ANNEX I

INSERIR MARCA SOL·LICITANT

FORMULARI DE SOL·LICITUD

Nom de l'empresa o entitat:
CIF:
Adreça: núm.: pis:
Localitat: Província: País:
Telèfon: Fax: Correu electrònic:
Nom de la marca pròpia per a la qual se sol·licita el *co-branding*:
Activitat principal que desenvolupa (vinculada a la marca):

Naturalesa de l'entitat:

☐ **Privada** ☐ **Consejo regulador D.O.**

Representant legal de l'entitat sol·licitant
Nom i cognoms:
Càrrec: DNI:

Persona de contacte
Nom i cognoms:
Càrrec: Telèfon:
Correu electrònic:

Marca gestionada per l'Agència de Turisme de les Illes Balears per a la qual es demana el *co-branding*:

☐ Mallorca ☐ Menorca ☐ Ibiza ☐ Formentera ☐ Palma de Mallorca ☐ All Brands

Accions que proposa l'ATB per a les quals se sol·licita el *co-branding* i import en espècie que ofereix l'empresa col·laboradora:

CODI DE L'ACCIÓ	NOM/LLOC	IMPORT EN ESPÈCIE QUE S'OFEREIX *(Impostos inclosos)**
		€
		€
		€
		€
		€
		€

**Cal tenir en compte els imports mínims per acció que s'estableixen a l'ANNEX II*

ANNEX I

S'adjunten a aquesta sol·licitud dos sobres que contenen: 1. Administratiu 2. Tècnic

I perquè consti, davant de l'Agència de Turisme de les Illes Balears (ATB), expedeixo i signo aquesta sol·licitud a

_____ , ___ de/d'_____ de _____
(signatura i segell de l'empresa)

AL PRESIDENT DE L'ATB

ANNEX II -ACCIONS OFERTES PER L'ATB-

1. FIRES

GRUP A: GRAN FORMAT

COD	DATA	NOM	CIUTAT	PAÍS	WEB	SUPERFÍCIE	IMPORT MÍNIM D'OFERTA	MARQUES QUE HI ESTAN PRESENTS	PRODUCTE
F1	28/01-01/02	FITUR	MADRID	ESPANYA	ifema.es/fitur	550 m²	3.500 €	Mallorca (MA), Menorca (ME), Ibiza (IB), Formentera (FO)	Costa i litoral

<table>
<tr><td rowspan="2">CO-BRANDING</td><td colspan="5">▪ Les empreses o entitats hauran de triar i fer una oferta a una acció concreta seguint els imports mínims establerts a la taula anterior, impostos inclosos.
▪ Com a màxim seran 4 entitats en aquesta modalitat per acció.
▪ Es facilitarà a cada entitat la contraprestació següent:</td></tr>
<tr><td>▪ Disposarà d'un taulell que mesurarà 80 cm de llarg x 50 cm d'ample i 90 cm d'alt i 1 tamboret amb respatller.
▪ Així mateix, s'hauran de preveure 2 tamborets de reserva que es col·locaran a petició dels tècnics de l'ATB.
▪ Cada entitat s'identificarà visiblement mitjançant retolació, nom, logo, imatge o composició, QR i web. Per a això, l'empresa adjudicatària ideará el suport més adequat.</td><td>
<table>
<tr><th>Nre. entitats</th><th>Taulell</th><th>Tamboretes</th><th>Taula reunions + cadires</th></tr>
<tr><td>4</td><td>4</td><td>4 + 2</td><td>0</td></tr>
</table>
</td></tr>
</table>

ANNEX II -ACCIONS OFERTES PER L'ATB-

GRUP B: GENERALISTA I DE PRODUCTE

COD	DATA	NOM	CIUTAT	PAÍS	WEB	SUPERFÍCIE +/-	IMPORT MÍNIM D'OFERTA	MARQUES QUE HI ESTAN PRESENTS	PRODUCTE
F2	17-18/01	CMT FAHRRAD & WANDERN	STUTTGART	ALEMANYA	messe-stuttgart.de	40 m²	900 €	MA, ME, IB, FO	Cicloturisme
F3	17-25/01	BOOT DÜSSELDORF	DÜSSELDORF	ALEMANYA	boot.de	25 m²	1.100 €	MA, ME, IB, FO	Nàutica
F4	04-08/02	REISEN	HAMBURG	ALEMANYA	ferienhamburg.de	40 m²	1.100 €	MA, ME, IB, FO	Costa i litoral
F5	12-14/02	BIT*	MILÀ	ITÀLIA	bitfieramilano.it	70 m²	2.500 €	MA, ME, IB, FO	Costa i litoral
F6	20-22/03	SALON RANDONNÉE	PARÍS	FRANÇA	randonnee.org	30 m²	900 €	MA, ME, IB, FO	Naturalesa
F7	17-19/04	SITC*	BARCELONA	ESPANYA	saloturismee.com	70 m²	1.100 €	MA, ME, IB, FO	Costa i litoral
F8	08-10/05	EXPOVACACIONES*	BILBAO	ESPANYA	expovacaciones.eu	70 m²	1.100 €	MA, ME, IB, FO	Costa i litoral
F9	Juny	BMW INTERNATIONAL OPEN**	MUNIC	ALEMANYA	bmw-golfsport.com	Carpa	1.100 €	MA	Golf

<table>
<tr><td rowspan="2">CO-BRANDING</td><td colspan="4">▪ Les empreses o entitats hauran de triar i fer una oferta a una acció concreta seguint els imports mínims establerts a la taula anterior, impostos inclosos.
▪ Com a màxim serà 1 entitat en aquesta modalitat per acció.
▪ Es facilitarà a cada entitat la contraprestació següent:</td></tr>
<tr><td>▪ Disposarà d'un taulell que mesurarà 80 cm de llarg x 50 cm d'ample i 90 cm d'alt i 1 tamboret amb respatller.
▪ Cada entitat s'identificarà visiblement mitjançant retolació, nom, logo, imatge o composició, QR i web. Per a això, l'empresa adjudicatària ideará el suport més adequat.
▪ *Així mateix, s'hauran de preveure 2 tamborets de reserva que es col·locaran a petició dels tècnics de l'ATB.
▪ ** Possibilitat de taulell individual o compartit amb l'ATB segons disponibilitat d'espai.</td><td>
<table>
<tr><th>Nre. entitats</th><th>Taulell</th><th>Tamboretes</th><th>-</th></tr>
<tr><td>1</td><td>1</td><td>1</td><td>-</td></tr>
</table>
</td></tr>
</table>

ANNEX II -ACCIONS OFERTES PER L'ATB-

2. JORNADES DIRECTES

GRUP A: COL·LABORACIÓ GENERAL

COD	DATA	CIUTAT	PAÍS	IMPORT MÍNIM D'OFERTA	MARQUES QUE HI ESTAN PRESENTS	PRODUCTE
JD1	SENSE DETERMINAR	MADRID	ESPANYA	2.200 €	MA, ME, IB, FO	Multiproducte
JD2	SENSE DETERMINAR	BARCELONA	ESPANYA	2.200 €	MA, ME, IB, FO	Multiproducte
JD3	SENSE DETERMINAR	SENSE DETERMINAR	ALEMANYA	2.200 €	MA, ME, IB, FO	Multiproducte
JD4	SENSE DETERMINAR	SENSE DETERMINAR	ALEMANYA	2.200 €	MA, ME, IB, FO	Multiproducte

<table>
<tr><td rowspan="2">CO-BRANDING</td><td colspan="5">▪ Les empreses o entitats hauran de triar i fer una oferta a una acció concreta seguint els imports mínims establerts a la taula anterior, impostos inclosos.
▪ Com a màxim seran 2 entitats en aquesta modalitat per acció.
▪ A cada entitat se li facilitarà la contraprestació següent en qualitat de PATROCINADOR DE L'ACCIÓ:</td></tr>
<tr><td>▪ Taula + 3 cadires + rètol identificatiu de l'empresa damunt la taula.
▪ Presència de la marca col·laboradora a la documentació que es lliuri de l'acció promocional (invitació, programa, catàleg, etc.)
▪ Oportunitat d'obsequiar els assistents a la jornada amb productes de l'entitat col·laboradora i així realitzar una acció de promoció directa.</td><td>Nre. entitats
2</td><td>Taula
1+1</td><td>Cadires
3+3</td><td>-
-</td></tr>
</table>

ANNEX II -ACCIONS OFERTES PER L'ATB-

GRUP B: COL·LABORACIÓ AMB CELLERS I DO VINÍCOLES

COD	DATA	CIUTAT	PAÍS	IMPORT MÍNIM D'OFERTA	MARQUES QUE HI ESTAN PRESENTS	PRODUCTE
JDV1	SENSE DETERMINAR	MADRID	ESPANYA	1.500 €	MA, ME, IB, FO	Multiproducte
JDV2	SENSE DETERMINAR	BARCELONA	ESPANYA	1.500 €	MA, ME, IB, FO	Multiproducte
JDV3	SENSE DETERMINAR	SENSE DETERMINAR	ALEMANYA	1.500 €	MA, ME, IB, FO	Multiproducte
JDV4	SENSE DETERMINAR	SENSE DETERMINAR	ALEMANYA	1.500 €	MA, ME, IB, FO	Multiproducte
JDV5	SENSE DETERMINAR	SENSE DETERMINAR	REGNE UNIT	1.500 €	MA, ME, IB, FO	Multiproducte

CO-BRANDING LIMITAT A CELLERS O DO VINÍCOLES	▪ Les empreses o entitats que sol·licitin aquesta modalitat només podran ser CELLERS O DENOMINACIONS D'ORIGEN VINÍCOLES, EN TOTS DOS CASOS EN EL MARC TERRITORIAL DE LA COMUNITAT AUTÒNOMA DE LES ILLES BALEARS. ▪ Aquestes entitats hauran de triar i fer una oferta a una acció concreta, seguint els imports mínims establerts a la taula anterior, impostos inclosos. ▪ Com a màxim serà 1 entitat en aquesta modalitat per acció. ▪ **Aquesta entitat serà EL PATROCINADOR DEL CÒCTEL que s'oferirà als assistents, de manera que:**
	▪ S'hi col·locarà un expositor enrotllable de 2x1 metres amb els logos i la imatge de l'entitat acompanyada de la marca vinculada, de manera que aquesta ha de lliurar el material gràfic perquè l'ATB es faci càrrec del disseny i la impressió. ▪ Per tant, l'empresa col·laboradora ha de facilitar a l'ATB com a mínim 60 ampolles de vi que seran degustades pels assistents a l'acte i que correspondran a l'espècie lliurada com a aportació mínima de l'oferta. El transport anirà a càrrec de l'ATB. ▪ Presència de la marca col·laboradora a la documentació que es lliuri de l'acció promocional (invitació, programa, catàleg, etc.)

ANNEX II -ACCIONS OFERTES PER L'ATB-

3. FAM TRIPS I JORNADES INVERSES

COD	DATA	MARCA / DESTINACIÓ ON ES REALITZA	MERCAT	IMPORT MÍNIM D'OFERTA	PRODUCTE
FT1	SENSE DETERMINAR	MALLORCA	MULTIMERCAT	800 €	URBÀ
FT2	SENSE DETERMINAR	MALLORCA	MULTIMERCAT	800 €	GASTRONOMIA
FT3	SENSE DETERMINAR	MENORCA	MULTIMERCAT	800 €	NATURALESA
FT4	SENSE DETERMINAR	IBIZA / FORMENTERA	MULTIMERCAT	800 €	NATURALESA
FT5	SENSE DETERMINAR	IBIZA / FORMENTERA	MULTIMERCAT	800 €	CAL DETERMINAR-HO

CO-BRANDING	▪ Les empreses o entitats hauran de triar i fer una oferta a una acció concreta seguint els imports mínims establerts a la taula anterior, impostos inclosos. ▪ Com a màxim seran 2 entitats en aquesta modalitat per acció. ▪ **A cada entitat se li facilitarà la contraprestació següent per al PATROCINI DEL VIATGE:**
	▪ Presència de la marca col·laboradora a la documentació que es lliuri de l'acció promocional (invitació, programa, catàleg, etc.) ▪ Oportunitat de realitzar una acció de promoció directa amb el lliurament d'un obsequi de l'entitat col·laboradora als assistents a la jornada.

ANNEX II -ACCIONS OFERTES PER L'ATB-

4. PRESS TRIPS

COD	DATA	MARCA / DESTINACIÓ ON ES REALITZA	MERCAT	IMPORT MÍNIM D'OFERTA	PRODUCTE
PT1	SENSE DETERMINAR	MALLORCA	MULTIMERCAT	800 €	CICLOTURISME
PT2	SENSE DETERMINAR	MALLORCA	MULTIMERCAT	800 €	URBÀ
PT3	SENSE DETERMINAR	MENORCA	MULTIMERCAT	800 €	NATURALESA
PT4	SENSE DETERMINAR	IBIZA	MULTIMERCAT	800 €	MULTIPRODUCTE
PT5	SENSE DETERMINAR	FORMENTERA	MULTIMERCAT	800 €	MULTIPRODUCTE

CO-BRANDING	▪ Les empreses o entitats hauran de triar i fer una oferta a una acció concreta seguint els imports mínims establerts a la taula anterior, impostos inclosos. ▪ Com a màxim seran 2 entitats en aquesta modalitat per acció. ▪ **A cada entitat se li facilitarà la contraprestació següent per al PATROCINI DEL VIATGE:**
	▪ Presència de la marca col·laboradora a la documentació que es lliuri de l'acció promocional (invitació, programa, catàleg, etc.) ▪ Oportunitat de realitzar una acció de promoció directa amb el lliurament d'un obsequi de l'entitat col·laboradora als assistents a la jornada.

ANNEX III
CO-BRANDING
CRITERIS SUBJECTIUS

Nom comercial

- Nom fiscal del sol·licitant
- CIF
- Sector al qual pertany

Mercat d'influència

☐ Espanya	☐ Itàlia	☐ Àustria	☐ Noruega	☐ Polònia	☐ Ucraïna
☐ Regne Unit	☐ Suïssa	☐ Irlanda	☐ Suècia	☐ Israel	☐ Canadà
☐ Alemanya	☐ Dinamarca	☐ Països Baixos	☐ Finlàndia	☐ Bulgària	☐ EUA
☐ França	☐ Bèlgica	☐ Portugal	☐ Rússia	☐ Rep. Txeca	☐ Illes Balears

Marca per a la qual se sol·licita el *co-branding*:

☐ Mallorca ☐ Menorca ☐ Ibiza ☐ Formentera ☐ Palma de Mallorca ☐ All Brands

IDENTITAT	MISSIÓ	Promesa de marca cap al consumidor (claim)		
		Valor de marca ACTUAL	Lleialtat	Grau de fidelització: 0,0%
			Notorietat	Presència a la ment del consumidor: nivell de penetració Reconeixement 0% Record 0% Top of mind 0% Domini de marca 0% Familiaritat de marca 0% Coneixement de marca 0% Nivell de penetració 0,0% Nivell aproximat de penetració del líder del mercat 0,0%
			Qualitat	Benefici emocional que es vol transmetre Benefici funcional que es vol transmetre
			Associacions	Associacions que els consumidors fan amb la marca ☐ Prescriptor ☐ Celebritat Nom ☐ Símbol Descripció
			Personalitat de marca	Sexe: ☐ Home ☐ Dona Edat: ☐ 18-25 ☐ 25-44 ☐ 45-65 ☐ Més de 65 Nivell socioeconòmic: ☐ B ☐ MB ☐ M ☐ MM ☐ MA ☐ A Nivell d'estudis: ☐ Bàsics ☐ Mitjans ☐ Superiors Estil de vida (Values and life styles): ☐ Realitzats ☐ Satisfets ☐ Triomfadors ☐ Experimentats ☐ Forçats ☐ Creients ☐ Lluitadors ☐ Realitzadors ATRIBUTS: ☐ Atrevida ☐ Intel·ligent ☐ Socialment responsable ☐ Conservadora ☐ Divertida ☐ A la moda ☐ Amb glamur ☐ Sociable ☐ Saludable ☐ Atractiva ☐ Captivadora / atraient ☐ Visionària ☐ Amable ☐ Amb energia ☐ Líder ☐ Consolidada ☐ Relaxada ☐ Independent ☐ Servicial ☐ Exitosa ☐ Val la pena pagar per ella ☐ Cada vegada és més important

ANNEX III
CO-BRANDING
CRITERIS SUBJECTIUS

IMATGE — VISIÓ

Percepció que el consumidor té de la marca	Atributs	☐ Creïble ☐ Fiable ☐ De gran qualitat ☐ Dinàmica ☐ Destaca ☐ Autèntica ☐ Innovadora ☐ Original ☐ Entretinguda ☐ Segura ☐ Prestigiosa ☐ Única ☐ Diferent ☐ Amb estil ☐ Moderna ☐ Tradicional ☐ Progressista ☐ Útil ☐ Val el que costa ☐ Es preocupa pel client
Beneficis percebuts: experiència de marca	Benefici emocional	
	Benefici funcional	

POSICIONAMENT — VALORS

Objectius de comunicació		
Públic objectiu	Sexe	☐ Home ☐ Dona
	Edat	☐ 18-25 ☐ 25-44 ☐ 45-65 ☐ Més de 65
	Nivell socioeconòmic	☐ B ☐ MB ☐ M ☐ MM ☐ MA ☐ A
	Nivell d'estudis	☐ Bàsics ☐ Mitjans ☐ Superiors
	Estil de vida (Values and life styles)	☐ Realitzats ☐ Forçats ☐ Satisfets ☐ Creients ☐ Triomfadors ☐ Lluitadors ☐ Experimentats ☐ Realitzadors
	Cicle de vida del públic objectiu	☐ Nins ☐ Parelles amb fills grans ☐ Joves independents ☐ Llars monoparentals ☐ Parelles joves sense fills ☐ Parelles adultes sense fills ☐ Parelles amb fills petits ☐ Adults independents ☐ Parelles amb fills d'edat intermèdia ☐ Retirats / Jubilats
	Aficions i motivacions	AFICIONS: ☐ Viatjar ☐ Formació ☐ Gastronomia ☐ Art i literatura ☐ Cinema ☐ Naturalesa ☐ Concerts ☐ Oci ☐ Esports ☐ Esports d'aventura MOTIVACIONS: ☐ Relaxar-se ☐ Descobrir ☐ Gaudir ☐ Aprendre ☐ Conèixer
Quota de mercat	de la meva marca	0,0%
	del líder del mercat	0,0%
Aspectes que estableixen la diferenciació de la marca respecte a la competència		

ANNEX IV

DECLARACIÓ JURADA

JO, _____
DNI _____ , en nom i representació de la persona jurídica,
_____ _____
amb NIF _____ i amb domicili a (carrer / plaça) _____
_____ núm. _____, pis _____,
població _____ , província _____,
país _____ , codi postal _____.

DECLARO SOTA JURAMENT

Que totes les dades que es recullen a l'ANNEX III, relatiu a "*Co-Branding*, criteris subjectius", són certes.

I perquè consti i tingui els efectes oportuns, davant de l'Agència de Turisme de les Illes Balears (ATB), expedeixo i signo aquest document a

_____, __ de/d' _____ de _____
(signatura i segell de l'empresa)

A LA COMISSIÓ TÈCNICA

ANNEX V

CO-BRANDING

CRITERIS OBJECTIUS

Nom comercial

- Nom fiscal del sol·licitant
- CIF
- Sector al qual pertany

Codi de l'acció a la qual s'opta

XXX

CARACTERÍSTIQUES DE L'ESPÈCIE QUE S'OFEREIX

☐ E1. SERVEIS D'ALLOTJAMENT | 0,00 € | 0,00%

Tipologia de l'establiment*		***Règim***
☐ Hotel 4*	☐ Hotel 5* GL	☐ HD (habitació i berenar)
☐ Hotel 5*	☐ Turisme rural	☐ MP (mitja pensió)

**Les habitacions ofertes hauran de ser dobles. *Turisme rural categoria similar a hotel 4* o superior*

Descripció

Disponibilitat temporal de l'oferta

☐ Gener	☐ Abril	☐ Juliol	☐ Octubre
☐ Febrer	☐ Maig	☐ Agost	☐ Novembre
☐ Març	☐ Juny	☐ Setembre	☐ Desembre

Mercat on es disposarà de l'oferta

☐ Espanya península	☐ Itàlia	☐ Àustria	☐ Noruega	☐ Mallorca
☐ Regne Unit	☐ Suïssa	☐ Irlanda	☐ Suècia	☐ Menorca
☐ Alemanya	☐ Dinamarca	☐ Països Baixos	☐ Finlàndia	☐ Eivissa
☐ França	☐ Bèlgica	☐ Portugal	☐ Rússia	☐ Formentera

☐ E2. SERVEIS DE DESPLAÇAMENT | 0,00 € | 0,00%

- ☐ Transport marítim* de persones
- ☐ Transport marítim* de vehicles
- ☐ Transport terrestre ** - vehicles de lloguer
- ☐ Transport terrestre** discrecional
- ☐ Transport aeri de passatgers interilles
- ☐ Transport aeri de passatgers nacional
- ☐ Transport aeri de passatgers internacional

**Transport marítim només entre Península i Balears o interilles. **Transport terrestre només a les Illes Balears.*

Descripció

Disponibilitat temporal de l'oferta

☐ Gener	☐ Abril	☐ Juliol	☐ Octubre
☐ Febrer	☐ Maig	☐ Agost	☐ Novembre
☐ Març	☐ Juny	☐ Setembre	☐ Desembre

Mercat on es disposarà de l'oferta*

☐ Espanya península	☐ Itàlia	☐ Àustria	☐ Noruega	☐ Mallorca
☐ Regne Unit	☐ Suïssa	☐ Irlanda	☐ Suècia	☐ Menorca
☐ Alemanya	☐ Dinamarca	☐ Països Baixos	☐ Finlàndia	☐ Eivissa
☐ França	☐ Bèlgica	☐ Portugal	☐ Rússia	☐ Formentera

**En cas de seleccionar Mallorca, Menorca, Eivissa o Formentera s'entendrà que són les destinacions dels trajectes o el lloc on s'utilitzarà l'espècie, de manera que no es podrà seleccionar simultàniament el mercat espanyol, llevat en cas que l'oferta que es realitzi també sigui per a la resta del mercat nacional.*

ANNEX V
CO-BRANDING
CRITERIS OBJECTIUS

☐ E3. SERVEIS D'ÀPATS I RESTAURACIÓ	0,00 €	0,00%

☐ Servei d'àpats: preparació, transport i servei a l'acte
☐ Servei concertat en un restaurant concret (únicament dinars o sopars)

Descripció

Disponibilitat temporal de l'oferta

☐ Gener	☐ Abril	☐ Juliol	☐ Octubre
☐ Febrer	☐ Maig	☐ Agost	☐ Novembre
☐ Març	☐ Juny	☐ Setembre	☐ Desembre

Mercat on es disposarà de l'oferta

☐ Espanya península	☐ Alemanya	☐ Itàlia	☐ Països Baixos	☐ Illes Balears
☐ Regne Unit	☐ França	☐ Suècia	☐ Dinamarca	

☐ E4. ACTIVITATS RELACIONADES AMB UNA CATEGORIA DE PRODUCTE	0,00 €	0,00%

☐ Jornada gastronòmica (show cooking) amb degustació
☐ Jornada enològica (visita guiada a cellers) amb tast de vins de les Illes Balears
☐ Jornada de turisme actiu que inclou activitats a espais naturals
☐ Jornada d'esport: clínic de golf amb instructor o de cicloturisme amb instructor
☐ Jornades d'oci: entrades per a grans actes culturals
☐ Jornada de benestar: entrades + tractament en un spa
☐ Jornada de natura que inclogui activitats relacionades amb les línies de producte d'aquesta categoria
☐ Jornada de MICE: lloguer d'espais / sales per a la realització d'actes
☐ Jornada cultural: visita guiada al casc antic de Palma de Mallorca, Maó, Ciutadella, Dalt Vila o Sant Francesc

Descripció

Disponibilitat temporal de l'oferta

☐ Gener	☐ Abril	☐ Juliol	☐ Octubre
☐ Febrer	☐ Maig	☐ Agost	☐ Novembre
☐ Març	☐ Juny	☐ Setembre	☐ Desembre

Mercat on es disposarà de l'oferta

En aquest cas l'oferta s'haurà de realitzar únicament per al marc territorial de les Illes Balears

☐ E5. PRODUCTES ELABORATS AMB MATÈRIES PRIMERES DE LES ILLES BALEARS	0,00 €	0,00%

☐ Ampolles de vi amb DO	☐ Formatge	☐ Sal marina
☐ Ampolles d'oli	☐ Sobrassada	☐ Postres típiques
☐ Begudes espirituoses	☐ Olives, ametlles o derivats	☐ Productes artesanals*

**Producte realitzat per artesans mitjançant la utilització de tècniques tradicionals.*

Descripció

Disponibilitat temporal de l'oferta

Els productes s'hauran de lliurar d'acord amb allò que s'acordi a la signatura del conveni.

País on es disposarà de l'oferta

En aquest cas l'oferta s'haurà de realitzar únicament per al marc territorial de les Illes Balears

ANNEX V
CO-BRANDING
CRITERIS OBJECTIUS

☐ E6. SERVEIS TÈCNICS D'INFORMÀTICA	0,00 €	0,00%

☐ Analista de desenvolupament ☐ Programador

Descripció

Disponibilitat temporal de l'oferta
S'haurà d'ajustar a les necessitats de l'ATB i, per tant, a requeriment de la Direcció.

País on es disposarà de l'oferta
En aquest cas l'oferta s'haurà de realitzar únicament per al marc territorial de les Illes Balears

E7. IMPORT TOTAL OFERT

CONCEPTES OFERTS EN ESPÈCIE	Total import ofert en espècie	Total % sobre l'import total ofert
E1. Serveis d'allotjament	0,00 €	0,00%
E2. Serveis de desplaçament	0,00 €	0,00%
E3. Serveis d'àpats i restauració	0,00 €	0,00%
E4. Serveis d'activitats relacionades amb una categoria de producte	0,00 €	0,00%
E5. Productes elaborats amb matèries primeres de les Illes Balears	0,00 €	0,00%
E6. Serveis tècnics d'informàtica	0,00 €	0,00%
TOTAL	**0,00 €**	**0,00%**

ANNEX VI:

DECLARACIÓ JURADA

JO, _____
DNI _____ , en nom i representació de la persona jurídica,
_____ _____
amb NIF _____ i amb domicili a (carrer / plaça) _____
_____ núm. _____, pis _____,
població _____, província _____,
país _____, codi postal _____.

DECLARO SOTA JURAMENT

Que l'import total de l'oferta en espècie (impostos inclosos) que es recull a l'ANNEX V, relatiu a "*Co-Branding*, criteris objectius", s'adequa al preu de mercat.

I perquè consti i tingui els efectes oportuns, davant de l'Agència de Turisme de les Illes Balears (ATB), expedeixo i signo aquest document a

_____, __ de/d' _____ de _____
(signatura i segell de l'empresa)

A LA COMISSIÓ TÈCNICA

ANNEX VII

MODEL VALS –Value and Lifestyles–

Model de segmentació psicogràfica basat en els estils de vida dels consumidors desenvolupat el 1978 per Arnold Mitchell i altres investigadors a l'Stanford Research Institute (SRI International).

L'anàlisi VALS permet dividir la població adulta en segments per valors i estils de vida, i classifica els individus en 2 dimensions fonamentals: autoorientació i els seus recursos. L'autoorientació determina els objectius i els comportaments dels individus i pot ser impulsada pels propis principis i creences, per l'estatus i per la interacció social i les activitats del subjecte. La dimensió recursos expressa les capacitats físiques, psíquiques i materials amb què compta per respondre a la seva autoorientació dominant.

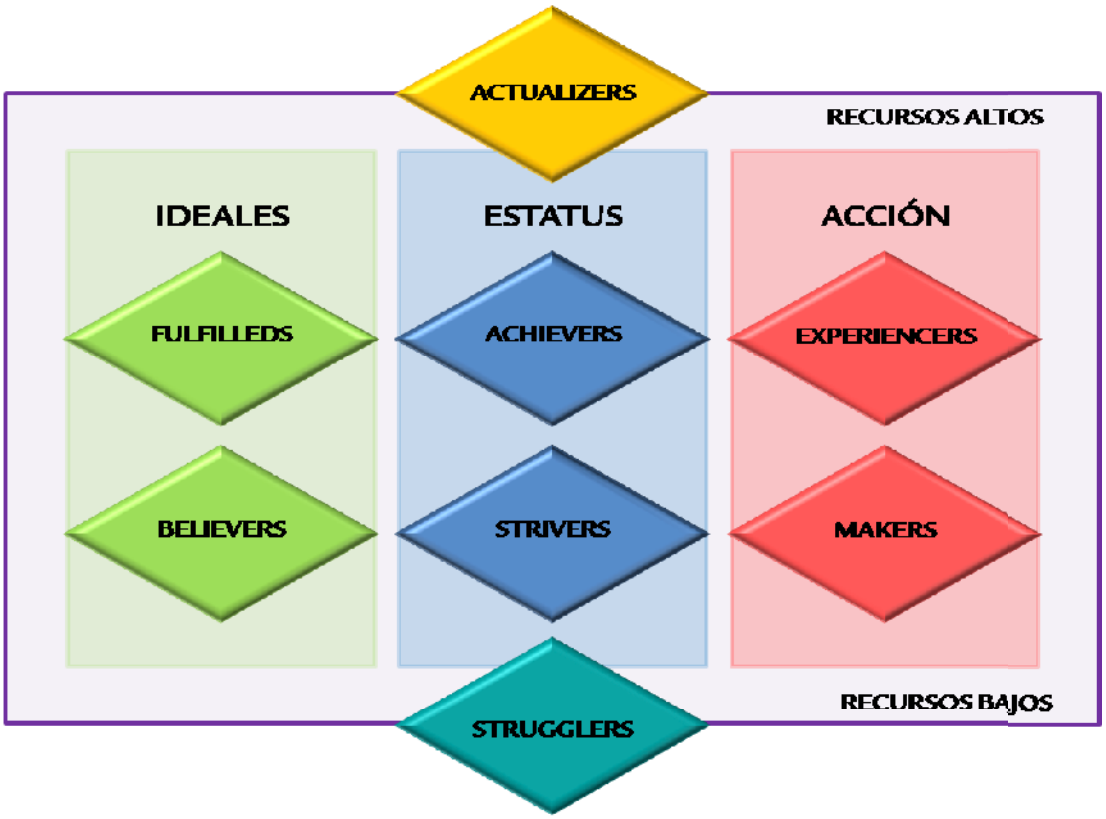
De la seva anàlisi s'estableix la classificació següent:

- ***Actualizers (*realitzats*):*** *són persones amb èxit, sofisticades, actives, amb una autoestima alta i recursos abundants. Per a aquest segment és important la imatge, no tant com a evidència de l'estatus o poder, sinó com a expressió dels seus gustos, independència i caràcter. Es troben entre els líders establerts i emergents en l'àmbit empresarial i governamental; així i tot, continuen cercant nous reptes.*
- ***Fulfilleds (*satisfets*):*** són persones madures, satisfetes, còmodes i reflexives que valoren l'ordre, el coneixement i la responsabilitat. Estan contentes amb les seves carreres, famílies i situació a la vida; tenen un respecte moderat per l'statu quo, les institucions i els diners, però estan obertes a noves idees i al canvi social. Basen les seves decisions en principis sòlids i són persones calmades i amb autoconvicció.
- ***Believers (*creients*):*** són persones conservadores i convencionals que tenen creences concretes i lligams forts amb institucions com la família, l'església, la comunitat i la nació. Solen expressar codis morals que estan profundament arrelats i que interpreten literalment. Segueixen rutines establertes i organitzades en gran part al voltant de casa seva, de la seva família i de les organitzacions socials o religioses a què pertanyen. La seva educació, ingressos i energia són modestos, però suficients per satisfer les seves necessitats.
- ***Achievers (*triomfadors*):*** són persones amb carreres d'èxit i concentrades en el seu treball. Valoren l'estructura i l'estabilitat sobre el risc, la intimitat i l'autoexploració. Estan profundament compromeses amb el seu treball i la seva família. El treball els proporciona sentit del deure, recompenses materials i prestigi. Les seves vides socials reflecteixen la seva atenció envers el treball i giren al voltant de la família, l'església i l'empresa. Són políticament conservadores, respecten l'autoritat i afavoreixen l'statu quo establert. Donen importància a la imatge.
- ***Strivers* (lluitadors):** són persones que cerquen la motivació, l'autodefinició i l'aprovació del món que les envolta. Se senten insegures de si mateixes i dels seus escassos recursos psicològics, econòmics i socials. Estan molt preocupades per l'opinió i l'aprovació dels altres. Defineixen l'èxit per la disponibilitat de diners, ja que no compten amb prou recursos econòmics i, sovint, pensen que la vida ha estat dura amb ells. Intenten emular els qui tenen possessions materials abundants.
- ***Experiencers* (experimentadors):** són persones joves, vitals, entusiastes, impulsives i rebels. Cerquen la varietat i l'excitació i gaudeixen amb allò que és nou i arriscat.

ANNEX VII

Estan configurant els seus valors de vida i els seus patrons de comportament. S'entusiasmen ràpidament per coses noves, però també perden l'interès amb facilitat. Destaquen per l'autoritat i el conformisme, però respecten la riquesa, el prestigi i el poder d'altres.

- ***Makers* (realitzadors):** són persones pràctiques que disposen de dots constructives i autosuficients. Viuen en un context tradicional de família, treball i oci físic, i mostren poc interès per la resta. Són políticament conservadors i respectuosos amb l'autoritat establerta, però contraris a la intrusió governamental en els seus drets. No s'impressionen per les possessions materials, tret que tinguin un propòsit pràctic.
- ***Strugglers* (forçats):** són persones amb vides condicionades. Pateixen pobresa crònica, tenen un nivell educatiu baix i una capacitació professional baixa. No tenen relacions socials significatives. Solen ser majors i estan preocupats per la seva salut. Sovint estan resignats amb la seva situació i presenten una actitud passiva davant la vida. Estan limitats per la pressió de satisfer les seves necessitats bàsiques del moment.



ANNEX A

LOCALITZACIÓ DE L'EXPEDIENT TRAMITAT PER L'ATB

Comunicació identificativa de la documentació en poder de l'Agència de Turisme
Comunicación identificativa de la documentación en poder de la Agencia de Turismo

Identificació del procediment i el tràmit
Identificación del procedimiento y el trámite

(sol·licitud d'inici del procediment, resposta al requeriment, etc.)
(solicitud de inicio del procedimiento, respuesta al requerimiento,…)

Declarant/*Declarante*

Nom i llinatges/*Nombre y apellidos*:	
DNI/NIF:	
Adreça de notificació o dades del mitjà preferent (posau-hi les dades de l'opció escollida): *Dirección de notificación o datos del medio preferente (indicar los datos de la opción escogida)*:	
Localitat/*Localidad*:	Codi postal/*Código postal*:
Municipi/*Municipio*:	Província/*Provincia*:
Telèfon/*Teléfono*:	Fax:
Adreça electrònica/*Dirección electrónica*:	

Representant/*Representante*

Nom i llinatges/*Nombre y apellidos*:	
DNI/NIF:	
Adreça de notificació o dades del mitjà preferent (posau-hi les dades de l'opció escollida): *Dirección de notificación o datos del medio preferente (indicar los datos de la opción escogida)*:	
Localitat/*Localidad*:	Codi postal/*Código postal*:
Municipi/*Municipio*:	Província/*Provincia*:
Telèfon/*Teléfono*:	Fax:
Adreça electrònica/*Dirección electrónica*:	

ANNEX A

D'acord amb el Decret 6/2013, de mesures de simplificació documental dels procediments administratius,
De acuerdo con el Decreto 6/2013, de medidas de simplificación documental de los procedimientos administrativos,

COMUNIC/COMUNICO:

Que les dades que permeten identificar l'expedient, registre, base de dades o similar, en què consta/en el/s document/s requerit/s per la normativa vigent, són les següents:
Que los datos que permiten identificar el expediente, registro, base de datos o similar, en que consta/an el/los documento/s requerido/s por la normativa vigente, son los siguientes:

Identificació del document 1/*Identificación del documento 1*:

Identificació de l'expedient, registre, base de dades o d'altres: *Identificación del expediente, registro, base de datos u otros*:
Òrgan/*Órgano*:
Codi segur de verificació (si escau)/*Código seguro de verificación (en su caso)*:

[signatura/*firma*]