística de les Illes Balears (AETIB), sign aquest document.

_____, ____ de _____ de _____

Nom del representant legal de l'entitat: (signatura i segell de l'entitat)

DNI:

ANNEX CDE4

CO-MÀRQUETING ESTRATÈGIC: LA CAMPANYA DE SOSTENIBILITAT - TO, AV, OTAS

1. Nom de la campanya de sostenibilitat:

2. Les destinacions* a què es vincula la campanya de sostenibilitat són les mateixes destinacions seleccionades per a la campanya de co-màrqueting estratègic: (indicar amb X com a mínim dues)

☐ Mallorca ☐ Menorca ☐ Ibiza ☐ Formentera

3. Mercat* a què es dirigeix la campanya de sostenibilitat:

** Hauran de coincidir amb les marques i mercat de la campanya de co-màrqueting proposada a l'ANNEX A2*

4. Dates de la campanya de sostenibilitat que es proposa:

Dates d'execució de la campanya	
Data d'inici	Data de finalització
<input type="text"/>	<input type="text"/>

5. Campanya de sostenibilitat: (indicar amb X)

Opció seleccionada:

☐ **1CDE.** Que la companyia o grup al que pertany disposi de pla de RSC per a l'any 2021, on s'inclougui alguna acció en cada una de les dimensions: social, econòmica i mediambiental. Per a l'execució d'aquest pla s'ha de realitzar una aportació dinerària efectiva mínima.

☐ **2CDE.** Que la companyia o grup al que pertany disposi d'un programa propi de reducció de petjada de carboni amb aportació dinerària efectiva.

☐ **3CDE.** Que la companyia o grup al que pertany realitzi accions de conscienciació amb els viatgers amb relació als ODS i, a més de participar, els viatgers puguin realitzar aportacions dineràries a projectes concrets.

☐ **4CDE.** Que la companyia o grup al que pertany, dins del pla de RCS per a l'any 2021, inclougui alguna acció que es desenvolupi directament a les Illes Balears.

☐ **5CDE.** Que la companyia o grup al que pertany inclougui destinacions de les Illes Balears al seu catàleg de destinacions sostenibles i les ofereixi a la seva pàgina web.

6. Dossier de presentació de l'acció seleccionada que, segons la elecció realitzada, haurà d'incloure la següent documentació:

☐ Adjunt a aquest annex el document referit al **Dossier de presentació de l'acció seleccionada (memòria més resta de documentació si escau).**

1CDE. Que la companyia o grup al que pertany disposi de pla de RSC per a l'any 2021, on s'inclougui alguna acció en cada una de les dimensions: social, econòmica i mediambiental. Per a l'execució d'aquest pla s'ha de realitzar una aportació dinerària efectiva mínima.

- Memòria del pla de RSC per a l'any 2021, on es detallin les accions que es desenvolupen per a cada dimensió: social, econòmica i mediambiental, així com l'aportació dinerària efectiva realitzada.

2CDE. Que la companyia o grup al que pertany disposi d'un programa propi de reducció de petjada de carboni amb aportació dinerària efectiva.

ANNEX CDE4

- Memòria del programa propi on es detallin les accions que es desenvolupen, amb l'aportació dinerària de la companyia.

3CDE. Que la companyia o grup al que pertany realitzi accions de conscienciació amb els viatgers amb relació als ODS i, a més de participar, els viatgers puguin realitzar aportacions dineràries a projectes concrets.

- Memòria de les accions de conscienciació per a viatgers que realitzaran al 2021.
- Memòria de actuacions i mitjans disponibles per a que els viatgers puguin realitzar aportacions dineràries, i els projectes concrets a què es destinen els fons.

4CDE. Que la companyia o grup al que pertany, dins del pla de RCS per a l'any 2021, inclogui alguna acció que es desenvolupi directament a les Illes Balears.

- Memòria del pla de RCS per a l'any 2021, on es faci una descripció de l'acció que es du a terme a les Illes Balears.

5CDE. Que la companyia o grup al que pertany inclogui destinacions de les Illes Balears al seu catàleg de destinacions sostenibles i les ofereixi a la seva pàgina web.

- Memòria de les destinacions que inclou al catàleg de destinacions sostenibles, així com el contingut i serveis que hi ofereix.

7. Campanya de sostenibilitat proposada amb una descripció detallada de la proposta on es desglossin les accions a dur a terme: (indicar amb X)

☐ Adjunt a aquest annex el document referit a la **Campanya de sostenibilitat proposada**

Campanya de sostenibilitat proposada s'ha d'adjuntar a aquest document per a la seva valoració tècnica. Sense el seu lliurament, no es podrà valorar la campanya de sostenibilitat proposada.

7.1 Línies generals de la proposta (explicar breument):

8. Òptic de la campanya de sostenibilitat on, com a mínim, es detalli l'audiència, tiratge i número d'impressions/oients dels mitjans proposats, així com les dades de cobertura. (indicar amb X)

☐ Adjunt a aquest document l'òptic de la campanya de sostenibilitat proposada.

En aquest document ha de quedar clarament reflectit quines accions es proposen i a quins imports corresponen. Així mateix, s'indicarà quin import i inversió del total de la campanya es destina a mitjans externs (com a mínim un 50% del total de la campanya). S'haurà de prendre com a referència l'import de la campanya amb el descompte mitjà ofert ja aplicat, impostos inclosos. Els imports hauran d'incloure els impostos corresponents a la normativa del país on es realitzi/executi cada acció proposada a la campanya. L'AETIB abonarà la part corresponent a mitjans externs exclusivament, fins al màxim estipulat a l'apartat 1.1 de la convocatòria segons l'elecció realitzada per el sol·licitat.

L'òptic s'ha d'adjuntar a aquest document per a la seva valoració tècnica. Sense el seu lliurament, no es podrà valorar la campanya de sostenibilitat proposada.

ANNEX CDE4

9. Quanties i descomptes de la campanya de sostenibilitat que es proposa: *(imposts inclosos)*

Import total de la campanya que es proposa*	€
Descompte mitjà ofert pel sol·licitant expressat en percentatge	%
Import definitiu per a la campanya proposada, resultant d'aplicar el descompte mitjà ofert	€
Import sol·licitat a l'AETIB per a la realització de la campanya proposada**	€
Aportació de l'entitat sol·licitant a la campanya	€

**Queden excloses totes les despeses generades per la campanya proposada (planificació, producció, creativitat, execució, entre d'altres)*

***Els sol·licitants hauran d'indicar l'import seguint els màxims indicats a l'apartat 1.1 i 2 de les bases i sempre tenint en compte que s'haurà de prendre com a referència l'import de la campanya amb el descompte mitjà ofert ja aplicat.*

Els imports hauran d'incloure els impostos corresponents a la normativa del país on es realitzi/executi cada acció proposada a la campanya.

Tota la documentació adjunta a aquest annex ha d'estar signada pel màxim responsable legal de l'empresa o entitat que sol·licita la col·laboració.

DECLARACIÓ RESPONSABLE:

Declar que totes les dades contingudes en aquest document, i la documentació adjunta, referides a la campanya de sostenibilitat, són certes, i que aquesta campanya està en previsió d'executar-se segons el temps i la forma indicats.

I perquè consti i tenguí els efectes oportuns davant l'Agència d'Estratègia Turística de les Illes Balears (AETIB), sign aquest document.

_____, ____ de _____ de _____

Nom del representant legal de l'entitat: (signatura i segell de l'entitat)

DNI:

ANNEX CDE5

CO-MÀRQUETING ESTRATÈGIC: Mesurament de resultats - TO, AV, OTAS

1. Nom de la campanya:

2. Destinació a què s'ha vinculat la campanya: (indicar amb X)

☐ Mallorca ☐ Menorca ☐ Ibiza ☐ Formentera

3. Mercat a què s'ha dirigit la campanya:

4. Dates de la campanya que s'ha dut a terme:

Dates d'execució de la campanya		Període publicitat/promocionat (indicar els mesos)	
Data d'inici	Data de finalització	Mes d'inici	Mes de finalització

5. Campanya de co-màrqueting estratègic amb dades: (imposts inclosos)

Import total de la inversió publicitària en mitjans propis de l'entitat sol·licitant		€
	Televisió <i>inflight</i> / a bord/ en els punts de venda	€
	Mitjans impresos <i>inflight</i> / a bord	€
	Material promocional imprès o en el seu format digital (fulletons/ catàleg de vendes)	€
	Web pròpia o del grup	€
	<i>Mailing</i> als contactes del mercat	€
	<i>Microsite</i>	€
	Suports físics exteriors: tanques, opis, mupis o similars	€
	Suports físics interiors: <i>roll-up</i> , lona, totem o similars	€
	Retolació avió/ a bord / a les oficines de vendes	€
	Xarxes Socials pròpies	€
	Xarxes Socials pròpies - sorteigs i concursos	€
	Presentacions (premsa, influencers, personal de vendes)	€
	Esdeveniments (organitzats per la pròpia entitat sol·licitant o grup al que pertany)	€
	<i>Street</i> Màrqueting - Accions públic final	€
Import total de la inversió publicitària en mitjans externs de l'entitat sol·licitant		€
	Televisió	€
	Ràdio	€
	Mitjans impresos externs	€
	Mitjans <i>online</i> externs	€
	Suports físics exteriors: tanques, opis, mupis o similars	€
	Suports físics interiors: <i>roll-up</i> , lona, tòtem o similars	€
	Mitjans de transport	€
	Xarxes Socials - <i>post</i> en xarxes d' <i>influencers</i>	€
	Xarxes Socials - sorteigs i concursos en xarxes d' <i>influencers</i>	€
	Esdeveniments organitzats per altres entitats	€
Increment de número de vendes de paquets amb relació a l'any 2020 vinculats a les marques de destinació durant el període que es promou amb la campanya		%

ANNEX CDE5

Increment de recerca de les destinacions que es promocionen amb la campanya, dins la web de comercialització de l'entitat sol·licitant, amb relació a l'any 2020	%
--	---

Els imports hauran d'incloure els impostos corresponents a la normativa del país on es realitzi/executi cada acció proposada a la campanya.

CAMPANYA PER AL FOMENT DE LA SOSTENIBILITAT

S'ha dut a terme la campanya ☐ Sí ☐ No *(indicar amb X)*

indicar la selecció realitzada:

☐ **1CDE.** La companyia o grup al que pertany ha disposat de pla de RSC per a l'any 2021, on s'ha inclòs alguna acció en cada una de les dimensions: social, econòmica i mediambiental. Per a l'execució d'aquest pla s'ha realitzat una aportació dinerària efectiva mínima.

☐ **2CDE.** La companyia o grup al que pertany ha disposat d'un programa propi de reducció de petjada de carboni amb aportació dinerària efectiva.

☐ **3CDE.** La companyia o grup al que pertany ha realitzat accions de conscienciació amb els viatgers amb relació als ODS i, a més de participar, els viatgers han pogut realitzar aportacions dineràries a projectes concrets.

☐ **4CDE.** La companyia o grup al que pertany, dins del pla de RCS per a l'any 2021, ha inclòs alguna acció que s'ha desenvolupat directament a les Illes Balears.

☐ **5CDE.** La companyia o grup al que pertany ha inclòs destinacions de les Illes Balears al seu catàleg de destinacions sostenibles i les ha ofert a la seva pàgina web.

6. Dates de la campanya de sostenibilitat que s'ha dut a terme:

<i>Dates d'execució de la campanya</i>	
<i>Data d'inici</i>	<i>Data de finalització</i>

7. Campanya de sostenibilitat en dades: *(indicar amb X)*

Import total de la inversió publicitària en mitjans propis de la companyia marítima	€
Televisió <i>inflight</i> / a bord/ en els punts de venda	€
Mitjans impresos <i>inflight</i> / a bord	€
Material promocional imprès o en el seu format digital (fulletons/ catàleg de vendes)	€
Web pròpia o del grup	€
<i>Mailing</i> als contactes del mercat	€
<i>Microsite</i>	€
Suports físics exteriors: tanques, opis, mupis o similars	€
Suports físics interiors: <i>roll-up</i> , lona, tòtem o similars	€
Retolació avió/ a bord / a les oficines de vendes	€
Xarxes Socials pròpies	€
Xarxes Socials pròpies - sorteigs i concursos	€
Presentacions (premsa, influencers, personal de ventas)	€
Esdeveniments (organitzats per la pròpia entitat sol·licitant o grup al que pertany)	€
<i>Street</i> Màrqueting - Accions públic final	€

ANNEX CDE5

Import total de la inversió publicitària en mitjans externs de la companyia marítima		€
	Televisió	€
	Ràdio	€
	Mitjans impresos externs	€
	Mitjans <i>online</i> externs	€
	Suports físics exteriors: tanques, opis, mupis o similars	€
	Suports físics interiors: <i>roll-up</i> , lona, tòtem o similars	€
	Mitjans de transport	€
	Xarxes Socials - <i>post</i> en xarxes d' <i>influencers</i>	€
	Xarxes Socials - sorteigs i concursos en xarxes d' <i>influencers</i>	€
	Esdeveniments organitzats per altres entitats	€

DECLARACIÓ RESPONSABLE:

Declar que totes les dades contingudes en aquest document referides el mesurament dels resultats obtinguts amb les campanyes desenvolupades, són certes.

I perquè consti i tenguin els efectes oportuns, davant l'Agència d'Estratègia Turística de les Illes Balears (AETIB), sign aquest document.

_____, ____ de _____ de _____

Nom del representant legal de l'entitat: (signatura i segell de l'entitat)

DNI:

ANNEX 6

CO-MÀRQUETING ESTRATÈGIC **Plans de Connectivitat de les Illes Balears - Mercats**

1. Mercats tradicionals:

Espanya*	Itàlia	Noruega
Alemanya	França	Finlàndia
Regne Unit	Dinamarca	Suècia

**(Excloses d'aquesta convocatòria les rutes interilles per a les línies d'actuació A i B)*

2. Mercats no tradicionals:

Àustria	Rússia	Lituània
Suïssa	Romania	Luxemburg
Bèlgica	Sèrbia	Macedònia
Estònia	Ucraïna	Malta
Grècia	Bielorússia	República Txeca
Holanda	Bòsnia i Hercegovina	Xipre
Hongria	Bulgària	Estats Units
Israel	Croàcia	Canadà
Irlanda	Eslovàquia	Turquia
Marroc	Eslovènia	Qatar
Polònia	Islàndia	
Portugal	Letònia	



G CONSELLERIA
O MODEL ECONÒMIC,
I TURISME I TREBALL
B AGÈNCIA ESTRATÈGIA
/ TURÍSTICA ILLES BALEARS

ANNEX 7

DIRECTRIUS SOBRE L'ÚS DE LES MARQUES

AGÈNCIA D'ESTRATÈGIA TURÍSTICA DE LES ILLES BALEARS (AETIB)








CONVOCATÒRIA DE CO-MÀRQUETING ESTRATÈGIC
EXP. 049/2021

Les directrius sobre l'ús de marques, a seguir fins que el manual d'identitat corporativa sigui definitiu, són les següents:

LÍNIES GENERALS PER A ANUNCIS

(anuncis mitjans impresos/exteriors, TV, *online*, *mailing*, marxandatge...)

En tots els casos s'incorporaran els següents elements de marca:

MARCA DE DESTINACIÓ CORRESPONENT	LOGOTIP GOIB
	 G CONSELLERIA O MODEL ECONÒMIC, I TURISME I TREBALL B /  AGÈNCIA D'ESTRATÈGIA TURÍSTICA ILLES BALEARS
	 G CONSELLERIA O MODEL ECONÒMIC, I TURISME I TREBALL B /  AGÈNCIA D'ESTRATÈGIA TURÍSTICA ILLES BALEARS
	 G CONSELLERIA O MODEL ECONÒMIC, I TURISME I TREBALL B /  AGÈNCIA D'ESTRATÈGIA TURÍSTICA ILLES BALEARS
	 G CONSELLERIA O MODEL ECONÒMIC, I TURISME I TREBALL B /  AGÈNCIA D'ESTRATÈGIA TURÍSTICA ILLES BALEARS

Específicament en els següents mitjans

VÍDEO

Al començament o durant les peces audiovisuals de la campanya, s'ha d'incloure la marca de destinació corresponent juntament amb el logotip de l'AETIB.

RÀDIO

Al començament o durant la falca de ràdio es mencionarà, tant la marca de destinació corresponent, com la col·laboració de l'Agència d'Estratègia Turística de les Illes Balears.

PUBLIRREPORTATGES / PRESCRIPCIONS

Es mencionarà, tant la marca de destinació corresponent, com la col·laboració de l'Agència d'Estratègia Turística de les Illes Balears.

MITJANS DE TRANSPORT / PRESENTACIONS / ESDEVENIMENTS / STREET MÀRQUETING

Les marques de l'AETIB hauran d'estar presents i en un lloc visible i destacat per tal de vincular les marques amb l'acció.

Per a cada tipus d'acció es determinarà, per part de l'àrea d'Imatge i Publicacions de l'AETIB, l'aplicació a inserir.

ONLINE / XARXES SOCIALS / GESTORS DE CONTINGUT

Per a cada tipus d'acció es determinarà, per part de l'àrea de Comunicació de l'AETIB, l'aplicació a inserir.

La creativitat/contingut de les accions serà proposada pels sol·licitants i, abans de la seva publicació/emissió, haurà de comptar amb el vistiplau de l'AETIB, per tant es remetrà a la següent direcció de correu electrònic: comarketing@aetib.caib.es

ANNEX F
LOCALITZACIÓ DE L' EXPEDIENT A L' AETIB

Comunicació identificativa de documentació en poder de l' Agència d'Estratègia Turística

Declarant

Nom i cognoms:	
DNI/NIF:	
Direcció de notificació o dades del medi preferent (indicar les dades de l'opció escollida):	
Localitat:	Codi postal:
Municipi:	Província:
Telèfon:	Fax:
Direcció electrònica:	
En representació de l'entitat:	

D'acord amb el Decret 6/2013, de mesures de simplificació documental dels procediments administratius,(BOIB núm. 21, de 12 de Febrer de 2013),

DECLAR:

Que les dades de l'entitat a la que represento no han sofert variació, i ens remetem a l'expedient, en poder de l'AETIB, en que consta/en el/los document/s requerits com a documentació administrativa i que son els següents:
(Enumerar)

-
-
-
-

[firma]