



Secció III. Altres disposicions i actes administratius

ADMINISTRACIÓ DE LA COMUNITAT AUTÒNOMA CONSELLERIA DE TURISME I ESPORTS

19174

Resolució del President de l'ATB de dia 9 d'octubre de 2013, per la qual s'aproven les bases de la convocatòria per a la realització de convenis de col·laboració amb l'Agència de Turisme de les Illes Balears (ATB) en accions promocionals de les Illes Balears durant l'any 2014 en la modalitat de co-branding

La Conselleria de Turisme i Esports, mitjançant l'Agència de Turisme de les Illes Balears (d'ara endavant ATB), presenta una convocatòria pública dins d'un marc de col·laboració públicoprivada que permeti unir esforços i consolidar el posicionament de la marca als mercats i segments que s'estableixen al Pla Integral de les Illes Balears 2012-2015 (d'ara endavant PITIB), mitjançant l'aplicació del *co-branding* en accions promocionals en què participi l'ATB.

El *co-branding* és la unió estratègica de dues o més marques amb l'objectiu d'incrementar la seva imatge de marca i de potenciar-ne el valor i la rendibilitat.

Gràcies a la posada en marxa d'accions promocionals en modalitat de *co-branding*, les marques col·laboradores i les que gestiona l'ATB s'ajudaran recíprocament a assolir els seus objectius d'imatge i de comunicació. És una estratègia *win-win* que no només ofereix avantatges competitius, sinó que també permet capitalitzar la reputació de les marques associades i reduir costos.

L'objectiu d'aquesta convocatòria és la promoció efectiva de la destinació Illes Balears mitjançant la unió de marques d'organitzacions interessades a participar en la iniciativa amb les marques de la destinació gestionades per l'ATB (Mallorca, Menorca, Eivissa, Formentera i Palma). D'aquesta manera s'estableix una estratègia conjunta de reforç d'imatge, que potencia i enforteix el valor de les marques participants i els aporta un clar element diferenciador en el mercat. Així, els atributs més representatius de cada marca esdevenen *traccionadors* de la demanda cap a cada marca i cap al producte ofert. Entre els atributs de les marques de les Illes Balears en els diferents mercats figuren els següents: satisfacció, qualitat, gaudi, descoberta, coneixença, relaxació, entorn natural, destinació experiencial, familiar, sostenible, moderna i segura.

Entre les finalitats de l'ATB, d'acord amb l'article 2.5 del Decret 26/2012, de 30 de març, pel qual es reorganitza, reestructura i regula l'empresa pública encarregada de la promoció turística de les Illes Balears, cal destacar el foment i l'impuls d'iniciatives del sector turístic de cara a la promoció del turisme balear, així com la coordinació, l'impuls, la gestió i l'execució de les activitats de promoció turística interior i exterior.

Per tot això, una vegada aprovat pel Consell de Direcció de dia 25 de juliol de 2013, es dicten les següents:

BASES

1. Objecte

L'objecte d'aquesta convocatòria, pública i oberta, és oferir a empreses o a entitats privades nacionals i internacionals o a consells reguladors de denominacions d'origen de les Illes Balears que posseeixin marques comercials, l'oportunitat de col·laborar en les accions promocionals en què participi l'ATB el 2014, en la modalitat de *co-branding*.

L'òptic d'accions de l'ATB per al 2013 s'ajusta a la combinació marca/producte/mercat que es descriu al PITIB.

Les marques que concorrin a la convocatòria hauran de respondre a les necessitats d'imatge i de comunicació de les diferents marques que formen les Illes Balears.

2. Modalitats de co-branding

El *co-branding* és la unió estratègica de dues o més marques amb l'objectiu d'incrementar la seva imatge de marca i de potenciar-ne el valor i la rendibilitat.

Les modalitats de *co-branding* aplicables a aquesta convocatòria són:

**A) Shared Product Equity [equitat en producte compartit]:**

Socis en igualtat de condicions de marca (imatge i posicionament, però diferents productes que són complementaris) s'uneixen i ofereixen un producte diferenciat gràcies als beneficis de cada soci, amb la qual cosa es crea una identitat potent per a les dues marques.

B) Ingredient [ingredient]

Quan una marca dona suport al contingut o a part del contingut d'una altra marca o producte principal. La marca principal actua com a amfitrió i la marca secundària com a convidat.

C) Affinity [afinitat]

Les marques que s'associen comparteixen un benefici i/o atribut que permet potenciar el producte d'una manera més senzilla.

D) Value Chain [cadena de valor]

La unió de diverses marques que formen part d'una mateixa cadena de valor. Permet a les marques compartir objectius específics sobre la indústria i ampliar la relació amb els clients.

3. Termes i condicions de la col·laboració

La participació en aquesta convocatòria subjecta als principis de publicitat i de concurrència, suposa l'acceptació dels termes i condicions que s'estableixen en aquesta resolució.

En tot cas, correspon a l'ATB resoldre les qüestions relatives a aquesta convocatòria, així com els termes i condicions de col·laboració.

La coordinació de les accions, els termes específics d'ús de les marques de destinació, logotips i distintius, les responsabilitats, la gestió de les accions i la metodologia de treball s'establiran de mutu acord entre les parts mitjançant convenis de *co-branding* que se signaran amb les marques seleccionades amb posterioritat a la resolució d'aquesta convocatòria. El conveni s'haurà de signar en un termini màxim de dos mesos a partir de la data de la notificació de la resolució dictada pel president de l'ATB. En cas contrari, l'ATB podrà resoldre no dur a terme el conveni.

Les dues entitats (ATB i entitat col·laboradora) hauran de vetllar en tot moment per mantenir un comportament ètic i responsable en la utilització de les marques i hauran de protegir al màxim la bona imatge de totes dues entitats i de les marques que gestionen. Així mateix hauran de potenciar la seva imatge i valors positius.

En cas que, per causes d'operativitat, de funcionalitat, d'estratègia o pressupostàries, l'ATB decideixi no participar en alguna de les accions subscrites en algun dels acords signats, aquesta es compromet a compensar-ho d'una de les maneres següents:

- Substituir l'acció cancel·lada per una altra de característiques similars.
- Procedir a la devolució de l'espècie oferta i, per tant, resoldre el conveni.
- Realitzar de mutu acord una addenda al conveni.

En cap cas els col·laboradors seleccionats mitjançant aquesta convocatòria poden exigir participar amb caràcter exclusiu a les accions de *co-branding* en què s'inclouï la seva marca.

L'ATB només col·laborarà amb les despeses descrites a cadascuna de les accions de l'ANNEX II (accions ofertes per l'ATB).

4. Requisits dels sol·licitants

Podran sol·licitar la col·laboració totes aquelles empreses o entitats privades de caràcter nacional i internacional o consells reguladors de denominacions d'origen de les Illes Balears que tinguin la titularitat de les seves marques comercials i aquestes es trobin en vigor.

Les empreses sol·licitants, a canvi d'aquesta col·laboració, oferiran a l'ATB una espècie segons l'annex V i els imports mínims per acció sol·licitada indicats a l'ANNEX II. L'ATB en podrà disposar en els termes subscrits en l'oportú conveni de col·laboració mentre aquest es formalitzi i estigui en vigor.

Així mateix, per accedir a les accions classificades com a "Jornades directes" Grup B. "Col·laboració amb cellers i DO vinícoles", s'han de complir els requisits següents:

- Ser una empresa o entitat privada nacional, l'objecte social de la qual inclogui la producció vinícola i que aquest sigui un producte produït i elaborat dins del marc territorial de la Comunitat Autònoma de les Illes Balears.

- Consells reguladors de les denominacions d'origen vinícoles del marc territorial de la Comunitat Autònoma de les Illes Balears.

Les entitats que optin a l'acció "*Jornades directes*" Grup B. "*Col·laboració amb cellers i DO vinícoles*" només podran oferir, dins de l'apartat E5. de l'ANNEX V, "Productes elaborats amb matèries primeres de les Illes Balears", l'ítem "Ampolles de vi amb DO" que, com s'indica a l'ANNEX II, hauran de ser com a mínim 60 ampolles de vi que seran degustades pels assistents a l'esdeveniment i que correspondran a l'espècie lliurada com a aportació mínima de l'oferta. El transport des de les oficines de l'ATB fins al lloc de l'acció anirà a càrrec de l'ATB.

5. Accions promocionals ofertes per l'ATB en modalitat de *co-branding*

Les empreses o entitats interessades a realitzar acords de col·laboració en modalitat de *co-branding* podran optar a les accions que es detallen a l'ANNEX II d'aquestes bases, on es descriu tant l'acció com les característiques de la col·laboració que ofereix l'ATB.

Aquestes accions es classifiquen en modalitats d'accions:

1. Fires
 - Grup A. Gran format
 - Grup B. Producte
2. Jornades directes
 - Grup A. Col·laboració general
 - Grup B. Col·laboració amb cellers i DO vinícoles
3. Jornades inverses
4. Viatge de familiarització [*fam trip*]
5. Viatge de premsa [*press trip*]

Per a cadascuna de les accions a què vulguin optar hauran de fer una proposta de col·laboració mínima en espècie, segons els imports que s'indiquen a l'ANNEX II per a cada acció. En cas que no es proposi una col·laboració per aquest import mínim, la Comissió Tècnica exclourà la proposta del procés de valoració.

Les empreses o entitats podran optar a totes les accions que considerin adients, sempre que compleixin els requisits dels sol·licitants i els imports mínims que ofereixen.

6. Sol·licituds i documentació que cal presentar

Per tal de facilitar la valoració de les propostes dels sol·licitants, aquests hauran de presentar la documentació que es detalla a continuació.

Els sol·licitants hauran d'emprar els models d'annexos inclosos en aquestes bases, descrits a continuació i facilitats per correu electrònic des del Departament Jurídic de l'ATB. Els interessats els poden sol·licitar a les adreces de correu electrònic ibalfagon@atb.caib.es o lbuaades@atb.caib.es, o per telèfon als números 971 177 210 o 971 176 189.

Els interessats hauran de presentar una sol·licitud i un sobre amb tota la documentació tècnica (sobre 2) per a cadascuna de les marques per a les quals volen sol·licitar *el co-branding*. Així mateix, hauran de lliurar un ANNEX V i ANNEX VI per a cada acció a què volen optar en *co-branding*.

El fet d'emplenar de manera incompleta o amb errors els annexos serà motiu d'exclusió. Així mateix, no emplenar qualsevol apartat dels models annexos implicarà la no-qualificació d'aquest aspecte concret; és a dir, com que no es tindrà informació sobre aquest tema, no s'obtindrà nota en aquest/s criteri/s, cosa que repercutirà en el càlcul final del resultat.

Tota la documentació que es presenti haurà d'estar redactada en català o en castellà, llengües oficials de la Comunitat Autònoma de les Illes Balears. En cas que el sol·licitant la vulgui lliurar en qualsevol altre idioma, a més a més haurà de lliurar de manera obligatòria una traducció jurada o traducció d'organisme oficial en un dels dos idiomes oficials de les Illes Balears. Qualsevol documentació que no compleixi aquesta premissa s'exclourà del procés de valoració.

Tant la sol·licitud com la documentació inclosa al sobre 2 (Tècnic), s'hauran de lliurar en format imprès i en suport digital (disc compacte, memòria USB, etc.). Així mateix, per a cadascuna de les accions a què es vulgui optar, s'haurà de presentar un ANNEX V perquè la Comissió Tècnica pugui valorar l'oferta.

La documentació s'ha de presentar d'acord amb allò que es descriu als punts 6.1, 6.2 i 6.3 d'aquest apartat. La no-presentació de la documentació de la manera requerida serà motiu d'exclusió per part de la Comissió Tècnica.

No s'acceptaran els annexos que tinguin omissions, errors o ratllades que impedeixin entendre clarament la documentació, ni els que estiguin en suports digitals il·legibles en entorn Windows o que continguin virus, programari espia o programari maliciós. Els annexos s'hauran de



lliurar en el mateix format en què l'ATB els hagi facilitat (.xlsx per als fitxers d'Excel i .docx per als fitxers de Word; en cas que no es disposi de signatura digital, els fitxers docx. Word es podran lliurar en PDF).

6.1. Documentació que s'ha de presentar

- Sol·licitud (Annex I)
- Documentació administrativa (sobre 1)
- Documentació tècnica (sobre 2)

A) La sol·licitud de col·laboració es realitzarà mitjançant sol·licitud adreçada al president de l'ATB seguint el model d'ANNEX I (formulari de sol·licitud) inclòs en aquestes bases, en què ha de constar, de manera explícita, la informació següent:

- Dades de l'empresa o entitat sol·licitant.
- Al requadre blau, s'ha d'inserir el logotip de la marca sol·licitant.
- Nom de la marca pròpia per a la qual se sol·licita el *co-branding*.
- Activitat principal que desenvolupa l'empresa o l'entitat sol·licitant vinculada a la marca.
- Naturalesa de l'entitat sol·licitant: s'ha de marcar la casella de selecció pertinent per indicar si es tracta d'una empresa de naturalesa privada o d'un consell regulador d'una Denominació d'Origen.
- Dades del representant legal de l'entitat.
- Dades de la persona de contacte.
- Marca gestionada per l'Agència de Turisme de les Illes Balears per a la qual es demana el *co-branding*: s'ha de marcar la casella de selecció pertinent per indicar si es vol vincular a la marca Mallorca, a Menorca, a Eivissa, a Formentera, a Palma o a totes les marques en el seu conjunt (*All brands*). Només es pot seleccionar una de les marques indicades.
- S'han d'indicar les accions proposades per l'ATB per a les quals se sol·licita el *co-branding*: el codi de l'acció, així com el nom o el lloc de la mateixa (detallat a l'ANNEX II) i l'import en espècie que l'empresa col·laboradora ofereix per a cadascuna de les accions sol·licitades (impostos inclosos i en euros), sempre tenint en compte els mínims establerts a l'ANNEX II. Es poden indicar tantes accions com es vulgui, sempre que es presenti un ANNEX V i un ANNEX VI per a cadascuna, per tal que la Comissió Tècnica les pugui valorar.

L'incompliment d'un o de diversos d'aquests requisits (errors o omissions) serà motiu d'exclusió de la proposta per part de la Comissió Tècnica.

El lliurament de la sol·licitud tota sola no serà objecte de valoració, sinó que només servirà com a document formal de sol·licitud. No s'acceptaran les sol·licituds que incloguin omissions, errors o ratllades que impedeixin entendre clarament la proposta o que no incloguin els diferents sobres. Així mateix, també quedaran excloses les propostes que no compleixin els imports mínims en espècie indicats a l'ANNEX II per a cadascuna de les accions.

La marca a la qual es vulgui enllaçar l'acció indicada al formulari serà vinculant en el procés de valoració de l'oferta.

La sol·licitud ha de ser subscripta pel titular o el seu representant legalment acreditat, i s'ha de formular d'acord amb l'article 70 de la Llei 30/1992, de 26 de novembre, de règim jurídic de les administracions públiques i del procediment administratiu comú.

La sol·licitud (ANNEX I) haurà d'anar acompanyada de dos sobres tancats i independents (un per al bloc administratiu i l'altre per al bloc tècnic) amb la documentació que s'especifica a continuació i identificats, a l'exterior de cada sobre, amb les dades següents:

- Raó social
- Número de telèfon
- Adreça de correu electrònic
- Marca a què vol vincular la campanya
- Codi de les accions per a les quals sol·licita el *co-branding*

La sol·licitud (ANNEX I), juntament amb els dos sobres (administratiu i tècnic), serà el document sobre el qual s'efectuarà el registre d'entrada a l'organisme públic en què es realitzi, d'acord amb allò que s'estableix al punt 6.2 d'aquest apartat.

S'exclouran les sol·licituds que no adjuntin els dos sobres tancats i independents (documentació administrativa i tècnica) o el registre de les quals no s'hagi efectuat damunt de la sol·licitud (ANNEX I).

B) Sobre 1: Documentació administrativa

Amb caràcter general, en virtut del Decret 6/2013, de 8 de febrer, de mesures de simplificació documental dels procediments administratius, les persones jurídiques espanyoles que hagin format part d'un procés selectiu a l'ATB podran presentar l'annex A que s'adjunta a aquesta



convocatòria, en el qual s'indicarà el número d'expedient on hi ha la documentació administrativa inclosa als apartats 1 a 5 referits a l'apartat B.1. *Persones jurídiques espanyoles*.

Les persones jurídiques no espanyoles amb activitat a Espanya hauran de presentar tota la documentació establerta a l'apartat B.2

B.1. Persones jurídiques espanyoles

1. Original o fotocòpia confrontada o compulsada del certificat d'inscripció al registre corresponent (registre d'associacions, registre mercantil o altres, segons el tipus d'entitat), si s'escau. En el cas dels consells reguladors, han d'acreditar de manera fefaent aquesta condició.
2. Original o fotocòpia confrontada o compulsada dels estatuts de l'entitat dipositats al registre esmentat o degudament inscrita al Registre Mercantil, si s'escau.
3. Original o fotocòpia confrontada o compulsada de la documentació acreditativa de la capacitat de la persona que representa legalment l'entitat sol·licitant per actuar en nom seu, així com del seu DNI.
4. Original o fotocòpia confrontada o compulsada de la targeta d'identificació fiscal de l'entitat sol·licitant.
5. Original o fotocòpia confrontada de l'alta de la declaració censal de l'inici de l'activitat, alta de l'IAE amb l'epígraf corresponent.
6. Testimoni judicial, certificació administrativa o declaració responsable atorgada davant d'una autoritat administrativa o organisme professional qualificat o mitjançant acta de manifestacions davant de notari públic, de no estar sotmès a cap de les causes de prohibició per contractar amb l'Administració, d'acord amb l'article 60 del TRLCSP. Aquesta declaració responsable, o altres documents, ha d'incloure la manifestació expressa que l'empresa no incorre en cap dels supòsits a què fa referència la Llei 2/1996, de 19 de novembre, d'incompatibilitats dels membres del Govern i dels alts càrrecs de la CAIB.
7. Acreditació d'estar al corrent de les obligacions tributàries amb l'Administració autonòmica, estatal i amb la Seguretat Social, emeses pels organismes competents.
8. Acreditació de la titularitat i vigència de la marca en qüestió, mitjançant l'Oficina Espanyola de Patents i Marques o l'Organització Mundial de la Propietat Intel·lectual (OMPI).

B.2. Persones jurídiques no espanyoles amb activitat a Espanya

1. En cas que l'entitat pertanyi a un Estat membre de la UE, la capacitat jurídica de l'empresa s'acreditarà mitjançant la presentació de la constitució de l'entitat d'acord amb la normativa del seu país, i se'n faran constar els estatuts i l'acreditació corresponent, així com fotocòpia compulsada del CIF, totes dues traduïdes per intèrpret jurat o traducció oficial amb postil·la d'acord amb el Conveni de l'Haia de 1961.

2. En cas que l'entitat pertanyi a un estat que no és membre de la UE, la capacitat jurídica de l'entitat s'acreditarà mitjançant la documentació relativa a la sucursal o filial a Espanya de l'entitat, degudament inscrita al registre corresponent i fotocòpia compulsada del CIF.

3. En qualsevol dels dos casos anteriors, s'haurà d'acreditar la capacitat de la persona que representa legalment l'entitat sol·licitant per actuar en nom seu, així com presentar còpia compulsada del seu passaport/DNI, traduït per intèrpret jurat o traducció oficial amb la postil·la d'acord amb el Conveni de l'Haia de 1961.

Les empreses no espanyoles d'estats membres de la Unió Europea i la resta d'empresaris estrangers hauran de presentar la documentació que es detalla a continuació.

4. Testimoni judicial, certificació administrativa o declaració responsable atorgada davant d'una autoritat administrativa o organisme professional qualificat o mitjançant acta de manifestacions davant de notari públic, de no estar sotmès a cap de les causes de prohibició per contractar amb l'Administració segons l'ordenament jurídic espanyol i, per analogia, amb l'ordenament de l'estat al qual pertany.

Aquesta declaració responsable, o altres documents, ha d'incloure la manifestació expressa que l'empresa no incorre en cap dels supòsits a què fa referència la Llei 2/1996, de 19 de novembre, d'incompatibilitats dels membres del Govern i dels alts càrrecs de la CAIB.

5. Original o còpia compulsada de l'alta de la declaració censal, de l'inici d'activitat i de l'alta de l'impost d'activitats econòmiques, si s'escau.

6. Acreditació que la sucursal/filial, si s'escau, està al corrent de les obligacions tributàries amb l'Administració autonòmica, estatal i amb la Seguretat Social, mitjançant la presentació de la certificació oportuna, emesa per l'òrgan competent.

En cas que es tracti d'agent autoritzat per actuar en nom de l'entitat no resident que opera mitjançant oficina de representació, s'haurà d'aportar la certificació acreditativa corresponent d'estar al corrent de pagament amb l'Administració de l'Estat, l'autonòmica i la Seguretat Social, emesa per l'òrgan competent.

7. Acreditació de la titularitat i de la vigència de la marca en qüestió, mitjançant l'Oficina Espanyola de Patents i Marques o l'Organització Mundial de la Propietat Intel·lectual (OMPI)

El sobre 1, "Documentació administrativa", serà únic en cas que una mateixa entitat presenti diferents propostes tècniques.





C. Sobre 2: Documentació tècnica

La documentació següent s'ha de presentar tant en format imprès com en suport digital (memòria USB, disc compacte, etc.), d'acord amb allò que s'indica a la introducció d'aquest apartat 6:

1. ANNEX III, relatiu als criteris subjectius de valoració, degudament emplenat.
2. ANNEX IV: declaració jurada que certifica que les dades incloses a l'ANNEX III són certes, signada pel representant legal de l'entitat o per l'empresa propietària de la marca.
3. ANNEX V, relatiu als criteris objectius de valoració, degudament emplenat.
4. ANNEX VI: declaració jurada que certifica que l'import ofert en espècie a l'ANNEX V, impostos inclosos, s'adequa al preu de mercat.

Els annexos abans descrits seran els documents que, únicament i exclusivament, valorarà la Comissió Tècnica. Els sol·licitants hauran d'utilitzar els models d'annexos inclosos en aquestes bases.

Els interessats hauran de presentar una sol·licitud i sobre amb tota la documentació tècnica (sobre 2) per a cadascuna de les marques per a les quals volen sol·licitar el *co-branding*. Així mateix, hauran de lliurar un ANNEX V i un ANNEX VI per a cadascuna de les accions amb què vulguin optar a *co-branding*.

El fet d'emplenar de manera incompleta o amb errors els annexos serà motiu d'exclusió. Així mateix, no emplenar qualsevol apartat dels models annexos implicarà la no-qualificació d'aquest aspecte concret; és a dir, com que no es tindrà informació sobre aquest tema, no s'obindrà nota en aquest/s criteri/s, cosa que repercutirà en el càlcul final del resultat.

Tota la documentació que es presenti haurà d'estar redactada en català o en castellà, llengües oficials de la Comunitat Autònoma de les Illes Balears. En cas que es vulgui lliurar en qualsevol altre idioma, a més a més s'haurà de presentar de manera obligatòria una traducció jurada o traducció d'organisme oficial en un dels dos idiomes oficials de les Illes Balears. Qualsevol documentació que no compleixi aquesta premissa s'exclourà del procés de valoració.

Tant la sol·licitud com la documentació inclosa al sobre 2 (Tècnic), s'haurà de lliurar en format imprès i en suport digital (disc compacte, memòria USB, etc.). Així mateix, per a cadascuna de les accions a què es vulgui optar s'haurà de presentar un ANNEX V per tal que la Comissió Tècnica pugui valorar l'oferta.

La documentació s'ha de presentar d'acord amb allò que es descriu als punts 6.1, 6.2 i 6.3 d'aquest apartat. La no-presentació de la documentació de la manera requerida serà motiu d'exclusió per part de la Comissió Tècnica.

No s'acceptaran els annexos que tinguin omissions, errors o ratllades que impedeixin entendre clarament la documentació, ni els que estiguin en suports digitals il·legibles en entorn Windows o que continguin virus, programari espia o programari maliciós. Els annexos s'hauran de lliurar en el mateix format en què l'ATB els hagi facilitat (.xlsx per als fitxers d'Excel i .docx per als fitxers de Word; en cas que no es disposi de signatura digital, els fitxers docx. Word es podran lliurar en PDF).

6.2. Lloc de presentació de la documentació

Les sol·licituds de col·laboració (ANNEX I) s'hauran de presentar al registre de l'ATB (C/ Rita Levi, s/n - Parc Bit, Edifici ATB - 07121 Palma de Mallorca) o als llocs que preveu l'article 38 de la Llei 30/1992. En aquest darrer cas, s'ha d'enviar al fax 971 784 600 o a l'adreça de correu electrònic lbuades@atb.caib.es o a ibalfagon@atb.caib.es, un escrit que justifiqui la data de tramesa de la sol·licitud.

No s'acceptaran les sol·licituds o documentació que s'hagin enviat per correu electrònic a qualsevol de les adreces de correu electrònic de l'ATB.

Així mateix, quan la documentació s'envii per correu ordinari o a un altre registre que no sigui l'ATB, l'entitat haurà de justificar la data d'imposició de la tramesa a l'oficina de correus o al registre i anunciar a l'adreça de l'ATB la remesa de la proposta el mateix dia a través de qualsevol dels mitjans permesos (fax o correu electrònic).

6.3. Termini de presentació de la documentació

El termini de presentació de les sol·licituds és de 30 dies naturals comptats a partir de l'endemà de la publicació d'aquesta convocatòria al Butlletí Oficial de les Illes Balears (BOIB).

7. Revisió de documentació administrativa i la seva esmena

L'Àrea de Serveis Generals de l'ATB examinarà la documentació administrativa corresponent al sobre n. 1. En cas que sigui necessari esmenar algun document de caràcter administratiu, la Direcció de l'ATB requerirà a l'entitat interessada per escrit, via fax o correu



electrònic, la documentació administrativa que falta i li concedirà un termini de deu dies naturals per a la seva presentació, amb l'advertència expressa que, en cas que no ho presenti, se la considerarà desistida i se n'arxivarà la sol·licitud, d'acord amb allò que estableix l'article 71 de la Llei 30/1992.

El requeriment de la documentació es realitzarà per mitjà electrònic o per fax i en quedarà constància a l'expedient.

Pel que fa a la documentació del sobre n. 2, es valorarà amb la documentació aportada en el moment de finalització del termini establert i no serà possible esmenar-la. Ara bé, la Comissió Tècnica podrà sol·licitar els aclariments que consideri necessaris a través de qualsevol mitjà que permeti deixar-ne constància a l'expedient. En aquest cas, només es podran admetre aclariments de documents que ja constin a la proposta i no documentació nova que no s'hagi presentat abans de la finalització del termini establert.

8. Valoració de les propostes

La valoració de les propostes es durà a terme per part de la Comissió Tècnica nomenada pel president de l'ATB a proposta de la Direcció de l'ATB, que avaluarà les sol·licituds d'acord amb el procediment que s'indica a continuació.

Per procedir a la seva avaluació, les propostes presentades es classificaran:

1r. Segons la marca per a la qual se sol·licita la vinculació:

- Mallorca
- Menorca
- Ibiza
- Formentera
- Palma de Mallorca
- All brand

2n. Dins de cadascun dels grups anteriors, les sol·licituds es classificaran segons l'acció concreta per a la qual s'ha sol·licitat la col·laboració. A l'ANNEX II es detallen les accions i les característiques de cadascuna.

Per tant, això suposa que les valoracions es faran de manera transversal entre totes les sol·licituds presentades a una mateixa marca concreta (1r pas) per a una mateixa acció (2n pas).

3r. Una vegada classificades, es procedirà a comprovar si el formulari de sol·licitud (ANNEX I) s'ha emplenat de manera correcta d'acord amb els requisits de l'apartat 6.1 d'aquestes bases. Així mateix, es verificarà si tant la sol·licitud com la resta de documentació tècnica (apartat 6.1) s'ha presentat tant en format imprès com en suport digital, d'acord amb l'apartat 6 d'aquestes bases.

4t. A continuació, es procedirà a realitzar la valoració dels criteris subjectius (ANNEX III), que han d'anar acompanyats de la declaració jurada corresponent (ANNEX IV).

Les propostes que obtinguin menys de **25 punts** en aquest apartat (criteris subjectius) **seran desestimades**, ja que es considera que no compleixen els requisits mínims d'idoneïtat i d'adequació als valors que transmet la marca sol·licitant en relació amb les marques que gestiona l'ATB.

5è. A continuació, es procedirà a realitzar la valoració dels criteris objectius (ANNEX V), que han d'anar acompanyats de la declaració jurada corresponent (ANNEX VI).

6è. Per últim, se sumaran les dues puntuacions, amb la qual cosa s'obtindrà el resultat final i la Comissió Tècnica realitzarà l'informe preceptiu.

RESUM

CRITERI	PUNTUACIÓ
Criteris subjectius	50
Criteris objectius	50
PUNTUACIÓ TOTAL	100



8.1 Criteris subjectius (ANNEX III)

Les entitats o empreses que es presentin a la convocatòria hauran d'emplenar l'ANNEX III relatiu a la marca per a la qual sol·liciten el *co-branding*. La valoració de criteris subjectius tindrà una qualificació màxima de **50 punts**.

DESCRIPCIÓ DE L'ANNEX III**Desglossament de la puntuació dels criteris subjectius**

COD	CRITERI	PUNTUACIÓ PARCIAL
A.1	Identitat	10
A.2	Imatge	15
A.3	Posicionament	15
	PUNTUACIÓ TOTAL CRITERIS SUBJECTIUS	50

Encapçalament:

- A la part superior esquerra (quadre amb fons blau), s'ha d'inserir la imatge corresponent a la marca fent clic damunt de la icona.
- S'han d'emplenar les dades sol·licitades referents a l'entitat o empresa (nom comercial, nom fiscal, CIF, sector al qual pertany)
- Casella blanca: marca per a la qual se sol·licita la col·laboració en modalitat de *co-branding*. D'acord amb el PITIB, es pot seleccionar qualsevol de les 5 marques que gestiona l'ATB o, si es prefereix, la casella "All brands" [totes les marques]. La campanya únicament es podrà vincular de manera concreta a una de les 5 marques o a "all brands" en general. S'ha de marcar la casella de selecció que es vulgui.

Aquesta casella és vinculant a la marca seleccionada al formulari de sol·licitud ANNEX I, per tant ha de coincidir a tots dos documents. Així mateix, la selecció de la destinació és vinculant a la classificació per marca i, per tant, als imports màxims de sol·licitud.

A1. Identitat (missió)

La identitat de marca és un conjunt d'associacions de marca que un estrateg de marca aspira a crear i a mantenir. Aquestes associacions representen allò que la marca vol dir i impliquen una promesa cap al consumidor per part dels membres de l'organització (*brand promise*). La identitat de marca és una aposta estratègica per crear valor de marca (amb la generació de qualitat percebuda, de lleialtat de marca, de notorietat de marca i d'associacions de marca).

a) Mercat d'influència de la marca que sol·licita la col·laboració. Aquí s'ha de marcar la casella de selecció pertinent. Només s'hi reflecteixen els mercats que s'estableixen al Pla Integral de Turisme de les Illes Balears 2012-2015 (PITIB).

En cas que la marca només tingui com a mercat d'influència el mercat balear, no es pot seleccionar el mercat espanyol.

b) Promesa de marca envers el consumidor del producte: entesa com el/s concepte/s que la marca ofereix com a estàndard als seus clients i que la diferencia/en de la seva competència. S'ha de poder transmetre mitjançant un breu *claim*.

c) Valor de marca:

- Lleialtat de marca: entesa com la mesura en què els consumidors tendeixen a adquirir repetidament productes de la mateixa marca en detriment dels seus competidors. Es valorarà el percentatge del grau de fidelització de la marca.
- Notorietat de marca: reflecteix la presència de la marca en la ment dels consumidors. Es poden mesurar diferents dimensions de la notorietat d'una marca:

- Reconeixement: % de consumidors que han sentit parlar de la marca.
- Record: % de consumidors que recorden la marca entre diverses marques.
- *Top of mind*: % de consumidors que recorden la marca com a primera opció.
- Domini de marca: % de consumidors que només recorden la marca.
- Familiaritat de marca: % de consumidors a qui els resulta familiar la marca.
- Coneixement de marca: % de consumidors que tenen una opinió formada sobre la marca.
- Nivell de penetració: % de mitjana de tots els conceptes anteriors.

- Qualitat de marca: entesa com els beneficis funcionals i emocionals que es volen transmetre.

- Beneficis funcionals: valors objectius creats per l'ús o l'adquisició del producte.
- Beneficis emocionals: valors subjectius creats per les sensacions produïdes per l'ús o l'adquisició del producte.

- Associacions de marca: conjunt de vinculacions que els consumidors estableixen amb una marca.



- Prescriptor: si la marca està vinculada a alguna persona popular que la recomana. S'ha de marcar la casella de selecció pertinent.
- Celebritat: si la persona que actua com a prescriptor de la marca és una persona de renom. S'ha de marcar la casella de selecció pertinent.
- Nom: nom de la celebritat que actua com a prescriptor.
- Símbol: si la marca està vinculada a alguna icona o símbol reconegut (Ex.: Apple>poma, Línia Directa Seguros>telèfon vermell, Génesis Seguros>eriçó, 11822 informació Telefónica>tidós, Frosties de Kellogg's>lleó). S'ha de marcar la casella de selecció pertinent.
- Descripció del símbol

- Personalitat de marca: conjunt de característiques humanes associades a la marca per part de l'entitat que la gestiona.

- Sexe: s'ha de seleccionar home, dona o tots dos gèneres marcant la casella de selecció pertinent.
- Edat: s'ha de marcar la casella de selecció corresponent al segment d'edat pertinent.
- Nivell socioeconòmic: s'ha de seleccionar entre segment baix (B), mitjà-baix (MB), mitjà (M), mitjà-mitjà (MM), mitjà-alt (MA) o alt (A). Per fer-ho, s'ha de marcar la casella de selecció pertinent.
- Nivell d'estudis: s'ha de marcar la casella de selecció pertinent.
- Estil de vida: es basa en el model VALS (*Values and Life Styles*), desenvolupat per Arnold Mitchell al Stanford Research Institute (1978). S'adjunta document amb l'explicació de la segmentació a l'ANNEX VII. S'ha de marcar la casella de selecció pertinent.
- Atributs: característiques amb què la marca aspira a ser relacionada. S'ha de marcar la casella de selecció pertinent.

Per tant, per la totalitat d'aquest criteri es podran obtenir com a màxim **10 punts**.

A2. Imatge (visió)

La imatge de marca, en oposició a la identitat, que és una estratègia, és com la marca és percebuda realment pels consumidors. Mentre que la identitat implica una aposta estratègica, la imatge és un estat actual de percepcions. També es podria definir com a experiència de marca, la suma d'experiències que un client té d'una determinada marca.

a. Percepció que el consumidor té de la marca:

- Atributs: conceptes amb què el consumidor relaciona la marca. S'ha de marcar la casella de selecció pertinent.
- Beneficis percebuts: entesos com l'experiència de marca, la suma d'experiències que el client percep de la marca.
- Benefici emocional: valors objectius creats per l'ús o l'adquisició del producte percebuts pel consumidor.
- Benefici funcional: valors subjectius creats per les sensacions produïdes per l'ús o l'adquisició del producte percebuts pel consumidor.

Per tant, per la totalitat d'aquest criteri es podran obtenir com a màxim **15 punts**.

A3. Posicionament (valors)

És el lloc que ocupa, en la percepció mental del públic objectiu, una marca i que la distingeix en relació amb la competència, cosa que ofereix un avantatge competitiu. El posicionament de marca inclou uns objectius de comunicació molt concrets i un públic objectiu determinat.

- a) Objectius de comunicació que la marca hagi assolit fins al moment.
- b) Públic objectiu en què està posicionada actualment la marca.

- Sexe: s'ha de seleccionar home, dona o tots dos gèneres marcant la casella de selecció pertinent.
- Edat: s'ha de marcar la casella de selecció corresponent al segment d'edat pertinent.
- Nivell socioeconòmic: s'ha de seleccionar entre segment baix (B), mitjà-baix (MB), mitjà (M), mitjà-mitjà (MM), mitjà-alt (MA) o alt (A). Per fer-ho, s'ha de marcar la casella de selecció pertinent.
- Nivell d'estudis: s'ha de marcar la casella de selecció pertinent.
- Estil de vida: es basa en el model VALS (*Values and Life Styles*), desenvolupat per Arnold Mitchell al Stanford Research Institute (1978). S'adjunta document amb l'explicació de la segmentació a l'ANNEX VII. S'ha de marcar la casella de selecció pertinent.
- Cicle de vida del públic objectiu: s'ha de seleccionar el segment d'acord amb allò que s'estableix a les caselles de selecció.
- Aficions i motivacions: en termes de preferències associades al públic objectiu que en complementin la segmentació.



c) Quota de mercat: % del mercat que domina una marca respecte del total.

- De la meva marca (del sol·licitant)
- Del líder del mercat per a la meva categoria (en cas que la marca sol·licitant del *co-branding* sigui la líder del mercat, s'ha d'indicar el mateix % del punt anterior)

d) Aspectes que estableixin la diferenciació de la marca respecte a la competència: qualsevol referència a atributs propis de la marca o percebuts pel consumidor, característiques del públic objectiu en què està posicionada la marca o referències que siguin un fet diferenciador davant de la competència.

Per tant, per la totalitat d'aquest criteri es podran obtenir com a màxim **15 punts**.

L'ANNEX III ha d'anar acompanyat de l'ANNEX IV, declaració jurada que certifiqui que les dades incloses a l'ANNEX III són certes, signada pel representant legal de l'entitat o de l'empresa propietària de la marca.

En cas d'optar a diverses accions amb ofertes en espècie, només s'ha de presentar un ANNEX III i un ANNEX IV per marca, ja que s'utilitzarà la mateixa qualificació per a la valoració global.

8.2 Criteris objectius (ANNEX V)

Les entitats o empreses que es presentin a la convocatòria hauran d'emplenar l'ANNEX V relatiu a l'oferta en espècie que realitzen a l'ATB **per a cadascuna de les accions a què opten per a l'obtenció del co-branding**. És a dir, si volen optar a 4 accions diferents hauran de lliurar 4 ANNEXOS V i 4 ANNEXOS VI. La valoració de criteris objectius tindrà una qualificació màxima de **50 punts**.

Descripció de l'ANNEX V

A. Encapçalament:

- A la part superior esquerra (quadre amb fons blau), s'ha d'inserir la imatge corresponent a la marca fent clic damunt de la icona.
- S'han d'emplenar les dades sol·licitades referents a l'entitat o empresa (nom comercial, nom fiscal, CIF, sector al qual pertany)
- S'ha d'indicar el codi de l'acció a què s'opta en modalitat de *co-branding* (cercle taronja). Només es pot indicar una de les accions a cada ANNEX V.

Els codis de cadascuna de les accions es poden consultar a l'ANNEX II d'aquestes bases.

DESGLOSSAMENT DE LA PUNTUACIÓ DELS CRITERIS OBJECTIUS

	CRITERI	PUNTUACIÓ PARCIAL	VALORACIÓ SOBRE LA PUNTUACIÓ FINAL
E1.	Serveis d'allotjament	100	8
E2.	Serveis de desplaçament	100	8
E3.	Serveis d'àpat i serveis de restauració	100	8
E4.	Activitats relacionades amb una categoria de producte	100	8
E5.	Productes elaborats amb matèries primeres de les Illes Balears	100	8
E6.	Import total ofert	125	10
	Puntuació total	625	50

Un cop obtinguda la puntuació total de la proposta s'aplicarà la següent fórmula:

$$Pf = \frac{(Po * Pm)}{Ptc}$$

Pf = Puntuació final

Po = Puntuació obtinguda en els criteris objectius

Ptc = Puntuació total dels criteris objectius (625 punts)



Pm = Puntuació màxima que es pot assignar per criteris objectius (50 punts)

Per a tots els càlculs de les puntuacions s'agafaran com a màxim dos decimals.

Les dades indicades a l'ANNEX V seran vinculants a la signatura del conveni i el sol·licitant no les podrà modificar ja que formen part de la seva proposta.

E1. Serveis d'allotjament

a) *Tipologia de l'allotjament*: s'hi ha d'indicar la tipologia d'allotjament relacionat amb la categoria que s'ofereix. S'ha de marcar la casella de selecció pertinent. Es podran seleccionar tots els ítems que es vulguin oferir, per als que com a màxim es podran obtenir **30 punts**.

TIPOLOGIA*	PUNTUACIÓ
Hotel 4*	7
Hotel 5*	8
Hotel 5*GL	9
Turisme rural	6

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

b) *Règim*: s'ha d'indicar el règim que s'ofereix marcant la casella de selecció pertinent. Es podran seleccionar tots els ítems que es vulguin oferir encara que com a màxim es podran obtenir com a màxim **10 punts**.

RÈGIM	PUNTUACIÓ
Habitació i esmorzar	4
Mitja pensió (MP)	6

Així mateix, s'ha de fer una descripció breu de l'espècie a títol informatiu, no puntuable.

c) *Disponibilitat temporal de l'oferta*: s'han d'indicar els mesos en què estarà disponible l'oferta marcant la casella de selecció pertinent. Es podran seleccionar tots els ítems que es vulguin oferir encara que com a màxim es podran obtenir **30 punts**.

MESOS	PUNTUACIÓ
Gener	1,5
Febrer	3
Març	3
Abril	3,5
Maig	3,5
Juny	3,5
Juliol	0,5
Agost	0,5
Setembre	3,5
Octubre	3,5
Novembre	3
Desembre	1

d) *Mercat en què es disposarà de l'oferta*: s'ha d'indicar el mercat per al qual estarà disponible l'oferta marcant la casella de selecció pertinent. Es podran seleccionar tots els ítems que es vulguin oferir encara que com a màxim es podran obtenir **30 punts**.





MERCAT	PUNTUACIÓ
Espanya (península)	4
Regne Unit	3
Alemanya	3,5
França	1
Itàlia	0,5
Suïssa	0,2
Dinamarca	1
Bèlgica	1
Àustria	0,2
Irlanda	0,1
Països Baixos	1
Portugal	0,1
Noruega	0,2
Suècia	1
Finlàndia	0,2
Rússia	1,5
Mallorca*	4
Menorca*	2,5
Eivissa*	3
Formentera*	2

***En cas de seleccionar Mallorca, Menorca, Eivissa o Formentera, no es podrà seleccionar de manera simultània el mercat espanyol, llevat en cas que l'oferta que es realitzi també sigui per a la resta del mercat nacional (península).**

Per tant, per la totalitat d'aquest criteri es podran obtenir com a màxim **100 punts**.

E2. Serveis de desplaçament

a) *Tipologia del transport*: s'ha d'indicar la tipologia de transport relacionat amb la categoria que s'ofereix marcant la casella de selecció pertinent. Es podran seleccionar tots els ítems que es vulguin oferir, per als que como a màxim es podran obtenir **40 punts**.

MERCAT	PUNTUACIÓ
Transport marítim* de persones	5
Transport marítim* de vehicles	2
Transport terrestre discrecional	9
Transport terrestre - vehicles de lloguer	4
Transport aeri de passatgers interilles	5
Transport aeri de passatgers nacional	7
Transport aeri de passatgers internacional	8





***Per al transport marítim només es podran oferir trajectes entre la Península i les Balears o interilles.**

Així mateix, s'ha de realitzar una descripció breu de l'espècie a títol informatiu, no puntuable.

b) Disponibilitat temporal de l'oferta: s'han d'indicar els mesos en què estarà disponible l'oferta marcant la casella de selecció pertinent. Es podran seleccionar tots els ítems que es vulguin oferir encara que como a màxim es podran obtenir **30 punts**.

MESOS	PUNTUACIÓ
Gener	1,5
Febrer	3
Març	3
Abril	3,5
Maig	3,5
Juny	3,5
Juliol	0,5
Agost	0,5
Setembre	3,5
Octubre	3,5
Novembre	3
Desembre	1

c) Mercat en què es disposarà de l'oferta: s'ha d'indicar el mercat per al qual estarà disponible l'oferta marcant la casella de selecció pertinent. Per al transport marítim o aeri s'haurà de seleccionar la destinació del trajecte de l'oferta; mentre que per al transport terrestre se seleccionarà el mercat o destinació on podran fer ús de l'oferta. Es podran seleccionar tots els ítems que es vulguin oferir encara que, com a màxim es podran obtenir **30 punts**.

MERCAT	PUNTUACIÓ
Espanya (península)	4
Regne Unit	3
Alemanya	3,5
França	1
Itàlia	0,5
Suïssa	0,2
Dinamarca	1
Bèlgica	1
Àustria	0,2
Irlanda	0,1
Països Baixos	1
Portugal	0,1
Noruega	0,2
Suècia	0,5
Finlàndia	0,2
Rússia	2





MERCAT	PUNTUACIÓ
Mallorca*	4
Menorca*	2,5
Eivissa*	3
Formentera*	2

*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, per la qual cosa no es podrà seleccionar de manera simultània el mercat espanyol, llevat en cas que l'oferta que es realitzi també sigui per a la resta del mercat nacional.

Per tant, per la totalitat d'aquest criteri es podran obtenir com a màxim **100 punts**.

E3. Serveis d'àpats i serveis de restauració

a) *Tipologia del servei*: s'ha d'indicar la tipologia del servei en relació amb l'oferta marcant la casella de selecció pertinent. Es podran seleccionar tots els ítems que es vulguin oferir, per als que com a màxim es podran obtenir **25 punts**.

TIPOLOGIA	PUNTUACIÓ
Servei d'àpats: preparació, transport i servei a l'acte	10
Servei concertat en un restaurant concret (només es podran oferir dinars i sopars)	15

Així mateix, s'ha de realitzar una descripció breu de l'espècie a títol informatiu, no puntuable.

b) *Disponibilitat temporal de l'oferta*: s'han d'indicar els mesos en què estarà disponible l'oferta marcant la casella de selecció pertinent. Es podran seleccionar tots els ítems que es vulguin oferir encara que com a màxim es podran obtenir **30 punts**.

MESOS	PUNTUACIÓ
Gener	1,5
Febrer	3
Març	3
Abril	3,5
Maig	3,5
Juny	3,5
Juliol	0,5
Agost	0,5
Setembre	3,5
Octubre	3,5
Novembre	3
Desembre	1

c) *Mercat on es disposarà de l'oferta*: s'ha d'indicar el mercat per al qual estarà disponible l'oferta marcant la casella de selecció pertinent. Es podran seleccionar tots els ítems que es vulguin oferir encara que, com a màxim es podran obtenir **45 punts**.

MERCAT	PUNTUACIÓ
Espanya (península)	7
Regne Unit	4
Alemanya	5,5
França	3





MERCAT	PUNTUACIÓ
Itàlia	2,5
Suècia	3
Països Baixos	3
Dinamarca	3
Illes Balears	14

***En cas de seleccionar les Illes Balears no es podrà seleccionar el mercat espanyol de manera simultània, llevat en cas que l'oferta que es realitzi també sigui per a la resta del mercat nacional.**

Per tant, per la totalitat d'aquest criteri es podran obtenir com a màxim **100 punts**.

E4. Activitats relacionades amb una categoria de producte

a) *Tipologia de la jornada oferta*: s'ha d'indicar la tipologia de la jornada oferta en relació amb les categories de producte del Pla Integral de Turisme de les Illes Balears (2012-2015) marcant la casella de selecció pertinent. Es podran seleccionar tots els ítems que es vulguin oferir, per als que com a màxim es podran obtenir **70 punts**.

TIPOLOGIA	PUNTUACIÓ
Jornada gastronòmica (<i>show cooking</i>) amb degustació	12
Jornada enològica (visita guiada a cellers) amb tast de vins de les Illes Balears	10
Jornada de turisme actiu que inclou activitats a espais naturals	4
Jornada d'esport: reunió tècnica de golf amb instructor o de cicloturisme amb instructor	5
Jornades de lleure: entrades per a grans esdeveniments culturals	8
Jornada de <i>wellness</i> : entrades + tractament en un <i>spa</i>	6
Jornada de natura que inclogui activitats relacionades amb les línies de producte d'aquesta categoria	7
Jornada de MICE: lloguer d'espais/sales per a la realització d'actes	9
Jornada cultural: visita guiada al casc antic de Palma, de Maó, de Ciutadella, Dalt Vila o Sant Francesc	9

Així mateix, s'ha de realitzar una descripció breu de l'espècie a títol informatiu, no puntuable.

b) *Disponibilitat temporal de l'oferta*: s'han d'indicar els mesos en què estarà disponible l'oferta marcant la casella de selecció pertinent. Es podran seleccionar tots els ítems que es vulguin oferir encara que, com a màxim es podran obtenir **30 punts**.

MESOS	PUNTUACIÓ
Gener	1,5
Febrer	3
Març	3
Abril	3,5
Maig	3,5
Juny	3,5
Juliol	0,5
Agost	0,5
Setembre	3,5





MESOS	PUNTUACIÓ
Octubre	3,5
Novembre	3
Desembre	1

c) *Mercat on es disposarà de l'oferta*: en aquest cas l'oferta s'ha de realitzar només per al marc territorial de les Illes Balears.

Per tant, per la totalitat d'aquest criteri es podran obtenir com a màxim **100 punts**.

E5. Productes elaborats amb matèries primeres de les Illes Balears

a) *Tipologia dels productes oferts*: s'ha d'indicar la tipologia dels productes elaborats amb matèries primeres de les Illes Balears que s'ofereixen, marcant la casella de selecció pertinent. Es podran seleccionar tots els ítems que es vulguin oferir, per als que com a màxim es podran obtenir **100 punts**.

TIPOLOGIA	PUNTUACIÓ
Ampolles de vi amb Denominació d'Origen	16
Ampolles d'oli	14
Begudes espirituoses	6
Formatge	10
Sobressada	10
Olives, ametlles o derivats	8
Sal marina	10
Postres típiques	12
Productes artesans*	14

***Producte realitzat per artesans amb tècniques tradicionals.**

Així mateix, s'ha de realitzar una descripció breu de l'espècie a títol informatiu, no puntuable.

a) *Disponibilitat temporal de l'oferta*: els productes s'han de lliurar d'acord amb allò que s'acordi a la signatura del conveni.

b) *Mercat on es disposarà de l'oferta*: en aquest cas l'oferta s'ha de realitzar només per al marc territorial de les Illes Balears.

Per tant, per la totalitat d'aquest criteri es podran obtenir com a màxim **100 punts**.

E6. Import total ofert

El càlcul de la puntuació es realitzarà sobre la suma total dels imports oferts per cada criteri de la manera següent.

A l'import total màxim ofert se li atorgarà la puntuació màxima i la resta de propostes la seguiran de manera proporcional d'acord amb la fórmula següent:

$$Pf = \frac{(Io * Pm)}{Imo}$$

Pf = Puntuació final

Io = Import total ofert per criteris objectius

Im = Import total màxim ofert entre totes les ofertes presentades

Pm = Puntuació màxima que s'assigna per criteris objectius (125 punts)

Per tant, per la totalitat d'aquest criteri es podran obtenir com a màxim **125 punts**

L'ANNEX V ha d'anar acompanyat de l'ANNEX VI, declaració jurada que certifiqui que l'import ofert en espècie a l'ANNEX V, impostos inclosos, s'adequa al preu de mercat.



No s'acceptaran espècies diferents a les indicades anteriorment i exposades a l'ANNEX V; de fet, serà motiu d'exclusió. Les característiques i imports indicats a l'annex V seran vinculants a la signatura del conveni, sense possibilitat de modificació per part del sol·licitant de la col·laboració.

Les entitats que optin a l'acció "Jornades directes" Grup B. "Col·laboració amb cellers i DO vinícoles" només podran oferir, dins de l'apartat E5, de l'ANNEX V "Productes elaborats amb matèries primeres de les Illes Balears", l'ítem "Ampolles de vi amb DO" que, com s'indica a l'ANNEX II, hauran de ser com a mínim 60 ampolles de vi que seran degustades pels assistents a l'esdeveniment i que correspondran a l'espècie lliurada com a aportació mínima de l'oferta. El transport des de les oficines de l'ATB fins al lloc de l'acció anirà a càrrec de l'ATB.

La Comissió Tècnica de l'ATB es reserva el dret a no acceptar les sol·licituds de participació quan aquestes no contribueixin, segons el seu criteri, a assolir la consecució dels fins i dels objectius per als quals ha estat concebuda aquesta convocatòria pública o que no estiguin alineades amb els objectius globals de promoció turística de l'ATB i/o amb els valors de les marques turístiques que representa, reflectits al PITIB.

Així mateix, es descartaran les sol·licituds de les marques que projectin valors que puguin deteriorar la imatge, la identitat o el posicionament de les marques que gestiona l'ATB.

9. Comissió Tècnica

La Comissió Tècnica per a la valoració de les propostes presentades en aquesta convocatòria serà nomenada pel president de l'ATB, a proposta de la Direcció de l'ATB.

Aquesta comissió estarà formada per un màxim de 5 membres d'entre el personal tècnic d'àrees de l'ATB, i el seu president serà el director gerent de l'ATB. En cas que sigui necessari, es comptarà amb l'ajuda de tècnics externs.

10. Fases posteriors

Una vegada finalitzada la fase d'examen de la documentació administrativa, i simultàniament a la revisió de la documentació tècnica per part de la Comissió, la Secretaria de les Comissions Executives Insulars enviarà una relació de les empreses o entitats que han presentat propostes a aquesta convocatòria a cadascuna de les marques perquè n'estiguin assabentades. Aquesta relació es podrà consultar a la seu de l'ATB els 5 dies naturals posteriors a la seva comunicació.

A continuació la Comissió Tècnica realitzarà la valoració final, una vegada realitzat l'informe tècnic preceptiu de totes les sol·licituds que s'eleva a la Direcció de l'ATB, la qual proposarà al president la resolució per aprovar la realització dels acords de col·laboració en modalitat de *co-branding*.

Una vegada dictada la resolució d'aprovació de la col·laboració, l'ATB iniciarà els tràmits administratius per formalitzar el conveni de col·laboració oportú amb cada entitat.

Aquest conveni s'haurà de signar en els dos mesos posteriors a la data de la resolució dictada pel president de l'ATB. En cas contrari, l'ATB podrà resoldre no dur a terme el conveni esmentat.

Les condicions d'ús de la/les marca/marques de les Illes Balears d'acord amb el *Manual d'usos de les marques de destinació* de l'ATB s'establiran al conveni de *co-branding* que se signarà amb les entitats o empreses titulars de les marques col·laboradores. Les aportacions en espècie que realitzin les empreses col·laboradores a l'ATB en contraprestació a la seva participació a l'les activitat/s de *co-branding* serviran com a aportació que es farà servir per a d'altres serveis de l'ATB, és a dir, mentre estigui en vigència el conveni subscrit, totes les aportacions revertiran en més accions promocionals que dugui a terme l'ATB.

11. Protecció de dades

D'acord amb la Llei orgànica 15/1999, de 13 de desembre, de protecció de dades de caràcter personal, els sol·licitants són informats i accepten la incorporació de les dades que faciliten als fitxers que creï l'ATB.

Les entitats sol·licitants estan obligades a complir allò que estableix la Llei orgànica 15/1999, de 13 de desembre (LOPD), i el Reial Decret 1720/2007, de 21 de desembre, pel qual s'aprova el reglament de desenvolupament de la LOPD, en relació amb les dades personals a què tinguin accés durant la vigència dels convenis que es realitzin a causa del desenvolupament i de l'execució d'aquesta convocatòria.

12. Confidencialitat

Qualsevol informació confidencial que l'ATB reveli a l'entitat amb què formalitzi accions de *co-branding* durant la vigència dels convenis, s'haurà de mantenir amb caràcter estrictament confidencial i el receptor es compromet a utilitzar-la únicament per a la finalitat per a la qual l'emissor li hagi revelat aquesta informació, llevat en cas d'imperatiu legal.



El receptor protegirà la informació confidencial de l'emissor contra qualsevol ús no autoritzat o revelació a tercers, de la mateixa manera que protegeix la seva informació confidencial. L'accés a aquesta informació quedarà restringit només a aquells treballadors de l'entitat col·laboradora que l'hagin de conèixer per complir amb el *co-branding*.

13. Règim jurídic aplicable

Les qüestions de litigis que puguin sorgir entre les parts, relacionades amb els efectes, l'execució i l'extinció del contracte, seran competència de l'ordre jurisdiccional civil. Abans de la interposició de la demanda oportuna s'haurà d'interposar, d'acord amb l'article 61 de la Llei 3/2003, de 26 de març, de règim jurídic de l'Administració de la Comunitat Autònoma de les Illes Balears, la reclamació prèvia a la via judicial.

14. Eficàcia

Aquesta resolució és efectiva des de l'endemà de la seva publicació al BOIB.

15. Llengües d'utilització en aquest procediment

Tota la documentació administrativa i tècnica que s'ha de presentar en aquesta convocatòria ha de ser redactada en una de les dues llengües oficials de la CAIB. Així mateix, el conveni de col·laboració que es redactarà a *posteriori*, també es redactarà en català o en castellà, a elecció del col·laborador.

En cas que el vulgui traduir a un altre idioma, es farà càrrec de les despeses de traducció i només s'utilitzarà com a annex al conveni, però sempre prevaldrà el document en l'idioma oficial.

Palma, 9 d'octubre de 2013

El president de l'ATB
Carlos Delgado Truyols



ANNEX I**FORMULARI DE SOL·LICITUD**INSERIR MARCA
SOL·LICITANT

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 sol·licita el *co-branding*:

Activitat principal que desenvolupa (vinculada a la marca):

Naturalesa de l'entitat:☐ Privada☐ Consell Regulador D.O.*Representant legal de l'entitat sol·licitant*

Nom i llinatges:

Càrrec:

DNI:

Persona de contacte

Nom i llinatges:

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



Eivissa



Formentera



Palma de Mallorca



All brands

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

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

*S'han de tenir en compte els imports mínims per a accions establertes a l'ANNEX II





ANNEX I

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

I perquè així consti, davant de l'Agència de Turisme de les Illes Balears (ATB),
s'expedeix i signa aquesta sol·licitud.

Palma, 11 d'octubre de 2013 _____
(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 HA	PRODUCTE
F1	22-26/01	FITUR	MADRID	ESPANYA	ifema.es/fitur	550 m ²	3.500 €	Mallorca, Menorca, Eivissa, Formentera, Palma de Mallorca	Costa i litoral

CO-BRANDING	- Les empreses o entitats hauran d'optar i fer una oferta per a una acció concreta, seguint els imports mínims establerts a la taula anterior, impostos inclosos. - Com a màxim 4 entitats en aquesta modalitat per acció. A cada entitat se li facilitarà la contraprestació següent:							
	- Disposarà d'un taulell de 80 cm de llarg x 50 cm d'ample i 90 cm d'alt i 1 tamboret amb respall. - 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, logotip, imatge o composició, QR i web. En aquest sentit, l'empresa adjudicatària idearà el suport més adequat.				Nombre d'entitats	Taulell	Tamborets	Taula reunions + cadires
					4	4	4 + 2	0



ANNEX II -ACCIONS OFERTES PER L'ATB

GRUP B: DE PRODUCTE

COD	DATA	NOM	CIUTAT	PAÍS	WEB	SUPERFÍCIE +/-	IMPORT MÍNIM D'OFERTA	MARQUES QUE HI HA	PRODUCTE
F2	11-12/01	CMT FAHRRAD & WANDERN	STUTTGART	ALEMANYA	messe-stuttgart.de	40 m²	900 €	MA, ME, IB, FO	Cicloturisme
F3	05-09/02	REISEN	HAMBURG	ALEMANYA	ferienhamburg.de	40 m²	1.200 €	MA, ME, IB, FO	Costa i litoral
F4	13-16/02	BIT*	MILÀ	ITÀLIA	bitfieramilano.it	70 m²	2.500 €	MA, ME, IB, FO, PMI	Costa i litoral
F5	19-22/03	MITT*	MOSCÚ	RÚSSIA	mitt.ru	60 m²	5.000 €	MA, ME, IB, FO, PMI	Costa i litoral
F6	21-23/03	SALON RADONNDÉE	LIÓ	FRANÇA	randonnee.org	30 m²	800 €	MA, ME, IB, FO	Naturalesa
F7	04-06/04	S.I.T.C.*	BARCELONA	ESPANYA	saloturisme.com	70 m²	900 €	MA, ME, IB, FO	Costa i litoral
F8	05-11/05	EXPOVACACIONES*	BILBAO	ESPANYA	expovacacion.es.eu	70 m²	900 €	MA, ME, IB, FO, PMI	Costa i litoral

CO-BRANDING	- Les empreses o entitats hauran d'optar i fer una oferta per a una acció concreta, seguint els imports mínims establerts a la taula anterior, impostos inclosos. - Com a màxim 1 entitat en aquesta modalitat per acció. A cada entitat se li facilitarà la contraprestació següent:			
	- Disposarà d'un taulell de 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, logotip, imatge o composició, QR i web. En aquest sentit, l'empresa adjudicatària idearà el suport més adequat.	Nombre d'entitats	Taulell	Tamborets
		1	1	1
				-





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 HA	PRODUCTE
JD1	FEBRER	LONDRES	REGNE UNIT	2.900 €	MA, ME, IB, FO	Multiproducte
JD2	MARÇ	PARÍS	FRANÇA	2.900 €	MA, ME, IB, FO	Multiproducte
JD3	ABRIL	ANVERS	BÈLGICA	2.200 €	MA, ME, IB, FO	Multiproducte
JD4	ABRIL	AMSTERDAM	HOLANDA	2.900 €	MA, ME, IB, FO	Multiproducte
JD5	OCTUBRE	ESTOCOLM	SUÈCIA	2.900 €	MA, ME, IB, FO	Multiproducte
JD6	OCTUBRE	COPENHAGUEN	DINAMARCA	2.900 €	MA, ME, IB, FO	Multiproducte
JD7	NOVEMBRE	HANNOVER	ALEMANYA	2.900 €	MA, ME, IB, FO	Multiproducte
JD8	NOVEMBRE	HAMBURG	ALEMANYA	2.900 €	MA, ME, IB, FO	Multiproducte

CO-BRANDING	- Les empreses o entitats hauran d'optar i fer una oferta per a una acció concreta, seguint els imports mínims establerts a la taula anterior, impostos inclosos. - Com a màxim 2 entitats en aquesta modalitat per acció. A cada entitat se li facilitarà la contraprestació següent en qualitat de PATROCINADOR DE L'ACCIÓ:			
	- Taula + 3 cadires + rètol identificatiu de l'empresa damunt de 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.	Nombre d'entitats	Taula	Cadires
		2	1+1	3+3
				-



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 HA	PRODUCTE
JDV1	FEBRER	LONDRES	REGNE UNIT	1.500 €	MA, ME, IB, FO	Multiproducte
JDV2	MARÇ	PARÍS	FRANÇA	1.500 €	MA, ME, IB, FO	Multiproducte
JDV3	ABRIL	ANVERS	BÈLGICA	1.500 €	MA, ME, IB, FO	Multiproducte
JDV4	ABRIL	AMSTERDAM	HOLANDA	1.500 €	MA, ME, IB, FO	Multiproducte
JDV5	OCTUBRE	ESTOCOLM	SUÈCIA	1.500 €	MA, ME, IB, FO	Multiproducte
JDV6	OCTUBRE	COPENHAGUEN	DINAMARCA	1.500 €	MA, ME, IB, FO	Multiproducte
JDV7	NOVEMBRE	HANNOVER	ALEMANYA	1.500 €	MA, ME, IB, FO	Multiproducte
JDV8	NOVEMBRE	HAMBURG	ALEMANYA	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, AMB DUES DINS DEL MARC TERRITORIAL DE LA COMUNITAT AUTÒNOMA DE LES ILLES BALEARS.
- Aquestes entitats han d'optar i fer una oferta per a una acció concreta, seguint els imports mínims establerts a la taula anterior, impostos inclosos.
- Com a màxim 1 entitat en aquesta modalitat per acció.
- **Aquesta entitat serà EL PATROCINADOR DEL CÒCTEL que s'oferirà als assistents, per la qual cosa:**
- Es col·locarà un expositor enrotllable de 2x1 metres amb els logotips 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 impressió.
- Per tant, l'empresa col·laboradora haurà de facilitar a l'ATB com a mínim 60 ampelles de vi que degustaran els 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. JORNADES INVERSES

COD	DATA	MARCA / DESTINACIÓ EN QUÈ ES REALITZA	MERCAT	IMPORT MÍNIM D'OFERTA	PRODUCTE
Jl1	MAIG	EIVISSA	MULTIMERCAT	800 €	A DETERMINAR
Jl2	OCTUBRE	MENORCA	ALEMANYA	800 €	A DETERMINAR
Jl3	OCTUBRE	MALLORCA	MULTIMERCAT	800 €	A DETERMINAR
Jl4	A DETERMINAR	FORMENTERA	MULTIMERCAT	800 €	A DETERMINAR

CO-BRANDING	- Les empreses o entitats hauran d'optar i fer una oferta per a una acció concreta, seguint els imports mínims establerts a la taula anterior, impostos inclosos. - Com a màxim 2 entitats en aquesta modalitat per acció. A cada entitat se li facilitarà la contraprestació següent pel 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 lliurant un obsequi de l'entitat col·laboradora als assistents a la jornada.
-------------	---





ANNEX II -ACCIONS OFERTES PER L'ATB

4. VIATGES DE FAMÍLIA

COD	DATA	MARCA / DESTINACIÓ EN QUÈ ES REALITZA	MERCAT	IMPORT MÍNIM D'OFERTA	PRODUCTE
FT1	MAIG	MENORCA	REGNE UNIT	800 €	A DETERMINAR
FT2	A DETERMINAR	PALMA DE MALLORCA	REGNE UNIT	800 €	A DETERMINAR
FT3	A DETERMINAR	EIVISSA	MULTIMERCAT	800 €	A DETERMINAR
FT4	A DETERMINAR	FORMENTERA	RÚSSIA	800 €	A DETERMINAR

CO-BRANDING	- Les empreses o entitats hauran d'optar i fer una oferta per a una acció concreta, seguint els imports mínims establerts a la taula anterior, impostos inclosos. - Com a màxim 2 entitats en aquesta modalitat per acció. A cada entitat se li facilitarà la contraprestació següent pel 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 lliurant un obsequi de l'entitat col·laboradora als assistents a la jornada.
-------------	---





ANNEX II -ACCIONS OFERTES PER L'ATB

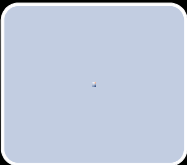
5. VIATGES DE PREMSA

COD	DATA	MARCA/ DESTINACIÓ EN QUÈ ES REALITZA	MERCAT	IMPORT MÍNIM D'OFERTA	PRODUCTE
PT1	OCTUBRE	MALLORCA	MULTIMERCAT	800 €	A DETERMINAR
PT2	A DETERMINAR	MENORCA	FRANÇA	800 €	A DETERMINAR
PT3	A DETERMINAR	EIVISSA	MULTIMERCAT	800 €	A DETERMINAR
PT4	A DETERMINAR	FORMENTERA	MULTIMERCAT	800 €	A DETERMINAR

CO-BRANDING	• Les empreses o entitats hauran d'optar i fer una oferta per a una acció concreta, seguint els imports mínims establerts a la taula anterior, impostos inclosos. • Com a màxim 2 entitats en aquesta modalitat per acció. • A cada entitat se li facilitarà la contraprestació següent pel 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 lliurant un obsequi de l'entitat col·laboradora als assistents a la jornada.
-------------	---



ANNEX III



Nom comercial

- Nom fiscal del
- CIF
- Sector al qual pertany

Mercat

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

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

☐ 
☐ 
☐ 
☐ 
☐ 
☐ 
☐ 
☐ 
☐ 

ATRIBUTS

Promesa de marca envers el consumidor (claim)

Valor de marca ACTUAL

☐ Lleialtat
☐ Notorietat
☐ Qualitat
☐ Associació
☐ Personalitat de

Grau de fidelització

0,0%

Presència a la ment del consumidor - nivell de penetració

Nivell aproximat de penetració del líder del

Reconeixement

Recor

Top of mind

Domini de marca

Familiaritat de marca

Coneixement de marca

Nivell de

0,0%

Benefici emocional que es transmetre

Benefici funcional que es vol transmetre

Associacions que els consumidors fan amb la marca

Nivell

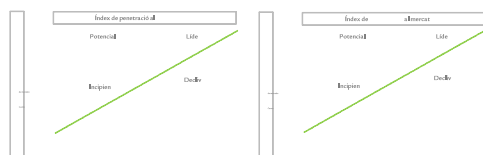
Nivell

Estil de vida (Values and Life Styles)

ATRIBUTS:

☐ Atrevida
☐ Intel·ligent
☐ Socialment responsable
☐ Conservadora
☐ Divertida
☐ De moda
☐ Amb glamour
☐ Sociable
☐ Saludable
☐ Atractiva
☐ Captivadora / que atrau

☐ Visionària
☐ Amable
☐ Amb energia
☐ Líder
☐ Consolidada
☐ Relaxada
☐ Independent
☐ Servicial
☐ Exclosa
☐ Vol la pena pagar per ella
☐ Cada cop és més important



ANNEX III

I M A T G E		V I S I O		P O S I C I O N A M E N T	
Percepció que el consumidor té de la		Atribut		☐ Captivadora / que atrau	
				☐ Creble ☐ Fiable ☐ Gran qualitat ☐ Dinàmica ☐ Que 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			
		Benefici funcional			
Objectius de		ATRIBUTS			
Públic objectiu		Sexe		☐ Home ☐ Dona	
		Edat		☐ 18-25 ☐ 25-44 ☐ 45-65 ☐ Més de 65	
		Nivell		☐ B ☐ MB ☐ M ☐ MM ☐ MA ☐ A	
		Nivell		☐ Bàsics ☐ Mitjans ☐ Superiors	
		Estil de vida (Values and Life Styles)		☐ Realitzats ☐ Forçats ☐ Satisfets ☐ Creients ☐ Triomfadors ☐ Utilitzadors ☐ Experimentats ☐ Realitzadors	
		Cicle de vida del públic objectiu		☐ Infants ☐ 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 intermitja ☐ Retirats/Jubilats	
		Aficions i motivacions		AFICIONS ☐ Viatjar ☐ Naturalesa ☐ Formació ☐ Concerts ☐ Gastronomia ☐ Lleure ☐ Art i literatura ☐ Esports ☐ Cinema ☐ Esports d'aventura	
				MOTIVACIONS ☐ Relaxar-se ☐ Descobrir ☐ Gaudir ☐ Aprendre ☐ Conèixer	
Quota de mercat		de la meua 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

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

DECLAR SOTA JURAMENT

Que totes les dades incloses a l'ANNEX III, relatiu a "*Co-branding*, criteris subjectius", són certes.

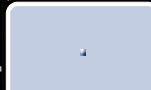
I perquè consti i tingui els efectes oportuns, expedixo i signo aquest document davant de l'Agència de Turisme de les Illes Balears (ATB).

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

A LA COMISSIÓ TÈCNICA



ANNEX V

	Nom comercial	Codi de l'acció a què opta
	• Nom fiscal del	
	• CIF	
	• Sector a què pertany	

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	☐ Habitació i esmorzar		
☐ Hotel 5*	☐ Turisme rural	☐ MP (mitja pensió)		
Les habitacions ofertes hauran de ser dobles. Turisme rural categoria similar a un hotel de 4 o superior				
Descripció				
Disponibilitat temporal de l'oferta				
☐ Gener	☐ Abril	☐ Juliol	☐ Octubre	
☐ Febrer	☐ Maig	☐ Agost	☐ Novembre	
☐ Març	☐ Juny	☐ Setembre	☐ Desembre	
Mercat en què 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 aeri de passatgers interilles		
☐ Transport marítim* de vehicles	☐ Transport aeri de passatgers nacional		
☐ Transport terrestre - vehicles de lloguer	☐ Transport aeri de passatgers internacional		
☐ Transport terrestre discrecional			

*Transport només entre Península i les Balears o interilles

Descripció				
Disponibilitat temporal de l'oferta				
☐ Gener	☐ Abril	☐ Juliol	☐ Octubre	
☐ Febrer	☐ Maig	☐ Agost	☐ Novembre	
☐ Març	☐ Juny	☐ Setembre	☐ Desembre	
Mercat en què 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, per la qual cosa no es podrà seleccionar de manera simultània el mercat espanyol, llevat en cas que l'oferta que es realitzi també sigui per a la resta del mercat nacional.

☐ E3. SERVEIS D'ÀPATS I SERVEIS DE RESTAURACIÓ
--





ANNEX V

☐ E3. SERVEIS D'ÀPATS I SERVEIS DE RESTAURACIÓ

0,00 €

0,00%

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

Descripció

Disponibilitat temporal de l'oferta

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

Mercat en què 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: reunió tècnica de golf amb instructor o de cicloturisme amb instructor
☐ Jornada de lleure: entrades per a grans actes culturals
☐ Jornada de *wellness*: entrades + tractament a un *spa*
☐ Jornada de naturalesa que inclou 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, de Maó, de 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 en què es disposarà de l'oferta

En aquest cas l'oferta s'ha de realitzar només 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 artesans**** |

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

Descripció

Disponibilitat temporal de l'oferta

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

País en què es disposarà de l'oferta

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





ANNEX V

E6. 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 serveis de 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%
TOTAL	0,00 €	0,00%





ANNEX VI

DECLARACIÓ JURADA

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

DECLAR SOTA JURAMENT

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

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

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

A LA COMISSIÓ TÈCNICA



ANNEX VII

Model de segmentació psicogràfica basat en els estils de vida dels consumidors desenvolupat el 1978 per Arnold Mitchell i altres investigadors al 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 dues dimensions fonamentals: l'autoorientació i els seus recursos. L'autoorientació determina els objectius i els comportaments dels individus i pot ser impulsada pels mateixos 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:

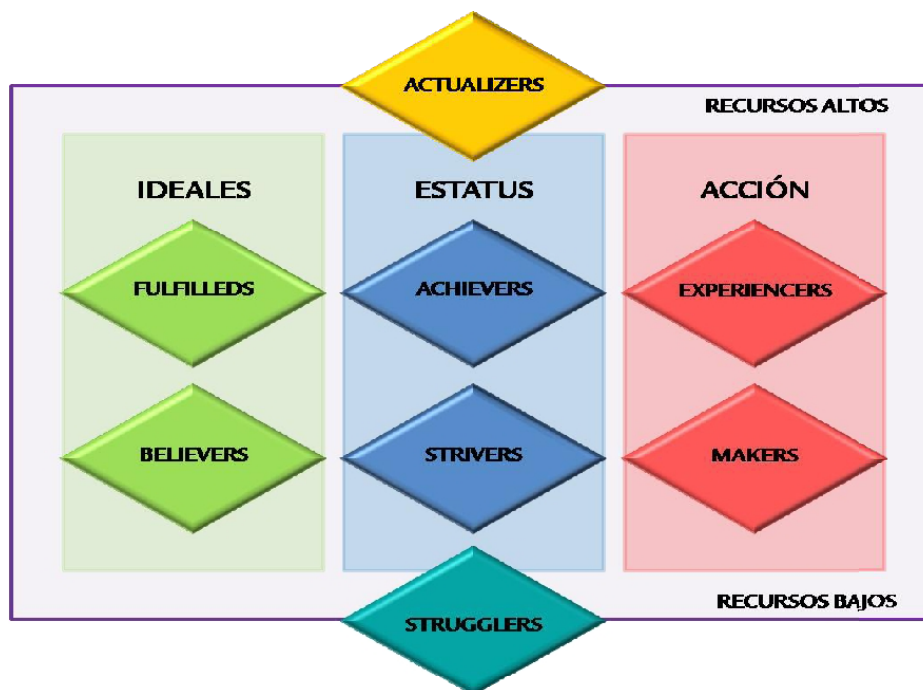
- **Actualizers (realitzats):** són persones amb èxit, sofisticades, actives i amb una autoestima elevada i recursos abundants. Per a aquest segment és important la imatge, no tant com a evidència de l'estatus o del poder, sinó com a expressió dels seus gustos, independència i caràcter. Es troben entre els líders establerts i emergents en l'àmbit empresarial i governamental, i continuen a la recerca de 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 pel *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 a 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, la família i 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 carrera d'èxit i concentrats en el seu treball. Valoren l'estructura i l'estabilitat sobre el risc, la intimitat i l'autoexploració. Estan profundament compromesos 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 cap al treball i giren al voltant de la família, l'església i l'empresa. Són políticament conservadors, respecten l'autoritat i afavoreixen el *statu quo* establert. Donen importància a la imatge.
- **Strivers (lluïtadors):** són persones que busquen 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 les opinions 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



ANNEX VII

estat dura amb ells. Tracten d'emular els qui tenen abundants possessions materials.

- **Experiencers (experimentadors):** són persones joves, vitals, entusiastes, impulsives i rebels. Busquen la varietat i l'excitació i gaudeixen amb les novetats i el risc. Estan configurant els seus valors de vida i els seus patrons de comportament. S'entusiasmen ràpidament per coses noves, però també perden interès amb facilitat. Exerceixen 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 lleure 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 capacitat 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 de la vida. Estan limitats per la pressió de satisfer les seves necessitats bàsiques del moment.





ANNEX A

ANNEXA**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 del 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, etc.)*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):





ANNEX A

<i>Dirección de notificación o datos del medio preferente (indicar los datos de la opción escogida):</i>	
Localitat/Localidad:	Codi postal/Código postal:
Municipi/Municipio:	Província/Provincia:
Telèfon/Teléfono:	Fax:
Adreça electrònica/Dirección electrónica:	

D'acord amb el Decret 6/2013, de mesures de simplificació documental dels procediments administratius,

De conformidad con el Decreto 6/2013, de medidas de simplificación documental de los procedimientos administrativos,

COMUNICO

Que les dades que permeten identificar l'expedient, 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/n 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: <i>Identificación del expediente, registro, base de datos u otros:</i>
Òrgan/Órgano:





ANNEX A

Codi segur de verificació (si s'escau)/Código seguro de verificación (en su caso):

[signatura/firma]

