


 INSERTAR MARCA
SOLICITANTE
FORMULARIO DE SOLICITUD

Nombre de la empresa o entidad:

CIF:

Dirección:

Localidad:

Provincia:

nº: piso:
País:

Teléfono:

Fax:

Correo electrónico:

Nombre de la marca propia para la cual solicita el *co-branding*:

Actividad principal que desarrolla (vinculada a la marca):

Naturaleza de la entidad: ☐ pública ☐ privada ☐ otros*Representante legal de la entidad solicitante*

Nombre y apellidos:

Cargo:

DNI:

Persona de contacto

Nombre y apellidos:

Cargo:

Teléfono:

Correo electrónico:

Marca gestionada por la Agencia de Turismo de las Islas Baleares para la cual se solicita el *co-branding*:

Mallorca



Menorca



Ibiza



Formentera



Palma de Mallorca



Todas

Lote de acciones para el cual se solicita el *co-branding*:

 Insertar
código

Se adjuntan a esta solicitud dos sobres que contienen: 1. Administrativo 2. Técnico

Y para que conste ante la Agencia de Turismo de las Islas Baleares (ATB), expido y firmo la presente solicitud en

 _____ , ____ de _____ de _____
 (firma y sello de la empresa)

A EL PRESIDENTE DE LA ATB

ANEXO II

CONVOCATORIA CONVENIOS DE COLABORACIÓN CO-BRANDING

CRITERIOS SUBJETIVOS

Nombre comercial		Mercado de Influencia	
• Nombre fiscal del solicitante • CIF • Sector al que pertenece		<input type="checkbox"/> España <input type="checkbox"/> Italia <input type="checkbox"/> Austria <input type="checkbox"/> Noruega <input type="checkbox"/> Polonia <input type="checkbox"/> Ucrania <input type="checkbox"/> Reino Unido <input type="checkbox"/> Suiza <input type="checkbox"/> Irlanda <input type="checkbox"/> Suecia <input type="checkbox"/> Israel <input type="checkbox"/> Canadá <input type="checkbox"/> Alemania <input type="checkbox"/> Dinamarca <input type="checkbox"/> Países Bajos <input type="checkbox"/> Finlandia <input type="checkbox"/> Bulgaria <input type="checkbox"/> EEUU <input type="checkbox"/> Francia <input type="checkbox"/> Bélgica <input type="checkbox"/> Portugal <input type="checkbox"/> Rusia <input type="checkbox"/> Rep. Checa <input type="checkbox"/> Islas Baleares	
IDENTIFICACIÓN	MARCA PARA LA QUE SOLICITA	ACCIÓN PARA LA QUE SE SOLICITA	MERCADO PARA EL CUAL SE SOLICITA
	<input type="checkbox"/> Marca <input type="checkbox"/> APB <input type="checkbox"/> APB <input type="checkbox"/> APB <input type="checkbox"/> Marca <input type="checkbox"/> APB <input type="checkbox"/> APB <input type="checkbox"/> APB	<input type="checkbox"/> España <input type="checkbox"/> Italia <input type="checkbox"/> Austria <input type="checkbox"/> Noruega <input type="checkbox"/> Polonia <input type="checkbox"/> Ucrania <input type="checkbox"/> Reino Unido <input type="checkbox"/> Suiza <input type="checkbox"/> Irlanda <input type="checkbox"/> Suecia <input type="checkbox"/> Israel <input type="checkbox"/> Canadá <input type="checkbox"/> Alemania <input type="checkbox"/> Dinamarca <input type="checkbox"/> Países Bajos <input type="checkbox"/> Finlandia <input type="checkbox"/> Bulgaria <input type="checkbox"/> EEUU <input type="checkbox"/> Francia <input type="checkbox"/> Bélgica <input type="checkbox"/> Portugal <input type="checkbox"/> Rusia <input type="checkbox"/> Rep. Checa <input type="checkbox"/> Islas Baleares	<input type="checkbox"/> España <input type="checkbox"/> Italia <input type="checkbox"/> Austria <input type="checkbox"/> Noruega <input type="checkbox"/> Polonia <input type="checkbox"/> Ucrania <input type="checkbox"/> Reino Unido <input type="checkbox"/> Suiza <input type="checkbox"/> Irlanda <input type="checkbox"/> Suecia <input type="checkbox"/> Israel <input type="checkbox"/> Canadá <input type="checkbox"/> Alemania <input type="checkbox"/> Dinamarca <input type="checkbox"/> Países Bajos <input type="checkbox"/> Finlandia <input type="checkbox"/> Bulgaria <input type="checkbox"/> EEUU <input type="checkbox"/> Francia <input type="checkbox"/> Bélgica <input type="checkbox"/> Portugal <input type="checkbox"/> Rusia <input type="checkbox"/> Rep. Checa <input type="checkbox"/> Islas Baleares
	Promesa de Marca hacia el consumidor (claim)	Lealtad	Grado de fidelización
	Notoriedad	Presencia en la mente del consumidor: nivel de penetración.	Reconocimiento Recuerdo Top of mind Dominio de marca Familiaridad de marca Conocimiento de marca Nivel de penetración
VISIÓN	Valor de marca ACTUAL	Calidad	Nivel aproximado de penetración del líder del mercado
	Asociaciones	Beneficio emocional que se desea transmitir Beneficio funcional que se desea transmitir	Prescriptor <input type="checkbox"/> Celebridad <input type="checkbox"/> Nombre <input type="text"/>
	Personalidad de marca	Asociaciones que los consumidores hacen con la marca	Símbolo <input type="checkbox"/> Descripción <input type="text"/>
	Estilo de vida (Values and Life Styles)	Sexo <input type="checkbox"/> Hombre <input type="checkbox"/> Mujer Edad <input type="checkbox"/> 18-25 <input type="checkbox"/> 25-44 <input type="checkbox"/> 45-65 <input type="checkbox"/> Más de 65 Nivel socio-económico <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> MB <input type="checkbox"/> M <input type="checkbox"/> MM <input type="checkbox"/> MA <input type="checkbox"/> A Nivel de estudios <input type="checkbox"/> Básicos <input type="checkbox"/> Medios <input type="checkbox"/> Superiores Estilo de vida (Values and Life Styles) <input type="checkbox"/> Realizados <input type="checkbox"/> Forzados <input type="checkbox"/> Satisfechos <input type="checkbox"/> Creyentes <input type="checkbox"/> Triunfadores <input type="checkbox"/> Luchadores <input type="checkbox"/> Experimentado <input type="checkbox"/> Realizadores	
POSICIONAMIENTO	Percepción que el consumidor posee de la marca	Atributos	ATRIBUTOS:
	Beneficios percibidos: experiencia de marca	Beneficio emocional	<input type="checkbox"/> Atrevida <input type="checkbox"/> Visionaria <input type="checkbox"/> Inteligente <input type="checkbox"/> Amable <input type="checkbox"/> Socialmente responsable <input type="checkbox"/> Con energía <input type="checkbox"/> Conservadora <input type="checkbox"/> Líder <input type="checkbox"/> Divertida <input type="checkbox"/> Consolidada <input type="checkbox"/> De moda <input type="checkbox"/> Relajada <input type="checkbox"/> Con glamour <input type="checkbox"/> Independiente <input type="checkbox"/> Social <input type="checkbox"/> Servicial <input type="checkbox"/> Saludable <input type="checkbox"/> Exitosa <input type="checkbox"/> Atractiva <input type="checkbox"/> Vale la pena pagar por ella <input type="checkbox"/> Cautivadora / que atrae <input type="checkbox"/> Es cada vez más importante
	Beneficio funcional	<input type="checkbox"/> Creíble <input type="checkbox"/> Prestigiosa <input type="checkbox"/> Fiable <input type="checkbox"/> Única <input type="checkbox"/> Alta Calidad <input type="checkbox"/> Diferente <input type="checkbox"/> Dinámica <input type="checkbox"/> Con estilo <input type="checkbox"/> Que destaca <input type="checkbox"/> Moderna <input type="checkbox"/> Auténtica <input type="checkbox"/> Tradicional <input type="checkbox"/> Innovadora <input type="checkbox"/> Progresista <input type="checkbox"/> Original <input type="checkbox"/> Útil <input type="checkbox"/> Entretenida <input type="checkbox"/> Vale lo que cuesta <input type="checkbox"/> Segura <input type="checkbox"/> Se preocupa por el cliente	
	Objetivos de comunicación	Público objetivo	Sexo <input type="checkbox"/> Hombre <input type="checkbox"/> Mujer Edad <input type="checkbox"/> 18-25 <input type="checkbox"/> 25-44 <input type="checkbox"/> 45-65 <input type="checkbox"/> Más de 65 Nivel socio-económico <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> MB <input type="checkbox"/> M <input type="checkbox"/> MM <input type="checkbox"/> MA <input type="checkbox"/> A Nivel de estudios <input type="checkbox"/> Básicos <input type="checkbox"/> Medios <input type="checkbox"/> Superiores Estilo de vida (Values and Life Styles) <input type="checkbox"/> Realizados <input type="checkbox"/> Forzados <input type="checkbox"/> Satisfechos <input type="checkbox"/> Creyentes <input type="checkbox"/> Triunfadores <input type="checkbox"/> Luchadores <input type="checkbox"/> Experimentado <input type="checkbox"/> Realizadores Ciclo de vida del público objetivos <input type="checkbox"/> Niños <input type="checkbox"/> Parejas con hijos mayores <input type="checkbox"/> Jóvenes independientes <input type="checkbox"/> Hogares monoparentales <input type="checkbox"/> Parejas jóvenes sin hijos <input type="checkbox"/> Parejas adultas sin hijos <input type="checkbox"/> Parejas con hijos pequeños <input type="checkbox"/> Adultos independientes <input type="checkbox"/> Parejas con hijos de edad media <input type="checkbox"/> Retirados/Jubilados Aficiones y motivaciones <input type="checkbox"/> Viajar <input type="checkbox"/> Naturaleza <input type="checkbox"/> Relajarse <input type="checkbox"/> Formación <input type="checkbox"/> Concursos <input type="checkbox"/> Descubrir <input type="checkbox"/> Gastronomía <input type="checkbox"/> Ocio <input type="checkbox"/> Disfrutar <input type="checkbox"/> Arte y literatura <input type="checkbox"/> Deportes <input type="checkbox"/> Aprender <input type="checkbox"/> Cine <input type="checkbox"/> Deportes aventura <input type="checkbox"/> Conocer
Cuota de mercado de mi marca del líder del mercado		Aspectos que establezcan la diferenciación de la marca respecto a la competencia	

ANEXO III

DECLARACIÓN JURADA

D/D^a _____
DNI _____ en nombre y representación de la persona jurídica,

con NIF _____ y domiciliada en (calle/plaza) _____
_____, n^o _____, piso _____,
población _____, provincia _____,
país _____, código postal _____.

DECLARO BAJO JURAMENTO

Que todos los datos contenidos en el anexo II, relativo a “Convocatoria convenios de colaboración *Co-Branding*, criterios subjetivos” son ciertos.

Y para que conste y surta los efectos oportunos, ante la Agencia de Turismo de las Islas Baleares (ATB), expido y firmo la presente en



_____, ____ de _____ de _____
(firma y sello de la empresa)

A LA COMISIÓN TÉCNICA.

DOCUMENTACIÓN QUE DEBE ACOMPAÑAR A ESTA DECLARACIÓN JURADA

- Fotocopia compulsada del DNI del representante que firma esta declaración.

ANEXO IV
CONVOCATORIA CONVENIOS DE COLABORACIÓN CO-BRANDING
CRITERIOS OBJETIVOS

	Nombre comercial • Nombre fiscal del solicitante • CIF • Sector al que pertenece	
---	--	---

Tipología de la oferta en especie

- | | | |
|--|---|---|
| <input type="checkbox"/> ESTANCIAS
<input type="checkbox"/> Hostales
<input type="checkbox"/> Hotel y Aparhotel 1* ó 2*
<input type="checkbox"/> Hotel y Aparhotel 3*
<input type="checkbox"/> Hotel y Aparhotel 4*
<input type="checkbox"/> Hotel y Aparhotel 5*
<input type="checkbox"/> Hotel y Aparhotel 5* GL
<input type="checkbox"/> Apartamentos turísticos
<input type="checkbox"/> Turismo rural
<input type="checkbox"/> Régimen HD
<input type="checkbox"/> Régimen MP
<input type="checkbox"/> Régimen TI | <input type="checkbox"/> TRANSPORTE
<input type="checkbox"/> Billetes de avión
<input type="checkbox"/> Servicio autocar
<input type="checkbox"/> Vehículos de alquiler

<input type="checkbox"/> PROMOCIÓN
<input type="checkbox"/> Merchandising
<input type="checkbox"/> Espacios publicitarios
<input type="checkbox"/> Espacios publicitarios propios

<input type="checkbox"/> OTROS
<input type="checkbox"/> servicio de Guías | <input type="checkbox"/> ACTIVIDADES
<input type="checkbox"/> Entradas para Grandes Eventos
<input type="checkbox"/> Cenas o comidas
<input type="checkbox"/> Catas o degustaciones
<input type="checkbox"/> Deportes
<input type="checkbox"/> Actividades en espacios naturales
<input type="checkbox"/> Alquiler de salas para eventos |
|--|---|---|

Descripción	Cantidad
	Observaciones

Disponibilidad temporal de la oferta

- | | | | | |
|--------------------------------|--------------------------------|-------------------------------------|------------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> Marzo | <input type="checkbox"/> Abril | <input type="checkbox"/> Julio | <input type="checkbox"/> Octubre | <input type="checkbox"/> Cualquier época del año |
| | <input type="checkbox"/> Mayo | <input type="checkbox"/> Agosto | <input type="checkbox"/> Noviembre | <input type="checkbox"/> Exceptuando puentes y festivos |
| | <input type="checkbox"/> Junio | <input type="checkbox"/> Septiembre | <input type="checkbox"/> Diciembre | <input type="checkbox"/> Exceptuando temporada alta |

Observaciones

--

País en el cual se dispondrá de la oferta

- | | | | | | |
|--------------------------------------|------------------------------------|---------------------------------------|------------------------------------|------------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> España | <input type="checkbox"/> Italia | <input type="checkbox"/> Austria | <input type="checkbox"/> Noruega | <input type="checkbox"/> Polonia | <input type="checkbox"/> Ucrania |
| <input type="checkbox"/> Reino Unido | <input type="checkbox"/> Suiza | <input type="checkbox"/> Irlanda | <input type="checkbox"/> Suecia | <input type="checkbox"/> Israel | <input type="checkbox"/> Canadá |
| <input type="checkbox"/> Alemania | <input type="checkbox"/> Dinamarca | <input type="checkbox"/> Países Bajos | <input type="checkbox"/> Finlandia | <input type="checkbox"/> Bulgaria | <input type="checkbox"/> EEUU |
| <input type="checkbox"/> Francia | <input type="checkbox"/> Bélgica | <input type="checkbox"/> Portugal | <input type="checkbox"/> Rusia | <input type="checkbox"/> Rep Checa | <input type="checkbox"/> Islas Baleares |

** En el caso de transporte aéreo los trayectos que se cubrirían tomando como referencia cualquier aeropuerto de origen de las Islas Baleares

IMPORTE TOTAL DE LA OFERTA EN ESPECIE (sin IVA)

--

DECLARACIÓN JURADA

D/D^a _____
DNI _____ en nombre y representación de la persona jurídica,

con NIF _____ y domiciliada en (calle/plaza) _____
_____, n^o _____, piso _____,
población _____, provincia _____,
país _____, código postal _____.

DECLARO BAJO JURAMENTO

Que el importe total de la oferta en especie (sin IVA) contenidos en el anexo IV, relativo a “Convocatoria convenios de colaboración *Co-Branding*, criterios objetivos” se adecua al precio de mercado.

Y para que conste y surta los efectos oportunos, ante la Agencia de Turismo de las Islas Baleares (ATB), expido y firmo la presente en

_____, ____ de _____ de _____
(firma y sello de la empresa)

A LA COMISIÓN TÉCNICA.

DOCUMENTACIÓN QUE DEBE ACOMPAÑAR A ESTA DECLARACIÓN JURADA

- Fotocopia compulsada del DNI del representante que firma esta declaración.

ANEXO VI
Modelo VALS-Values and Life Styles

Modelo de segmentación psicográfica basado en los estilos de vida de los consumidores desarrollado en 1978 por *Arnold Mitchel* y otros investigadores en el *Stanford Research Institute* (SRI International).

El análisis VALS permite dividir a la población adulta en segmentos por valores y estilos de vida, clasificando a los individuos en 2 dimensiones fundamentales: auto orientación y sus recursos. La auto orientación determina los objetivos y comportamientos de los individuos y puede ser impulsada por los propios principios y creencias, por el estatus y la interacción social y actividades del sujeto. La dimensión recursos expresa las capacidades físicas, psíquicas y materiales con que cuenta para responder a su auto orientación dominante.

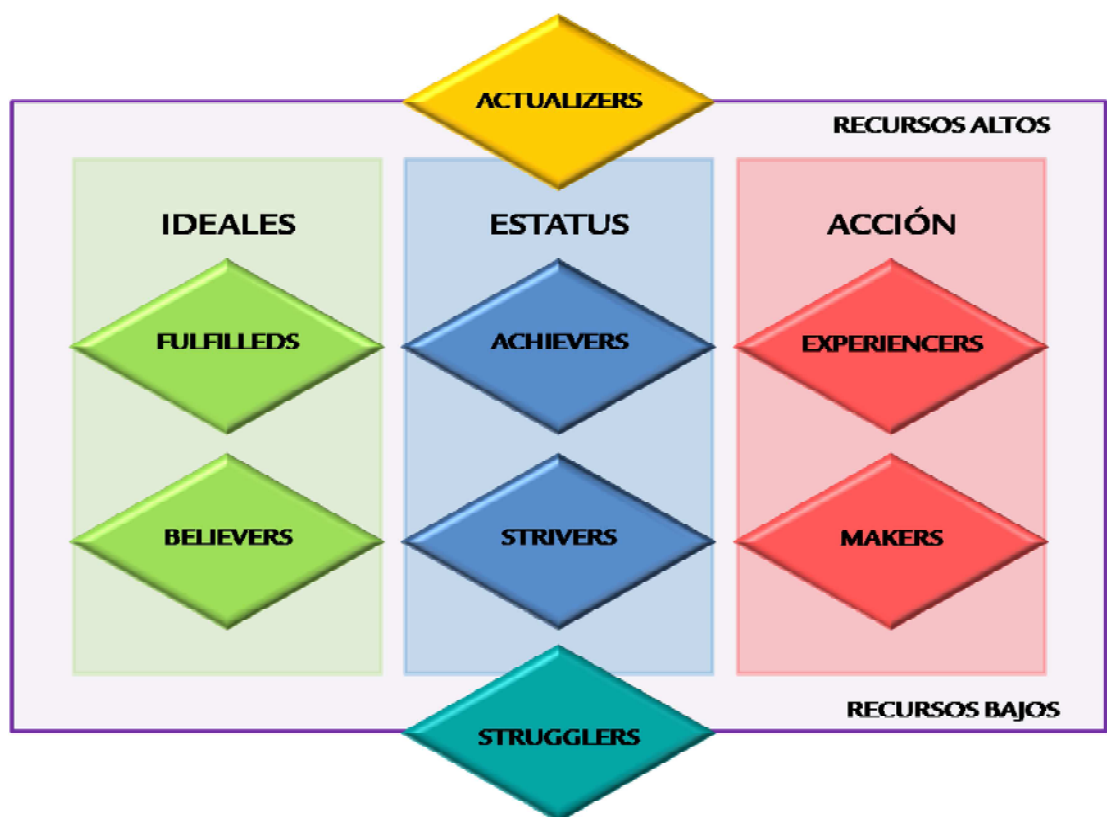
De su análisis se establece la siguiente clasificación:

- **Actualizers (realizados):** son personas de éxito, sofisticadas, activas y con una elevada autoestima y abundantes recursos. Para este segmento es importante la imagen, no tanto como evidencia del estatus o poder, sino como una expresión de sus gustos, independencia y carácter. Se encuentran entre los líderes establecidos y emergentes en el ámbito empresarial y gubernamental; y sin embargo, continúan la búsqueda de nuevos retos.
- **Fulfilleds (satisfechos):** son personas maduras, satisfechas, cómodas y reflexivas que valoran el orden, el conocimiento y la responsabilidad. Están contentos con sus carreras, familias y situación en la vida; tienen un respecto moderado por el statu quo, las instituciones y el dinero, pero están abiertos a nuevas ideas y al cambio social; basan sus decisiones en principios sólidos, y son personas calmadas y con autoconvicción.
- **Believers (creyentes):** son personas conservadoras y convencionales que tiene creencias concretas y ataduras fuertes a instituciones como la familia, la iglesia, la comunidad y la nación. Suelen expresar códigos morales que están profundamente enraizados y que interpretan literalmente. Siguen rutinas establecidas y organizadas en gran parte alrededor de sus hogares y familias y de las organizaciones sociales o religiosas a las que pertenecen. Su educación, ingresos y energía son modestos, pero suficientes para satisfacer sus necesidades.
- **Achievers (triunfadores):** son personas con carrera de éxito y concentrados en su trabajo. Valoran la estructura y la estabilidad sobre el riesgo, la intimidad y la auto-exploración. Están profundamente comprometidos con sus trabajos y sus familias. El trabajo les proporciona sentido del deber, recompensas materiales y prestigio. Sus vidas sociales reflejan su atención hacia el trabajo y giran en torno a la familia, la iglesia y la empresa. Son políticamente conservadores, respetan la autoridad y favorecen el statu quo establecido. Dan importancia a la imagen.
- **Strivers (luchadores):** son personas que buscan la motivación, la autodefinición y la aprobación del mundo que los rodea. Se sienten inseguros de sí mismos y de sus escasos recursos psicológicos, económicos y sociales. Están muy preocupados por las opiniones y la aprobación de los demás. Definen el éxito por la disponibilidad de dinero, ya que no cuentan con suficientes recursos económicos y, a menudo, piensan

ANEXO VI
Modelo VALS-Values and Life Styles

que la vida ha sido dura con ellos. Tratan de emular a los que tienen abundantes posesiones materiales.

- **Experiencers (experimentadores):** son personas jóvenes, vitales, entusiastas, impulsivas y rebeldes. Buscan la variedad y la excitación y disfrutan con lo nuevo y lo arriesgado. Están configurando sus valores de vida y sus patrones de comportamiento. Se entusiasman rápidamente por cosas nuevas, pero también pierden interés con facilidad. Desempeñan la autoridad y el conformismo, pero respetan la riqueza, el prestigio y el poder de otros.
- **Makers (realizadores):** son personas prácticas que disponen de dotes constructivas y autosuficientes, viven en un contexto tradicional de familia, trabajo y ocio físico, y muestran poco interés por lo demás. Son políticamente conservadores y respetuosos con la autoridad establecida, pero contrarios a la intrusión gubernamental en sus derechos. No se impresionan por las posesiones materiales, a no ser que tengan un propósito práctico.
- **Strugglers (forzados):** son personas con vidas condicionadas. Sufren pobreza crónica, tienen un bajo nivel educativo y una baja capacitación profesional. Carecen de relaciones sociales significativas. Suelen ser mayores y estar preocupados por su salud. A menudo están resignados con su situación y presentan una actitud pasiva frente a la vida. Están limitados por la presión de satisfacer sus necesidades básicas del momento.



ANEXO VII

LISTADO DE ACCIONES PROMOCIONALES DE LA ATB SUJETAS A CO-BRANDING

CÓDIGO DEL LOTE		MERCADO DE INFLUENCIA					MARCADE INFLUENCIA			CLASIFICACIÓN	NOMBRE	LUGAR	TIPOLOGÍA	FECHAS	PRODUCTO	DESCRIPCIÓN
BLOQUE 1 LOTES POR MERCADO																
L01	España	ATB	MA	ME	IB	FO	Feria	Dive Travel Show	Madrid		1 al 3 de marzo	Deportes / Acuáticos	Presencia de la marca en el photocall de colaboradores localizado en la sección institucional del stand.			
		ATB	MA	ME			Feria	FIT Ornitológico	Extremadura		8 al 10 de marzo	Naturaleza / Birdwatching	Presencia de la marca en el photocall de colaboradores localizado en la sección institucional del stand.			
		ATB	MA	ME	IB	FO	Feria	SITC	Barcelona		Abril	Costa y Litoral	Presencia de la marca en el photocall de colaboradores localizado en la sección institucional del stand.			
		ATB	MA	ME	IB	FO	Feria	Exposvaciones	Bilbao		2 al 5 de mayo	Costa y Litoral	Presencia de la marca en el photocall de colaboradores localizado en la sección institucional del stand.			
		ATB	MA		IB		Feria	Salón Náutico	Barcelona		Septiembre	Deportes / Náutica	Presencia de la marca en el photocall de colaboradores localizado en la sección institucional del stand.			
		ATB	MA				Feria	Golf Live Event	Londres		17 al 19 de mayo	Deportes / Golf	Presencia de la marca en el photocall de colaboradores localizado en la sección institucional del stand.			
		ATB	MA				Feria	Birdfair	Leicester		16 al 18 de agosto	Naturaleza / Birdwatching	Presencia de la marca en el photocall de colaboradores localizado en la sección institucional del stand.			
		ATB	MA	ME	IB		Feria	Dive Show	Biminhams		Octubre	Deportes / Acuáticos	Presencia de la marca en el photocall de colaboradores localizado en la sección institucional del stand.			

ANEXO VII

LISTADO DE ACCIONES PROMOCIONALES DE LA ATB SUJETAS A CO-BRANDING

CÓDIGO DEL LOTE	MERCADO DE INFLUENCIA	MARCA DE INFLUENCIA					CLASIFICACIÓN		NOMBRE	LUGAR	TIPO/LOCAL	FECHAS	PRODUCTO	DESCRIPCIÓN
		ATB	MA	ME	IB	FO								
L02	Reino Unido	ATB						Feria	WTM	Londres		4 al 7 de noviembre	Costa y Litoral	Presencia de la marca en el photocall de colaboradores localizado en la sección institucional del stand.
		ATB						Formación de agentes	Formación on-line para agentes de viajes UK sobre Espacios Naturales en España	Londres	Acciones con agentes de viajes y/o empresas		Naturaleza	Presencia de la marca en la documentación de la formación como empresa colaboradora.
		ATB						Jornadas Directas	PG - Foro virtual	Londres	Acciones con agentes de viajes y/o empresas			Presencia de la marca en el photocall de colaboradores localizado en un lugar destacado
		ATB					PM	Jornadas Inversas	AG - Jornadas Inversas relax by the sea	Londres	Acciones con agentes de viajes y/o empresas		Relajarse en la costa	Presencia de la marca en el photocall de colaboradores localizado en un lugar destacado y posibilidad de realizar una presentación
		ATB						Viaje de agentes	MS - viajes de agentes MICE Balears	Londres	Acciones con agentes de viajes y/o empresas		MICE	Presencia de la marca colaboradora en el documentación que se entregue, así como la posibilidad de entregar merchandasing por parte de dicha entidad a los asistentes
		ATB	MA					Feria	Rheingolf	Colonia		1 al 3 de marzo	Deportes / Golf	Presencia de la marca en el photocall de colaboradores localizado en la sección institucional del stand.

ANEXO VII

LISTADO DE ACCIONES PROMOCIONALES DE LA ATB SUJETAS A CO-BRANDING

CÓDIGO DEL LOTE	MERCADO DE INFLUENCIA	MARCA DE INFLUENCIA					CLASIFICACIÓN			NOMBRE	LUGAR	TIPOLOGÍA	FECHAS	PRODUCTO	DESCRIPCIÓN
		ATB	MA	ME	IB	FO		Feria	ITB						
L03	Alemania	ATB	MA	ME				Feria	ITB	Berlin			6 al 10 de marzo	Costa y Litoral	Presencia de la marca en el photocall de colaboradores localizado en la sección institucional del stand.
		ATB	MA					Feria	BMW INTL OPEN	Munich			20 al 23 de junio	Deportes / Golf	Presencia de la marca en el photocall de colaboradores localizado en la sección institucional del stand.
		ATB	MA	ME		FO		Feria	Ispobike	Munich			25 al 28 de julio	Deportes / Cicloturismo	Presencia de la marca en el photocall de colaboradores localizado en la sección institucional del stand.
		ATB	MA	ME		FO		Feria	Tournatur	Dusseldorf			6 al 8 de septiembre	Naturaleza	Presencia de la marca en el photocall de colaboradores localizado en la sección institucional del stand.
		ATB	MA	ME	IB			Feria	Eurobike	Friedrichshafen			septiembre	Deportes / Cicloturismo	Presencia de la marca en el photocall de colaboradores localizado en la sección institucional del stand.
		ATB						Jornadas Directas	Presentación Baleares	Dusseldorf		Acciones con agentes de viajes y/o empresas			Presencia de la marca en el photocall de colaboradores localizado en un lugar destacado
		ATB				PM		Jornadas Inversas	cultura y gastronomía- Baleares	Dusseldorf		Acciones con agentes de viajes y/o empresas			Presencia de la marca en el photocall de colaboradores localizado en un lugar destacado y posibilidad de realizar una presentación
		ATB						Jornadas Inversas	MICE- Baleares	Dusseldorf		Acciones con agentes de viajes y/o empresas		MICE	Presencia de la marca en el photocall de colaboradores localizado en un lugar destacado y posibilidad de realizar una presentación

ANEXO VII

LISTADO DE ACCIONES PROMOCIONALES DE LA ATB SUJETAS A CO-BRANDING

CÓDIGO DEL LOTE	MERCADO DE INFLUENCIA	MARCA DE INFLUENCIA				CLASIFICACIÓN			NOMBRE	LUGAR	TIPOLOGÍA	FECHAS	PRODUCTO	DESCRIPCIÓN
		ATB						Jornada Directa	Baleares Presentación destino de MICE					
		ATB						PM	IIBB Viaje de familiarización de agentes y corporativo	Berlin	Acciones con agentes de viajes y/o empresas		MICE	Presencia de la marca en el photocall de colaboradores localizado en un lugar destacado
		ATB								Berlin	Acciones con agentes de viajes y/o empresas		MICE	Presencia de la marca colaboradora en el documentación que se entregue, así como la posibilidad de entregar merchandising por parte de dicha entidad a los asistentes
		ATB						PM	VPG Baleares en invierno	Frankfurt	Acciones con medios de comunicación			Presencia de la marca colaboradora en el documentación que se entregue, así como la posibilidad de entregar merchandising por parte de dicha entidad a los asistentes
		ATB	MA	ME					Salon Randonnée	París		Marzo	Naturaleza	Presencia de la marca en el photocall de colaboradores localizado en la sección institucional del stand.
		ATB	MA	ME	IB				Meedex	París		3 al 4 de abril	MICE	Presencia de la marca en el photocall de colaboradores localizado en la sección institucional del stand.
L04	Francia	ATB	MA	ME	IB				IFTM Topresa	París		Septiembre	Costa y Litoral	Presencia de la marca en el photocall de colaboradores localizado en la sección institucional del stand.
		ATB	MA	ME					Salon Du Cheval	París		Diciembre	Naturaleza/ Turismo Ecuestre	Presencia de la marca en el photocall de colaboradores localizado en la sección institucional del stand.

ANEXO VII

LISTADO DE ACCIONES PROMOCIONALES DE LA ATB SUJETAS A CO-BRANDING

CÓDIGO DEL LOTE	MERCADO DE INFLUENCIA	MARCA DE INFLUENCIA					CLASIFICACIÓN			NOMBRE	LUGAR	TIPOLOGÍA	FECHAS	PRODUCTO	DESCRIPCIÓN
		ATB	MA	ME	IB										
L05	Italia	ATB	MA	ME	IB			Feria	ILTM	Cannes			Diciembre	Ocio / Élite	Presencia de la marca en el photocall de colaboradores localizado en la sección institucional del stand.
		ATB	MA	ME	IB	FO		Feria	TTC Incontri	Rimini			Octubre	Costa y Litoral	Presencia de la marca en el photocall de colaboradores localizado en la sección institucional del stand.
		ATB					PM	Formación de agentes	Jornada Formación Baleares con TO	Milán		Acciones con agentes de viajes y/o empresas		Descubrir	Presencia de la marca en la documentación de la formación como empresa colaboradora.
L06	Belgica	ATB	MA	ME				Feria	Brussels Travel Expo	Bruselas			Diciembre	Costa y Litoral	Presencia de la marca en el photocall de colaboradores localizado en la sección institucional del stand.
		ATB						Concursos públicos	Baleares en Facebook	Bruselas		Acciones online / Marketing directo		Marca España	Presencia de la marca en la documentación de la formación como empresa colaboradora.
		ATB				PM		Jornadas Directas	Jornadas de comercialización "Exclusive Spain" Baleares	Bruselas		Acciones con agentes de viajes y/o empresas		Viajes de interés especial	Presencia de la marca en el photocall de colaboradores localizado en un lugar destacado
		ATB						Jornadas Directas	Jornadas de comercialización "relajarse en la costa"	Bruselas		Acciones con agentes de viajes y/o empresas		Relajarse en la costa	Presencia de la marca en el photocall de colaboradores localizado en un lugar destacado

ANEXO VII

LISTADO DE ACCIONES PROMOCIONALES DE LA ATB SUJETAS A CO-BRANDING

CÓDIGO DEL LOTE	MERCADO DE INFLUENCIA	MARCA DE INFLUENCIA			CLASIFICACIÓN		NOMBRE	LUGAR	TIPOLOGÍA	FECHAS	PRODUCTO	DESCRIPCIÓN
	ATB				PM	Viaje de agentes	Viaje de agentes "Deportes" Baleares	Bruselas	Acciones con agentes de viajes y/o empresas		Disfrutar	Presencia de la marca colaboradora en el documentación que se entregue, así como la posibilidad de entregar merchandasing por parte de dicha entidad a los asistentes
						Viaje de agentes	Viaje de agentes "relajarse en la costa" Baleares	Bruselas	Acciones con agentes de viajes y/o empresas		Relajarse en la costa	Presencia de la marca colaboradora en el documentación que se entregue, así como la posibilidad de entregar merchandasing por parte de dicha entidad a los asistentes
					PM	Viaje de prensa	Press Trip Lujo Baleares	Helsinki	Acciones con medios de comunicación			Presencia de la marca colaboradora en el documentación que se entregue, así como la posibilidad de entregar merchandasing por parte de dicha entidad a los asistentes
L07	Finlandia	ATB										
L08	Irlanda	ATB			PM	Concursos públicos	Concursos Islas Baleares	Dublin	Acciones online / Marketing directo			Presencia de la marca en la documentación de la formación como empresa colaboradora.
		ATB			PM	Viaje de prensa	Viaje de Prensa Cruceros, Reuniones e Incentivos	Dublin	Acciones con medios de comunicación			Presencia de la marca colaboradora en el documentación que se entregue, así como la posibilidad de entregar merchandasing por parte de dicha entidad a los asistentes

ANEXO VII

LISTADO DE ACCIONES PROMOCIONALES DE LA ATB SUJETAS A CO-BRANDING

CÓDIGO DEL LOTE	MERCADO DE INFLUENCIA				MARCA DE INFLUENCIA				CLASIFICACIÓN		NOMBRE	LUGAR	TIPOLOGÍA	FECHAS	PRODUCTO	DESCRIPCIÓN
L09	Noruega	ATB	MA	ME				PM	Viaje de Prensa Islas Baleares	Press-trip	Oslo	Acciones con medios de comunicación				Presencia de la marca colaboradora en el documentación que se entregue, así como la posibilidad de entregar merchandasing por parte de dicha entidad a los asistentes
L10	Polonia	ATB	MA	ME					Feria	Toursalon	Poznan			Costa y Litoral		Presencia de la marca en el photocall de colaboradores localizado en la sección institucional del stand.
L11	Portugal	ATB						PM	Viaje de agentes	Viaje de Agencias especializadas en Turismo de Lujo a Baleares	Lisboa	Acciones con agentes de viajes y/o empresas				Presencia de la marca colaboradora en el documentación que se entregue, así como la posibilidad de entregar merchandasing por parte de dicha entidad a los asistentes
L12	Rusia	ATB	MA	ME	IB				Feria	Mitt	Moscu			Costa y Litoral		Presencia de la marca en el photocall de colaboradores localizado en la sección institucional del stand.
L13	Suecia	ATB	MA	ME	IB				Feria	TUR	Cotemburgo			Costa y Litoral		Presencia de la marca en el photocall de colaboradores localizado en la sección institucional del stand.
		ATB	MA						Feria	Scandinavian Master				Deportes / Golf		Presencia de la marca en el photocall de colaboradores localizado en la sección institucional del stand.

ANEXO VII

LISTADO DE ACCIONES PROMOCIONALES DE LA ATB SUJETAS A CO-BRANDING

CÓDIGO DEL LOTE	MERCADO DE INFLUENCIA	MARCA DE INFLUENCIA						CLASIFICACIÓN		NOMBRE	LUGAR	TIPOLOGÍA	FECHAS	PRODUCTO	DESCRIPCIÓN
		ATB	M/A	M/E	I/B			Concursos públicos							
		ATB						Concursos públicos	Promoción en facebook Concurso online fotográfico Baleares.	Estocolmo	Acciones online / Marketing directo		Relajarse en la costa		Presencia de la marca en la documentación de la formación como empresa colaboradora.
L14	Suiza	ATB	M/A	M/E	I/B			Feria	Meeting Luuxury	Lugano		16 al 18 de mayo	Ocio / Elite		Presencia de la marca en el photocall de colaboradores localizado en la sección institucional del stand.
L15	USA	ATB	M/A	M/E				Feria	Seatrade	Miami		11 al 14 de marzo	Ocio / Cruceros		Presencia de la marca en el photocall de colaboradores localizado en la sección institucional del stand.
		ATB					PM	Viaje de agentes	viaje agentes a baleares	Nueva York	Acciones con agentes de viajes y/o empresas				Presencia de la marca colaboradora en el documentación que se entregue, así como la posibilidad de entregar merchandasing por parte de dicha entidad a los asistentes
		ATB						Viaje de prensa.	viaje periodistas baleares	Nueva York	Acciones con medios de comunicación				Presencia de la marca colaboradora en el documentación que se entregue, así como la posibilidad de entregar merchandasing por parte de dicha entidad a los asistentes
		ATB	M/A	M/E	I/B			Feria	IMEX	Frankfurt		21 al 23 de mayo	MICE		Presencia de la marca en el photocall de colaboradores localizado en la sección institucional del stand.

ANEXO VII

LISTADO DE ACCIONES PROMOCIONALES DE LA ATB SUJETAS A CO-BRANDING

CÓDIGO DEL LOTE	MERCADO DE INFLUENCIA	MARCA DE INFLUENCIA						CLASIFICACIÓN		NOMBRE	LUGAR	TIPOLOGÍA	FECHAS	PRODUCTO	DESCRIPCIÓN
		ATB	MA	ME	IB			Feria		EIBTM	Barcelona		Noviembre	MICE	Presencia de la marca en el photocall de colaboradores localizado en la sección institucional del stand.
L16	Internacio nal	ATB	MA	ME	IB			Feria		ICTM	Por confirmar		Noviembre	Deportes / Golf	Presencia de la marca en el photocall de colaboradores localizado en la sección institucional del stand.
BLOQUE 2 LOTES POR PRODUCTO															
L17	España	ATB	MA	ME	IB	FO		Feria		SITC	Barcelona		Abril	Costa y Litoral	Presencia de la marca en el photocall de colaboradores localizado en la sección institucional del stand.
	España	ATB	MA	ME	IB	FO		Feria		Expovacaciones	Bilbao		2 al 5 de mayo	Costa y Litoral	Presencia de la marca en el photocall de colaboradores localizado en la sección institucional del stand.
	Reino Unido	ATB	MA	ME	IB	FO		Feria		WTM	Londres		4 al 7 de noviembre	Costa y Litoral	Presencia de la marca en el photocall de colaboradores localizado en la sección institucional del stand.
	Alemania	ATB	MA	ME	IB	FO		Feria		ITB	Berlin		6 al 10 de marzo	Costa y Litoral	Presencia de la marca en el photocall de colaboradores localizado en la sección institucional del stand.
	Francia	ATB	MA	ME	IB			Feria		IFTM Topresa	París		Septiembre	Costa y Litoral	Presencia de la marca en el photocall de colaboradores localizado en la sección institucional del stand.
	Italia	ATB	MA	ME	IB	FO		Feria		TTC Incontri	Rimini		Octubre	Costa y Litoral	Presencia de la marca en el photocall de colaboradores localizado en la sección institucional del stand.

ANEXO VII

LISTADO DE ACCIONES PROMOCIONALES DE LA ATB SUJETAS A CO-BRANDING

ANEXO VII LISTADO DE ACCIONES PROMOCIONALES DE LA ATB SUJETAS A CO-BRANDING

CÓDIGO DEL LOTE	MERCADO DE INFLUENCIA				MARCA DE INFLUENCIA				CLASIFICACIÓN		NOMBRE	LUGAR	TIPOLOGÍA	FECHAS	PRODUCTO	DESCRIPCIÓN
	ATB	MA	ME		ATB	MA	ME									
	Bélgica								Feria		Brussels Travel Expo	Bruselas		Diciembre	Costa y Litoral	Presencia de la marca en el photocall de colaboradores localizado en la sección institucional del stand.
	Polonia	ATB	MA				ME		Feria		Toursalon	Poznan		Octubre	Costa y Litoral	Presencia de la marca en el photocall de colaboradores localizado en la sección institucional del stand.
	Rusia	ATB	MA				ME	IB	Feria		Mitt	Moscu		20 al 23 de marzo	Costa y Litoral	Presencia de la marca en el photocall de colaboradores localizado en la sección institucional del stand.
	Suecia	ATB	MA				ME	IB	Feria		TUR	Gotemburgo		21 al 24 de marzo	Costa y Litoral	Presencia de la marca en el photocall de colaboradores localizado en la sección institucional del stand.
L18	Reino Unido	ATB	MA						Feria		Golf Live Event	Londres		17 al 19 de mayo	Deportes / Golf	Presencia de la marca en el photocall de colaboradores localizado en la sección institucional del stand.
	Alemania	ATB	MA						Feria		Rheingolf	Colonía		1 al 3 de marzo	Deportes / Golf	Presencia de la marca en el photocall de colaboradores localizado en la sección institucional del stand.
	Alemania	ATB	MA						Feria		BMW INTL. OPEN	Munich		20 al 23 de junio	Deportes / Golf	Presencia de la marca en el photocall de colaboradores localizado en la sección institucional del stand.
	Suecia	ATB	MA						Feria		Scandinavian Master			30 de mayo al 2 de junio	Deportes / Golf	Presencia de la marca en el photocall de colaboradores localizado en la sección institucional del stand.

ANEXO VII

LISTADO DE ACCIONES PROMOCIONALES DE LA ATB SUJETAS A CO-BRANDING

CÓDIGO DEL LOTE	MERCADO DE INFLUENCIA				MARCA DE INFLUENCIA				CLASIFICACIÓN			NOMBRE	LUGAR	TIPOLOGÍA	FECHAS	PRODUCTO	DESCRIPCIÓN
	ATB	MA	ME		ATB	MA	ME		Feria	Viaje de agentes	MIS - viajes de agentes MICE Baleares	IGTM	Por confirmar	Acciones con agentes de viajes y/o empresas	Noviembre	Deportes / Golf	Presencia de la marca en el photocall de colaboradores localizado en la sección institucional del stand.
L19	Reino Unido	ATB										MIS - viajes de agentes MICE Baleares	Londres	Acciones con agentes de viajes y/o empresas		MICE	Presencia de la marca colaboradora en el documentación que se entregue, así como la posibilidad de entregar merchandasing por parte de dicha entidad a los asistentes
	Alemania	ATB							Jornadas Inversas		MICE- Baleares	Dusseldorf		Acciones con agentes de viajes y/o empresas		MICE	Presencia de la marca en el photocall de colaboradores localizado en un lugar destacado y posibilidad de realizar una presentación
	Alemania	ATB							Jornada Directa		Baleares Presentación destino de MICE	Berlin		Acciones con agentes de viajes y/o empresas		MICE	Presencia de la marca en el photocall de colaboradores localizado en un lugar destacado
	Alemania	ATB						PM	Viaje de agentes		IIBB Viaje de familiarización de agentes y corporativo	Berlin		Acciones con agentes de viajes y/o empresas		MICE	Presencia de la marca colaboradora en el documentación que se entregue, así como la posibilidad de entregar merchandasing por parte de dicha entidad a los asistentes
	Francia	ATB	MA	ME	IB				Feria		Meedex	París			3 al 4 de abril	MICE	Presencia de la marca en el photocall de colaboradores localizado en la sección institucional del stand.

ANEXO VII

LISTADO DE ACCIONES PROMOCIONALES DE LA ATB SUJETAS A CO-BRANDING

Código del lote	Mercado de influencia	Marca de influencia				Clasificación			Nombre	Lugar	Tipología	Fechas	Producto	Descripción
		ATB	MA	ME	IB									
L20	Internacio nal							Feria	IMEX	Frankfurt		21 al 23 de mayo	MICE	Presencia de la marca en el photocall de colaboradores localizado en la sección institucional del stand.
	Internacio nal	ATB	MA	ME	IB			Feria	EIBTM	Barcelona		Noviembre	MICE	Presencia de la marca en el photocall de colaboradores localizado en la sección institucional del stand.
	España	ATB	MA	ME	IB	FO		Feria	Dive Travel Show	Madrid		1 al 3 de mazo	Deportes / Acuáticos	Presencia de la marca en el photocall de colaboradores localizado en la sección institucional del stand.
	Reino Unido	ATB	MA	ME	IB			Feria	Dive Show	Birmingham		Octubre	Deportes / Acuáticos	Presencia de la marca en el photocall de colaboradores localizado en la sección institucional del stand.
L21	Alemania	ATB	MA	ME		FO		Feria	Ispobike	Munich		25 al 28 de julio	Deportes / Cicloturismo	Presencia de la marca en el photocall de colaboradores localizado en la sección institucional del stand.
	Alemania	ATB	MA	ME	IB			Feria	Eurobike	Friedrichshafen		septiembre	Deportes / Cicloturismo	Presencia de la marca en el photocall de colaboradores localizado en la sección institucional del stand.
	España	ATB	MA	ME				Feria	FIT Ornitológico	Extremadura		8 al 10 de marzo	Naturaleza / Birdwatching	Presencia de la marca en el photocall de colaboradores localizado en la sección institucional del stand.
	Reino Unido	ATB	MA					Feria	Birdfair	Leicester		16 al 18 de agosto	Naturaleza / Birdwatching	Presencia de la marca en el photocall de colaboradores localizado en la sección institucional del stand.

ANEXO VII

LISTADO DE ACCIONES PROMOCIONALES DE LA ATB SUJETAS A CO-BRANDING

CÓDIGO DEL LOTE	MERCADO DE INFLUENCIA				MARCA DE INFLUENCIA				CLASIFICACIÓN			NOMBRE	LUGAR	TIPOLOGÍA	FECHAS	PRODUCTO	DESCRIPCIÓN
L22	Reino Unido	ATB	MA	ME					Formación de agentes		Formación on-line para agentes de viajes UK sobre Espacios Naturales en España	Londres	Acciones con agentes de viajes y/o empresas		6 al 8 de septiembre	Naturaleza	Presencia de la marca en la documentación de la formación como empresa colaboradora.
	Alemania	ATB	MA	ME			FO		Feria		Tournatur	Dusseldorf				Naturaleza	Presencia de la marca en el photocall de colaboradores localizado en la sección institucional del stand.
	Francia	ATB	MA	ME					Feria		Salon Randonnée	Paris			Marzo	Naturaleza	Presencia de la marca en el photocall de colaboradores localizado en la sección institucional del stand.
	Francia	ATB	MA	ME					Feria		Salon Du Cheval	Paris			Diciembre	Naturaleza/Turismo Ecuestre	Presencia de la marca en el photocall de colaboradores localizado en la sección institucional del stand.

*** Todos los lotes anteriormente descritos también incluyen la inclusión de la marca en la página web www.illesbalears.es en una pestaña de empresas colaboradoras con link a su url, así como banner rotatorio en la portada de la web www.illesbalears.es