

Secció III. Altres disposicions i actes administratius

ADMINISTRACIÓ DE LA COMUNITAT AUTÒNOMA

AGÈNCIA D'ESTRATÈGIA TURÍSTICA DE LES ILLES BALEARS

171536

Resolució del president de l'AETIB, de 10 de maig de 2021, per la qual s'aproven les bases de la convocatòria per a la realització de convenis de col·laboració de co-màrqueting estratègic amb l'Agència d'Estratègia Turística de les Illes Balears (AETIB) en accions que millorin la connectivitat turística i impulsin la comercialització de les Illes Balears amb els mercats emissors

La Conselleria de Model Econòmic, Turisme i Treball, a través de l'Agència d'Estratègia Turística de les Illes Balears (d'ara endavant AETIB), inicià durant el mes de març de 2021 l'expedient administratiu que dóna lloc a aquesta convocatòria pública. L'objectiu és oferir un marc de col·laboració públic-privat que permeti unir esforços per millorar la connectivitat i impulsar la comercialització de les Illes Balears amb els mercats emissors presents als *Plans de Connectivitat de les Illes Balears*. La finalitat és afavorir l'ocupació mitjançant l'eina del co-màrqueting estratègic.

La declaració del brot de coronavirus COVID-19 com a Emergència de Salut Pública d'Importància Internacional (ESPII) per part de l'Organització Mundial de la Salut (OMS) el març de l'any 2020, ha afectat les nostres illes en particular.

La publicació del Reial Decret 463/2020, de 14 de març de 2020, on es declarava l'estat d'alarma per a la gestió de la situació de crisi sanitària que va provocar la COVID-19 va causar l'aturada de tots els sectors empresarials i, per tant, del turisme.

Amb aquesta declaració i amb l'Ordre TMA/247/2020 de 17 de març, es varen establir mesures de transport a aplicar a les concessions entre la península i la Comunitat Autònoma de les Illes Balears (BOE núm. 72, de 17 de març), que es varen reflectir a l'Acord del Consell de Govern de 18 de març de 2020, pel qual s'establien mesures d'especial protecció de les persones en relació a les entrades i sortides als ports i aeroports de les Illes Balears, i pel qual es va establir la restricció absoluta d'entrada i sortida als ports i aeroports de les Illes Balears. Per altra banda, l'Ordre INT/270/2020 de 21 de març va fixar criteris per a l'aplicació d'una restricció temporal de viatges no imprescindibles des de tercers països de la Unió Europea i països associats Schengen per raons d'ordre públic i salut pública.

Arrel de la pandèmia de la COVID-19 i de l'Estat d'alarma decretat, entre d'altres, pel Govern d'Espanya, les companyies aèries varen veure reduït en un 90% el tràfic aeri durant els mesos de març a maig de 2020. Segons dades de la Direcció General d'Aviació Civil, en 2020 el nombre de vols comercials al mercat espanyol va caure un 74,7% el que suposa una pèrdua de 172,8 milions de passatgers respecte de 2019. De 201 companyies aèries que operaven vols amb o dins del territori espanyol, només 148 ho varen fer el 2020. Segons aquest informe, el moviment de passatgers a l'aeroport de les Illes Balears es va reduir en un 77,5% i els moviments d'aeronaus en un 60,2% respecte a l'any 2019.

Les companyies marítimes varen veure reduït en un 60% el nombre de passatgers el 2020, respecte de l'any 2019, dels quals 3,6 milions pertanyien a línies regulars. Aquesta disminució ha arribat a suposar en algun port, el 76%. La situació pandèmica ha obligat les companyies a adaptar i reduir les freqüències, així com l'aforament, en compliment de les noves mesures sanitàries.

Així mateix, segons dades de l'OMT, les arribades internacionals varen caure un 74% el 2020, representant a nivell mundial unes pèrdues de 1.3 bilions de dòlars, posant en risc entre 100 i 200 milions d'ocupacions turístiques. La *Mesa del Turisme* ha elevat fins a 135.000 milions d'euros l'estimació de pèrdues per al sector turístic espanyol a conseqüència de la pandèmia de la COVID-19.

Aquesta situació també ha afectat directament al mercat de la distribució i comercialització, com per exemple l'alemany, amb una caiguda del 81% durant l'any 2020. Aquestes dades són extensibles a altres mercats prioritaris per a les Illes Balears, com el britànic, francès o italià.

El Govern Balear, mitjançant aquesta convocatòria, estima importantíssim impulsar la connectivitat i comercialització de les Illes Balears als països emissors. Per tal d'assolir aquesta tasca, ara més que mai es fa necessària la col·laboració del sector públic amb les companyies aèries, marítimes i els canals de comercialització de la destinació per retornar progressivament la recuperació del sector turístic.

És absolutament necessària la publicació d'aquesta convocatòria per estimular l'economia i flux de turistes. La pandèmia ha tingut ressò a tot l'estat espanyol, però, pel nostre caràcter insular, la reactivació s'ha vist agreujada amb la retirada de les companyies aèries i marítimes que han anul·lat les freqüències cap a les illes, essent aquests mitjans de transport els únics que connecten les illes amb la resta de províncies de l'Estat Espanyol i de països. A més, els canals de distribució fonamentals per a la comercialització de la destinació s'han vist afectats greument per aquestes circumstàncies.



Per altra banda, s'ha de fer referència a l'actual posició del Regne Unit atès l'Acord de retirada de la UE de conformitat amb la DECISIÓ (UE) 2020/135 del Consell de 30 de gener de 2020 relativa a la celebració de l'Acord sobre la retirada del Regne Unit de Gran Bretanya e Irlanda del Nord de la Unió Europea i que habilita un període transitori per facilitar la sortida de la Unió Europea, període que finalitza el dia 31.12.2020. No obstant això, es permetrà a les companyies aèries operar vols directes sense restriccions fins a 9 mesos des de la data en què el Regne Unit abandoni la UE.

Per tant, les companyies aèries no comunitàries que desitgen seguir operant vols intracomunitaris hauran de reconfigurar les seves estructures de propietat per obtenir una llicència europea o enfrontar-se a la possibilitat d'haver de renunciar a les rutes.

Les companyies aèries que tinguin llicències d'operació europees podran mantenir-les amb la condició de que el seu principal centre de negoci estigui situat a un estat membre de la UE, i que la majoria i el control efectiu de la companyia el tinguin nacionals d'estats membres de la UE. En el cas de companyies amb llicència britànica, les llicències d'operació concedides pel Regne Unit no seran llicències vàlides de la UE.

La participació en aquesta convocatòria de co-màrqueting estratègic subjecta als principis de publicitat, transparència, cooperació i eficiència de la utilització dels recursos públics, suposa l'acceptació dels termes i condicions establerts en aquestes bases.

L'objecte d'aquesta convocatòria, pública i oberta, serà oferir a entitats privades dins de la cadena de valor turística i vinculades directament a la connectivitat o comercialització de la destinació, la possibilitat de realitzar convenis de col·laboració en modalitat de co-màrqueting estratègic per tal de millorar la connectivitat i comercialització turística a les Illes Balears, tant en l'àmbit nacional com a internacional.

La convocatòria va dirigida a 5 línies d'actuació concretes: connectivitat aèria i marítima, comercialització de la destinació mitjançant touoperador (TTOO), agències de viatges (AAVV) i agències de viatges online (OTAS). Per tant, només seran les entitats que s'inclouguin dins d'aquestes línies d'actuació les úniques que hi podran optar. Es tracta de dur a terme una acció conjunta, AETIB i entitats privades incardinades dins d'aquestes línies, que potenciï la rendibilitat en la gestió dels recursos, tant públics com a privats. Així mateix, el co-màrqueting estratègic reforça la imatge de marca de les entitats que hi participen, convertint els seus atributs en traccionadors de la demanda.

L'AETIB vol contribuir i impulsar la millora de model turístic cap a la sostenibilitat estratègica de la destinació, per aquest motiu, recolzarà les entitats que, participant a les campanyes de co-màrqueting, també desenvolupin accions vinculades a l'àrea de responsabilitat social corporativa (RSC). L'AETIB promourà actuacions mitjançant campanyes de comunicació que donin a conèixer les iniciatives realitzades per aquestes entitats.

Serà obligació de l'entitat col·laboradora complir amb les *Directrius de l'ús de les marques de l'AETIB* que es lliurin per part de l'AETIB.

El termini de presentació de propostes de col·laboració estarà obert des de l'endemà de la publicació de les bases de la convocatòria en el BOIB, fins a l'1 d'octubre de 2021 o fins que s'exhaureixi el pressupost assignat per a aquesta convocatòria, sempre amb anterioritat a aquesta data límit.

Entre les finalitats de l'AETIB, d'acord amb l'article 5 del Decret 18/2018, de 22 de juny, pel qual es reorganitza, reestructura i regula l'Agència d'Estratègia Turística de les Illes Balears, cal destacar que l'AETIB és l'entitat encarregada de la planificació general i el foment de l'activitat econòmica de les Illes Balears que afecti el sector turístic, i entre els àmbits d'intervenció, es contempla el de donar suport a la creació, organització i comercialització dels productes i serveis turístics de les Illes Balears.

Per tot això, s'aproven, annexes a aquesta resolució, les bases d'una nova convocatòria pública per realitzar convenis de col·laboració amb l'AETIB, per a les entitats que compleixin amb els requisits establerts a les bases que s'acompanyen.

Palma, 10 de maig de 2021

El president de l'AETIB

Jaume Colom Adrover

(Per Resolució del president de l'AETIB de 16 de gener de 2020,
de delegació de signatura de gestió ordinària)



ANNEX
BASES DE LA CONVOCATÒRIA DE CO-MÀRQUETING ESTRATÈGIC

1. OBJECTE

L'objecte d'aquesta convocatòria, pública i oberta, és oferir a les entitats vinculades a les 5 línies d'actuació descrites a continuació, la possibilitat de realitzar convenis de col·laboració en modalitat de co-màrqueting estratègic, per tal de millorar la connectivitat turística e impulsar la comercialització de la destinació Illes Balears, fora dels mesos d'estiu, tant per a rutes nacionals com a internacionals.

Les campanyes estan destinades a promocionar:

- Les rutes/trajectes directes ja existents amb qualsevol dels aeroports i/o ports de les Illes Balears i fomentar la creació de noves rutes/trajectes directes amb les Illes.
- Els paquets turístics a la destinació Illes Balears que incloguin com a mínim una connexió interilles.

a) Per tant, s'estableixen la següents línies d'actuació de co-màrqueting estratègic de connectivitat:

Línia actuació	Tipus d'entitat
Línia A	Companyies aèries
Línia B	Companyies marítimes
Línia C	Touropersadors turístics (TO)
Línia D	Agències de viatges (AV)
Línia E	OTAS (<i>Online Travel Agency</i>)

b) L'objecte de les campanyes a desenvolupar serà:

Línia actuació	Campanya publicitària de
Línia A	Rutes aèries directes des dels mercats emissors als aeroports de les Illes Balears
Línia B	Rutes marítimes directes des dels mercats emissors als ports de les Illes Balears
Línia C	Paquets turístics des dels mercats emissors a les destinacions de les Illes Balears.
Línia D	
Línia E	

Els mercats emissors de les Illes Balears es detallen a l'ANNEX 6 *Plans de connectivitat de les Illes Balears*.

Queden excloses d'aquesta convocatòria les rutes/trajectes interilles, mentre que els paquets turístics estaran obligats com a mínim a incloure una connexió interilles.

Es defineix com a RUTA aèria el trajecte d'un vol des de l'aeroport d'origen fins a l'aeroport de destinació. En aquest cas concret, les rutes que es descriuen sempre seran de vols directes entre l'aeroport d'origen i el de destinació.

Es defineix com a RUTA marítima el trajecte d'un vaixell des del port d'origen fins al port de destinació. En aquest cas concret, les rutes que es descriuen sempre seran de trajectes directes entre el port d'origen i el de destinació.

Es defineix com a PAQUET turístic, per assimilació a la definició de viatge combinat descrita al article 151 punt 1.b) del RDL 23/2018, de 21 de desembre, de transposició de directives en matèria de marques, transport ferroviari i viatges combinats, i serveis de viatge vinculats.

c) Aquestes campanyes han de promocionar una de les següents opcions:

Línia actuació	Contingut promocional de la campanya
Línia A	En cas de companyies aèries:
	1. Una única ruta aèria, des d'un aeroport d'un mercat d'origen, a un únic aeroport de les Illes Balears
	2. Un conjunt de rutes aèries, des d'un mateix mercat d'origen, a un únic aeroport de les Illes Balears
Línia B	En cas de companyies marítimes:

Línia actuació	Contingut promocional de la campanya
	1. Una única ruta marítima, des d'un port d'un mercat d'origen (Península Ibèrica o un altre país), a un únic port de les Illes Balears
	2. Un conjunt de rutes marítimes, des d'un mateix mercat d'origen (Península Ibèrica o un altre país) a un únic port de les Illes Balears
Línia C Línia D Línia E	<i>En cas de TO, AV i OTAS:</i> 1. Un paquet turístic des d'un mercat emissor a, al menys, dues destinacions de les Illes Balears (illes diferents, però amb la mateixa combinació de marques). 2. Més d'un paquet turístic des d'un mercat emissor a, al menys, dues destinacions de les Illes Balears (illes diferents, però amb la mateixa combinació de marques).

d) Període mínim d'operativitat de la/les ruta/rutes/trajecte/ trajectes/paquet/paquets que es promocionen amb la campanya:

Les entitats col·laboradores s'hauran de comprometre a mantenir la/les ruta/rutes/trajecte/trajectes/paquet/paquets que es promocionin amb la campanya, com a mínim fins les següents dates. En cas contrari no s'abonarà la campanya.

Línia actuació	Període mínim de operativitat
Línia A	<i>En cas de companyies aèries:</i> Fins al 15 de novembre de 2021
Línia B	<i>En cas de companyies marítimes:</i> Fins al 15 de novembre de 2021
Línia C Línia D Línia E	<i>En cas de TO, AV i OTAS:</i> Fins al 15 de novembre de 2021

En el cas que, abans del 15 de novembre de 2021, l'entitat sol·licitant cessés d'operar la/les ruta/rutes/trajecte/trajectes/paquet/paquets que es promocionen amb la campanya motivades per assumptes operatius o de baixa ocupació, no s'abonarà cap quantia de la campanya executada per haver incomplert un dels requisits vinculats a aquesta.

e) Les campanyes respondran als següents terminis d'actuació per a totes de línies d'actuació:

Les campanyes podran desenvolupar-se/executar-se –ambdós inclosos–:	
Data inici	Data de finalització
Des de 30 dies naturals a comptar a partir del dia després de la publicació al BOIB d'aquesta convocatòria	fins al 31/12/2021

La temporada que publicitarà la campanya es –ambdós inclosos–:	
Data inici	Data de finalització
Des de 30 dies naturals a comptar a partir del dia després de la publicació al BOIB d'aquesta convocatòria	fins al 30/06/2021
Des de l'1 de setembre de 2021	fins al 31/12/2021
<i>Per tant, no es podrà publicar durant els mesos de juliol i agost</i>	

No s'acceptaran campanyes iniciades prèviament a la signatura del conveni o que no compleixin amb els requisits estipulats en aquestes bases.

1.1 Campanyes de sostenibilitat

A poc a poc, tant les entitats com els ciutadans són més conscients que el model de desenvolupament actual ha d'evolucionar i canviar cap a un model sostenible amb tres dimensions: equitat social, eficiència econòmica i conservació ambiental. Per dur a terme el desenvolupament de polítiques i estratègies que fomentin aquest canvi és imprescindible l'impuls institucional amb actuacions concretes que potenciïn la sostenibilitat.

Per aquest motiu, i tenint en compte que les companyies aèries i marítimes generen al votant d'un 2% de les emissions globals de diòxid de carboni, i que els canals de distribució com a comercialitzadors del servei també hi contribueixen a aquestes dades, es planteja fomentar i potenciar estratègies sostenibles, mitjançant accions incentivades. El canvi climàtic és una realitat que ja està aquí i que des de les institucions públiques hem de treballar activament per a la seva mitigació.



Per tal de fomentar la sostenibilitat, es proposa a les entitats sol·licitants participar en una de les accions que a continuació es detallen i que es recolzaran per part d'aquesta administració amb la implementació de la campanya proposada fins a 30.000€ més, destinats a mitjans externs, per realitzar una campanya conjunta de sostenibilitat.

Per la seva part, l'entitat sol·licitant aportarà la mateixa quantia, que invertirà en mitjans propis o externs, a la seva elecció. El contingut de la campanya serà donar a conèixer l'acció col·laborativa d'ambdues entitats, que es potencia amb aquesta actuació, amb l'objectiu de fomentar la sostenibilitat.

A continuació es descriuen les propostes vinculades a les següents accions, que seran les accions que únicament es valoraran.

PROPOSTA D'ACCIONS DE FOMENT DE LA SOSTENIBILITAT			APORTACIÓ MÀX. AETIB	APORTACIÓ MÀX. ENTITAT
A. Companyia aèria	B. Companyia marítima	CDE. TO, AV i OTAS	EN MITJANS EXTERNES	EN MITJANS PROPIS
1A. Que la companyia disposi d'un programa propi de reducció de petjada de carboni amb aportació dinerària efectiva.	1B. Que la companyia disposi de pla de RSC per a l'any 2021, on s'inclougui alguna acció en cada una de les dimensions: social, econòmica i mediambiental. Per a l'execució d'aquest pla s'ha de realitzar una aportació dinerària efectiva mínima.	1CDE. Que la companyia, o grup al que hi pertany, disposi de pla de RSC per a l'any 2021, on s'inclougui alguna acció en cada una de les dimensions: social, econòmica i mediambiental. Per a l'execució d'aquest pla s'ha de realitzar una aportació dinerària efectiva mínima.	15.000€	15.000€
2A. Que la companyia doni accés, a través dels seus mitjans tecnològics, a programes de reducció de petjada de carboni en els quals els viatgers puguin calcular quant CO ₂ generen i com es pot compensar, incloent aportacions dineràries per a projectes concrets.	2B. Que la companyia disposi d'un programa propi de reducció de petjada de carboni amb aportació dinerària efectiva.	2CDE. Que la companyia o grup al que pertany disposi d'un programa propi de reducció de petjada de carboni amb aportació dinerària efectiva.	25.000€	25.000€
	3B. Que la companyia realitzi accions de conscienciació amb els viatgers amb relació als ODS. Els viatgers, a més de participar, han de poder realitzar aportacions dineràries a projectes concrets.	3CDE. Que la companyia o grup al que pertany realitzi accions de conscienciació amb els viatgers amb relació als ODS i, a més de participar, puguin realitzar aportacions dineràries a projectes concrets.		
3A. Que els programes que tenen actius per compensar la petjada de carboni incloguin una acció que es desenvolupi a les Illes Balears.	4B. Que la companyia, dins del pla de RCS per a l'any 2021, inclogui alguna acció amb aportació dinerària que es desenvolupi directament a les Illes Balears.	4CDE. Que la companyia o grup al que pertany, dins del pla de RCS per a l'any 2021, inclogui alguna acció que es desenvolupi directament a les Illes Balears.	30.000€	30.000€
		5CDE. Que la companyia o grup al que pertany inclogui destinacions de les Illes Balears al seu catàleg de destinacions sostenibles i les ofereixi a la seva pàgina web.		

Només es podrà seleccionar una de les accions proposades, per tant, l'aportació màxima serà de 30.000 € per part de cada una de les entitats (AETIB i entitat col·laboradora).

Aquesta campanya es podrà realitzar de manera simultània amb la campanya general, o bé de forma independent, però sempre complint amb les dates d'execució de la campanya indicades a l'apartat 1.e) de l'objecte d'aquesta convocatòria. Així mateix, i de forma general, es regirà per les bases que en aquesta convocatòria es detallen.

Per presentar la proposta s'haurà de lliurar l'annex de la *Proposta relativa a la campanya de sostenibilitat*, ajustant-se a l'apartat 5.3.3 d'aquestes bases, segons la línia d'actuació a què s'opti:

Línia d'actuació	Annex Proposta relativa a la campanya de sostenibilitat
Línia A	ANNEX A4
Línia B	ANNEX B4



Línia d'actuació	Annex Proposta relativa a la campanya de sostenibilitat
Línia CDE	ANNEX CDE4

La proposta lliurada es negociarà amb la Comissió de valoració de l'AETIB per tal de que s'ajusti als objectius estratègics de l'AETIB per a l'any 2021. Totes les modificacions en la proposta es deixaran per escrit a l'expedient.

1.2 Territorialització

Per tal de complir amb la territorialització entre illes, es dedicarà un percentatge mínim a co-màrqueting per destinació, d'acord amb el següent quadre:

DESTINACIÓ	%
MALLORCA	50,92%
MENORCA	17,23%
EIVISSA	20,78%
FORMENTERA	11,07%

S'HA DE TENIR EN COMPTE	APLICACIÓ DEL PERCENTATGES
Per a la línia d'actuació A <i>companyies aèries</i>	Atès que l'aeroport d'Eivissa també és el pont de connexió aèria amb l'illa de Formentera, el percentatge assignat a la destinació d'Eivissa serà el sumatori del percentatge corresponent a l'illa d'Eivissa més el de l'illa de Formentera (31,85%)
Per a la línia d'actuació B <i>companyies marítimes</i>	Seguirà la territorialització establerta
Per a les línies d'actuació CDE <i>TO, AV i OTAS</i>	Atès que el paquet/s té l'obligatorietat d'incloure, al menys, dues destinacions de les Illes Balears (dues illes), els percentatges s'aplicaran segons la proporcionalitat reflectida a la taula superior tenint en compte les illes de la destinació de cada paquet
Les campanyes de co-màrqueting per al foment de la sostenibilitat	Es comptabilitzaran dins la partida pressupostària corresponent a la marca de destinació segons la mateixa proporció de la campanya de co-màrqueting estratègic amb la que es presentin

Així mateix, en el cas que el 30 de juny de 2021 no s'hagin sol·licitat prou campanyes de co-màrqueting estratègic fins a exhaurir els percentatges per illes de destinació, el pressupost romanent es destinarà a la resta de sol·licituds, al marge d'aquesta territorialització. L'ordre de prelación es farà per número de registre d'entrada a l'AETIB.

1.3 Imports màxims de la convocatòria

La present convocatòria té un pressupost màxim de **2.500.000 €** (impostos inclosos) finançats de la següent forma:

- Un import màxim de 2.500.000€ (impostos inclosos) al Capítol VI – Inversions Reals del pressupost de l'AETIB per a l'exercici 2021.

Aquest pressupost es dividirà de la següent forma:

Línia actuació	Imports màxims per línia d'actuació (impostos inclosos)
Línia A	1.250.000€
Línia B	300.000€
Línia CDE	950.000€
TOTAL	2.500.000€

Encara això, per tal de cobrir les necessitats de la convocatòria, si una vegada exhaurida la partida corresponent a qualsevol de les línies d'actuació es disposa de pressupost a una de les altres línies, es podrà traspasar fons d'una línia a una altra. En cas de realitzar aquest traspàs i estant vigent l'apartat 1.2 *Territorialització*, aquest s'haurà d'aplicar.

En cas que la partida reservada per a alguna de les línies o per al conjunt de la convocatòria sigui insuficient, la partida pressupostària podrà ser ampliada, a criteri de la direcció, en funció de la disponibilitat pressupostària.

Així mateix, en el cas que a data 1 de setembre de 2021 no s'hagi exhaurit la totalitat de la disponibilitat pressupostària, l'AETIB podrà disposar dels romanents, que seran destinats a altres projectes segons les necessitats existents, tenint en compte la partida pressupostària i capítol al que varen ser assignats.

2. IMPORTS MÀXIMS DE SOL·LICITUD

Ateses les conseqüències provocades per la pandèmia de la COVID-19, que han suposat una crisi mundial, no tan sols a nivell sanitari, sinó també econòmic, les Illes Balears s'han vist afectades greument amb una contracció del PIB del 23,7% el 2020. Per tant, és necessari reactivar el sector turístic i els fluxos econòmics. Degut a la condició d'insularitat i a la gran importància de la connectivitat i la comercialització de la destinació per a les Illes Balears, es vol promoure l'increment d'aquesta mitjançant l'impuls a les vies d'entrada les Illes més rellevants i als principals canals de distribució de la destinació.

Aquest any, i de forma excepcional, s'han incrementat els imports màxims de la campanya. Amb aquesta mesura es vol recolzar les vies i canals d'entrada dels fluxos turístics, impulsant el camí cap a la recuperació de la destinació.

Les campanyes no tindran limitació pressupostària, tot i així, i amb la finalitat d'optimitzar els recursos existents, la col·laboració de l'AETIB s'ajustarà a les següents limitacions pressupostàries que s'estableixen en la següent taula.

Línia d'actuació	IMPORTS MÀXIMS DE SOL·LICITUD: límit màxim de col·laboració de l'AETIB per campanya (impostos inclosos)	% MÀXIMS DE COL·LABORACIÓ (impostos inclosos)
Línia A	250.000€	La col·laboració econòmica serà com a màxim del 50% de la proposta presentada (impostos inclosos)
Línia B	100.000€	
Línia CDE	200.000€	

Per realitzar aquests càlculs es prendrà com a referència l'import de la campanya amb el descompte mitjà ofert prèviament aplicat (impostos inclosos).

Tant al pressupost inicial com a la justificació, els imports hauran d'incloure els impostos corresponents a la normativa del país on es realitzi/executi cada acció proposada/executada a la campanya.

Aquesta aportació econòmica es podrà incrementar fins a 30.000 € més, sempre que l'entitat sol·licitant participi en alguna de les propostes de campanyes de co-màrqueting per al foment de la sostenibilitat que es descriuen a l'apartat 1.1 d'aquestes bases.

3. REQUISITS DE LES ENTITATS QUE SOL·LICITEN COL·LABORACIÓ

Podran sol·licitar la col·laboració de l'AETIB en aquesta convocatòria, les empreses o entitats privades, estatals o internacionals, l'activitat principal de les quals sigui:

Línia actuació	Requisit entitats sol·licitants – activitat principal
Línia A	Companyia aèria que transporti passatgers
Línia B	Companyia marítima que transporti passatgers
Línia C	Touropersadors turístics (TO)
Línia D	Agències de viatge (AV)
Línia E	OTAS (Online Travel Agency)

4. REQUISITS DE LES ACCIONS DE CO-MÀRQUETING I TIPOLOGIA DE LES MATEIXES SEGONS LES LÍNIES D'ACTUACIÓ

Les campanyes/accions proposades per les entitats sol·licitants de col·laboració han de complir els següents requisits:

4.1 Requisits generals de co-màrqueting estratègic:

- Complir amb l'objecte de la campanya a desenvolupar descrit a l'apartat 1. b).
- Promocionar un dels continguts descrits a l'apartat 1.c).
- Complir amb el període mínim d'operativitat de la/les ruta/rutes/trajecte/trajectes/paquet/paquets que es promocionen amb la campanya i descrits a l'apartat 1.d).
- Executar la campanya dins les dates indicades a l'apartat 1.e).

- e) Publicitar la part de la temporada dins les dates indicades a l'apartat 1.e).
- f) Desenvolupar-se en els mercats emissors de les Illes Balears descrits al *Plans de Connectivitat de les Illes Balears ANNEX 6*.
- g) La idea creativa de les campanyes serà d'experiències vinculades amb, al menys, algun dels Segments Estratègics Turístics (SET). També es poden vincular amb “costa i litoral/ sol i platja”:

- Esports
- Cultura
- Gastronomia
- Turisme Actiu
- Ecoturisme
- Luxe
- Salut i Benestar
- MICE

h) Realitzar-se mitjançant qualsevol mitjà de comunicació o tipus de suport publicitari dels descrits a l'apartat 4.3 d'aquestes bases.

i) Proposar i realitzar “l'acció requisit” segons es descriu a l'apartat 4.3 d'aquestes bases. Sense aquesta acció no es podrà valorar la proposta lliurada.

j) Com a mínim, les campanyes proposades hauran de tenir una inversió mínima del 30% del total de la campanya (impostos inclosos) en mitjans externs que no estiguin vinculats directament amb l'entitat sol·licitant o amb el grup empresarial al que pertany. La definició de grup empresarial es recull a l'article 42 del Codi de Comerç.

No es valoraran les campanyes que únicament proposin mitjans propis del sol·licitant (webs pròpies, publicitat en instal·lacions pròpies, revista *in-flight/a bord*, catàleg de vendes, punts de venda propis de l'entitat sol·licitant o del grup al qual pertany, entre d'altres) o les campanyes amb una inversió mínima en mitjans externs inferior al 30% del total de la campanya, i per tant, s'exclouran.

k) En el cas que la campanya proposada hagi rebut o vagi a rebre altres col·laboracions i/o ajudes econòmiques (patrocinis, subvencions, entre d'altres) per part de qualsevol entitat pública (ajuntaments, consells insulars, ministeris, entre d'altres), el valor econòmic TOTAL de la campanya proposada ha de ser la suma de les següents quantitats:

- L'aportació de l'AETIB
- Les aportacions d'altres entitats públiques, si n'és el cas
- La part corresponent a l'aportació de l'entitat sol·licitant, import de la qual ha de ser igual o superior a l'aportació de l'AETIB

Per aquest motiu, l'entitat sol·licitant tindrà l'obligació d'informar a l'AETIB de les condicions i imports (impostos inclosos) de les col·laboracions i/o ajudes previstes o signades amb entitats públiques, prèviament a la signatura del conveni. Després de la signatura del conveni no podrà participar cap entitat més en aquesta mateixa campanya. A la justificació s'haurà d'aportar la totalitat de la campanya realitzada.

4.2 Requisits en funció de la línia d'actuació de co-màrqueting estratègic:

Segons la línia d'actuació s'hauran de complir els següents requisits

- a) Declaració responsable (inclosa a l'ANNEX A2, ANNEX B2 ó ANNEX CDE2) on s'ha d'indicar:

Línia actuació	Contingut declaració responsable
Línia A	Que la ruta/es que es proposa promocionar és/són de vols directes des de l'aeroport/s o mercat d'origen, a un dels aeroports de les Illes Balears Que la companyia aèria programa i opera vols directes des del aeroport/s i/o mercat emissor on es realitzarà la campanya publicitària, als tres aeroports de les Illes Balears (s'ha de indicar almenys una ruta a cada aeroport de destinació)
Línia B	Que la ruta/es que es proposa promocionar és/són de trajectes directes des del port/s o mercat d'origen, a un dels ports de les Illes Balears
Línies CDE	Que el paquet/s turístic/s que es proposa promocionar inclou al menys dues destinacions de les Illes Balears (illes diferents, però amb la mateixa combinació de marques)

- b) Per convocatòria, hauran de presentar, com a mínim, el següent número de sol·licituds vinculades a diferents marques de destinació de les Illes Balears per poder optar a la convocatòria:

Línia actuació	Núm. sol·licituds mínimes
Línia A	2
Línia B	1
Línies CDE	1

c) Es podrà presentar una única sol·licitud per combinació:

Línia actuació	Combinacions possibles
Línia A	Companyia aèria/ruta-mercat/marca de destinació/any/convocatòria
Línia B	Companyia marítima/ruta-mercat/marca de destinació/ any/convocatòria
Línies CDE	Entitat comercialitzadora/paquet i les marques de destinació que inclou/any/convocatòria

En el cas que una altra companyia/entitat que pertanyi al mateix grup empresarial també hagi optat a aquesta o una altra convocatòria pública de co-màrqueting realitzada per l'AETIB, les campanyes que es derivin d'aquesta la col·laboració hauran de ser independents, amb creativitats perfectament diferenciades.

d) Per convocatòria, cada entitat podrà presentar com a màxim:

Línia actuació	Núm. sol·licituds màximes	Com a màxim podrà sol·licitar en companyes de co-màrqueting estratègic	Com a màxim podrà sol·licitar en companyes de co-màrqueting per al foment de la sostenibilitat
Línia A	3	750.000€	90.000€
Línia B	3	300.000€	
Línies CDE	3	600.000€	

e) Les companyies aèries:

1.- Només podran presentar una de les sol·licituds vinculada a un ruta classificada com a Obligació de Servei Públic (OSP).

2.- A més de la ruta/rutes directa/directes a la marca de destinació proposta per a la campanya, hauran d'operar i comercialitzar, dins d'aquest mercat, al menys una ruta per a cada aeroport corresponent a la resta de marques de destinació que no estan vinculades a la campanya.

4.3 En funció de la tipologia d'accions:

Tenint en compte tots els requisits exposats dins l'apartat 4 d'aquestes bases, els sol·licitants podran proposar a l'AETIB campanyes de co-màrqueting estratègic, segons les següents tipologies d'accions:

- Publicitat *offline*: premsa generalista, revistes divulgatives, revistes especialitzades, ràdio, televisió, entre d'altres.
- Publicitat *online*: bàners, *microsites*, blogs, accions especials, entre d'altres.
- Publicitat exterior: tanques, opís, mupis, taxis, metro, autobusos, entre d'altres.
- Accions en xarxes socials: campanyes en xarxes, sorteigs, concursos, entre d'altres.
- Accions de relacions públiques: notes de premsa, presentacions, entre d'altres.
- Accions de *street* màrqueting: accions promocionals/publicitàries/ esdeveniments al carrer.

ACCIÓ REQUISIT: A més de les accions que es considerin oportunes per a l'òptim desenvolupament de la col·laboració i consecució dels objectius, totes les campanyes proposades hauran d'incloure al menys una acció que es desenvolupi a:

Línia actuació	Localització
Línia A	La ciutat o zona a la que pertanyi l'aeroport d'origen de la ruta/mercat. En cas de proposar una campanya per mercat (conjunt de rutes), es proposarà la ciutat o zona a la que pertanyi un dels aeroports publicitats
Línia B	La ciutat o zona a la que pertanyi el port d'origen de la ruta. En cas de proposar una campanya per mercat (conjunt de rutes), es proposarà la ciutat o zona a la que pertanyi un dels ports publicitats
Línies CDE	Una ciutat del mercat on s'executa la campanya amb connexions aèries directes amb les destinacions incloses al paquet i amb un número de població que la classifiqui entre les 5 més poblades d'aquest mercat

En la fase de valoració de la proposta, l'AETIB podrà suggerir o proposar una altra ciutat/zona que estigui afectada/inclosa dins la campanya. Per tant, aquest punt s'haurà de consensuar entre les parts a la fase de negociació.

L'acció seleccionada s'haurà de classificar dins una de les següents tipologies d'accions:

a.) Accions de *street* màrqueting: accions promocionals/publicitàries al carrer que generin notorietat i *publicity* per a la campanya, com per exemple: *mapping*, *roadshow*, *streetshows*, entre d'altres accions vinculades directament amb aquesta tipologia.

b.) Accions de relacions públiques: presentacions de destinació/ruta/paquet a premsa, prescriptors o sector turístic, com per exemple: organització d'algun esdeveniment/trobada/*networking* amb actors socials d'interès que generin una repercussió mediàtica, en relació a la campanya que es vol donar a conèixer, i per tant, a la destinació, entre d'altres accions vinculades directament amb les relacions públiques.

Aquestes accions es duran a terme sempre que les condicions sanitàries permetin la seva execució i estiguin permeses per les autoritats competents del lloc on es desenvolupi l'acció. En cas de no poder-se dur a terme, es substituirà per una altra acció que haurà de ser aprovada per l'AETIB i en quedarà constància al conveni mitjançant una addenda.

4.4 Requisits de **creativitat i imatge** corporativa :

Les campanyes/accions proposades per les entitats sol·licitants de col·laboració han de complir els següents requisits relatius a la creativitat i imatge corporativa:

a.) Totes les creativitats hauran d'integrar les següents marques/mencions:

- Marca/marques de destinació
- Els logotips que determini l'AETIB segons pertorqui (GOIB)

b.) Les creativitats i accions s'hauran d'ajustar a les *Directrius de l'ús de les marques de l'AETIB* que formaran part del conveni. De forma orientativa s'adjunta a aquestes bases l'**ANNEX 7** on es descriuen breument les línies més generals d'aquest ús.

c.) A totes les creativitats/accions publicitàries/promocionals haurà de quedar reflectida de forma explícita:

Línia actuació	Obligatori reflectir a les creativitats:
Línia A	La ruta/rutes objecte de la campanya
Línia B	La ruta/rutes objecte de la campanya
Línies CDE	Les destinacions que inclou el paquet

L'aeroport/port/marques de destinació es presentarà de la següent forma:

Aeroport	Es mencionarà com:
Palma	Mallorca
Maó	Menorca
Eivissa	Ibiza

Port	Es mencionarà com:
Palma	Mallorca
Alcúdia	Alcúdia
Maó	Maó
Ciutadella	Ciutadella
Eivissa	Ibiza
La Savina	Formentera

No obstant això, les mencions es podran adaptar als idiomes del mercat d'origen, a excepció de les destinacions, que hauran de mantenir la menció tal com es descriu en aquest apartat.

Destinació	Es mencionarà com:
Palma	Mallorca
Menorca	Menorca
Eivissa	Ibiza
Formentera	Formentera

La ruta/es indicada/es en la sol·licitud hauran de quedar reflectides en totes les creativitats, és a dir, no es podran desenvolupar creativitats que no incloguin com a mínim la ruta/es indicada/es. Tampoc podran incloure altres destinacions diferents a les indicades

en la sol·licitud i la proposta.

En cas de no complir amb aquests requisits, no es comptabilitzarà l'acció com a part de la campanya.

d.) Per a les campanyes vinculades al foment de la sostenibilitat, el contingut de la creativitat serà donar a conèixer l'acció proposada per l'entitat col·laboradora i en la que l'AETIB, mitjançant aquesta campanya, ajudarà a la seva difusió.

e.) La creativitat/contingut de totes les campanyes/accions serà proposada pels sol·licitants i, abans de la seva publicació/emissió, haurà de comptar amb el vistiplau de l'AETIB, per tant es remetrà a la següent direcció de correu electrònic: comarketing@aetib.caib.es amb un mínim de 7 dies laborables abans de la seva emissió/publicació.

f.) Per tal d'establir sinèrgies entre l'AETIB i l'entitat col·laboradora, l'AETIB establirà les condicions per potenciar les accions mitjançant els canals de comunicació de l'AETIB. Aquestes actuacions es definiran al conveni.

g.) La producció de les creativitats i de les seves adaptacions per a qualsevol suport aniran a càrrec de l'empresa sol·licitant de la col·laboració, encara que, a petició de l'entitat col·laboradora, l'AETIB podrà facilitar el material en brut que estimi oportú.

h.) Amb la presentació de la sol·licitud, l'entitat col·laboradora accepta la cessió a l'AETIB del material publicitari/promocional creat per a la campanya o generat amb el seu desenvolupament. L'AETIB podrà fer ús d'aquest material amb finalitats estratègiques, però no comercials.

En cas d'incompliment de qualsevol dels requisits establerts en aquestes bases, l'AETIB:

- Exclourà la proposta, si la campanya es troba en fase de sol·licitud.
- Cancel·larà la col·laboració, i per tant, no abonarà la quantia corresponent, si la campanya es troba en fase d'execució i/o justificació.

5. SOL·LICITUD I FORMA DE PRESENTACIÓ DE LA DOCUMENTACIÓ

Totes les sol·licituds seran ateses seguint el rigorós registre d'entrada a l'AETIB.

Es podrà presentar una única sol·licitud per combinació:

Línia actuació	Combinacions possibles
Línia A	Companyia aèria/ruta-mercat/marca de destinació/any/convocatòria
Línia B	Companyia marítima/ruta-mercat/marca de destinació/any/convocatòria
Línies CDE	Entitat comercialitzadora/paquet i les marques de destinació que inclou/any/convocatòria

Les propostes hauran de tenir registre d'entrada en l'AETIB amb **una antelació mínima de:**

Data	Propostes que publicitin el període
30 dies naturals abans d'iniciar la campanya	Fins al 30 de juny de 2021
45 dies naturals abans d'iniciar la campanya	Des de l'1 de setembre al 15 de novembre de 2021

En cas d'incompliment del termini, la campanya quedarà exclosa.

Els sol·licitants hauran de presentar la seva sol·licitud i documentació adjunta segons els models d'annexos que s'adjunten a aquestes bases d'acord amb la línia d'actuació a què opten.

D'acord amb els requisits de la convocatòria, hauran de presentar les sol·licituds mínimes establertes a l'apartat 4.2.b) d'aquestes bases i adjuntar els annexos corresponents:

- Sobre 1: Documentació administrativa per entitat sol·licitant
- Sobre 2: Documentació tècnica per sol·licitud, indicant a l'exterior:
 - Nom companyia
 - Nom de la campanya proposada
 - Marques vinculades

5.1 Sol·licitud de co-màrqueting estratègic

Es realitzarà mitjançant sol·licitud dirigida al president de l'AETIB seguint el model **d'annex Formulari de sol·licitud** contingut en aquestes bases, segons la línia d'actuació per a la qual cursin la sol·licitud:

Línia actuació	Tipus d'entitats	Combinacions possibles	FORMATS* de lliurament
Línia A	Companyies aèries	ANNEX A1	Imprès Digital (pdf i word)
Línia B	Companyies marítimes	ANNEX B1	Imprès Digital (pdf i word)
Línies CDE	Touropersadors turístics (TO) Agències de viatge (AV) OTAS (<i>Online Travel Agency</i>)	ANNEX CDE1	Imprès Digital (pdf i word)

*Sobre aquest document es farà el registre d'entrada, per tant, segons la lloc escollit per al seu lliurament, l'annex de sol·licitud haurà de presentar-se en un format imprès (oficines físiques) o digital (registre electrònic).

Així mateix s'haurà de tenir en compte que:

- Tots els imports són amb impostos inclosos.
- Els sol·licitants hauran d'indicar l'import seguint els màxims indicats a l'apartat 2 d'aquestes bases i sempre tenint en compte que s'haurà de prendre com a referència l'import de la campanya amb el descompte mitjà ofert prèviament aplicat.
- Dels imports totals de la campanya, queden excloses totes les despeses generades per aquesta (planificació, producció, creativitats, execució, control, entre d'altres), que seran assumides per l'entitat sol·licitant.
- De l'import sol·licitat a l'AETIB per a la realització de la campanya proposada, hauran d'indicar l'import ajustant-se als màxims indicats a l'apartat 2 de les bases i sempre tenint en compte que s'haurà de prendre com a referència l'import de la campanya amb el descompte mitjà ofert prèviament aplicat.
- Tots els imports hauran d'incloure els impostos corresponents a la normativa del país on es realitzi/executi cada acció proposada a la campanya.

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.

5.2 Documentació administrativa (sobre 1)

5.2.1. Persones jurídiques espanyoles

- Fotocòpia compulsada del certificat d'inscripció en el registre corresponent (registre d'associacions, registre mercantil o un altre depenent del tipus d'entitat).
 - Fotocòpia compulsada dels estatuts de l'entitat dipositats en el registre esmentat, i degudament inscrita en el Registre Mercantil, així com la còpia al registre corresponent a la seva activitat.
 - Fotocòpia 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.
 - Fotocòpia compulsada de la targeta d'identificació fiscal de l'entitat sol·licitant.
 - Fotocòpia compulsada de l'alta de la declaració censal de l'inici de l'activitat, alta de l'IAE amb l'epígraf corresponent.
 - Declaració responsable atorgada davant autoritat administrativa o organisme professional qualificat o mitjançant acta de manifestacions davant de notari públic, de no incórrer en les prohibicions per a contractar amb l'administració segons l'article 71 de la LCSP.
- Aquesta declaració responsable ha d'incloure la manifestació expressa que no s'incorre en cap dels supòsits a què es refereix la Llei 2/1996, de 19 de novembre, d'incompatibilitats dels membres del Govern i dels alts càrrecs de la CAIB.
- Acreditació d'estar al corrent de les obligacions tributàries amb l'Administració autonòmica, estatal i la Seguretat Social, emeses pels organismes competents.
 - Declaració responsable que es troba al corrent de pagaments amb l'AETIB, així com estar al corrent en la justificació de convenis de col·laboració anteriors amb l'AETIB. Aquesta declaració serà comprovada d'ofici per l'àrea econòmica de l'AETIB. En el cas que es constati l'existència de deutes pendents, serà motiu d'exclusió la participació en la convocatòria de col·laboració.
 - Declaració responsable en què es faci constar si ha rebut i/o sol·licitat ajudes o col·laboracions d'institucions públiques o privades per realitzar la campanya per a la qual sol·licita col·laboració a l'AETIB.
 - Una declaració jurada de la persona responsable de l'entitat, declarant que l'activitat principal de l'empresa o entitat s'emmarca dins d'aquesta convocatòria en funció de la línia d'actuació a què s'opta.
- En virtut del Decret 6/2013, de 8 de febrer, de mesures de simplificació documental dels procediments administratius, les entitats que hagin format part d'una convocatòria en l'AETIB poden presentar l'ANNEX F que s'adjunta en el qual s'ha



d'indicar el número d'expedient on es troba la documentació administrativa, sempre que no hagi sofert cap modificació o la documentació presentada no hagi exhaurit la seva vigència.

5.2.2. Persones jurídiques estrangeres amb activitat a Espanya

a) 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, aportant els estatuts i l'acreditació corresponent, així com fotocòpia compulsada del CIF. Tota la documentació traduïda per un intèrpret jurat o traducció oficial i postil·lada d'acord amb el conveni de la Haia de 1961.

b) 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. Per altra banda, en el cas que es tracte d'agrupació d'empreses, s'haurà de presentar la documentació adient d'aquesta vinculació, d'acord amb el que es preveu a l'article 42 del Codi de Comerç.

c) 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, i aportar còpia compulsada del seu passaport/DNI, traduït per intèrpret jurat o traducció oficial i postil·lada d'acord amb el conveni de la 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:

- Declaració responsable atorgada davant autoritat administrativa o organisme professional qualificat o mitjançant acta de manifestacions davant de notari públic, de no incórrer en les prohibicions per a contractar amb l'administració segons l'ordenament jurídic Espanyol i, per analogia, amb l'ordenament de l'estat al que pertany.

Aquesta declaració responsable ha d'incloure la manifestació expressa que no s'incorre en cap dels supòsits a què es refereix la Llei 2/1996, de 19 de novembre, d'incompatibilitats dels membres del Govern i dels alts càrrecs de la CAIB.

- Declaració responsable en què es faci constar si ha rebut i/o sol·licitat ajudes o col·laboracions d'institucions públiques o privades per realitzar la campanya per a la qual sol·licita col·laboració a l'AETIB.

- Còpia compulsada de l'alta de la declaració censal, de l'inici d'activitat i/o alta de l'Impost d'Activitats Econòmiques (IAE).

- Una declaració jurada de la persona responsable de l'entitat, declarant que l'activitat principal de l'empresa o entitat s'emmarca dins de les bases d'aquesta convocatòria, en funció de la línia d'actuació a què s'opta.

- Declaració de què la companyia Aèria és titular d'una llicència d'explotació vàlid d'acord amb el que es preveu a l'Acord de Comerç i cooperació entre l'Unió Europea i la Comunitat Europea de l'Energia Atòmica i el Regne Unit de Gran Bretanya e Irlanda del Nord de 31 de desembre de 2020.

- 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.

- Declaració responsable que l'entitat es troba al corrent de pagaments amb l'AETIB així com estar al corrent en la justificació de convenis de col·laboració formalitzats en exercicis anteriors amb l'AETIB. Aquesta declaració serà comprovada d'ofici per l'àrea econòmica de l'AETIB. En el cas que es constates l'existència de deutes pendents serà motiu d'exclusió la participació en aquesta convocatòria de col·laboració.

En virtut del Decret 6/2013, de 8 de febrer, de mesures de simplificació documental dels procediments administratius, les entitats que hagin format part d'una convocatòria en l'AETIB poden presentar l'ANNEX F que s'adjunta en el qual s'ha d'indicar el número d'expedient on es troba la documentació administrativa, sempre que no hagi sofert cap modificació o la documentació presentada no hagi exhaurit la seva vigència.

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

5.3 Documentació tècnica (sobre 2)

Les entitats sol·licitants hauran de lliurar la següent documentació relativa a la part tècnica:

5.3.1 Memòria Tècnica:

Les empreses sol·licitants hauran de presentar una *Memòria Tècnica* de la proposta, que contingui una descripció detallada de la campanya de co-màrqueting estratègic que duran a terme. En aquest cas, la *Memòria Tècnica* inclou la *Memòria Econòmica* dins d'un dels documents sol·licitats (*Òptic*).

Les empreses sol·licitants hauran de lliurar la següent documentació en format imprès i digital segons la línia d'actuació que



vulguin desenvolupar:

Línia actuació	Tipus d'entitat	Memòria tècnica	FORMATS* de lliurament
Línia A	Companyies aèries	ANNEX A2	Imprès Digital (pdf i word)
Línia B	Companyies marítimes	ANNEX B2	Imprès Digital (pdf i word)
Línies CDE	Touropersadors turístics (TO) Agències de viatges (AV) OTAS (<i>Online Travel Agency</i>)	ANNEX CDE2	Imprès Digital (pdf i word)

– **Memòria Tècnica.** En aquest document es descriu la campanya a desenvolupar. Aquest annex inclou una declaració responsable mitjançant la qual es declara la veracitat de les dades i la intenció del compliment de la campanya segons les característiques assenyalades. A aquest annex s'hauran d'adjuntar:

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

Tots els documents han d'estar signats pel màxim responsable legal de l'empresa o entitat que sol·licita la col·laboració.

5.3.2 Criteris de valoració:

Les empreses sol·licitants hauran de lliurar l'annex relatiu als criteris de valoració degudament emplenat en format imprès i digital segons la línia d'actuació que vulguin desenvolupar:

Línia actuació	Tipus d'entitats	Criteris de valoració	FORMATS* de lliurament
Línia A	Companyies aèries	ANNEX A3	Imprès Digital (pdf i word)
Línia B	Companyies marítimes	ANNEX B3	Imprès Digital (pdf i word)
Línies CDE	Touropersadors turístics (TO) Agències de viatges (AV) OTAS (<i>Online Travel Agency</i>)	ANNEX CDE3	Imprès Digital (pdf i word)

- **Criteris de valoració.** En aquest document s'exposen els criteris de valoració referents a la campanya proposada. Aquest annex inclou una declaració responsable mitjançant la qual es declara la veracitat de les dades i la intenció del compliment de la campanya segons les característiques assenyalades.

Aquest document ha d'estar signat pel màxim responsable legal de l'empresa o entitat que sol·licita la col·laboració.

Per poder passar a la fase de valoració, la proposta presentada haurà d'obtenir **una puntuació mínima de 25 punts dels criteris de valoració.**

La puntuació assignada a cada apartat es detalla a l'apartat 18 d'aquestes bases *Criteris de valoració de les propostes.*

5.3.3 Proposta relativa a la Campanya de sostenibilitat:

Aquelles entitats sol·licitants que vulguin presentar una proposta vinculada a l'apartat 1.1 *Campanya de sostenibilitat* d'aquestes bases hauran de lliurar la següent documentació en format imprès i digital segons la línia d'actuació vinculada:



Línia actuació	Tipus d'entitats	Criteris de valoració	FORMATS* de lliurament
Línia A	Companyies aèries	ANNEX A4	Imprès Digital (pdf i word)
Línia B	Companyies marítimes	ANNEX B4	Imprès Digital (pdf i word)
Línies CDE	Touropersadors turístics (TO) Agències de viatges (AV) OTAS (<i>Online Travel Agency</i>)	ANNEX CDE4	Imprès Digital (pdf i word)

– **Campanya de sostenibilitat.** En aquest document es descriu la campanya a desenvolupar. Aquest annex inclou una declaració responsable mitjançant la qual es declara la veracitat de les dades aportades i la intenció del compliment de la campanya segons les característiques assenyalades. A aquest annex s'hauran d'adjuntar:

- **Dossier de presentació de l'acció** que, segons la selecció realitzada, haurà d'incloure la següent documentació:

PROPOSTA D'ACCIONS DE SOSTENIBILITAT	
A. Companyia aèria	Documentació acreditativa
1A. Que la companyia disposi d'un programa propi de reducció de petjada de carboni amb aportació dinerària efectiva.	Memòria del programa propi on es detallin les accions que es desenvolupen, amb l'aportació dinerària de la companyia.
2A. Que la companyia doni accés, a través dels seus mitjans tecnològics, a programes de reducció de petjada de carboni on els viatgers puguin calcular quant CO ₂ generen i com es pot compensar, incloent aportacions dineràries per a projectes concrets.	Memòria del programa per a viatgers on es detallin les accions que es desenvolupen, amb l'aportació dinerària que aporten els viatgers. Captura de pantalla de les plataformes tecnològiques des de les quals es pot accedir.
3A. Que els programes que tenen actius per compensar la petjada de carboni incloguin una acció que es desenvolupi a les Illes Balears.	Memòria del programa on es faci una descripció de l'acció que es du a terme a les Illes Balears.
B. Companyia marítima	Documentació acreditativa
1B. Que la companyia disposi de pla de RSC per a l'any 2021, on s'inclogui alguna acció en cada una de les dimensions: social, econòmica i mediambiental. Per a l'execució d'aquest pla s'ha de realitzar una aportació dinerària efectiva mínima.	Memòria del Pla de RSC per a l'any 2021, on es detallin les accions que es desenvolupen per a cada dimensió: social, econòmica i mediambiental, així com l'aportació dinerària efectiva realitzada.
2B. Que la companyia disposi d'un programa propi de reducció de petjada de carboni amb aportació dinerària efectiva.	Memòria del programa propi on es detallin les accions que es desenvolupen, amb l'aportació dinerària de la companyia.
3B. Que la companyia realitzi accions de conscienciació amb els viatgers amb relació als ODS. Els viatgers, a més de participar, han de poder realitzar aportacions dineràries a projectes concrets.	Memòria de les accions de conscienciació per a viatgers que realitzaran al 2021. Memòria de actuacions i mitjans disponibles per a que els viatgers puguin realitzar aportacions dineràries, i els projectes concrets a què es destinen els fons.
4B. Que la companyia, dins del pla de RCS per a l'any 2021, inclogui alguna acció amb aportació dinerària que es desenvolupi directament a les Illes Balears.	Memòria del Pla de RSC per a l'any 2021 on es faci una descripció de l'acció que es du a terme a les Illes Balears.
CDE. TO, AV i OTAS	Documentació acreditativa
1CDE. Que la companyia o grup al que pertany disposi de pla de RSC per a l'any 2021, on s'inclogui alguna acció en cada una de les dimensions: social, econòmica i mediambiental. Per a l'execució d'aquest pla s'ha de realitzar una aportació dinerària efectiva mínima.	Memòria del Pla de RSC per a l'any 2021, on es detallin les accions que es desenvolupen per a cada dimensió: social, econòmica i mediambiental, així com l'aportació dinerària efectiva realitzada.
2CDE. Que la companyia o grup al que pertany disposi d'un programa propi de reducció de petjada de carboni amb aportació dinerària efectiva.	Memòria del programa propi on es detallin les accions que es desenvolupen, amb l'aportació dinerària de la companyia.
3CDE. Que la companyia o grup al que pertany realitzi accions de conscienciació amb els viatgers amb relació als ODS i, a més de participar, puguin realitzar aportacions dineràries a projectes concrets.	Memòria de les accions de conscienciació per a viatgers que realitzaran al 2021. Memòria de actuacions i mitjans disponibles per a que els viatgers puguin realitzar aportacions dineràries, i els projectes concrets a què es destinen els fons.
4CDE. Que la companyia o grup al que pertany, dins del pla de RCS per a l'any 2021, inclogui alguna acció que es desenvolupi directament a les Illes Balears.	Memòria del Pla de RSC per a l'any 2021, on es faci una descripció de l'acció que es du a terme a les Illes Balears.



PROPOSTA D'ACCIONS DE SOSTENIBILITAT

5CDE. Que la companyia o grup al que pertany inclogui destinacions de les Illes Balears al seu catàleg de destinacions sostenibles i les ofereixi a la seva pàgina web.	Memòria de les destinacions que inclou al catàleg de destinacions sostenibles, així com el contingut i serveis que hi ofereix.
---	--

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

Tots els documents han d'estar signats pel màxim responsable legal de l'empresa o entitat que sol·licita la col·laboració.

6. LLOC DE PRESENTACIÓ DE LA DOCUMENTACIÓ

Tant la sol·licitud com a la resta de documentació s'ha de presentar al registre físic de l'AETIB (Edifici AETIB C/ Rita Levi s/n -Parc Bit-07121 Palma) o als llocs previstos en l'article 16 de la Llei 39/2015.

En el cas que es remeti per Correus o registres d'altres institucions, s'ha d'enviar el mateix dia, una còpia de la sol·licitud en què consti el registre d'entrada, i així justificar la data d'enviament de la sol·licitud dins del termini establert. L'adreça d'enviament és: juridico@actib.caib.es. En cas de no rebre aquest justificant a la direcció esmentada en temps i forma, la sol·licitud quedarà exclosa.

En cas de fer ús del registre electrònic de la CAIB-AETIB, només es podrà remetre com a adjunt la sol·licitud (ANNEX A1, ANNEX B1 ó ANNEX CDE1). La resta de documentació s'haurà de lliurar en dos sobres tancats al registre físic de l'AETIB. Aquest romandrà obert de 9:00 a 14:00 hores de dilluns a divendres, exceptuant festius.

Sobre aquesta sol·licitud (ANNEX A1, ANNEX B1 ó ANNEX CDE1) es farà el registre d'entrada, per tant segons el lloc escollit per al seu lliurament, haurà de presentar-se en un format imprès (oficines físiques) o digital (registre electrònic). Qualsevol altre document que s'adjunti al registre electrònic no es tindrà en compte.

Els expedients s'aniran resolent d'acord amb la data d'entrada al registre.

No s'acceptaran les sol·licituds o documentació que hagin estat enviades a través de correu electrònic a qualsevol de les adreces de correu electrònic de l'AETIB.

Les propostes hauran de tenir registre d'entrada en l'AETIB amb **una antelació mínima de:**

Data	Propostes que publicitin el període
30 dies naturals abans d'iniciar la campanya	Fins al 30 de juny de 2021
45 dies naturals abans d'iniciar la campanya	Des de l'1 de setembre al 15 de novembre de 2021

En cas d'incompliment del termini, la campanya quedarà exclosa.

7. TERMINI DE PRESENTACIÓ DE LA DOCUMENTACIÓ

La present convocatòria per a la realització de convenis de col·laboració romandrà oberta des de l'endemà de la publicació d'aquesta Resolució al Butlletí Oficial de les Illes Balears (BOIB), fins **l'1 d'octubre de 2021** o fins que s'exhaureixi el pressupost assignat per a aquesta convocatòria, sempre amb anterioritat a aquesta data límit.

8. FASE ADMINISTRATIVA: REVISIÓ DE LA DOCUMENTACIÓ ADMINISTRATIVA

L'Àrea jurídica de l'AETIB examinarà la documentació administrativa corresponent al sobre número 1.

En el cas que sigui necessària l'esmena d'algun document de caràcter administratiu, la direcció de l'AETIB requerirà a l'entitat interessada la documentació administrativa que manqui, concedint-li **un termini de 10 dies naturals** per a la presentació de la documentació requerida,

amb l'advertiment exprés que, en cas de no fer-ho així, es considerarà desistida i s'arxivarà la seva sol·licitud, segons allò que disposa l'article 68 de la Llei 39/2015.

El requeriment de la documentació es realitzarà per medis electrònics, quedant constància a l'expedient.

9. FASE TÈCNICA: REVISIÓ DE LA DOCUMENTACIÓ TÈCNICA. CRITERIS DE VALORACIÓ.

A proposta de la direcció de l'AETIB, el president de l'AETIB nomenarà les següents comissions:

- *Comissió tècnica*: formada per personal de l'AETIB: un o més cap d'àrea, un o més tècnics de l'àrea, un tècnic de l'àrea jurídica i un tècnic de l'àrea econòmica.
- *Comissió executiva*: formada per un representant de la direcció de l'AETIB i un representant de l'entitat que presenta la proposta.
- *Comissió de valoració*: formada per la direcció de l'AETIB i assistida per la Comissió tècnica. Només vigent durant la fase de valoració.

Les entitats o empreses que es presentin a la convocatòria hauran d'emplenar la documentació tècnica requerida.

Finalitzada la revisió de la documentació administrativa de l'entitat, la Comissió tècnica revisarà les propostes tècniques, per determinar el compliment o no dels requisits exigits, d'acord amb l'establert en aquestes bases.

La documentació del sobre núm. 2 (documentació tècnica) es valorarà amb la documentació aportada amb la sol·licitud, sent possible la seva **esmena a requeriment de l'AETIB en un termini màxim de 10 dies naturals** a comptar des de la recepció de la sol·licitud del requeriment. En cas de manca d'esmena, l'AETIB arxivarà la sol·licitud.

En cap cas es podrà esmenar el contingut de la documentació lliurada a la fase de sol·licitud i valoració, a excepció de que la proposta lliurada es vegi afectada per circumstàncies que es detallen a l'apartat 17 d'aquestes bases.

Per poder passar a la fase de valoració, la proposta presentada haurà d'obtenir **una puntuació mínima de 25 punts dels criteris de valoració**. Aquelles entitats que no obtinguin com a mínim aquesta puntuació seran desestimades, atès que no compleixen els requisits mínims d'adequació als objectius estratègics de l'AETIB.

Les dades indicades en la "*Memòria Tècnica*" (**ANNEX A2, ANNEX B2 ó ANNEX CDE2**) i en l'annex de "*Criteris de Valoració*" (**ANNEX A3, ANNEX B3 ó ANNEX CDE3**) seran vinculants a la signatura del conveni i en cap cas podran ser modificades per part del sol·licitant perquè formen part de la seva proposta, a excepció dels canvis acordats amb la Comissió de valoració de l'AETIB en la fase de valoració.

Una vegada realitzada la revisió per part de la Comissió tècnica segons els criteris detallats en les bases, aquesta elevarà a la direcció de l'AETIB i a la Comissió de valoració, les entitats que han estat desestimades i les entitats que han obtingut la puntuació mínima exigida perquè es continuï amb el procediment administratiu.

Les propostes que hagin estat desestimades seran excloses del procediment.

Aquelles empreses, les propostes de les quals, hagin obtingut el mínim de puntuació exigida en la convocatòria per realitzar convenis de col·laboració, hauran de sotmetre's a un **procés de valoració previ** a la formalització del conveni de col·laboració. Aquest procés es durà a terme per la Comissió de valoració, formada per la direcció de l'AETIB i assistida per la Comissió tècnica.

En la Comissió de valoració s'acordaran tots els detalls de la campanya proposada. Aquest procés podria implicar que es sol·licités alguna modificació, en la forma o en el preu, de l'acció inicial proposada, per adaptar-la a l'estratègia de l'AETIB.

Els canvis introduïts per la Comissió de valoració, prèvia acceptació per part del sol·licitant, mai podran resultar inferiors a 25 punts segons els criteris de valoració establerts.

Així mateix, qualsevol comissió podrà sol·licitar durant la tramitació tècnica, els aclariments o modificacions que estimin necessaris. D'aquests es deixarà constància a l'expedient.

10. FORMALITZACIÓ DE LA COL·LABORACIÓ I APORTACIÓ DE L'AETIB

Una vegada concloua aquesta fase de valoració entre l'AETIB i l'entitat sol·licitant de col·laboració, la coordinació de les accions, els termes específics d'ús de les marques de destinació, logotips i distintius, responsabilitats, gestió de les accions i metodologia de treball s'establiran, de mutu acord entre les parts, mitjançant convenis de col·laboració en modalitat de co-màrqueting estratègic, que es formalitzaran amb les empreses seleccionades.

Aquests convenis hauran de signar-se en el termini d'un mes des de la notificació de l'aprovació de la col·laboració. En cas contrari, l'AETIB podrà resoldre no dur a terme l'esmentat conveni.

Tal com s'indicarà al conveni, des de l'inici de l'expedient i fins al seu tancament, en compliment de la instrucció interna de l'AETIB 2/2020, hi haurà dues comissions (*Comissió executiva i Comissió tècnica*). Al conveni quedaran clarament expressades les funcions de cada comissió durant l'execució i justificació de la col·laboració.

Si per causes d'operativitat, funcionalitat, estratègia o pressupostàries, l'AETIB 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'estipulin.

11. JUSTIFICACIÓ DE LA COL·LABORACIÓ

Una vegada realitzada la campanya, les entitats sol·licitants hauran de justificar que aquesta s'ha dut a terme segons l'oferta presentada als annexos lliurats en la fase de sol·licitud incloent les possibles modificacions acordades en la Comissió de valoració.

Es justificarà la totalitat de la campanya executada, indicant a la justificació quina part correspon a l'aportació de cada entitat (entitats sol·licitants, AETIB, altres entitats si n'és el cas).

La justificació haurà de complir els requisits mínims establerts a les bases. En cas contrari, no s'abonarà l'import de la col·laboració establert al conveni.

En línies generals, s'haurà de justificar mitjançant una **Memòria Justificativa** amb relació a la campanya realitzada, que s'haurà de lliurar en format imprès i digital. Aquesta memòria haurà d'incloure:

- Documentació que justifiqui l'execució de la totalitat de la campanya d'acord a la proposta presentada. S'indicarà quina part correspon a l'aportació realitzada per cada entitat (incloses altres entitats públiques, si n'és el cas). Comptarà amb una part tècnica i una econòmica que seran definides al conveni.
- Òptic de la campanya executada i valoració econòmica. A més, s'haurà de justificar que el 30% de la campanya (import total impostos inclosos) s'ha dut a terme en mitjans de comunicació externs que no estiguin vinculats directament amb l'entitat sol·licitant. Els imports hauran d'incloure els impostos corresponents a la normativa del país on es realitzi/executi cada acció proposada a la campanya.
- Complir amb les *Directrius de l'ús de les marques de l'AETIB*. Per tal motiu, s'hauran de lliurar totes les arts finals/creativitats desenvolupades per a la campanya, així com fotografies o documentació que justifiqui la inclusió i el correcte ús de les marques.
- En cas d'haver presentat una proposta per realitzar una campanya de sostenibilitat, s'haurà de lliurar també:
 - Òptic de la campanya executada vinculada a la sostenibilitat i valoració econòmica. A més, s'haurà de justificar que el 50% de la campanya (import total impostos inclosos) s'ha dut a terme en mitjans de comunicació externs que no estiguin vinculats directament amb l'entitat sol·licitant. Els imports hauran d'incloure els impostos corresponents a la normativa del país on es realitzi/executi cada acció proposada a la campanya.
 - Complir amb les *Directrius de l'ús de les marques de l'AETIB*. Per tal motiu, s'hauran de lliurar totes les arts finals/creativitats desenvolupades per a la campanya, així com fotografies o documentació que justifiqui la inclusió i el correcte ús de les marques.
- **ANNEX 5: Mesurament de resultats.** Per tal de comprovar l'efectivitat de la campanya publicitària, l'entitat sol·licitant haurà de facilitar un informe acreditatiu d'acord als paràmetres que es determinen a l'ANNEX 5 amb relació a l'evolució de les següents dades:
 - Dades de rutes/places/passatgers/turistes (segons la línia d'actuació)
 - Dades amb relació a la inversió de la campanya realitzada
 - Impacte de la campanya

A cadascun dels convenis de col·laboració es detallarà el contingut i forma de presentació de la memòria justificativa, adaptada a l'oferta presentada.

Sense el lliurament de la documentació justificativa en temps i forma, no s'abonarà la col·laboració.

L'aportació de l'AETIB es farà efectiva contra factura, que s'emetrà una vegada la Comissió tècnica hagi conformat la presentació de la documentació justificativa i ho hagi comunicat a l'entitat col·laboradora.

12. MATERIAL GENERAT AMB LA COL·LABORACIÓ

El material generat amb l'execució de la campanya, sens perjudici dels drets d'autor, es cedirà a l'AETIB, que podrà fer-ne ús quan ho

consideri oportú, sempre que no tingui fins comercials. Aquesta cessió s'inclourà dins el conveni i permetrà a l'AETIB disposar del material i fer-ne ús.

Així mateix, l'entitat col·laboradora assumeix la responsabilitat absoluta sobre la creació i difusió del material generat per al desenvolupament de la campanya, exonerant a l'AETIB de qualsevol possible reclamació que pugui rebre.

13. PROTECCIÓ DE DADES

De conformitat amb la LO 3/2018, de 5 de desembre, de protecció de dades personals i garantia de drets digitals, els sol·licitants queden informats i accepten la incorporació de les dades que facilitin al fitxer que creï l'AETIB.

Les entitats sol·licitants estan obligades al compliment de l'establert per la LOPD, en relació amb les dades personals a les quals tingui accés durant la vigència dels convenis que es realitzin en desenvolupament i execució d'aquesta convocatòria.

14. CONFIDENCIALITAT

Qualsevol informació confidencial revelada per l'AETIB 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, compromentent-se a utilitzar aquesta informació únicament per a la finalitat per a la qual li sigui 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.

15. 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 contenciós-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.

16. 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.

17. CIRCUMSTÀNCIES FORTUÏTES I/O DE FORÇA MAJOR

Ateses les circumstàncies a nivell mundial que es van produint en els darrers mesos, s'estableixen els següents casos i els seus procediments d'aplicació, si n'és el cas:

- *Circumstàncies fortuïtes*: són aquells fets que no s'hagin pogut preveure o que previstos, siguin inevitables.
- *Força Major*: la generació d'aquesta circumstància imprevisible o inevitable suposa l'alteració de les condicions de l'obligació.

D'acord amb allò que disposa l'article 1105 del codi civil, fora dels casos expressament esmentats a la Llei, ningú respondrà d'aquells successos que no s'hagin pogut preveure, o que previstos, fossin inevitables.

Dins d'aquests supòsits referits a circumstàncies fortuïtes i/o força major s'inclouen alertes sanitàries, pandèmies, tancaments d'espais aeris, tancament de fronteres i/o lliure trànsit de persones i mercaderies, declaracions d'estat d'alarma, emergència o anàlegs, atemptats terroristes, desastres naturals entre d'altres de similars característiques.

A continuació es determinen els procediments a seguir en cas que la convocatòria o el desenvolupament del conveni es vegin afectats per una circumstància fortuïta i/o de força major.

Les possibles modificacions s'hauran de consensuar entre ambdues parts i quedaran reflectides a l'informe de valoració o a l'addenda al conveni, segons pertoqui.

A. Durant els procediments de sol·licitud i valoració de la proposta (abans de la signatura del conveni): en cas que, per circumstàncies que es detallen en aquest punt, la sol·licitud i/o proposta presentades resultin afectades, l'entitat sol·licitant podrà sol·licitar fer modificacions al

contingut de la proposta lliurada, encara que l'import sol·licitat a l'AETIB no es podrà modificar a l'alça.

B. Durant l'execució del conveni (després de la signatura del conveni):

B.1. En cas que, per circumstàncies que es detallen a l'apartat 17 d'aquestes bases, les clàusules del conveni resultessin afectades, es podrà acordar una de les següents accions:

1. Replanificar la campanya per a unes noves dates d'execució dins dels marges establerts a la convocatòria (fins a 31/12/2021).
2. Replanificar el contingut de la temporada que es promoció amb la campanya dins dels marges establerts a la convocatòria (fins a 31/12/2021).
3. Substituir accions per altres de cost similar.
4. Substituir rutes (no es poden eliminar).

Només en aquests casos es podrà mantenir la mateixa col·laboració econòmica per part de l'AETIB. En cas de no poder optar per cap de les opcions exposades, s'abonarà la part proporcional de la campanya realment executada fins a la data de sol·licitud de la replanificació.

B.2. En el cas que l'entitat sol·licitant deixés d'operar la/es ruta/rutes/trajecte/trajectes/paquet/paquets abans de finalitzar el període mínim establert a l'apartat 1. d) d'aquestes bases i sempre que sigui per un dels supòsits recollits dins de l'apartat 17.

B.3. En el cas que es declarés de bell nou l'estat d'alarma a territori espanyol o el terme anàleg al territori de l'aeroport/port/mercat d'origen i/o es restringissin els desplaçaments cap a les Illes Balears o des de l'aeroport d'origen.

B.4. En el cas de qualsevol altra causa que afectés la correcta execució i/o manteniment de la/es ruta/rutes/trajecte/trajectes/paquet/paquets que es promoció a la campanya.

En els casos **B.2**, **B.3** i **B.4**, sempre que es justifiqui de forma suficient, es podrà acordar entre les parts una de les següents accions:

1. Suspensió definitiva: es procedirà a suspendre el conveni i l'AETIB només abonarà la part corresponent a la campanya efectivament executada. Aquesta haurà de ser justificada per l'entitat sol·licitant segons les condicions establertes al conveni per a cada acció i complir amb els requisits establerts a la convocatòria.
2. Suspensió temporal: es procedirà a replanificar la campanya dins dels marges establerts a la convocatòria (fins a 31/12/2021). Confirmada la data de restabliment/apertura de la ruta/rutes/mercat, es procedirà a la replanificació. Una vegada finalitzada la campanya, aquesta serà abonada en la seva totalitat, sempre que es justifiqui segons les condicions establertes al conveni per a cada acció, i compleixi amb els requisits establerts a la convocatòria.

Així mateix, en el cas que durant els mesos de juliol i agost de 2021, la pandèmia de la Covid-19 derivi en una situació crítica per als fluxos de visitants posant en risc la temporada turística, prèvia autorització per escrit de la direcció de l'AETIB, les campanyes de co-marqueting podran promoció aquest període estival exclòs a la convocatòria general. D'aquesta forma es preveu donar solució a una hipotètica situació de baixa demanda.

Les modificacions que es facin al conveni sempre hauran de tenir en compte el compliment dels requisits establerts a les bases de la convocatòria.

18. CRITERIS DE VALORACIÓ DE LES PROPOSTES

Per poder passar a la fase de valoració, la proposta presentada haurà d'obtenir **una puntuació mínima de 25 punts dels criteris de valoració**. Aquelles entitats que no obtinguin com a mínim aquesta puntuació seran desestimades, atès que no compleixen els requisits mínims d'adequació als objectius estratègics de l'AETIB.

Les entitats que es presentin hauran d'emplenar l'**ANNEX 3** relatiu als criteris de valoració que a continuació es descriu i que, segons la lletra que l'acompanya, correspondrà a la línia d'actuació a què s'opta:

Línia actuació	Tipus d'entitat	Criteris de valoració	Apartat de les bases
Línia A	Companyies aèries	ANNEX A3	18.1
Línia B	Companyies marítimes	ANNEX B3	18.2



Línia actuació	Tipus d'entitat	Criteris de valoració	Apartat de les bases
Línies CDE	Touropersadors turístics (TO) Agències de viatges (AV) OTAS (<i>Online Travel Agency</i>)	ANNEX CDE3	18.3

18.1 ANNEX A3: Companyies aèries

Aquest ANNEX A3 es divideix en parts amb la següent valoració de la puntuació per a cada una d'elles:

APARTAT	PART QUE ES VALORA	PUNTUACIÓ
A3.1	Dades generals de la campanya	15%
A3.2	Dades de la campanya corresponents als mitjans de comunicació propis de l'entitat sol·licitant o grup empresarial al que pertany	30%
A3.3	Dades de la campanya corresponents als mitjans de comunicació externs a la pròpia entitat sol·licitant o grup empresarial al que pertany	45%
A3.4	Valoració subjectiva global amb relació a la proposta lliurada	10%

Per tant, la Comissió de valoració puntuarà les propostes com a màxim amb **100 punts**.

18.1.1 ANNEX A3 apartat 1: dades generals de la campanya proposada. En total es podran obtenir com a màxim **15 punts**.**1. Mercat al qual es dirigeix la campanya:**

Indicar amb una X en l'ANNEX A3, a quin mercat va dirigida la campanya de co-màrqueting estratègic segons els *Plans de Connectivitat de les Illes Balears* (**veure Annex 6**). Com a màxim, es podrà seleccionar un ítem. La puntuació del criteri és la següent:

MERCAT	PUNTUACIÓ
Tradicionals	1,5
No tradicionals	3

Com a màxim, per a aquest criteri es podran obtenir **3 punts**.

2. Quantitat de rutes directes per mercat al qual es dirigeix la campanya:

Indicar amb una X en l'ANNEX A3, quina quantitat de rutes s'inclouen dins la campanya de co-màrqueting estratègic. Com a màxim, es podrà seleccionar un ítem. La puntuació del criteri és la següent:

NÚM. RUTES*	PUNTUACIÓ
2 a 5 rutes	3
6 a 9 rutes	6
10 ó més rutes	10

*Excloses les rutes interilles

Com a màxim, per a aquest criteri es podran obtenir **10 punts**.

3. Quantitat d'experiències vinculades a la idea creativa de la campanya:

Indicar amb una X en l'ANNEX A3 la quantitat d'experiències vinculades que es publicitaran a la campanya de co-màrqueting estratègic (apartat 4.1 g) d'aquestes bases. Com a màxim es podrà seleccionar un ítem. La puntuació del criteri és la següent:

QUANTITAT D'EXPERIÈNCIES	PUNTUACIÓ
2 experiències	2

Com a màxim, per a aquest criteri es podran obtenir **2 punts**.

18.1.2 ANNEX A3 apartat 2: valoració de la part de la campanya corresponent als mitjans de comunicació propis de l'entitat sol·licitant o grup empresarial al que pertany. En total es podran obtenir com a màxim **30 punts**.

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

El sol·licitant indicarà en l'**ANNEX A3**, el descompte mitjà ofert a l'AETIB en la part de la campanya corresponent a mitjans de comunicació propis, expressat en percentatge. No es tindran en compte els decimals, i per tant l'oferta serà un número sencer.

Com a màxim es podrà seleccionar un ítem per cada descompte ofert. La puntuació del criteri és la següent:

DESCOMPTE MITJÀ OFERT EN MITJANS PROPIS	PUNTUACIÓ
0% - 10%	0,5
11% - 20%	1
21% - 40%	2
41% - 60%	3
61% - 80%	4
81% - 100%	5

Com a màxim, per a aquest criteri es podran obtenir **5 punts**.

5. Tipologia dels mitjans seleccionats:

Indicar amb una X en l'**ANNEX A3**, la tipologia de l'acció de co-màrqueting estratègic proposada en mitjans propis. Es podrà indicar el nombre d'ítems que siguin necessaris per descriure la campanya. Només es puntuaran aquelles accions que no s'hagin descrit com a acció requisit a l'**ANNEX A2**.

La puntuació del criteri és la següent:

MITJÀ PROPI	CONTINGUT	PUNTUACIÓ NO PONDERADA
Televisió inflight	anunci	8
	publireportatge	10
Mitjans impresos inflight	anunci	1
	publireportatge	2
Material promocional imprès	anunci	1
	publireportatge	2
Web pròpia o del grup	anunci	3
	publireportatge	6
Mailing als contactes del mercat	anunci	2
	publireportatge	4
Microsite	publireportatge	2
Suports físics exteriors: tanques, opis, mupis o similars	anunci	6
Suports físics interiors: roll-up, lona, totem o similars	anunci	3
Retolació avió	anunci	6
Xarxes Socials pròpies	post	3
	anunci	6
Xarxes Socials pròpies - sorteigs i concursos	anunci	8
Presentacions (AAVV, touroperadors, premsa)	-	9
Esdeveniments (organitzats per la pròpia entitat sol·licitant o grup al que pertany)	-	10
Street Màrqueting - Accions públic final	-	8

Les accions que no es puguin classificar dins aquest punt, no obtindran puntuació objectiva i només seran valorades a la part subjectiva.

La puntuació màxima no ponderada per a la valoració de la campanya en mitjans propis és de 100 punts. Per tant, la puntuació obtinguda s'haurà de recalculer de forma proporcional amb relació a la puntuació màxima assignada per a aquest criteri respecte a la distribució global

de l'annex:

$$\text{Puntuació pel criteri: } \frac{\text{Puntuació obtinguda} * \text{puntuació màxima del criteri}}{100}$$

Com a màxim, per a aquest criteri es podran obtenir **25 punts**.

18.1.3 ANNEX A3 apartat 3: valoració de la part de la campanya corresponent als mitjans de comunicació externs a la pròpia entitat sol·licitant o grup empresarial al que pertany. En total es podran obtenir com a màxim **45 punts**.

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

El sol·licitant indicarà en l'**ANNEX A3** el descompte mitjà ofert a l'AETIB en la part de la campanya corresponent a mitjans de comunicació externs, expressat en percentatge. No es tindran en compte els decimals, i per tant l'oferta serà un número sencer.

Com a màxim es podrà seleccionar un ítem per cada descompte ofert. La puntuació del criteri és la següent:

DESCOMPTE MITJÀ OFERT EN MITJANS EXTERNS	PUNTUACIÓ
0% - 10%	2
11% - 20%	4
21% - 40%	6
41% - 60%	8
61% - 80%	9
81% - 100%	10

Com a màxim, per a aquest criteri es podran obtenir **10 punts**.

7. Tipologia dels mitjans seleccionats:

Indicar amb una X en l'**ANNEX A3** la tipologia de l'acció de co-màrqueting estratègic proposada en mitjans externs. Es podrà indicar el nombre d'ítems que siguin necessaris per descriure la campanya. Només es puntuaran aquelles accions que no s'hagin descrit com a acció requisit a l'**ANNEX A2**.

La puntuació del criteri és la següent:

MITJÀ EXTERN	ÀMBIT	PUNTUACIÓ
Televisió	Nacional	15
	Regional/local	8
Ràdio	Nacional	5
	Regional/local	3
Mitjans impresos externs	Nacional	6
	Regional/local	4
Mitjans online externs	Nacional	8
	Regional/local	4
Suports físics exteriors: tanques, opis, mupis o similars	Mercat	4
Suports físics interiors: roll-up, lona, totem o similars	Mercat	2
Mitjans de transport	Mercat	12
Xarxes Socials - post en xarxes d'influencers	Universal	8
Xarxes Socials - sorteigs i concursos en xarxes d'influencers	Universal	9
Esdeveniments organitzats per altres entitats	Mercat	12

Les accions que no es puguin classificar dins aquest punt, no obtindran puntuació objectiva i només seran valorades a la part subjectiva.

La puntuació màxima no ponderada per a la valoració de la campanya en mitjans externs és de 100 punts. Per tant, la puntuació obtinguda s'haurà de recalculer de forma proporcional amb relació a la puntuació màxima assignada per a aquest criteri respecte a la distribució global de l'annex:

Puntuació pel criteri:
$$\frac{\text{Puntuació obtinguda} * \text{puntuació màxima del criteri}}{100}$$

Com a màxim, per a aquest criteri es podran obtenir **35 punts**.

18.1.4 ANNEX A3 apartat 4: valoració subjectiva global amb relació a la proposta lliurada. En total es podran obtenir com a màxim **10 punts**.

8. Valoració subjectiva de la proposta lliurada:

Amb la documentació lliurada a l'ANNEX A2 es valoraran, per part de la Comissió de valoració, els següents apartats:

- Idoneïtat de la proposta lliurada
- Alineació amb els objectius estratègics de l'AETIB per a l'any 2021
- Qualitat dels suports i mitjans propis proposats
- Qualitat dels mitjans externs proposats (tirada, difusió, abast)
- Desenvolupament de l'acció requisit proposada a l'ANNEX A2

Com a màxim, per a aquest criteri es podran obtenir **10 punts**.

La Comissió de valoració realitzarà un informe on es detalli la puntuació obtinguda en cada un dels apartats de l'ANNEX A2 que s'adjuntarà a l'expedient.

18.2 ANNEX B3: Companyies marítimes

Aquest ANNEX B3 es divideix en parts amb la següent valoració de la puntuació per cada una d'elles:

APARTAT	PART QUE ES VALORA	PUNTUACIÓ
B3.1	Dades generals de la campanya	15%
B3.2	Dades de la campanya corresponents als mitjans de comunicació propis de l'entitat sol·licitant o grup empresarial al que pertany	30%
B3.3	Dades de la campanya corresponents als mitjans de comunicació externs a la pròpia entitat sol·licitant o grup empresarial al que pertany	45%
B3.4	Valoració subjectiva global amb relació a la proposta lliurada	10%

Per tant, la Comissió de valoració puntuarà les propostes com a màxim amb **100 punts**.

18.2.1 ANNEX B3 apartat 1: dades generals de la campanya proposada. En total es podran obtenir com a màxim **15 punts**.

1. Mercat al qual es dirigeix la campanya:

Indicar amb una X en l'ANNEX B3, a quin mercat va dirigida la campanya de co-màrqueting estratègic segons els *Plans de Connectivitat de les Illes Balears* (veure Annex 6). Com a màxim, es podrà seleccionar un ítem. La puntuació del criteri és la següent:

MERCAT	PUNTUACIÓ
Tradicionals	1,5
No tradicionals	3

Com a màxim, per a aquest criteri es podran obtenir **3 punts**.

2. Quantitat de rutes directes per mercat al qual es dirigeix la campanya:

Indicar amb una X en l'ANNEX B3, quina quantitat de rutes s'inclouen dins la campanya de co-màrqueting estratègic. Com a màxim, es podrà seleccionar un ítem. La puntuació del criteri és la següent:

NÚM. RUTES*	PUNTUACIÓ
2 rutes	5



3 ó més rutes

10

*Excloses les rutes interilles

Com a màxim, per a aquest criteri es podran obtenir **10 punts**.

3. Quantitat d'experiències vinculades a la idea creativa de la campanya:

Indicar amb una X en l'**ANNEX B3** la quantitat d'experiències vinculades que es publicitaran a la campanya de co-màrqueting estratègic (apartat 4.1 g) d'aquestes bases. Com a màxim es podrà seleccionar un ítem. La puntuació del criteri és la següent:

QUANTITAT D'EXPERIÈNCIES	PUNTUACIÓ
2 experiències	2

Com a màxim, per a aquest criteri es podran obtenir **2 punts**.

18.2.2 ANNEX B3 apartat 2: valoració de la part de la campanya corresponent als mitjans de comunicació propis de l'entitat sol·licitant o grup empresarial al que pertany. En total es podran obtenir com a màxim **30 punts**.

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

El sol·licitant indicarà en l'**ANNEX B3**, el descompte mitjà ofert a l'AETIB en la part de la campanya corresponent a mitjans de comunicació propis, expressat en percentatge. No es tindran en compte els decimals, i per tant l'oferta serà un número sencer.

Com a màxim es podrà seleccionar un ítem per cada descompte ofert. La puntuació del criteri és la següent:

DESCOMPTE MITJÀ OFERT EN MITJANS PROPIS	PUNTUACIÓ
0% - 10%	0,5
11% - 20%	1
21% - 40%	2
41% - 60%	3
61% - 80%	4
81% - 100%	5

Com a màxim, per a aquest criteri es podran obtenir **5 punts**.

5. Tipologia dels mitjans seleccionats:

Indicar amb una X en l'**ANNEX B3**, la tipologia de l'acció de co-màrqueting estratègic proposada en mitjans propis. Es podrà indicar el nombre d'ítems que siguin necessaris per descriure la campanya. Només es puntuaran aquelles accions que no s'hagin descrit com a acció requisit a l'**ANNEX B2**.

La puntuació del criteri és la següent:

MITJÀ PROPI	CONTINGUT	PUNTUACIÓ NO PONDERADA
Televisió a bord	anunci	8
	publireportatge	10
Mitjans impresos a bord	anunci	1
	publireportatge	2
Material promocional imprès	anunci	1
	publireportatge	2
Web pròpia o del grup	anunci	3
	publireportatge	6
Mailing als contactes del mercat	anunci	2
	publireportatge	4
Microsite	publireportatge	2



MITJÀ PROPI	CONTINGUT	PUNTUACIÓ NO PONDERADA
Suports físics exteriors: tanques, opis, mupis o similars	anunci	6
Suports físics interiors: roll-up, lona, totem o similars	anunci	3
Retolació vaixell	anunci	6
Xarxes Socials pròpies	post	3
	anunci	6
Xarxes Socials pròpies - sorteigs i concursos	anunci	8
Presentacions (AAVV, touroperadors, premsa)	-	9
Esdeveniments (organitzats per la pròpia entitat sol·licitant o grup al que pertany)	-	10
Street Màrqueting - Accions públic final	-	8

Les accions que no es puguin classificar dins aquest punt, no obtindran puntuació objectiva i només seran valorades a la part subjectiva.

La puntuació màxima no ponderada per a la valoració de la campanya en mitjans propis és de 100 punts. Per tant, la puntuació obtinguda s'haurà de recalculer de forma proporcional amb relació a la puntuació màxima assignada per a aquest criteri respecte a la distribució global de l'annex:

$$\text{Puntuació pel criteri: } \frac{(\text{Puntuació obtinguda} * \text{puntuació màxima del criteri})}{100}$$

Com a màxim, per a aquest criteri es podran obtenir **25 punts**.

18.2.3 ANNEX B3 apartat 3: valoració de la part de la campanya corresponent als mitjans de comunicació externs a la pròpia entitat sol·licitant o grup empresarial al que pertany. En total es podran obtenir com a màxim **45 punts**.

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

El sol·licitant indicarà en l'ANNEX B3 el descompte mitjà ofert a l'AETIB en la part de la campanya corresponent a mitjans de comunicació externs, expressat en percentatge. No es tindran en compte els decimals, i per tant l'oferta serà un número sencer.

Com a màxim es podrà seleccionar un ítem per cada descompte ofert. La puntuació del criteri és la següent:

DESCOMpte MITJÀ OFERT EN MITJANS EXTERNS	PUNTUACIÓ
0% - 10%	2
11% - 20%	4
21% - 40%	6
41% - 60%	8
61% - 80%	9
81% - 100%	10

Com a màxim, per a aquest criteri es podran obtenir **10 punts**.

7. Tipologia dels mitjans seleccionats:

Indicar amb una X en l'ANNEX B3 la tipologia de l'acció de co-màrqueting estratègic proposada en mitjans externs. Es podrà indicar el nombre d'ítems que siguin necessaris per descriure la campanya. Només es puntuaran aquelles accions que no s'hagin descrit com a acció requisit a l'ANNEX B2.

La puntuació del criteri és la següent:



MITJÀ EXTERN	ÀMBIT	PUNTUACIÓ
Televisió	Nacional	15
	Regional/local	8
Ràdio	Nacional	5
	Regional/local	3
Mitjans impresos externs	Nacional	6
	Regional/local	4
Mitjans online externs	Nacional	8
	Regional/local	4
Suports físics exteriors: tanques, opis, mupis o similars	Mercat	4
Suports físics interiors: roll-up, lona, totem o similars	Mercat	2
Mitjans de transport	Mercat	12
Xarxes Socials - post en xarxes d'influencers	Universal	8
Xarxes Socials - sorteigs i concursos en xarxes d'influencers	Universal	9
Esdeveniments organitzats per altres entitats	Mercat	12

Les accions que no es puguin classificar dins aquest punt, no obtindran puntuació objectiva i només seran valorades a la part subjectiva.

La puntuació màxima no ponderada per a la valoració de la campanya en mitjans externs és de 100 punts. Per tant, la puntuació obtinguda s'haurà de recalcular de forma proporcional amb relació a la puntuació màxima assignada per a aquest criteri respecte a la distribució global de l'annex:

Puntuació pel criteri: (Puntuació obtinguda * puntuació màxima del criteri)

100

Com a màxim, per a aquest criteri es podran obtenir **35 punts**.

18.2.4 ANNEX B3 apartat 4: valoració subjectiva global amb relació a la proposta lliurada. En total es podran obtenir com a màxim **10 punts**.

8. Valoració subjectiva de la proposta lliurada:

Amb la documentació lliurada a l'ANNEX B2 es valoraran, per part de la Comissió de valoració, els següents apartats:

- Idoneïtat de la proposta lliurada
- Alineació amb els objectius estratègics de l'AETIB per a l'any 2021
- Qualitat dels suports i mitjans propis proposats
- Qualitat dels mitjans externs proposats (tirada, difusió, abast)
- Desenvolupament de l'acció requisit proposada a l'ANNEX B2

Com a màxim, per a aquest criteri es podran obtenir **10 punts**.

La Comissió de valoració realitzarà un informe on es detalli la puntuació obtinguda en cada un dels apartats de l'ANNEX B2 que s'adjuntarà a l'expedient.

18.3 ANNEX CDE3: TO, AV i OTAS

Aquest ANNEX CDE3 es divideix en parts amb la següent valoració de la puntuació per cada una d'elles:

APARTAT	PART QUE ES VALORA	PUNTUACIÓ
CDE3.1	Dades generals de la campanya	15%

APARTAT	PART QUE ES VALORA	PUNTUACIÓ
CDE3.2	Dades de la campanya corresponents als mitjans de comunicació propis de l'entitat sol·licitant o grup empresarial al que pertany	30%
CDE3.3	Dades de la campanya corresponents als mitjans de comunicació externs a la pròpia entitat sol·licitant o grup empresarial al que pertany	45%
CDE3.4	Valoració subjectiva global amb relació a la proposta lliurada	10%

Per tant, la Comissió de valoració puntuarà les propostes com a màxim amb **100 punts**.

18.3.1 ANNEX CDE3 apartat 1: dades generals de la campanya proposada. En total es podran obtenir com a màxim **15 punts**.

1. Mercat al qual es dirigeix la campanya:

Indicar amb una X en l'**ANNEX CDE3**, a quin mercat va dirigida la campanya de co-màrqueting estratègic segons els *Plans de Connectivitat de les Illes Balears* (**veure Annex 6**). Com a màxim, es podrà seleccionar un ítem. La puntuació del criteri és la següent:

MERCAT	PUNTUACIÓ
Tradicionals	1,5
No tradicionals	3

Com a màxim, per a aquest criteri es podran obtenir **3 punts**.

2. Quantitat d'illes incloses al paquet/s per al mercat al qual es dirigeix la campanya:

Indicar amb una X en l'**ANNEX CDE3**, quina quantitat d'illes s'inclouen al paquet/s que es promociona amb la campanya de co-màrqueting estratègic. Com a màxim, es podrà seleccionar un ítem. La puntuació del criteri és la següent:

NÚM. ILLES	PUNTUACIÓ
3 illes	5
4 illes	10

Com a màxim, per a aquest criteri es podran obtenir **10 punts**.

3. Quantitat d'experiències vinculades a la idea creativa de la campanya:

Indicar amb una X en l'**ANNEX CDE3** la quantitat d'experiències vinculades que es publicitaran a la campanya de co-màrqueting estratègic (apartat 4.1 g) d'aquestes bases. Com a màxim es podrà seleccionar un ítem. La puntuació del criteri és la següent:

QUANTITAT D'EXPERIÈNCIES	PUNTUACIÓ
2 experiències	2

Com a màxim, per a aquest criteri es podran obtenir **2 punts**.

18.3.2 ANNEX CDE3 apartat 2: valoració de la part de la campanya corresponent als mitjans de comunicació propis de l'entitat sol·licitant o grup empresarial al que pertany. En total es podran obtenir com a màxim **30 punts**.

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

El sol·licitant indicarà en l'**ANNEX CDE3**, el descompte mitjà ofert a l'AETIB en la part de la campanya corresponent a mitjans de comunicació propis, expressat en percentatge. No es tindran en compte els decimals, i per tant l'oferta serà un número sencer.

Com a màxim es podrà seleccionar un ítem per cada descompte ofert. La puntuació del criteri és la següent:

DESCOMPTE MITJÀ OFERT EN MITJANS PROPIS	PUNTUACIÓ
0% - 10%	0,5
11% - 20%	1



DESCOMPTE MITJÀ OFERT EN MITJANS PROPIS	PUNTUACIÓ
21% - 40%	2
41% - 60%	3
61% - 80%	4
81% - 100%	5

Com a màxim, per a aquest criteri es podran obtenir **5 punts**.

5. Tipologia dels mitjans seleccionats:

Indicar amb una X en l'ANNEX CDE3, la tipologia de l'acció de co-màrqueting estratègic proposada en mitjans propis. Es podrà indicar el nombre d'ítems que siguin necessaris per descriure la campanya. Només es puntuaran aquelles accions que no s'hagin descrit com a acció requisit a l'ANNEX CDE2.

La puntuació del criteri és la següent:

MITJÀ PROPI	CONTINGUT	PUNTUACIÓ NO PONDERADA
Televisió inflight/ a bord/ en els punts de venda	anunci	8
	publireportatge	10
Mitjans impresos inflight/ a bord	anunci	1
	publireportatge	2
Material promocional imprès o en el seu format digital (fulletons/ catàleg de vendes)	anunci	1
	publireportatge	2
Web pròpia o del grup	anunci	3
	publireportatge	6
Mailing als contactes del mercat	anunci	2
	publireportatge	4
Microsite	publireportatge	2
Suports físics exteriors: tanques, opís, mupis o similars	anunci	6
Suports físics interiors: roll-up, lona, totem o similars	anunci	3
Retolació avió/ a bord / a les oficines de vendes	anunci	6
Xarxes Socials pròpies	post	3
	anunci	6
Xarxes Socials pròpies - sorteigs i concursos	anunci	8
Presentacions (premsa, influencers, personal de vendes)	-	9
Esdeveniments (organitzats per la pròpia entitat sol·licitant o grup al que pertany)	-	10
Street Màrqueting - Accions públic final	-	8

Les accions que no es puguin classificar dins aquest punt, no obtindran puntuació objectiva i només seran valorades a la part subjectiva.

La puntuació màxima no ponderada per a la valoració de la campanya en mitjans propis és de 100 punts. Per tant, la puntuació obtinguda s'haurà de recalculer de forma proporcional amb relació a la puntuació màxima assignada per a aquest criteri respecte la distribució global de l'annex:

$$\text{Puntuació pel criteri: } \frac{(\text{Puntuació obtinguda} * \text{puntuació màxima del criteri})}{100}$$

Com a màxim, per a aquest criteri es podran obtenir **25 punts**.

18.3.3 ANNEX CDE3 apartat 3: valoració de la part de la campanya corresponent als mitjans de comunicació externs a la pròpia entitat sol·licitant o grup empresarial al que pertany. En total es podran obtenir com a màxim **45 punts**.

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



El sol·licitant indicarà en l'**ANNEX CDE3** el descompte mitjà ofert a l'AETIB en la part de la campanya corresponent a mitjans de comunicació externs, expressat en percentatge. No es tindran en compte els decimals, i per tant l'oferta serà un número sencer.

Com a màxim es podrà seleccionar un ítem per cada descompte ofert. La puntuació del criteri és la següent:

DESCOMPTE MITJÀ OFERT EN MITJANS EXTERNS	PUNTUACIÓ
0% - 10%	2
11% - 20%	4
21% - 40%	6
41% - 60%	8
61% - 80%	9
81% - 100%	10

Com a màxim, per a aquest criteri es podran obtenir **10 punts**.

7. Tipologia dels mitjans seleccionats:

Indicar amb una X en l'**ANNEX CDE3** la tipologia de l'acció de co-màrqueting estratègic proposada en mitjans externs. Es podrà indicar el nombre d'ítems que siguin necessaris per descriure la campanya. Només es puntuaran aquelles accions que no s'hagin descrit com a acció requisit a l'**ANNEX CDE2**.

La puntuació del criteri és la següent:

MITJÀ EXTERN	ÀMBIT	PUNTUACIÓ
Televisió	Nacional	15
	Regional/local	8
Ràdio	Nacional	5
	Regional/local	3
Mitjans impresos externs	Nacional	6
	Regional/local	4
Mitjans online externs	Nacional	8
	Regional/local	4
Suports físics exteriors: tanques, opis, mupis o similars	Mercat	4
Suports físics interiors: roll-up, lona, totem o similars	Mercat	2
Mitjans de transport	Mercat	12
Xarxes Socials - post en xarxes d'influencers	Universal	8
Xarxes Socials - sorteigs i concursos en xarxes d'influencers	Universal	9
Esdeveniments organitzats per altres entitats	Mercat	12

Les accions que no es puguin classificar dins aquest punt, no obtindran puntuació objectiva i només seran valorades a la part subjectiva.

La puntuació màxima per a la valoració de la campanya en mitjans externs és de 100 punts. Per tant, la puntuació obtinguda s'haurà de recalcular de forma proporcional amb relació a la puntuació màxima assignada per a aquest criteri respecte a la distribució global de l'annex:

$$\text{Puntuació pel criteri: } \frac{(\text{Puntuació obtinguda} * \text{puntuació màxima del criteri})}{100}$$

Com a màxim, per a aquest criteri es podran obtenir **35 punts**.

18.3.4 ANNEX CDE3 apartat 4: valoració subjectiva global amb relació a la proposta lliurada. En total es podran obtenir com a màxim 10 punts.

8. Valoració subjectiva de la proposta lliurada:

Amb la documentació lliurada a l'**ANNEX CDE2** es valoraran, per part de la Comissió de valoració, els següents apartats:



- Idoneïtat de la proposta lliurada
- Alineació amb els objectius estratègics de l'AETIB per a l'any 2021
- Qualitat dels suports i mitjans propis proposats
- Qualitat dels mitjans externs proposats (tirada, difusió, abast)
- Desenvolupament de l'acció requisit proposada a l'ANNEX CDE2

Com a màxim, per a aquest criteri es podran obtenir **10 punts**.

La Comissió de valoració realitzarà un informe on es detalli la puntuació obtinguda en cada un dels apartats de l'ANNEX CDE2 que s'adjuntarà a l'expedient.

Resum dels ANNEXES de la convocatòria:

COMPANYIES AÈRIES

ANNEX A1 Sol·licitud de co-màrqueting estratègic
ANNEX A2 Memòria Tècnica
ANNEX A3 Criteris de valoració
ANNEX A4 Proposta relativa a la campanya de sostenibilitat
ANNEX A5 Mesurament de resultats
ANNEX 6 Plans de Connectivitat de les Illes Balears
ANNEX 7 Directrius de l'ús de les marques de l'AETIB

COMPANYIES MARÍTIMES

ANNEX B1 Sol·licitud de co-màrqueting estratègic
ANNEX B2 Memòria Tècnica
ANNEX B3 Criteris de valoració
ANNEX B4 Proposta relativa a la campanya de sostenibilitat
ANNEX B5 Mesurament de resultats
ANNEX 6 Plans de Connectivitat de les Illes Balears
ANNEX 7 Directrius de l'ús de les marques de l'AETIB

TO, AV i OTAS

ANNEX CDE1 Sol·licitud de co-màrqueting estratègic
ANNEX CDE2 Memòria Tècnica
ANNEX CDE3 Criteris de valoració
ANNEX CDE4 Proposta relativa a la campanya de sostenibilitat
ANNEX CDE5 Mesurament de resultats
ANNEX 6 Plans de Connectivitat de les Illes Balears
ANNEX 7 Directrius de l'ús de les marques de l'AETIB



**ANNEX A1****CO-MÀRQUETING ESTRATÈGIC:
Formulari de sol·licitud - COMPANYIA AÈRIA**

Nom comercial de la companyia aèria sol·licitant:

Nom fiscal de la companyia sol·licitant:

CIF:

Direcció:

País:

Telèfon:

Correu electrònic:

Representant legal de l'entitat sol·licitant:

Nom i llinatges:

DNI:

Càrrec:

Persona de contacte:

Nom i llinatges:

Telèfon:

Càrrec:

Correu electrònic:

Nombre de propostes presentades en aquesta convocatòria vinculades a marques diferents: ☐ 2 ☐ 3**Nom de la campanya:****Destinació a què es vincula la campanya:** (indicar amb X) ☐ Mallorca ☐ Menorca ☐ Ibiza**Contingut promocional de la campanya:** (indicar amb X)

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

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

Aeroport d'origen	Aeroport de destinació (Illes Balears)	RUTA OSP ³
		☐ Sí ☐ No
		☐ Sí ☐ No
		☐ Sí ☐ No
		☐ Sí ☐ No

¹ És obligatori detallar totes les rutes que es promocionaran a la campanya² Queden excloses les rutes interilles³ Només es podrà incloure una ruta classificada com OSP**Mercat⁴ a què es dirigeix la campanya que es proposa:**⁴ Ha de coincidir amb els mercats descrits a l'ANNEX 6 Plans de connectivitat de les Illes Balears**Dates de la campanya que es proposa:**

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

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

ANNEX A1

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

Aeroport d'origen	Aeroport de destinació (Illes Balears)	RUTA OSP
		☐ Sí ☐ No
		☐ Sí ☐ No
		☐ Sí ☐ No

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

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

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

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

Opció seleccionada: 1A ☐ 2A ☐ 3A ☐

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

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

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

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

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

• **Sobre 1:** documentació administrativa

• **Sobre 2:** documentació tècnica

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

_____, ____ de _____ de _____

(Signatura i segell de l'entitat)

A LA ATENCIÓ DEL PRESIDENT DE L'AETIB



ANNEX A2**CO-MÀRQUETING ESTRATÈGIC:
Memòria tècnica - COMPANYIA AÈRIA**

Nom comercial de la companyia aèria sol·licitant:

Nom de la campanya:**DADES TÈCNIQUES DE LA PROPOSTA (HAN DE COINCIDIR AMB L'ANNEX A1 - SOL·LICITUD)***En cas de contradicció entre ambdós annexos, prevaldrà el contingut de l'annex A2***1. Destinació a què es vincula la campanya:** (indicar amb X) ☐ Mallorca ☐ Menorca ☐ Ibiza**2. Contingut promocional de la campanya:** (indicar amb X)

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

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

Aeroport d'origen	Aeroport de destinació	RUTA OSP ³
		☐ Sí ☐ No
		☐ Sí ☐ No
		☐ Sí ☐ No
		☐ Sí ☐ No

¹ És obligatori detallar totes les rutes que es promocionaran a la campanya² Queden excloses les rutes interilles³ Només es podrà incloure una ruta classificada com a OSP**4. Mercat⁴ a què es dirigeix la campanya que es proposa:**⁴ Ha de coincidir amb els mercats descrits a l'ANNEX 6 Plans de connectivitat de les Illes Balears**5. Dates de la campanya que es proposa:**

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

⁵ No es podrà publicar durant els mesos de juliol i agost**6. Segments Estratègics Turístics -SET- (producte/s) vinculats mitjançant experiències a l'idea creativa de la campanya que es proposa:** (indicar amb X com a màxim 2 ítems)

- | | | |
|--------------------------------------|--|---|
| ☐ Esports | ☐ Turisme Actiu | ☐ Salut i Benestar |
| ☐ Cultura | ☐ Ecoturisme | ☐ MICE |
| ☐ Gastronomia | ☐ Luxe | ☐ Costa i litoral/Sol i platja |

7. Campanya proposada, amb una descripció detallada de la proposta, on es desglossin les accions a dur a terme: (indicar amb X)☐ Adjunt a aquest annex el document referit a la **Campanya proposada***La campanya proposada s'ha d'adjuntar a aquest document per a la seva valoració tècnica. Sense el seu lliurament, no es podrà valorar la campanya proposada.*

ANNEX A2**7.1 Línies generals de la proposta (explicar breument):****7.2 Descriure l'acció requisit de la convocatòria que ha d'estar inclosa a la campanya proposada, tal com es detalla a l'apartat 4.3 de les bases:** *(Indicar amb X)*

- ☐ Accions de street màrqueting
☐ Accions de Relacions Públiques

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

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

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

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

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



ANNEX A2

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

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

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

Nom entitat	Import
	€
	€

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

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

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

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

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

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

DECLARACIÓ RESPONSABLE:

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

A més, es declara de manera responsable que:

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

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

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





ANNEX A2

Aeroport d'origen	Aeroport de destinació (Illes Balears)	RUTA OSP
		☐ Sí ☐ No
		☐ Sí ☐ No
		☐ Sí ☐ No

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

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

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

_____, ____ de _____ de _____

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

DNI:



ANNEX A3**CO-MÀRQUETING ESTRATÈGIC:
Criteris de valoració- COMPANYIA AÈRIA**

Nom de la campanya:

A3.1 DADES GENERALS DE LA CAMPANYA**1. Mercat a què es dirigeix la campanya: (indicar amb X)***Com a màxim es podrà seleccionar un ítem*Indicar a quin mercat va dirigida la campanya de co-màrqueting estratègic segons el *Plans de Connectivitat de les Illes Balears (veure Annex 6)*.

Tradicionals	☐
No tradicionals	☐

2. Quantitat de rutes directes per mercat al qual es dirigeix la campanya: (indicar amb X)*Com a màxim es podrà seleccionar un ítem*

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

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

*Excloses les rutes interilles

3. Quantitat d'experiències vinculades a la idea creativa de la campanya: (indicar amb X)*Com a màxim es podrà seleccionar un ítem*

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

2 experiències	☐
----------------	--------------------------

A3.2 DADES DE LA CAMPANYA CORRESPONENTS ALS MITJANS DE COMUNICACIÓ PROPIS DE L'ENTITAT SOL-LICITANT O GRUP EMPRESARIAL A QUÈ PERTANY**4. Descompte mitjà ofert pel sol·licitant expressat en percentatge: (impostos inclosos) (indicar amb X)***Com a màxim es podrà seleccionar un ítem*

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

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



ANNEX A3**5. Tipologia dels mitjans seleccionats:** (indicar amb X)

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

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

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

A3.3 DADES DE LA CAMPANYA CORRESPONENTS ALS MITJANS DE COMUNICACIÓ EXTERNS A LA PRÒPIA ENTITAT SOL·LICITANT O GRUP EMPRESARIAL A QUÈ PERTANY**6. Descompte mitjà ofert pel sol·licitant expressat en percentatge: (impostos inclosos)** (indicar amb X)

Com a màxim es podrà seleccionar un ítem

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

0% - 10%	
11% - 20%	



ANNEX A3

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

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

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

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

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

A3.4 VALORACIÓ SUBJECTIVA GLOBAL AMB RELACIÓ A LA PROPOSTA LLIURADA**8. Valoració subjectiva de la proposta lliurada:**

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

DECLARACIÓ RESPONSABLE:

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





ANNEX A3

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

_____, ____ de _____ de _____

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

DNI:



ANNEX A4**CO-MÀRQUETING ESTRATÈGIC:
LA CAMPANYA DE SOSTENIBILITAT - COMPANYIA AÈRIA****1. Nom de la campanya de sostenibilitat:****2. La destinació* a què es vincula la campanya de sostenibilitat és la mateixa destinació seleccionada per a la campanya de co-màrqueting estratègic:** (indicar amb X)☐ Mallorca ☐ Menorca ☐ Ibiza**3. Mercat* a què es dirigeix la campanya de sostenibilitat:**** Hauran de coincidir amb la marca i mercat de la campanya de co-màrqueting proposada a l'ANNEX A2***4. Dates de la campanya de sostenibilitat que es proposa:**

Dates d'execució de la campanya

Data d'inici

Data de finalització

--	--

5. Campanya de sostenibilitat: (indicar amb X)

Opció seleccionada:

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

6. Dossier de presentació de l'acció seleccionada que, segons l'elecció realitzada, haurà d'incloure la següent documentació:☐ Adjunt a aquest annex el document referit al **Dossier de presentació de l'acció seleccionada (memòria, més resta de documentació si escau).****1A. Que la companyia disposi d'un programa propi de reducció de petjada de carboni amb aportació dinerària efectiva.**

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

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

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

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

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

Pàgina 1



ANNEX A4**7. Campanya de sostenibilitat proposada, amb una descripció detallada de la proposta on es desglossin les accions a dur a terme:** *(indicar amb X)*

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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





ANNEX A4

DECLARACIÓ RESPONSABLE:

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

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

_____, ____ de _____ de _____

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

DNI:



ANNEX A5**CO-MÀRQUETING ESTRATÈGIC:
Mesurament de resultats - COMPAÑÍA AÈRIA****1. Nom de la campanya:****2. Destinació a què s'ha vinculat la campanya:** (indicar amb X)☐ Mallorca ☐ Menorca ☐ Ibiza**3. Mercat a què s'ha dirigit la campanya:****4. Ruta/rutes de vol/s directe/s des d'un mateix mercat, que s'ha/n publicitat amb la campanya:**

Aeroport d'origen	Aeroport de destinació (Illes Balears)	RUTA OSP
		☐ Sí ☐ No
		☐ Sí ☐ No
		☐ Sí ☐ No
		☐ Sí ☐ No

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

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

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

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



ANNEX A5

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

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

CAMPANYA PER AL FOMENT DE LA SOSTENIBILITAT

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

indicar la selecció realitzada:

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

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

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

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

Dates d'execució de la campanya	
Data d'inici	Data de finalització

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

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



ANNEX A5

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

DECLARACIÓ RESPONSABLE:

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

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

_____, ____ de _____ de _____

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

DNI:



**ANNEX B1****CO-MÀRQUETING ESTRATÈGIC:
Formulari de sol·licitud - COMPANYIA MARÍTIMA**

Nom comercial de la companyia marítima sol·licitant:

Nom fiscal de la companyia sol·licitant:

CIF:

Direcció:

País:

Telèfon:

Correu electrònic:

Representant legal de l'entitat sol·licitant:

Nom i llinatges:

DNI:

Càrrec:

Persona de contacte:

Nom i llinatges:

Telèfon:

Càrrec:

Correu electrònic:

Nom de la campanya:**Destinació a què es vincula la campanya:** (indicar amb X) ☐ Mallorca ☐ Menorca ☐ Ibiza ☐ Formentera**Contingut promocional de la campanya:** (indicar amb X)☐ 1. Una única ruta marítima, des d'un port d'un mercat d'origen (Península Ibèrica o un altre país), a un únic port de les Illes Balears☐ 2. Un conjunt de rutes marítimes, des d'un mateix mercat d'origen (Península Ibèrica o un altre país), a un únic port de les Illes Balears**Ruta/rutes¹ de trajectes directes² des de un mateix mercat que es publicitarà/n amb la campanya:**

Port d'origen	Port de destinació (Illes Balears)

¹ És obligatori detallar totes les rutes que es promocionaran a la campanya² Queden excloses les rutes interilles**Mercat³ a què es dirigeix la campanya que es proposa:**³ Han de coincidir amb els mercats descrits a l'ANNEX 6 Plans de connectivitat de les Illes Balears**Dates de la campanya que es proposa:**

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

⁴ No es podrà publicar durant els mesos de juliol i agost**Quanties i descomptes de la campanya que es proposa:** (imposts inclosos)

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





ANNEX B1

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

_____, ____ de _____ de _____

(Signatura i segell de l'entitat)

A LA ATENCIÓ DEL PRESIDENT DE L'AETIB



ANNEX B2**CO-MÀRQUETING ESTRATÈGIC:
Memòria tècnica - COMPANYIA MARÍTIMA**Nom comercial de la companyia marítima sol·licitant: Nom de la campanya: **DADES TÈCNIQUES DE LA PROPOSTA (HAN DE COINCIDIR AMB L'ANNEX B1 - SOL·LICITUD)***En cas de contradicció entre ambdós annexos, prevaldrà el contingut dins l'annex B2***1. Destinació a què es vincula la campanya:** (indicar amb X) ☐ Mallorca ☐ Menorca ☐ Ibiza ☐ Formentera**2. Contingut promocional de la campanya:** (indicar amb X)☐ 1. Una única ruta marítima, des d'un port d'un mercat d'origen (Península Ibèrica o un altre país), a un únic port de les Illes Balears☐ 2. Un conjunt de rutes marítimes, des d'un mateix mercat d'origen (Península Ibèrica o un altre país), a un únic port de les Illes Balears**3. Ruta/rutes¹ de trajectes/s directe/s² des d'un mateix mercat, que es publicitarà/n amb la campanya:**

Port d'origen	Port de destinació

¹ És obligatori detallar totes les rutes que es promocionaran a la campanya² Queden excloses les rutes interilles**4. Mercat³ a què es dirigeix la campanya que es proposa:** ³ Ha de coincidir amb els mercats descrits a l'ANNEX 6 Plans de connectivitat de les Illes Balears**5. Dates de la campanya que es proposa:**

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

⁴ No es podrà publicitar durant els mesos de juliol i agost**6. Segments Estratègics Turístics -SET- (producte/s) vinculats mitjançant experiències a l'idea creativa de la campanya que es proposa:** (indicar amb X com a màxim 2 ítems)☐ Esports☐ Turisme Actiu☐ Salut i Benestar☐ Cultura☐ Ecoturisme☐ MICE☐ Gastronomia☐ Luxe☐ Costa i litoral/Sol i platja**7. Campanya proposada, amb una descripció detallada de la proposta, on es desglossin les accions a dur a terme:** (indicar amb X)☐ Adjunt a aquest annex el document referit a la **Campanya proposada**La campanya proposada s'ha d'adjuntar a aquest document per a la seva valoració tècnica. Sense el seu lliurament, no es podrà valorar la campanya proposada.



ANNEX B2

7.1 Línies generals de la proposta (explicar breument):

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

- ☐ Accions de street màrqueting
☐ Accions de Relacions Públiques

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

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

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

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

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



ANNEX B2

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

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

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

Nom entitat	Import
	€
	€

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

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

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

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

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

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

DECLARACIÓ RESPONSABLE:

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

A més, es declara de manera responsable que:

1. La ruta/es que es proposa promocionar és/són de trajectes directe/s des del port/s o mercat d'origen, a un dels ports de les Illes Balears.
2. La companyia marítima es compromet a complir amb el període mínim d'operativitat de la/les ruta/trajecte/s que es promocionen amb la campanya. Aquest període mínim d'operativitat s'estableix a l'apartat 1.d) de les bases: fins a 15 de novembre de 2021.
3. Aquesta proposta compleix amb tots el requisits assenyalats a les bases de la convocatòria per a la línia d'actuació B.





ANNEX B2

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

_____, ____ de _____ de _____

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

DNI:



ANNEX B3**CO-MÀRQUETING ESTRATÈGIC:
Criteris de valoració- COMPANYIA MARÍTIMA**

Nom de la campanya:

B3.1 DADES GENERALS DE LA CAMPANYA**1. Mercat al qual es dirigeix la campanya: (indicar amb X)***Com a màxim es podrà seleccionar un ítem.*

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

Tradicionals	☐
No tradicionals	☐

2 Quantitat de rutes directes per mercat al qual es dirigeix la campanya: (indicar amb X)*Com a màxim es podrà seleccionar un ítem.*

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

2 rutes	☐
3 ó més rutes	☐

*Excloses les rutes interilles

3. Quantitat d'experiències vinculades a la idea creativa de la campanya: (indicar amb X)*Com a màxim es podrà seleccionar un ítem.*

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

2 experiències	☐
----------------	--------------------------

B3.2 DADES DE LA CAMPANYA CORRESPONENTS ALS MITJANS DE COMUNICACIÓ PROPIS DE L'ENTITAT SOL-LICITANT O GRUP EMPRESARIAL A QUÈ PERTANY**4. Descompte mitjà ofert pel sol·licitant expressat en percentatge: (impostos inclosos): (indicar amb X)***Com a màxim es podrà seleccionar un ítem.*

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

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



ANNEX B3**5. Tipologia dels mitjans seleccionats:** (indicar amb X)

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

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

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

B3.3 DADES DE LA CAMPANYA CORRESPONENTS ALS MITJANS DE COMUNICACIÓ EXTERNS A LA PRÒPIA ENTITAT SOL·LICITANT O GRUP EMPRESARIAL A QUÈ PERTANY**6. Descompte mitjà ofert pel sol·licitant expressat en percentatge: (impostos inclosos)** (indicar amb X)

Com a màxim es podrà seleccionar un ítem.

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

0% - 10%	
11% - 20%	



ANNEX B3

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

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

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

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

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

B3.4 VALORACIÓ SUBJECTIVA GLOBAL AMB RELACIÓ A LA PROPOSTA LLIURADA**8. Valoració subjectiva de la proposta lliurada:**

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

DECLARACIÓ RESPONSABLE:

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





ANNEX B3

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

_____, ____ de _____ de _____

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

DNI:



ANNEX B4**CO-MÀRQUETING ESTRATÈGIC:
LA CAMPANYA DE SOSTENIBILITAT - COMPANYIA MARÍTIMA****1. Nom de la campanya de sostenibilitat:****2. La destinació* a què es vincula la campanya de sostenibilitat és la mateixa destinació seleccionada per a la campanya de co-màrqueting estratègic:** (indicar amb X)☐ Mallorca ☐ Menorca ☐ Ibiza ☐ Formentera**3. Mercat* a què es dirigeix la campanya de sostenibilitat:**** Hauran de coincidir amb la marca i mercat de la campanya de co-màrqueting proposada a l'ANNEX B2***4. Dates de la campanya de sostenibilitat que es proposa:**

Dates d'execució de la campanya	
Data d'inici	Data de finalització

5. Campanya de sostenibilitat: (indicar amb X)

Opció seleccionada:

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

6. Dossier de presentació de l'acció seleccionada que, segons la elecció realitzada, haurà d'incloure la següent documentació:☐ Adjunt a aquest annex el document referit al **Dossier de presentació de l'acció seleccionada (memòria, més resta de documentació si escau).****1B. Que la companyia disposa de pla de RSC per a l'any 2021, on s'inclou alguna acció en cada una de les dimensions: social, econòmica i mediambiental. Per a l'execució d'aquest pla es realitza una aportació dinerària efectiva mínima.**

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

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

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



ANNEX B4

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

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

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

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

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

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

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

7.1 Línies generals de la proposta (explicar breument):

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

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

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

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

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

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





ANNEX B4

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

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

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

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

DECLARACIÓ RESPONSABLE:

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

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

_____, ____ de _____ de _____

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

DNI:



ANNEX B5**CO-MÀRQUETING ESTRATÈGIC:
Mesurament de resultats - COMPANYIA MARÍTIMA****1. Nom de la campanya:****2. Destinació a què s'ha vinculat la campanya:** (indicar amb X)☐ Mallorca ☐ Menorca ☐ Ibiza ☐ Formentera**3. Mercat a què s'ha dirigit la campanya:****4. Ruta/rutes de trajectes/s directe/s des d'un mateix mercat, que s'han publicitat amb la campanya:**

Port d'origen	Port de destinació

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

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

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

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



ANNEX B5

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

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

CAMPANYA PER AL FOMENT DE LA SOSTENIBILITAT

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

indicar la selecció realitzada:

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

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

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

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

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

Dates d'execució de la campanya	
Data d'inici	Data de finalització

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

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



ANNEX B5

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

DECLARACIÓ RESPONSABLE:

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

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

_____, ____ de _____ de _____

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

DNI:



ANNEX CDE1**CO-MÀRQUETING ESTRATÈGIC:
Formulari de sol·licitud – TO, AV, OTAS**

Nom comercial de l'entitat sol·licitant:

Nom fiscal de l'entitat sol·licitant:

CIF:

Direcció:

País:

Telèfon:

Correu electrònic:

Representant legal de l'entitat sol·licitant

Nom i llinatges:

DNI:

Càrrec:

Persona de contacte

Nom i llinatges:

Telèfon:

Càrrec:

Correu electrònic:

Nom de la campanya:**Destinacions a què es vincula la campanya:** (indicar amb X) com a mínim el paquet ha de contenir dues marques de destinació dins la seva programació, és a dir, al menys, ha d'incloure una connexió interilles.☐ Mallorca ☐ Menorca ☐ Ibiza ☐ Formentera**Contingut promocional de la campanya:** (indicar amb X)☐ 1. Un paquet turístic des d'un mercat emissor a, al menys, dues destinacions de les Illes Balears (illes diferents, però amb la mateixa combinació de marques)☐ 2. Més d'un paquet turístic des d'un mercat emissor a, al menys dues destinacions de les Illes Balears (illes diferents, però amb la mateixa combinació de marques)**Mercat¹ a què es dirigeix la campanya que es proposa:**¹ Han de coincidir amb els mercats descrits a l'ANNEX 6 Plans de connectivitat de les Illes Balears**Dates de la campanya que es proposa:**

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

² No es podrà publicitar durant els mesos de juliol i agost**Quanties i descomptes de la campanya que es proposa:** (imposts inclosos)

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

Campanya de sostenibilitat: (imposts inclosos) (indicar amb X)L'entitat sol·licitant té interès a participar i realitzar una campanya de sostenibilitat: ☐ Sí ☐ NoOpció seleccionada: 1CDE ☐ 2CDE ☐ 3CDE ☐ 4CDE ☐ 5CDE ☐

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





ANNEX CDE1

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

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

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

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

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

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

_____, ____de _____de _____
(Signatura i segell de l'entitat)

A LA ATENCIÓ DEL PRESIDENT DE L'AETIB



**ANNEX CDE2****CO-MÀRQUETING ESTRATÈGIC:
Memòria tècnica - TO, AV, OTAS**

Nom comercial de l'entitat sol·licitant:

Nom de la campanya:

DADES TÈCNIQUES DE LA PROPOSTA (HAN DE COINCIDIR AMB L'ANNEX CDE1 - SOL·LICITUD)*En cas què de contradicció entre ambdós annexos prevaldrà el contingut dins l'annex CDE2***1. Destinació a què es vincula la campanya:** (indicar amb X) com a mínim el paquet ha de contenir dues marques de destinació dins la seva programació, és a dir, al menys, ha d'incloure una connexió interilles☐ Mallorca ☐ Menorca ☐ Ibiza ☐ Formentera**2. Contingut promocional de la campanya:** (indicar amb X)☐ 1. Un paquet turístic des d'un mercat emissor a, al menys, dues destinacions de les Illes Balears (illes diferents, però amb la mateixa combinació de marques)☐ 2. Més d'un paquet turístic des d'un mercat emissor a, al menys dues destinacions de les Illes Balears (illes diferents, però amb la mateixa combinació de marques)**3. Mercat¹ a què es dirigeix la campanya que es proposa:**¹Han de coincidir amb els mercats descrits a l'ANNEX 6 Plans de connectivitat de les Illes Balears**4. Dates de la campanya que es proposa:**

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

²No es podrà publicitar durant els mesos de juliol i agost**5. Segments Estratègics Turístics -SET- (producte/s) vinculats mitjançant experiències a l'idea creativa de la campanya que es proposa:** (indicar amb X com a màxim 2 ítems)☐ Esports☐ Turisme Actiu☐ Salut i Benestar☐ Cultura☐ Ecoturisme☐ MICE☐ Gastronomia☐ Luxe☐ Costa i litoral/Sol i platja**6. Campanya proposada, amb una descripció detallada de la proposta, on es desglossin les accions a dur a terme:** (indicar amb X)☐ Adjunt a aquest annex el document referit a la **Campanya proposada**La campanya proposada s'ha d'adjuntar a aquest document per a la seva valoració tècnica. Sense el seu lliurament, no es podrà valorar la campanya proposada.**6.1 Línies generals de la proposta (explicar breument):**

ANNEX CDE2**6.2 Descriure l'acció requisit de la convocatòria que ha d'estar inclosa a la campanya proposada, tal com es detalla a l'apartat 4.3 de les bases: (Indicar amb X)**

- ☐ Accions de street màrqueting
☐ Accions de Relacions Públiques

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

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

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

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

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

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

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

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

Nom entitat	Import
	€
	€

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

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



ANNEX CDE2

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

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

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

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

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

DECLARACIÓ RESPONSABLE:

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

A més es declara de manera responsable que:

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

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

_____, ____ de _____ de _____

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

DNI:



ANNEX CDE3**CO-MÀRQUETING ESTRATÈGIC:
Criteris de valoració- TO, AV, OTAS**

Nom de la campanya:

CDE3.1 DADES GENERALS DE LA CAMPANYA**1. Mercat al qual es dirigeix la campanya: (indicar amb X)***Com a màxim es podrà seleccionar un ítem.*

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

Tradicionals	☐
No tradicionals	☐

2 Quantitat d'illes incloses al paquet/s per al mercat al qual es dirigeix la campanya: (indicar amb X)*Com a màxim es podrà seleccionar un ítem.*

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

3 illes	☐
4 illes	☐

3. Quantitat d'experiències vinculades a la idea creativa de la campanya: (indicar amb X)*Com a màxim es podrà seleccionar un ítem.*

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

2 experiències	☐
----------------	--------------------------

CDE3.2 DADES DE LA CAMPANYA CORRESPONENTS ALS MITJANS DE COMUNICACIÓ PROPIS DE L'ENTITAT SOL-LICITANT O GRUP EMPRESARIAL A QUÈ PERTANY**4. Descompte mitjà ofert pel sol·licitant expressat en percentatge: (impostos inclosos) (indicar amb X)***Com a màxim es podrà seleccionar un ítem.*

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

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



ANNEX CDE3**5. Tipologia dels mitjans seleccionats:** (indicar amb X)

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

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

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

CDE3.3 DADES DE LA CAMPANYA CORRESPONENTS ALS MITJANS DE COMUNICACIÓ EXTERNS A LA PRÒPIA ENTITAT SOL·LICITANT O GRUP EMPRESARIAL A QUÈ PERTANY**6. Descompte mitjà ofert pel sol·licitant expressat en percentatge: (impostos inclosos)** (indicar amb X)

Com a màxim es podrà seleccionar un ítem.

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



ANNEX CDE3

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

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

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

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

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

CDE3.4 VALORACIÓ SUBJECTIVA GLOBAL AMB RELACIÓ A LA PROPOSTA LLIURADA**8. Valoració subjectiva de la proposta lliurada:**

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





ANNEX CDE3

DECLARACIÓ RESPONSABLE:

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

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

_____, ____ de _____ de _____

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

DNI:



ANNEX CDE4**CO-MÀRQUETING ESTRATÈGIC:
LA CAMPANYA DE SOSTENIBILITAT - TO, AV, OTAS****1. Nom de la campanya de sostenibilitat:****2. Les destinacions* a què es vincula la campanya de sostenibilitat són les mateixes destinacions seleccionades per a la campanya de co-màrqueting estratègic:** (indicar amb X com a mínim dues)☐ Mallorca ☐ Menorca ☐ Ibiza ☐ Formentera**3. Mercat* a què es dirigeix la campanya de sostenibilitat:**** Hauran de coincidir amb les marques i mercat de la campanya de co-màrqueting proposada a l'ANNEX A2***4. Dates de la campanya de sostenibilitat que es proposa:**

Dates d'execució de la campanya

Data d'inici

Data de finalització

--	--

5. Campanya de sostenibilitat: (indicar amb X)

Opció seleccionada:

- ☐ **1CDE.** Que la companyia o grup al que pertany disposi de pla de RSC per a l'any 2021, on s'inclogui alguna acció en cada una de les dimensions: social, econòmica i mediambiental. Per a l'execució d'aquest pla s'ha de realitzar una aportació dinerària efectiva mínima.
- ☐ **2CDE.** Que la companyia o grup al que pertany disposi d'un programa propi de reducció de petjada de carboni amb aportació dinerària efectiva.
- ☐ **3CDE.** Que la companyia o grup al que pertany realitzi accions de conscienciació amb els viatgers amb relació als ODS i, a més de participar, els viatgers puguin realitzar aportacions dineràries a projectes concrets.
- ☐ **4CDE.** Que la companyia o grup al que pertany, dins del pla de RCS per a l'any 2021, inclogui alguna acció que es desenvolupi directament a les Illes Balears.
- ☐ **5CDE.** Que la companyia o grup al que pertany inclogui destinacions de les Illes Balears al seu catàleg de destinacions sostenibles i les ofereixi a la seva pàgina web.

6. Dossier de presentació de l'acció seleccionada que, segons la elecció realitzada, haurà d'incloure la següent documentació:☐ Adjunt a aquest annex el document referit al **Dossier de presentació de l'acció seleccionada (memòria més resta de documentació si escau).****1CDE.** Que la companyia o grup al que pertany disposi de pla de RSC per a l'any 2021, on s'inclogui alguna acció en cada una de les dimensions: social, econòmica i mediambiental. Per a l'execució d'aquest pla s'ha de realitzar una aportació dinerària efectiva mínima.

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

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

ANNEX CDE4

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

7.1 Línies generals de la proposta (explicar breument):

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

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

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

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



ANNEX CDE4**9. Quanties i descomptes de la campanya de sostenibilitat que es proposa:** *(imposts inclosos)*

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

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

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

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

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

DECLARACIÓ RESPONSABLE:

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

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

_____, ____ de _____ de _____

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

DNI:



ANNEX CDE5**CO-MÀRQUETING ESTRATÈGIC:
Mesurament de resultats - TO, AV, OTAS****1. Nom de la campanya:****2. Destinació a què s'ha vinculat la campanya:** (indicar amb X)☐ Mallorca ☐ Menorca ☐ Ibiza ☐ Formentera**3. Mercat a què s'ha dirigit la campanya:****4. Dates de la campanya que s'ha dut a terme:**

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

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

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



ANNEX CDE5

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

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

CAMPANYA PER AL FOMENT DE LA SOSTENIBILITAT

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

indicar la selecció realitzada:

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

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

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

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

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

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

Dates d'execució de la campanya	
Data d'inici	Data de finalització

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

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

ANNEX CDE5

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

DECLARACIÓ RESPONSABLE:

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

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

_____, ____ de _____ de _____

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

DNI:



**ANNEX 6****CO-MÀRQUETING ESTRATÈGIC****Plans de Connectivitat de les Illes Balears - Mercats****1. Mercats tradicionals:**

Espanya*	Itàlia	Noruega
Alemanya	França	Finlàndia
Regne Unit	Dinamarca	Suècia

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

2. Mercats no tradicionals:

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





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

ANNEX 7**DIRECTRIUS SOBRE L'ÚS DE LES MARQUES
AGÈNCIA D'ESTRATÈGIA TURÍSTICA
DE LES ILLES BALEARS (AETIB)**

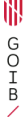
CONVOCATÒRIA DE CO-MÀRQUETING ESTRATÈGIC
EXP. 049/2021

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

LÍNIES GENERALS PER A ANUNCIS

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

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

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

C/ de Rita Levi, s/n
Parc Bit 07121 Palma
Tel. 0034 971 17 66 99
www.illesbalears.travel





GOIB

Específicament en els següents mitjans**VÍDEO**

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

RÀDIO

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

PUBLIRREPORTATGES / PRESCRIPCIONS

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

MITJANS DE TRANSPORT / PRESENTACIONS / ESDEVENIMENTS / STREET MÀRQUETING

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

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

ONLINE / XARXES SOCIALS / GESTORS DE CONTINGUT

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

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





ANNEX E
LOCALITZACIÓ DE L' EXPEDIENT A L' AETIB

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

Declarant

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

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

DECLAR:

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

-
-
-
-

[firma]

