

Secció III. Altres disposicions i actes administratius

ADMINISTRACIÓ DE LA COMUNITAT AUTÒNOMA AGÈNCIA DEL TURISME DE LES ILLES BALEARS

2328

Resolució del President de l'atb, de 17 de febrer de 2016, per la qual s'aproven les bases de la convocatòria per a la realització de convenis de col·laboració en modalitat de co-màrqueting promocional amb l'Agència de Turisme de les Illes Balears (ATB) en accions promocionals concretes durant l'any 2016

La Conselleria d'Innovació, Recerca i Turisme, a través de l'Agència de Turisme de les Illes Balears (d'ara endavant l'ATB), presenta una convocatòria pública dins d'un marc de col·laboració públic-privat que permeti unir esforços i consolidar la notorietat de les marca en els mercats emissors durant la temporada baixa-mitjana, mitjançant l'aplicació del co-màrqueting promocional en accions concretes.

El co-màrqueting és una pràctica mitjançant la qual dues empreses cooperen per obtenir un benefici comú cercant sinergies que incideixin en el producte, el preu o la logística, unint esforços promocionals que incrementin el seu volum de vendes i que ofereixi als seus respectius clients un augment en el valor ofert i percebut (principi d'eficiència i eficàcia).

Gràcies a la posada en marxa d'accions promocionals concretes en modalitat de co-màrqueting promocional, les empreses col·laboradores i les destinacions/marques gestionades per l'ATB uniran part dels seus esforços (pressupostos) promocionals incrementant, de forma conjunta, la seva presència en els mitjans de comunicació i en l'atenció als prescriptors, cosa comportarà una major notorietat i, per tant, facilitat per assolir els objectius de comunicació d'ambdues entitats.

És una estratègia win-win que ofereix no només avantatges competitius sinó que també permet incrementar de forma global els pressupostos destinats a promoció per les entitats que participen i, per tant, reduir costos ampliant objectius.

Amb aquesta convocatòria es pretén la promoció concreta i efectiva de la destinació Illes Balears mitjançant la unió estratègica promocional dels actius econòmics de les entitats interessades a participar i l'ATB, lligat al trinomi marca/producte/mercat.

Amb això, s'estableix una acció conjunta que potencia la rendibilitat en la gestió dels recursos tant públics com a privats. Així mateix, el co-màrqueting reforça la imatge de marca de les entitats que en ell participen, convertint-se els seus atributs en traccionadors de la demanda.

Aquesta convocatòria va dirigida a potenciar promocionalment la temporada baixa-mitjana, per la qual cosa l'execució de la campanya se centrarà en el segon semestre de 2016 amb la finalitat de fomentar els viatges a la destinació en els períodes compresos entre octubre de 2016 i el mes de març de 2017 i incrementar el nombre de turistes que visiten la nostra destinació en aquests períodes.

Entre les finalitats de la 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 la de fomentar i impulsar iniciatives del sector turístic amb vista a la promoció del turisme balear, així com la de coordinar, impulsar, gestionar i executar les activitats de promoció turística interior i exterior.

Per tot això, aprovada la tramitació d'aquesta convocatòria de co-màrqueting pel Consell de Direcció de dia 17 de febrer de 2016, es dicten les bases d'aquesta convocatòria annexes a aquesta Resolució.

Palma, 17 de febrer 2016

El president de l'ATB
Gabriel Barceló Milta



**BASES****1. Objecte**

L'objecte d'aquesta convocatòria, pública i oberta, és oferir a empreses o entitats privades nacionals i internacionals, la possibilitat de realitzar convenis en modalitat de co-màrqueting promocional en espècie, en relació a campanyes o accions que promoguin la temporada baixa-mitjana i es realitzin durant el segon semestre de l'any 2016, amb la intenció d'impulsar els viatges a la destinació en els períodes compresos entre octubre de 2016 i el mes de març de 2017 i incrementar el nombre de turistes que visiten Balears durant aquests períodes.

La col·laboració en espècie suposa que la col·laboració que realitzi l'ATB no serà econòmica directament a l'empresa sol·licitant, sinó en espècie a través dels adjudicataris dels contractes que l'ATB liciti per 2016 i que seran els qui realitzaran el subministrament o servei en els termes acordats en el conveni subscrit.

Co-màrqueting promocional:

- *Sol·licitants*: únicament podran participar empreses l'activitat principal de les quals s'emmarqui dins d'operador turístic, companyia aèria/marítima o comercialitzador de l'oferta turística online, segons el descrit a l'apartat 4 d'aquestes bases.

- *Objecte del conveni*: els sol·licitants presentaran propostes de campanyes promocionals de les següents destinacions gestionades per l'ATB (Mallorca, Menorca i Formentera) entre agost i desembre de 2016 i que promocionin, única i exclusivament, la temporada baixa-mitjana amb la finalitat d'incentivar els viatges per al període octubre 2016-març 2017, en qualsevol mitjà o canal, i que estigui valorada econòmicament.

Per la seva banda, l'ATB els oferirà la possibilitat que triïn entre diferents accions de marca que s'ajusten a l'import de la seva campanya. És a dir, de forma paral·lela a la campanya que tingui prevista posar en marxa el sol·licitant, l'ATB llançarà una campanya de marca de destinació que doni suport explícitament a la campanya del sol·licitant.

2. Imports màxims de sol·licitud

Les entitats i empreses interessades a participar en aquesta convocatòria podran sol·licitar una col·laboració a l'ATB en les següents condicions, prèvia classificació segons la marca per la qual s'hagi sol·licitat la col·laboració.

PRESSUPOST MÀXIM DISPONIBLE PER MARCA PER**CO-MÀRQUETING PROMOCIONAL**

Els sol·licitants podran seleccionar les accions de marca de destinació que considerin oportunes sempre que s'ajustin a les següents condicions pressupostàries.

MARCA	%	IMPORT TOTAL DISPONIBLE
Mallorca	63%	126.000€
Menorca	21%	42.000€
Formentera	16%	32.000€
TOTAL	100%	200.000€

Amb la finalitat d'optimitzar els recursos existents, els sol·licitants com a màxim per proposta, és a dir, campanya promocional proposta vinculada a una de les marques/destinacions assenyalades en el quadre anterior, no podran sol·licitar una col·laboració per un import que excedeixi dels establerts en la següent taula:

MARCA	IMPORT MÀXIM SOL·LICITAT
Mallorca	42.000€
Menorca	14.000€
Formentera	10.666€

***Tots els imports són amb impostos inclosos



Així mateix, l'import sol·licitat (impostos inclosos) mai podrà excedir l'import total de la campanya subjecta a co-màrqueting promocional proposada pel sol·licitant, és a dir aquest no podrà sol·licitar un import superior al de la campanya que proposa.

En el cas que sol·licitin una col·laboració per un import superior als indicats en la taula anterior o que l'import sol·licitat excedeixi l'import total de la campanya promocional proposada, la seva sol·licitud quedarà exclosa.

En el supòsit que la partida destinada a la col·laboració a alguna de les marques no fos assignada, parcial o totalment, a cap empresa/entitat, aquest import es distribuïria proporcionalment entre les marques restants.

3. Termes i condicions de la col·laboració

La participació en aquesta convocatòria de co-màrqueting promocional subjecta als principis de publicitat i concurrència, suposa l'acceptació dels termes i condicions establerts en la present.

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

- Les campanyes promocionals proposades pels sol·licitants **hauran de:**

- Realitzar-se durant els mesos d'agost-desembre (ambdós inclosos) amb la finalitat de promocionar les destinacions per a la temporada baixa-mitjana, per la qual cosa aquestes campanyes aniran encaminades a incrementar l'arribada de turistes en els mesos de: octubre, novembre i desembre de 2016 i gener, febrer i març de 2017, per tant s'han de promocionar aquests mesos i no uns altres.
- Vincular-se a una o a diverses categories de producte segons la classificació inclosa en el punt 8.1 (descripció ANNEX II punt A.3) d'aquestes bases i, per tant haurà de realitzar-se la creativitat promocionant la/les categoria/es de producte a la qual s'hagi vinculat la campanya.
- Vincular-se a una marca concreta, per la qual cosa s'haurà d'incloure la marca de la destinació a la qual s'hagi lligat a la campanya publicitària.
- Vincular-se a un mercat concret, per la qual cosa s'haurà d'incloure el mercat al qual s'hagi lligat a la campanya publicitària. La creativitat que realitzin haurà d'anar encaminada a promocionar la destinació en aquest mercat.
- Aquelles propostes que no compleixin totes aquestes condicions quedaran directament excloses de l'examen per la Comissió Tècnica.

- Les campanyes promocionals proposades pels sol·licitants **podran:**

- Realitzar-se a través de qualsevol mitjà/suport de comunicació (audiovisual, sonor, imprès, online, exterior...)
- Incloure ofertes concretes vinculades a preu.

- Les campanyes de Marca que realitzarà l'ATB a petició del sol·licitant complirà els següents requisits:

La campanya es realitzarà de forma simultània a les campanyes proposades pels sol·licitants de la col·laboració, amb la finalitat de crear sinergies entre ambdues campanyes/marques.

Serà una campanya de Marca de destinació, és a dir, sota cap concepte es vincularà a preu, per la qual cosa únicament es promocionarà la destinació associada a la combinació marca/producte/mercat, segons la campanya proposada pel sol·licitant.

Tant la creativitat com l'execució i control de la campanya es realitzarà a través de l'empresa/es adjudicatàries dels contractes licitats per l'ATB en 2016. Mai es podrà realitzar un pagament directe a cap entitat sol·licitant atès que la naturalesa de la convocatòria per a la col·laboració en espècie així ho determina.

Els suports sobre els quals es realitzi la campanya seran triats pel sol·licitant segons les opcions estipulades en aquestes bases apartat 5.1, mentre que la selecció dels mitjans la realitzarà directament l'ATB en coordinació amb les seves empreses adjudicatàries dels contractes per 2016. En cap concepte l'ATB podrà seleccionar mitjans o suports del propi sol·licitant per a l'execució de la campanya de Marca.

Dins dels imports totals de les campanyes de Marca oferts per l'ATB s'inclou el cost total de la mateixa (producció de les arts gràfiques o audiovisuals, planificació, desenvolupament i execució de la campanya, compra d'espais, monitoratge, etc.)

L'ATB haurà d'incloure la marca del sol·licitant en tota la creativitat que es realitzi per a l'execució de la campanya de Marca.

La coordinació de les accions, els termes específics d'ús de les marques de destinació, logos i distintius, responsabilitat, gestió de les accions i metodologia de treball s'establiran de mutu acord entre les parts a través de convenis de co-màrqueting que se signaran amb les empreses seleccionades amb posterioritat a la resolució d'aquesta convocatòria. Aquest conveni haurà de signar-se en els dos mesos posteriors a la data de la notificació de la resolució dictada pel President de l'ATB. En cas contrari l'ATB podrà resoldre no portar a terme el citat conveni.

Ambdues entitats (ATB i entitat col·laboradora) hauran de vetllar a tot moment per mantenir un comportament ètic i responsable en la gestió i execució de les accions salvaguardant al màxim la bona imatge d'ambdues entitats i de les marques que gestionen.

Si per causes d'operativitat, funcionalitat, estratègia o pressupostàries l'ATB decidís no dur a terme algun dels acords subscrits amb les entitats sol·licitants una vegada signat el conveni, aquest es resoldria segons les condicions que en ell s'estipulessin.

4. Requisits dels sol·licitants

Empreses o entitats privades nacionals o d'altres estats, l'activitat principal dels quals s'emmarqui dins d'operador turístic, línia aèria/marítima o comercialitzador de l'oferta turística online i d'acord amb les definicions següents:

- *Operador turístic*: agència majorista que organitza de forma no ocasional viatges combinats i els ven o ofereix a la venda directament o per mitjà d'un detallista.
- *Línies aèries/línies marítimes*: companyia dedicada al transport aeri o marítim de persones o mercaderies en l'àmbit comercial en trajectes regulars o no regulars (charter).
- *Comercialitzadors de l'oferta turística online*: agències de viatges minoristes i majorista- minorista i centrals de reserves dirigides al consumidor final que permetin la contractació dels seus serveis a través d'internet. Els serveis que ofereixen poden ser la contractació de bitllets de transport, hotel, lloguer de cotxes, viatges combinats, entrades per a atraccions, etc. Així mateix, poden incloure serveis de valor afegit tals com ara blogs de prescripció de destinacions, informació pràctica, aplicacions de viatge, experiències de l'usuari.

En virtut de l'art. 58.2 de la Llei 8/2012, de 19 de juliol del turisme de les Illes Balears, són activitats de les agències de viatges l'organització, l'oferta o la venda de viatges combinats, entenent com a tals la combinació prèvia de, com a mínim, dues dels elements que s'assenyalen a continuació, venda o oferta d'acord a un preu global, quan aquesta prestació sobrepassi les 24 hores o inclogui una nit d'estada:

- a) Transport.
- b) Allotjament.
- c) Altres serveis turístics no accessoris del transport o de l'allotjament i que constitueixin una part significativa del viatge combinat.

A més de l'esmentat respecte als viatges combinats en l'art. 58.3 de la mateixa llei les agències de viatges podran oferir altres serveis, dins del marc normatiu europeu.

Així mateix, en l'art. 59.2 de l'esmentada Llei del Turisme s'indica que, s'entén per central de reserva, a la persona física o jurídica que desenvolupa l'activitat d'intermediació turística que consisteix principalment a reservar serveis turístics de forma individualitzada. Les centrals de reserva no tenen capacitat per organitzar viatges combinats.

5. Accions promocionals ofertes per l'ATB en modalitat de co-màrqueting promocional

Campanyes publicitàries de Marca realitzades per l'ATB en diferents mitjans de comunicació a triar pel sol·licitant de la col·laboració. A continuació, es detalla el llistat de mitjans i les característiques que han de complir aquests.

A. **Mitjans de comunicació**: els formats i periodicitat de les insercions publicitàries s'ajustaran al pressupost disponible segons el resultat de la convocatòria.

1. Impresos: (pàgina, mitja pàgina, robapàgines, faldó)

- a) Diaris generalistes d'àmbit nacional al mercat d'influència de la campanya, editats en una de les llengües oficials del mateix i amb periodicitat diària.
- b) Revistes d'àmbit nacional al mercat d'influència de la campanya, editats en una de les llengües oficials del mateix i amb periodicitat setmanal, quinzenal o mensual.

2. Online: (bàners)

- a) Diaris generalistes de cobertura nacional al mercat d'influència de la campanya, editats en una de les llengües oficials del mateix i amb actualització dels seus continguts de forma diària. Aquests diaris han de ser l'extensió online d'una capçalera impresa.
- b) Revistes d'àmbit nacional al mercat d'influència de la campanya, editats en una de les llengües oficials del mateix i amb periodicitat setmanal, quinzenal o mensual. Aquestes revistes han de ser l'extensió online d'una capçalera impresa.

B. **Outdoor**: els formats i periodicitat de les insercions publicitàries s'ajustaran al pressupost disponible segons el resultat de la convocatòria.

1. *Tanques*: en nuclis urbans dels mercats d'influència de la campanya amb més de 300.000 habitants.
2. *Opis*: en nuclis urbans dels mercats d'influència de la campanya amb més de 300.000 habitants.
3. *Mupis*: en nuclis urbans dels mercats d'influència de la campanya amb més de 300.000 habitants.
4. *Taxis*: publicitat en l'exterior del vehicle en nuclis urbans dels mercats d'influència de la campanya amb més de 300.000 habitants.
5. *Autobusos*: publicitat en l'exterior del vehicle en nuclis urbans dels mercats d'influència de la campanya amb més de 300.000 habitants.

C. **Indoor**: els formats i periodicitat de les insercions publicitàries s'ajustaran al pressupost disponible segons el resultat de la convocatòria.

1. *Metro*: panells o suports situats en les andanes, vestíbuls o passadissos del metro. Aquests han d'estar en nuclis urbans dels mercats d'influència de la campanya amb més de 400.000 habitants.
2. *Aeroport*: panells o suports situats en els vestíbuls, passadissos o portes d'embarcament d'aeroports. Aquests han d'estar en nuclis urbans dels mercats d'influència de la campanya amb més de 400.000 habitants.

D. **Street màrqueting**: accions a dissenyar de *street màrqueting* i que es duren a terme en nuclis urbans dels mercats d'influència de la campanya amb més de 300.000 habitants. L'acció conté la realització d'un vídeo sobre l'acció promocional amb distribució viral a través de les xarxes socials (facebook i twitter) que gestiona l'ATB. El disseny de l'acció s'ajustarà al pressupost disponible segons el resultat de la convocatòria.

E. **Accions de Relacions Públiques**: accions a dissenyar de Relacions Públiques que es duren a terme en nuclis urbans d'influència de la campanya. L'acció contempla esdeveniments de presentació a mitjans de comunicació, sector turístic i/o prescriptors, notes de premsa, rodes de premsa informatives, etc. El disseny de les accions s'ajustarà al pressupost disponible de la convocatòria.

6. Sol·licituds i documentació a presentar

Amb la finalitat de facilitar la valoració de les propostes presentades pels sol·licitants, aquests hauran de presentar la documentació segons es detalla a continuació.

Els sol·licitants hauran d'utilitzar els models d'annexos continguts en aquestes bases que es descriuen a continuació i que seran facilitats via correu electrònic des de l'àrea de Planificació de l'ATB. Els interessats podran sol·licitar-los en el següent correu electrònic: planificacion@atb.caib.es o en els números de telèfon 971.176699 o 971.787380.

TOTS ELS DOCUMENTS HAURAN DE SER LLIURATS EN SUPORT IMPRÈS I DIGITAL. No s'acceptaran aquells annexos que tinguin omissions, errors o ratllades que impedeixin conèixer clarament la proposta, ni aquella documentació que en suports digitals siguin il·legibles en entorns Windows o que continguin virus, spyware o malware. Els annexos hauran de lliurar-se en el mateix format en el qual hagin estat facilitats per l'ATB (.xlsx per als arxius Excel, i .docx per als arxius de Word. Només en aquest últim cas de no disposar de signatura digital podran lliurar els arxius docx. Word en pdf).

L'emplenament incomplet o amb errors que impedeixi valorar la proposta serà motiu d'exclusió, i el no emplenament de qualsevol apartat dels models annexos implicarà la no qualificació del projecte en aquest aspecte concret; és a dir, al no tenir informació sobre aquest tema, no s'obtindrà nota en el/els criteri/s, amb la seva posterior repercussió sobre el càlcul final del resultat.

Tota la documentació que es lliuri haurà d'estar en català o castellà, llengües oficials de la Comunitat Autònoma de les Illes Balears. En cas que el sol·licitant desitgi lliurar-la en qualsevol altre idioma, deurà obligatòriament lliurar a més una traducció jurada o traducció per organisme oficial, en una dels dos idiomes oficials de les Illes Balears. Qualsevol documentació que no compleixi aquesta premissa serà exclosa del procés de valoració.

Tant la sol·licitud, com la documentació continguda en el sobre 2: tècnic, haurà de ser lliurada en format imprès i en suport digital (CD, Pendrive...) per cadascuna de les propostes que resultin de les següents combinacions entre marques/conjunt d'accions. Per exemple, una mateixa empresa podrà presentar totes les combinacions que desitgi, però sempre que lliuri una sol·licitud i sobre 2, tècnic, per a cadascuna d'elles.

Marca	Accions en
Mallorca	Televisió/radio
Menorca	Televisió/radio
Formentera	Internet/outdoor
...	...

Aquesta documentació haurà de presentar-se segons el descrit en els punts 6.1, 6.2 i 6.3 d'aquest apartat. La no presentació de la documentació en la forma requerida serà motiu d'exclusió per part de la Comissió Tècnica.



6.1. Documentació a presentar

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

A. La sol·licitud de col·laboració es realitzarà mitjançant sol·licitud dirigida al President de l'ATB seguint el model d'ANNEX I (formulari de sol·licitud) contingut en aquestes bases, en la qual s'ha de fer constar explícitament:

Empresa o entitat sol·licitant

Marca gestionada per l'ATB amb la qual es desitja vincular el co-màrqueting. Únicament es podran vincular una marca/destinació per projecte. En el cas que una campanya/acció es realitzi en més d'una es podrà triar la destinació que estimi oportuna.

Import total de la campanya/acció proposada en modalitat de co-màrqueting promocional (impostos inclosos). Aquest import ha d'incloure totes les despeses generades per la campanya (planificació, producció, creativitat, execució i control).

Els sol·licitants de co-màrqueting promocional hauran d'indicar l'import sol·licitat seguint els màxims indicats a l'apartat 2 de les bases. Indicar l'import que sol·licita a l'ATB per a la realització de la col·laboració de co-màrqueting (impostos inclosos).

L'incompliment d'una o varis 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 per si mateixa no serà objecte de valoració, sinó que servirà únicament com a document formal de sol·licitud. No s'acceptaran aquelles sol·licituds que continguin omissions, errors, ratllades que impedeixin conèixer clarament la proposta.

La destinació/marca indicada en el formulari serà vinculant en el procés de valoració de l'oferta i, per tant, als imports màxims de col·laboració que es podran sol·licitar.

Aquesta sol·licitud haurà de ser subscripta pel titular o el seu representant legalment acreditat, i formulada de conformitat 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 un altre per al bloc tècnic) amb la documentació que s'especifica a continuació, identificant-se en l'exterior de cada sobre:

- Raó social.
- Número de telèfon.
- Adreça de correu electrònic.
- Marca/destinació al que es vincula la campanya/acció.

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

Seràn excloses aquelles sol·licituds que no acompanyin els dos sobres tancats i independents (documentació administrativa i tècnica) o el registre de la qual no s'hagi efectuat sobre la sol·licitud (ANNEX I).

B. Sobre 1: Documentació administrativa

B.1. Persones jurídiques espanyoles

- 1) Original o fotocòpia confrontada o compulsada del certificat d'inscripció en el registre corresponent (registre d'associacions, registre mercantil o un altre dependent de tipus entitat), si escau.
- 2) Original o fotocòpia confrontada o compulsada dels estatuts de l'entitat dipositats en el registre esmentat, o degudament inscrita en el Registre Mercantil si 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) Testimoniatge judicial, certificació administrativa o declaració responsable atorgada davant una autoritat administrativa o organisme professional qualificat o mitjançant acta de manifestacions davant de notari públic, de no incórrer en les prohibicions per contractar amb l'administració segons l'article 60 del TRLCSP.

Aquesta declaració responsable, o un altre document, ha d'incloure la manifestació expressa que l'empresa no incorre en cap dels supòsits al fet que es refereix 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 la Seguretat Social, emeses pels organismes competents.

8) Declaració responsable en què es facin constar si ha rebut i/o sol·licitades ajudes o col·laboracions d'institucions públiques o privades per realitzar el projecte amb el qual podrà col·laborar la ATB.

9) Els sol·licitants del model de col·laboració en espècie de co-màrqueting promocional hauran de lliurar una declaració jurada de la persona responsable de l'entitat, que l'activitat principal de l'empresa o entitat s'emmarca dins de les definicions de la base 4.1 i 4.2 com operador turístic, línia aèria/marítima, comercialitzador de l'oferta turística online.

A més, l'entitat podrà presentar una declaració responsable de les accions de màrqueting realitzades durant els dos últims anys anàlegs amb l'objecte d'aquesta convocatòria.

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

1. En el cas que l'entitat pertanyi a un Estat membre de la UE, la capacitat jurídica de l'empresa s'acreditarà mitjançant la presentació de constitució de l'entitat d'acord amb la normativa del seu país, fent constar els estatuts de la mateixa i l'acreditació corresponent, així com fotocopia compulsada del CIF, tots dos traduïda per interpreti jurat o traducció oficial i postil·lada d'acord amb el conveni de l'Haia de 1961.

2. En el 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 en el 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 a l'entitat sol·licitant per actuar en nom seu, així com copia compulsada del seu passaport/DNI, traduït per intèrpret jurat o traducció oficial i postil·lada d'acord amb el conveni de l'Haia de 1961.

Les empreses no espanyoles d'Estats membres de la Unió Europea i els restants empresaris estrangers hauran d'acreditar la documentació que es detalla.

4. Testimoniatge judicial, certificació administrativa o declaració responsable atorgada davant una autoritat administrativa o organisme professional qualificat o mitjançant acta de manifestacions davant de notari públic, de no incórrer en les prohibicions per contractar amb l'administració segons l'ordenament jurídic espanyol i per analogia amb l'ordenament de l'Estat al que pertany. Aquesta declaració responsable, o un altre document, ha d'incloure la manifestació expressa que l'empresa no incorre en cap dels supòsits al fet que es refereix la Llei 2/1996, de 19 de novembre, d'incompatibilitats dels membres del Govern i dels alts càrrecs de la CAIB.

5. Declaració responsable en què es facin constar si ha rebut i/o sol·licitades ajudes o col·laboracions d'institucions públiques o privades per realitzar el projecte amb el qual podrà col·laborar la ATB.

6. Original o còpia compulsada de l'alta de la declaració censal, de l'inici d'activitat i alta de l'Impost d'activitats econòmiques, si és el cas.

7. Per als sol·licitants del model de col·laboració en espècie de co-màrqueting promocional hauran de lliurar una declaració jurada de la persona responsable de l'entitat, que l'activitat principal de l'empresa o entitat s'emmarca dins de les definicions de la base 4.1 i 4.2 com operador turístic, línia aèria/marítima, comercialitzador de l'oferta turística online.

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

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

A més, l'entitat podrà presentar una declaració responsable de les accions de màrqueting realitzades durant els dos últims anys anàlegs a fi d'aquesta convocatòria

El sobre 1 "documentació administrativa" serà únic en el cas que una mateixa entitat present diferents propostes tècniques.

A. Sobre 2: Documentació tècnica

La següent documentació ha de lliurar-se tant en format imprès com en suport digital (pendrive, CD, etc.) segons s'indica en la introducció d'aquest apartat 6:

1) ANNEX II relatiu als criteris objectius de valoració degudament emplenat.



2) ANNEX III, declaració responsable en la qual s'indiqui la intenció de realitzar la campanya/acció segons les dades i imports assenyalats en l'ANNEX II relatiu als criteris objectius. Aquest document ha d'estar signat pel màxim responsable de l'empresa o entitat que sol·licita la col·laboració.

3) MEMÒRIA TÈCNICA relativa als criteris subjectius. Per procedir a la seva valoració hauran de lliurar com a mínim els criteris indicats a l'apartat 8.2 d'aquestes bases. A més podrà ampliar, aportar o matisar algun dels punts exposats.

4) ANNEX IV declaració responsable en la qual s'indiqui la documentació que es lliura, així com la intenció de realitzar la campanya/acció dintre del termini i en la forma escaient segons les dades assenyalades en el MEMÒRIA TÈCNICA relatiu als criteris subjectius. Aquest document ha d'estar signat pel màxim responsable de l'empresa o entitat que sol·licita la col·laboració.

Els annexos anteriorment descrits, així com la memòria tècnica, seran única i exclusivament, els documents que valorarà la Comissió Tècnica. Els sol·licitants hauran d'utilitzar els models d'annexos continguts en aquestes bases.

L'emplenament incomplet o amb errors dels annexos serà motiu d'exclusió, així com el no emplenament de qualsevol apartat dels models annexos que implicarà la no qualificació en aquest aspecte concret; és a dir, al no tenir informació sobre aquest tema, no s'obindrà nota en el/els criteri/s, amb la seva posterior repercussió sobre el càlcul final del resultat.

Tant la sol·licitud, com la documentació continguda en el sobre 2: tècnic, haurà de ser lliurada en format imprès i en suport digital (CD, Pendrive...) per cadascuna de les propostes que resultin de les combinacions entre marques/conjunt d'accions. Per exemple, una mateixa empresa podrà presentar totes les combinacions que desitgi, però sempre que lliuri una sol·licitud i sobre 2, tècnic, per a cadascuna d'elles.

Aquesta documentació haurà de presentar-se segons el descrit en els punts 6.1, 6.2 i 6.3 d'aquest apartat. La no presentació de la documentació en la forma requerida serà motiu d'exclusió per part de la Comissió Tècnica.

No s'acceptaran aquells annexos que tinguin omissions, errors o ratllades que impedeixin conèixer clarament la documentació, ni aquelles que en suports digitals siguin il·legibles en entorns Windows o que continguin virus, spyware o malware. Els annexos hauran de lliurar-se en el mateix format en el qual hagin estat facilitats per l'ATB (.xlsx per als arxius Excel, i .docx per als arxius de Word, en el cas de no disposar de signatura digital podran lliurar els arxius docx. Word en pdf).

6.2. Lloc de presentació de la documentació

Les sol·licituds de col·laboració (ANNEX I) s'hauran de presentar en el registre de l'ATB (C/ Rita Levi s/n (Parc Bit, edifici ATB) - 07121 Palma de Mallorca) o en els llocs previstos en l'article 38 de la Llei 30/1992. En aquest últim cas, s'ha d'enviar al fax 971 176928, o via correu electrònic (planificacion@atb.caib.es) un escrit que justifiqui la data d'enviament de la sol·licitud.

No s'acceptarà les sol·licituds o documentació que hagi estat enviada a través de correu electrònic a qualsevol de les adreces d'e-mail de l'ATB.

Així mateix, quan la documentació s'envii per correu ordinari, l'entitat haurà de justificar la data d'imposició de l'enviament en l'oficina de Correus i anunciar a l'adreça de l'ATB la remissió de la proposta el mateix dia, mitjançant 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 en el Butlletí Oficial de les Illes Balears (BOIB).

7. Revisió de documentació administrativa i esmena d'aquesta

L'Àrea de Serveis Generals de l'ATB examinarà la documentació administrativa corresponent al sobre nº 1. En el cas que sigui necessària l'esmena d'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 falti, concedint-li un termini de deu dies naturals per a la presentació de la documentació requerida, amb l'avertiment exprés que, en cas de no fer-ho així, la hi considerarà desistida i s'arxivarà la seva sol·licitud, segons el que disposa l'article 71 de la Llei 30/1992.

El requeriment de la documentació es realitzarà per mitjà electrònic o fax, quedant constància del mateix en l'expedient.

Pel que fa a la documentació del sobre nº2, es valorarà amb la documentació aportada al moment de finalització del termini establert, no sent possible l'esmena d'aquesta. Si bé, la Comissió Tècnica podrà sol·licitar els aclariments que estimin necessàries per qualsevol mitjà que permeti deixar constància en l'expedient. En aquest cas, solament es podran admetre aclariments de documents que ja constin en la seva



proposta i no documentació nova que no s'hagués presentat abans de la finalització del termini establert.

8. Valoració de les propostes

La valoració de les propostes es durà a terme per la Comissió Tècnica nomenada pel president de l'ATB, a proposta de la direcció d'aquesta agència. Avaluarà les sol·licituds segons el següent procediment.

Per procedir a l'avaluació de les propostes lliurades, aquestes es classificaran:

1º. Segons la marca per la qual s'hagi sol·licitat la col·laboració:

- Mallorca
- Menorca
- Formentera

2º. Seguidament a la classificació, es procedirà a comprovar si el formulari de sol·licitud (ANNEX I) s'ha emplenat de forma correcta. 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 seguint l'apartat 6 d'aquestes bases.

3º. Posteriorment, es procedirà primer a realitzar la valoració dels criteris objectius (ANNEX II), que haurà d'anar acompanyat de la declaració responsable corresponent (ANNEX III).

Aquelles propostes que obtinguin **menys de 15 punts** en aquest apartat (criteris objectius) **seran desestimades** al no complir la seva proposta els requisits mínims d'adequació als objectius estratègics de l'ATB per 2016.

4º. A continuació, es procedirà a realitzar la valoració dels criteris subjectius (MEMÒRIA TÈCNICA), que haurà d'anar acompanyada de la declaració responsable corresponent (ANNEX IV).

5º. Finalment, se sumaran ambdues puntuacions, que donaran el resultat final i la Comissió Tècnica realitzarà l'informe preceptiu.

RESUMEN CRITERIS DE VALORACIÓ

La puntuació es dividirà de la següent forma:

CRITERI	PUNTUACIÓ
8.1 Criteris objectius	80
8.2 Criteris subjectius	20
PUNTUACIÓ TOTAL	100

1. *Criteris objectius* (ANNEX II)

Les entitats o empreses que es presentin a la convocatòria hauran d'emplenar l'ANNEX II relatiu als criteris objectius. La valoració de criteris objectius tindrà una qualificació màxima de **80 punts**.

Per a tots els càlculs de les puntuacions es prendran com a màxim dos decimals.

Així mateix, en el cas que el sol·licitant seleccioni més ítems dels indicats per a cada criteri, la Comissió Tècnica puntuarà a favor del sol·licitant, sempre dins dels marges d'ítems màxims establerts.

Les dades indicades en l'ANNEX II seran vinculants a la signatura del conveni i en cap concepte podran ser modificats per part del sol·licitant ja que formen part de la seva proposta.

Descripció de l'ANNEX II CO-MÀRQUETING PROMOCIONAL

DESGLOSSAMENT DE LA PUNTUACIÓ DELS CRITERIS OBJECTIUS –ANNEX II

COD	CRITERI	PUNTUACIÓ PARCIAL
A.1	Dades del sol·licitant	200(*)
A.2	Import destinat a l'execució de la campanya (euros)	300
A.3	Categoria del producte al qual es vincula la campanya	90



COD	CRITERI	PUNTUACIÓ PARCIAL
A.4	Mes en què es desenvoluparia la campanya	100
	PUNTUACIÓ TOTAL CRITERIS OBJECTIUS	690

(*) com a màxim 200 punts en funció de la tipologia del sol·licitant (*Operadors Turístics i *COT o Línies aèries/marítimes)

Una vegada 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 (690 punts)

Pm= Puntuació màxima a assignar pels criteris objectius (80 punts)

Capçalera:

- Emplenar el nom de l'empresa o entitat.
- Marcar la casella blanca assenyalant el següent:

Marca per la qual sol·licita la col·laboració en modalitat co-màrqueting.

Podrà seleccionar qualsevol de les 3 marques que gestiona l'ATB (Mallorca, Menorca o Formentera). Únicament podran lligar la campanya de forma concreta a una de les 3 marques. Fer *clic* sobre *check box*.

Aquesta casella és vinculant a la marca seleccionada en el formulari de sol·licitud ANNEX I pel que haurà de coincidir en 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. En el cas que un campanya/acció es realitzi en més d'una destinació/marca podrà triar el que estimi oportú.

Mercat on es realitzarà la campanya.

Indicar el mercat en què es van a realitzar tant la campanya proposada pel sol·licitant de la col·laboració, com la campanya que a la seva sol·licitud realitzarà l'ATB. Ambdues campanyes han de realitzar-se obligatòriament al mateix mercat, en estar estructurades estratègicament de forma paral·lela. Fer *clic* sobre *check box*.

A.1 Dades del sol·licitant

Aquest apartat es divideix en dos criteris.

1) Apartat que únicament hauran d'emplenar els operadors turístics o comercialitzadors de l'oferta turística online.

Hauran d'indicar:

- Les dades referides al volum de turistes del sol·licitant en el període octubre 2015-Març 2016, des del mercat on es realitzarà la campanya cap a la destinació/marca seleccionat.
- Les dades de previsió per al període octubre 2016-Març 2017 referits al volum de turistes del sol·licitant, des del mercat on es realitzarà la campanya cap a la destinació/marca seleccionat durant la temporada baixa.

La valoració del criteri es realitzarà sobre el diferencial entre les dades de previsió per al període octubre 2016-març 2017 i les dades referides al període octubre 2015-març 2016, en relació al volum de turistes per a cadascun dels mesos que conformen aquest període.

En el cas que les dades aportades puguin ser qüestionables, l'ATB es reserva el dret a sol·licitar qualsevol tipus de documentació addicional justificativa.

La puntuació assignada per a cadascun dels mesos és:

Octubre	Novembre	Desembre	Gener	Febrer	Març
20	40	40	40	40	20



Per tant, com a màxim per a aquest criteri íntegrament es podran obtenir **200 punts**.

Per obtenir la puntuació del criteri s'aplicarà la següent fórmula:

$$Po = \frac{(Do * Pm)}{VTa}$$

VTa

Po= Puntuació obtinguda

Pm= Puntuació màxima depenent del mes

Do= Dada oferta

VTa= Volum de turistes més alt

El que indiqui el major volum de turistes obtindrà la màxima puntuació i la resta de propostes de forma proporcional.

2) Apartat que únicament hauran d'emplenar les companyies aèries/marítimes

Hauran d'indicar:

- Les dades referides a les freqüències mensuals totals de la companyia aèria/marítima des del mercat on es realitzarà la campanya cap a la destinació/marca seleccionat durant el període octubre 2015-març 2016.

- Les dades de previsió per al període octubre 2016-Març 2017 referits a les freqüències mensuals totals de la companyia aèria/marítima des del mercat on es realitza la campanya cap a la destinació/marca seleccionat durant la temporada baixa.

La valoració del criteri es realitzarà sobre el diferencial entre les dades de previsió del període octubre 2016-Març 2017 i les dades referides al període octubre 2015-març 2016, en relació a les freqüències mensuals totals per a cadascun dels mesos que conformen la dit període.

En el cas que les dades aportades puguin ser qüestionables, l'ATB es reserva el dret a sol·licitar qualsevol tipus de documentació addicional justificativa.

La puntuació assignada per a cadascun dels mesos és:

Octubre	Novembre	Desembre	Gener	Febrer	Març 2017
20	40	40	40	40	20

Per tant, com a màxim per a aquest criteri íntegrament es podran obtenir **200 punts**.

Per obtenir la puntuació del criteri s'aplicarà la següent fórmula:

$$Po = \frac{(Do * Pm)}{FMa}$$

FMa

Po= Puntuació obtinguda

Pm= Puntuació màxima depenent del mes

Do= Dada oferta

FMa= Volum de freqüències mensuals més alt

El que indiqui el major nombre de freqüències mensuals obtindrà la màxima puntuació i la resta de propostes de forma proporcional.

A.2 Import destinat a l'execució de la campanya en modalitat de co-màrqueting

Hauran d'indicar l'import total destinat a l'execució de la campanya en modalitat de co-màrqueting. És a dir, la campanya que proposa l'empresa o entitat sol·licitant i que haurà de complir l'indicat a l'apartat 3.1 d'aquestes bases. Aquest import haurà d'incloure totes les despeses relatives a la mateixa:

- Planificació de la campanya
- Producció de les creativitats
- Cost de les insercions
- Control dels resultats obtinguts
- Honoraris de qualsevol altre tipus relacionats amb la campanya





- Impostos

L'import haurà de ser indicat en euros

La puntuació assignada com a màxim per a aquest criteri és de **300 punts**.

Per obtenir la puntuació del criteri s'aplicarà la següent fórmula:

$$Po = \frac{(Do * Pm)}{ITa}$$

Po= Puntuació obtinguda

Pm= Puntuació màxima

Do= Dada ofertada

ITa= Import total més alt

El que indiqui l'import més alt obtindrà la màxima puntuació i la resta de propostes de forma proporcional.

A.3 Categoria de producte al qual es vincula la campanya

Indicar a quina categoria de producte es vincula la campanya. Fer *clic* sobre *check*.

Es podran seleccionar fins a un màxim de 3 categories de producte.

La puntuació assignada per a aquest criteri és la següent:

CATEGORIA	PUNTUACIÓ
Costa i litoral	1
MICE	30
Natura	30
Cultura	30
Gastronomia	30
Esports	30
Oci	10
Salut	30
Urbà	30
Accessibilitat	30

Per tant, com a màxim per a aquest criteri es podran obtenir **90 punts**

A.4 Mes en el qual es desenvoluparia la campanya.

Indicar en quin mes es desenvoluparia la campanya. Fer *clic* sobre *check*. Es podran seleccionar fins a un màxim de 2 mesos.

La puntuació assignada per a aquest criteri és la següent:

MES	PUNTUACIÓ
Agost	20
Setembre	20
Octubre	40
Novembre	50
Desembre	50

Per tant, com a màxim per a aquest criteri es podran obtenir **100 punts**

L'ANNEX II haurà d'anar acompanyat de l'ANNEX III, declaració responsable en la qual s'indiqui la intenció de realitzar la campanya/acció segons les dades i imports assenyalats en l'ANNEX II relatiu als criteris objectius. Aquest document ha d'estar signat pel màxim responsable de l'empresa o entitat que sol·licita la col·laboració.

**8.2. Criteris subjectius (MEMÒRIA TÈCNICA)**

Les entitats o empreses que es presentin a la convocatòria hauran de presentar una MEMÒRIA TÈCNICA per procedir a la seva valoració. AQUESTA MEMÒRIA HAURÀ DE CONTENIR COM A MÍNIM UNA SÈRIE D'ÍTEMS, CORRESPONENTS A L'ÒPTIC D'ACCIONS DE LA CAMPANYA PROPOSADA. La valoració de criteris subjectius tindrà una qualificació màxima de **20 punts**.

8.2.1 MEMÒRIA TÈCNICA CO-MÀRQUETING PROMOCIONAL

Per a la seva valoració hauran de lliurar com a mínim els següents criteris depenent dels mitjans en els quals realitzin la campanya proposada en modalitat de co-màrqueting.

Aquest criteris hauran d'estar clarament identificats a la primera pàgina de memòria. En cas contrari, la Comissió tècnica es reserva el dret de no puntuar la proposta per als criteris subjectius.

Per a tots els SUPORTS hauran d'indicar els següents ítems a títol informatiu (no puntuables, però necessari per a la comprensió del pla):

- Marca
- Comprat
- Import total de la campanya proposada en modalitat de co-màrqueting
- Categories de producte vinculada a la campanya
- Mes en el qual es desenvolupa la campanya

Per a cada suport indicar les següents dades:

- Televisió: cobertura
- Radio: cobertura
- Mitjans imprès: tipus de suport i la cobertura / tipologia
- Internet: tipus d'acció online /tipologia del suport /acció
- Outdoor: suport publicitari
- Indoor: ubicació del suport
- Altres mitjans: mitjos/accions

A més, per a cadascun dels SUPORTS hauran d'indicar les següents dades depenent del mitjà en el qual es classifiquin. Aquests criteris seran sobre els quals es realitzarà la valoració dels criteris subjectius.

TELEVISIÓ

- () Nom del suport
- () Share anual cadena
- () GRP's prevists
- () N° insercions
- () Tipus/format de les insercions
- () Franja horària
- () CPM (cost per mil)
- () Cost de la inversió per suport
- () Cost de la inversió total en el mitjà

RADIO

- () Nom del suport
- () N° d'oients anuals
- () N° insercions
- () Tipus/format de les insercions
- () Franja horària
- () CPM (cost per mil)
- () Cost de la inversió per suport
- () Cost de la inversió total en el mitjà





MITJÀ IMPRÈS

- ☐ () Nom del suport
- ☐ () Per a mitjans impresos de pagament indicar únicament el tiratge útil i la difusió
- ☐ () Per a mitjans impresos de gratuïts indicar únicament la distribució
- ☐ () N° insercions
- ☐ () Tipus/format de les insercions
- ☐ () Ubicació
- ☐ () CPM (cost per mil)
- ☐ () Cost de la inversió per suport
- ☐ () Cost de la inversió total al mig

INTERNET

- ☐ () Nom del suport
- ☐ () Usuaris únics del suport
- ☐ () Usuaris totals del suport
- ☐ () N° d'insercions
- ☐ () Tipus/format de les insercions
- ☐ () Ubicació
- ☐ () Descripció de l'acció en el cas que sigui online no tradicional
- ☐ () N° impressionis previstos
- ☐ () N° de clics previstos
- ☐ () CPM (cost per mil)
- ☐ () Cost de la inversió per suport
- ☐ () Cost de la inversió total en el mitjà

OUTDOOR

- Suports fixos

- ☐ () Nom de la ciutat on es realitzi la campanya
- ☐ () N° d'habitants residents
- ☐ () N° d'insercions
- ☐ () Ubicació de les insercions (localitzacions com més exactes millor)
- ☐ () N° impactes previstos
- ☐ () CPM (cost per mil)
- ☐ () Cost de la inversió per suport
- ☐ () Cost de la inversió total en el mitjà

- Suports mòbils

- ☐ () Nom de la ciutat on es realitzi la campanya
- ☐ () N° d'habitants residents
- ☐ () N° d'insercions/vehicles
- ☐ () Descripció de l'acció / format
- ☐ () N° impactes previstos
- ☐ () CPM (cost per mil)
- ☐ () Cost de la inversió per suport
- ☐ () Cost de la inversió total en el mitjà

INDOOR

- ☐ () Nom del lloc i la ciutat on es realitzi la campanya
- ☐ () Volum d'afluència a la ubicació
- ☐ () N° d'insercions
- ☐ () Ubicació de les insercions (localitzacions com més exactes millors) /formats
- ☐ () N° d'impactes previstos
- ☐ () Descripció de l'acció
- ☐ () CPM (cost per mil)



- () Cost de la inversió per suport
- () Cost de la inversió total en el mitjà

ALTRES MITJANS

- () Nom de la ciutat on es realitzi la campanya
- () N° d'habitants residents
- () Ubicació de les accions (localitzacions el més exactes possibles)
- () N° d'impactes previstos
- () Descripció de l'acció
- () CPM (cost per mil)
- () Cost de la inversió per suport
- () Cost de la inversió total en el mitjà

9. Comissió Tècnica

La Comissió Tècnica per a la valoració de les propostes presentades dins d'aquesta convocatòria serà nomenada pel President de l'ATB, a proposta de l'adreça de l'ATB.

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

10. Fases posteriors

Una vegada finalitzada la fase d'examen de la documentació administrativa, i simultània a la revisió de la documentació tècnica per la Comissió, la Secretària de les Comissions Executives Insulars remetrà una relació de les empreses o entitats que han presentat propostes a aquesta convocatòria a cadascuna de les marques per al seu coneixement. Aquesta relació també es podrà consultar a la seu de l'ATB, en els 5 dies naturals següents a la seva comunicació.

Posteriorment la Comissió Tècnica realitzarà la valoració final, realitzat l'informe tècnic preceptiu de totes les sol·licituds que s'eleva a la Direcció de l'ATB, qui proposarà al President la resolució per aprovar la realització dels acords de col·laboració en modalitat co-màrqueting.

Dictada la resolució d'aprovació de la col·laboració, s'iniciaran per part de l'ATB els tràmits administratius per formalitzar l'oportú conveni de col·laboració amb cada entitat.

Aquest conveni haurà de signar-se 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 portar a terme el citat conveni.

En el conveni de co-màrqueting que se signarà amb les entitats o empreses col·laboradores s'establiran les condicions de realització i execució de l'acció.

11. Protecció de dades

De conformitat amb l'EL 15/1999, de 13 de desembre, de protecció de dades de caràcter personal, els sol·licitants queden informats i accepten la incorporació de les dades que facilitin al fitxer que l'ATB crearà.

Les entitats sol·licitants estan obligades al compliment de l'establert en l'EL 15/1999, de 13 de desembre (LOPD) i el RD 1720/2007, de 21 de desembre, pel qual s'aprova el reglament que desenvolupa la LOPD, en relació a les dades personals als quals tinguin accés durant la vigència dels convenis que es realitzin en desenvolupament i execució d'aquesta convocatòria.

12. Confidencialitat

Qualsevol informació confidencial revelada per l'ATB a l'entitat amb la qual es formalitzin accions de co-màrqueting durant la vigència dels convenis, es mantindrà amb caràcter estrictament confidencial per al receptor, comproment-se a utilitzar aquesta informació únicament per a la finalitat per la qual li va ser revelada per l'emissor, excepte 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 empleats de l'entitat col·laboradora que hagin de conèixer-ho per complir amb el co-màrqueting.

**13. Règim jurídic aplicable**

Les qüestions litigioses que sorgeixin entre les parts relacionades amb els efectes, execució i extinció del conveni seran competència de la jurisdicció contenciosa-administrativa. Abans de la interposició de l'oportuna demanda haurà d'interposar-se, el corresponent recurs administratiu, d'acord amb la Llei 3/2003, de 26 de març, de règim jurídic de l'Administració de la Comunitat Autònoma de les Illes Balears.

14. Eficàcia

Aquesta resolució té efecte des de l'endemà de la seva publicació en el 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 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 castellà a elecció del col·laborador.

En cas que aquest desitgi traduir-ho a un altre idioma es farà càrrec de les despeses de traducció, i únicament s'utilitzarà com a annex al conveni, prevalent el document en l'idioma oficial.





ANNEX I FORMULARI DE SOL·LICITUD CO-MÀRKETING PROMOCIONAL

Nom comercial de l'empresa:

Nom fiscal de l'empresa:

CIF:

Adreça:

núm: pis:

Localitat:

Província:

País:

Telèfon:

Fax:

Correu electrònic:

Representant legal de l'entitat sol·licitant

Nom i cognoms:

Càrrec:

DNI:

Persona de contacte

Nom i cognoms:

Càrrec:

Telèfon:

Correu electrònic:

Marca gestionada per l'Agència de Turisme de les Illes Balears per a la qual es demana el co-màrqueting: (marqueu casella de selecció)



Mallorca



Menorca



Formentera

Import total de la campanya/acció proposada en modalitat de co-màrqueting: (impostos inclosos)

€

Import que sol·licita a l'ATB para la realització de la col·laboració de co-màrqueting promocional: (impostos inclosos)

€

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

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

_____, ____ de _____ de _____

(signatura i segell de l'empresa)

AL PRESIDENT DE L'ATB.



ANNEX II

Convocatòria convenis de col·laboració Criteris Objectius

CO-MÀRQUETING PROMOCIONAL

NOMBRE DE LA EMPRESA <i>Destino al que se vinculará la campaña</i>		Mercados donde se realizará la campaña	
☐  ☐  ☐ 		☐ España ☐ Dinamarca ☐ Noruega ☐ Rep Checa ☐ Reino Unido ☐ Bélgica ☐ Suecia ☐ EEUU ☐ Alemania ☐ Austria ☐ Finlandia ☐ China ☐ Francia ☐ Irlanda ☐ Rusia ☐ Dubai ☐ Italia ☐ Países Bajos ☐ Polonia ☐ Brasil ☐ Suiza ☐ Portugal ☐ Luxemburgo	

A.1 DATOS DEL SOLICITANTE

ESTE APARTADO ÚNICAMENTE LO DEBERÁN RELLENAR LOSTTOO y COT

Datos del periodo Octubre 2015-Marzo 2016 referidos al volumen de turistas del solicitante, desde el mercado donde se realizará la campaña hacia el destino/marca seleccionado durante dicho periodo

Octubre'15	Noviembre'15	Diciembre'15	Enero'16	Febrero'16	Marzo'16	Total
						0

Datos de PREVISIÓN para el periodo Octubre 2016-Marzo 2017 referidos al volumen de turistas del solicitante, desde el mercado donde se realizará la campaña hacia el destino/marca seleccionado durante dicho periodo

Octubre'16	Noviembre'16	Diciembre'16	Enero'17	Febrero'17	Marzo'17	Total
						0

Diferencial entre los datos de previsión para el periodo Octubre 2016-Marzo 2017 y los datos referidos al periodo Octubre 2015-Marzo 2016, en relación al volumen de turistas.

Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero	Febrero	Marzo	Total
0	0	0	0	0	0	0

ESTE APARTADO ÚNICAMENTE LO DEBERÁN RELLENAR LAS COMPAÑÍAS AÉREAS/MARÍTIMAS

Datos del periodo Octubre 2015-Marzo 2016 referidos a las frecuencias mensuales totales de la compañía aérea/marítima desde el mercado donde se realizará la campaña hacia el destino/marca seleccionado durante dicho periodo

Octubre'15	Noviembre'15	Diciembre'15	Enero'16	Febrero'16	Marzo'16	Total
						0

Datos de PREVISIÓN para el periodo Octubre 2016-Marzo 2017 referidos a las frecuencias mensuales totales de la compañía aérea/marítima desde el mercado donde se realiza la campaña hacia el destino/marca seleccionado

Octubre'16	Noviembre'16	Diciembre'16	Enero'17	Febrero'17	Marzo'17	Total
						0

Diferencial entre los datos de previsión para el periodo Octubre 2016-Marzo 2017 y los datos referidos al periodo Octubre 2015-Marzo 2016, en relación a las frecuencias mensuales totales

Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero	Febrero	Marzo	Total
0	0	0	0	0	0	0

DATOS DE LA CAMPAÑA PROPUESTA EN MODALIDAD CO-MARKETING

A.2 Importe destinado a la ejecución de la campaña en modalidad co-marketing (impuestos incluidos, en euros)

0,00 €

A.3 Categoría de producto al que se vincula la campaña (seleccionar 3 ítems como máximo)

- | | | |
|--|--------------------------------------|--|
| ☐ Costa y Litoral | ☐ Cultura | ☐ Ocio |
| ☐ MICE | ☐ Gastronomía | ☐ Salud |
| ☐ Naturaleza | ☐ Deportes | ☐ Urbano |
| | | ☐ Accesibilidad |

A.4 Mes en el cuál se desarrollará la campaña (seleccionar 2 ítems como máximo)

- ☐ Agosto
 ☐ Septiembre
 ☐ Octubre
 ☐ Noviembre
 ☐ Diciembre



**ANNEX III****Declaració responsable criteris objectius
CO-MÀRQUETING PROMOCIONAL**

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

DECLARO,

Que totes les dades incloses a l'annex II, relatiu a "criteris objectius co-màrqueting promocional" estan en previsió d'executar-se, segons les característiques, especificacions i imports indicats.

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

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

AL PRESIDENT DE L'ATB.



**ANEXO IV****Declaració responsable criteris subjectius
CO-MARKETING PROMOCIONAL**

Jo _____
DNI _____ en nom i representació de la persona jurídica,

amb NIF _____ i amb domicili a (carrer/plaça) _____
_____, núm _____, pis _____,
població _____, província _____,
país _____, codi postal _____.

DECLARO,

1. Que adjunto la memòria que conté l'òptic d'accions, així com una descripció de la campanya proposada en modalitat de *co-màrqueting* promocional que duu per títol _____
2. Que totes les accions descrites en aquesta memòria estan en previsió d'executar-se segons el temps i la manera indicats.

I perquè consti, essent la documentació esmentada aquella sobre la qual es realitza la valoració dels criteris subjectius, i per tant, perquè tingui els efectes oportuns, davant de l'Agència de Turisme de les Illes Balears (ATB), expedixo i signo aquest document a

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

AL PRESIDENT DE L'ATB.

