



Secció III. Altres disposicions i actes administratius

CONSELL INSULAR DE MENORCA

FUNDACIÓ FOMENT DEL TURISME DE MENORCA

11637

Resolució del president de la Fundació Foment del Turisme de Menorca per la qual s'aproven les bases de la convocatòria per a la realització de convenis de col·laboració de co-màrqueting estratègic amb la Fundació Foment del Turisme de Menorca en accions que fomentin la demanda cap a la destinació Menorca en el mercat emissor França (Paris), 2025-2027

EXPT.NÚM: 25-CE-MM-5001

Antecedents

1. L'article 3 dels Estatuts de la Fundació Foment del Turisme de Menorca (d'ara endavant FFTM) contempla com a fins i activitats fundacionals, l'impuls i el desenvolupament de productes turístics i la creació dels clubs de producte, la promoció de l'oferta turística de Menorca en els mercats nacional i internacional, qualsevol altra que tenguin per objecte la millor promoció i comercialització dels productes turístics de Menorca, així com qualsevol altra que tenguin per objecte el desenvolupament de la indústria del sector turístic a Menorca.

2. La FFTM convoca una acció de co-màrqueting estratègic amb aerolínies per tal de sumar esforços i recursos, amb l'objectiu de fomentar la demanda cap a la destinació Menorca en el mercat emissor França, present al *Pla de Connectivitat de Menorca*, pel període 2025 a 2027.

El mercat francès forma part del pla de connectivitat de la FFTM, és un dels mercats amb major demanda cap a Menorca i major potencial desestacionalitzador, ja que la seva operativa en l'època estival està ja consolidada, per tant aquest fonaments impliquen que aquest país emissor sigui de major estabilitat cap a futur per consolidar l'aposta de les rutes en temporada baixa.

3. L'objectiu d'aquesta convocatòria és, oferir al sector turístic un marc de col·laboració públic-privat que permeti unir esforços per tal d'optimitzar i potenciar l'eficiència i eficàcia dels recursos existents. La finalitat és afavorir l'ocupació mitjançant l'eina del co-màrqueting estratègic.

4. La Fundació Foment del Turisme de Menorca, mitjançant aquesta convocatòria, vol fomentar les accions que contribueixin a impulsar la demanda cap a la destinació Menorca al país emissor França. Per tal d'assolir aquesta tasca, es fa necessària la col·laboració del sector públic amb les companyies aèries per retornar progressivament la recuperació del sector turístic menorquí.

5. Seguint la línia de convenis de co-màrqueting que es van signar l'any 2023 i que finalitzen el proper 31 de desembre de 2024, la FFTM ha optat per donar continuïtat a la línia d'hivern que uneix Menorca amb la ciutat de París, amb la intenció de que aquesta connexió quedi totalment consolidada.

6. La convocatòria va dirigida a 1 línia d'actuació concreta: fomentar la demanda via aèria. Per tant, només seran les empreses o entitats privades, estatals o internacionals, que s'incloguin dins d'aquesta línia d'actuació les úniques que hi podran optar. Es tracta de dur a terme una acció conjunta, FFTM i entitats privades incardinades dins d'aquestes línies, que potencii 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.

7. La present convocatòria romandrà oberta des de l'endemà de la publicació d'aquesta Resolució al BOIB, fins exhaurir la dotació econòmica i, en qualsevol cas, fins el 30 de novembre de 2024.

8. Atès l'autorització de despesa núm. 25-CE-MM-5001 per l'anualitat 2025 per import de 150.000€, l'autorització de despesa núm 25-CE-MM-6002 per l'anualitat 2026 per import de 150.000€ i l'autorització de despesa núm 25-CE-MM-7002 per l'anualitat 2027 per import de 150.000€.

Fonaments de dret

- Article 3 dels Estatuts de la FFTM, aprovats per acord de Ple del Consell Insular de Menorca en sessió de caràcter ordinari de 17 de novembre de 2014 (BOIB nº 95, de 30 de juny de 2015).

- Acord del Patronat de la Fundació Foment del Turisme de Menorca de data 23 d'octubre de 2023, d'aprovació de la delegació



- Articles 47 a 53 de la Llei 40/2015, d'1 d'octubre, de règim jurídic del sector públic.
 - Article 121 i 122 de la Llei 39/2015, d'1 d'octubre, del procediment administratiu comú de les administracions públiques.
- Per tot això, el President de la Fundació Foment del Turisme de Menorca, en ús de les atribucions que li són conferides:

RESOL

1. Aprovar les bases i annexes d'una convocatòria pública per realitzar convenis de col·laboració amb la Fundació Foment del Turisme de Menorca, per a les entitats que compleixin amb els requisits establerts a les bases que s'acompanyen, pel període 2025-2027.

La participació en aquesta convocatòria de co-màrqueting estratègic per l'illa de Menorca, subjecta als principis de publicitat, transparència, concurrència, objectivitat, igualtat, no discriminació, eficàcia i eficiència de la utilització dels recursos públics, suposa l'acceptació dels termes i condicions establerts en aquestes bases.

2. Aprovar i autoritzar una despesa per import de 450.000€, amb la següent distribució: un pressupost de 150.000€ amb càrrec al pressupost de la FFTM per l'anualitat 2025, un pressupost de 150.000€ amb càrrec al pressupost de la FFTM per l'anualitat 2026, i un pressupost de 150.000€ amb càrrec al pressupost de la FFTM per l'anualitat 2027.

3. Subordinar l'autorització de la despesa al crèdit que, per a cada exercici, es consignï en els respectius pressuposts.

4. Publicar aquesta resolució i bases que l'acompanyen, al Butlletí Oficial de les Illes Balears i al perfil del contractant de la web de la FFTM.

Maó, en la data de la signatura electrònica (24 d'octubre de 2024)

El president de la FFTM

Adolfo Vilafranca Florit

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 la línia d'actuació descrita a continuació, la possibilitat de realitzar convenis de col·laboració en modalitat de co-màrqueting estratègic, per tal de millorar la demanda turística cap a la destinació Menorca, fora dels mesos d'estiu (de 1 de juny a 30 de setembre), per al mercat de França (París).

Les campanyes estan destinades a promocionar Menorca al mercat francès mitjançant la publicitat de rutes/trajectes turístics directes ja existents o el foment per a la creació de noves rutes/trajectes amb l'aeroport de Menorca (Mahón).

Les campanyes estan destinades a promocionar Menorca al mercat emissor França mitjançant la publicitat de:

- Les rutes/trajectes directes ja existents amb l'aeroport de Menorca i fomentar la creació de noves rutes/trajectes directes l'illa.

a) Per tant, s'estableix la següent línia d'actuació de co-màrqueting estratègic de connectivitat:

Línia actuació	Tipus d'entitat
Línia A	Companyies aèries

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

Línia actuació	Campanya publicitària de
Línia A	Rutes aèries directes des dels mercats emissors a l'aeroport de Menorca (Mahón)

Els mercats emissors de la destinació Menorca es detallen a l'ANNEX A6 Pla de connectivitat de Menorca, resultant la següent línia i sublínia d'actuació:



Línia actuació	Sublínia	Mercats d'origen/emissors
Línia A	Línia A Hivern	França (París)

Es defineix línia A Hivern la ruta compresa des de l'15 de febrer al 30 d'abril i del 1 d'octubre al 15 de novembre de 2025; 15 de febrer al 30 d'abril i del 1 d'octubre al 15 de novembre de 2026 i; 15 de febrer al 30 d'abril i del 1 d'octubre al 15 de novembre de 2027 (aquesta línia es considerarà **proposta única i indivisible**).

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.

c) Aquestes campanyes han de promocionar el següent:

Línia actuació	Rutes a promocionar
Línia A	<i>En cas de companyies aèries:</i> 1. Una única ruta aèria, des d'un aeroport d'un mercat d'origen, a l'aeroport de Menorca (Mahón)

d) Les campanyes 2025, 2026 i 2027 respondran als següents terminis:

Línia d'actuació	Les campanyes podran desenvolupar-se/executar-se -ambdós inclosos-:	
	Data inici	Data de finalització
Línia A Hivern	Des de la signatura del conveni	fins al 15/11/2027

Línia d'actuació	El període que es publicitaran en les campanyes 2025, 2026 i 2027 és -ambdós inclosos-:
Línia A Hivern (aquesta línia es considerarà proposta única i indivisible)	Des del 15/02/2025 fins al 30/04/2025 i des del 01/10/2025 fins al 15/11/2025; des del 15/02/2026 fins al 30/04/2026 i des del 01/10/2026 fins al 15/11/2026; des del 15/02/2027 fins al 30/04/2027 i des del 01/10/2027 fins al 15/11/2027.
Per tant, no es podrà fer promoció dels períodes compresos entre el 1 juny al 30 de setembre de 2025 a 2027.	

La campanya tan sols podrà publicitar aquells períodes on les entitats col·laboradores disposin de rutes/trajectes operatius.

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

Les entitats hauran de presentar les propostes de les campanyes englobant les quatre anualitats 2025, 2026 i 2027, de manera que l'entitat que presenti campanya per només 1 any quedarà exclosa.

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

Les entitats col·laboradores s'hauran de comprometre a mantenir la/les ruta/rutes/trajecte/trajectes que es promocionin amb les campanyes, segons els requisits estipulats en el següent quadre que hauran de complir.

Línia actuació	Sublínia	Període mínim de operativitat en les anualitats 2025, 2026 i 2027 (Obligatorietat de compliment)
Línia A	Línia A Hivern	Per les rutes tradicionals d'hivern: del dia 15 de febrer al 30 d'abril i del 1 d'octubre fins 15 de novembre. Hi ha d'haver operativitat cada una de les setmanes compreses dins d'aquests períodes, amb 2 freqüències setmanals.

La justificació de la baixa ocupació serà lliurada a la Comissió Executiva, en temps i forma segons es determini al conveni de col·laboració.

En el cas que l'entitat sol·licitant cessés d'operar la/es ruta/rutes/trajecte/trajectes que es promocionen amb la campanya, motivades per assumptes operatius o de baixa ocupació o segons el que es recull a l'apartat 16 d'aquestes bases com a circumstància fortuïta i/o de força major, només s'abonarà la quantia proporcional de la campanya executada i justificada.

1.1 Requisits de sostenibilitat

El 1993 Menorca fou declarada **Reserva de Biosfera** per la Unesco. Una distinció que reconeix l'equilibri entre el desenvolupament econòmic i social i la conservació de l'entorn, la cultura, el patrimoni, costums i tradicions.



Gràcies a aquesta distinció i a la societat menorquina, Menorca es manté com una destinació compromesa amb la preservació del territori. Aquest fet ens diferencia de la resta de destinacions i ens posa com a exemple de desenvolupament sostenible i de model turístic basat en experiències respectuoses amb el medi ambient.

Per tot això, cerquem aliances de col·laboració amb entitats que comparteixin els nostres valors, i **serà requisit per a les entitats sol·licitants disposar i presentar el seu pla de sostenibilitat.**

1.2 Imports màxims de la convocatòria

La present convocatòria té un pressupost global màxim de 450.000€ (impostos inclosos), amb el següent desglossament:

- Per l'annualitat 2025: 150.000€
- Per l'annualitat 2026: 150.000€
- Per l'annualitat 2027: 150.000€

Aquest pressupost es dividirà de la següent forma:

Línia actuació	Sublínia	Imports màxims per línia d'actuació, període 2025, 2026 i 2027 (impostos inclosos)	Mercat d'origen/emissor
Línia A	Línia A Hivern	450.000 €	França (París)

En cas que la partida reservada per al conjunt de la convocatòria sigui insuficient, la partida pressupostària podrà ser ampliada, a criteri de la Presidència de la FFTM, en funció de la disponibilitat pressupostària.

La dotació pressupostària no exhaurida en 2025, sempre que el pressupost de la FFTM així ho permeti, es podrà traspasar l'excedent al 2026, disposant la FFTM dels romanents que seran destinats a altres projectes segons les necessitats existents, tenint en compte la partida pressupostària a la que varen ser assignats.

2. IMPORTS MÀXIMS DE SOL·LICITUD

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

Línia d'actuació	IMPORTS MÀXIMS ANUALS PER SOL·LICITUD: (impostos inclosos)	% MÀXIMS DE COL·LABORACIÓ (impostos inclosos)
Línia A Hivern	2025: 150.000€ 2026: 150.000€ 2027: 150.000€	La col·laboració econòmica serà com a màxim del 50% de la proposta presentada (impostos inclosos)

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.

La present convocatòria romandrà oberta des de l'endemà de la publicació d'aquesta Resolució al BOIB, fins exhaurir la dotació econòmica i, en qualsevol cas, fins el 30 de novembre de 2024.

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

Podran sol·licitar la col·laboració de la FFTM, 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



4. REQUISITS DE LES ACCIONS DE CO-MÀRQUETING I TIPOLOGIA DE LES MATEIXES

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).
- Executar la campanya dins les dates indicades a l'apartat 1.d).
- Publicitar la part de la temporada dins les dates indicades a l'apartat 1.d).
- Complir amb el període mínim d'operativitat de la/les ruta/rutes/trajecte/trajectes que es promocionen amb la campanya i descrits a l'apartat 1.e).
- Desenvolupar-se en els mercats emissors de la destinació Menorca descrits al *Pla de Connectivitat de Menorca ANNEX A6*.
- La idea creativa de les campanyes hauran d'estar vinculades els següents productes: naturalesa, Turisme actiu, costa i litoral, cultura (Menorca Talaiòtica, entre d'altres) , gastronomia, ecoluxe i/o nàutica.
- Realitzar-se mitjançant qualsevol mitjà de comunicació o tipus de suport publicitari dels descrits a l'apartat 4.3 d'aquestes bases, amb un mínim del 10% de publicitat a mitjans externs.
- 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, ministeris, entre d'altres), el valor econòmic TOTAL de la campanya proposada ha de ser la suma de les següents quantitats:

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

Per aquest motiu, l'entitat sol·licitant tindrà l'obligació d'informar a la FFTM 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 de co-màrqueting estratègic:

S'hauran de complir els següents requisits

- Requisits establerts a la declaració responsable inclosa a l'**ANNEX A2**.
- Només es podrà presentar una única sol·licitud per combinació:

Línia actuació	Combinacions possibles
Línia A	Companyia aèria/ruta/rutes o mercat/marca de destinació/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 la FFTM, les campanyes que es deriven d'aquesta col·laboració hauran de ser independents, amb creativitats perfectament diferenciades.

- En aquesta convocatòria, cada entitat podrà presentar **com a màxim**:

Línia actuació		Núm. sol·licituds màximes	Com a màxim podrà sol·licitar en TOTAL per a les companyes de co-màrqueting estratègic
Línia A	Hivern	1	450.000 €

- Les companyies aèries:

No podran presentar cap sol·licitud vinculada a un ruta classificada com a Obligació de Servei Públic (OSP).

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 la FFTM 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, opis, 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.

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 la FFTM segons pertorqui

b. Les creativitats i accions s'hauran d'ajustar a les *Directrius de l'ús de les marques de la FFTM* que formaran part del conveni. De forma orientativa s'adjunta a aquestes bases l'**ANNEX A7** 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 la marca de destinació MENORCA (logotip). La marca de destinació, i per tant el seu logotip, s'hauran de mantenir tal com es descriu en aquest apartat.

No obstant això, es podran adaptar als idiomes del mercat d'origen les mencions a la destinació en continguts que hagin d'emprar-se amb motiu de les campanyes. Però només en el cas de les mencions i mai per a la marca de la destinació. En cas de no complir amb aquests requisits, no es comptabilitzarà l'acció com a part de la campanya.

d. 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 la FFTM, per tant es remetrà a la següent direcció de correu electrònic: estefi.clavell@menorca.es amb un mínim de 7 dies naturals abans de la seva emissió/publicació.

e. 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, la FFTM podran facilitar el material en brut que estimin oportú.

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

En cas d'incompliment de qualsevol dels requisits establerts en aquestes bases, la FFTM:

- 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, a excepció d'aquells requisits en els que la Comissió Executiva tenguí la potestat d'atorgar l'exempció.

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

Totes les sol·licituds seran ateses seguint el **rigorós ordre de registre d'entrada**.

Només es podrà presentar **una única sol·licitud per combinació**:

Línia actuació	Combinacions possibles
Línia A	Companyia aèria/ruta/rutes o mercat/marca de destinació/any/convocatòria

Les propostes hauran de tenir registre d'entrada amb una antelació mínima de 45 dies naturals abans de l'inici de la campanya, i sempre abans de l'inici de la temporada a promocionar. En cas d'incompliment del termini, la campanya quedarà exclosa.

El lloc de presentació serà el registre electrònic de la Fundació Foment del Turisme de Menorca, així com els llocs previstos en l'article 16 de la Llei 39/2015, d'1 d'octubre, del procediment administratiu comú de les administracions públiques.

Tipus de registre	LLOC	Horaris	Doc a lliurar LÍNIA A Companyies aèries
Registre electrònic*	https://www.carpetaciudadana.org/web/portal.aspx?Con=Conexion107	24 hores Obligatorietat de remetre un resguard de l'enviament del sobre a: promocio@menorca.es	· ANNEX A1 sol·licitud signada digitalment · Resta de documentació administrativa i la documentació tècnica (Annexes)



* Respecte aquest registre electrònic de la Fundació Foment del Turisme de Menorca s'ha de tenir en compte que, la capacitat màxima de cada document serà de 100 MB.

Els sol·licitants hauran de presentar la seva sol·licitud de co-marqueting (ANNEX A1) i haurà d'anar acompanyada de documentació annexa segons els models d'annexes que s'adjunten a aquestes bases.

D'acord amb els requisits de la convocatòria, com a màxim podran presentar una sol·licitud tal i com s'indica a l'apartat 4.2.c) d'aquestes bases adjuntant els annexos corresponents a la línia d'actuació i que es podran descarregar a la pàgina web de la FFTM en el següent enllaç: <https://www.menorca.es/edictes/VeureEdicte.aspx?ID=191>

Els documents presentats hauran d'estar signats amb una signatura digital vàlida que permeti la verificació de la identitat del sol·licitant a través d'un certificat qualificat que garanteixi una seguretat equivalent a la presència física.

No acceptarà documentació manuscrita, sense format, que modifiqui o alteri la seva estructura i/o amb errades, si això fa que s'impossibiliti la seva valoració, per tant, aquestes propostes seran excloses. Tampoc s'acceptaran aquelles que no utilitzin els models que figuren annexes a aquesta convocatòria.

5.1. Sol·licitud de co-marqueting estratègic:

Es realitzarà mitjançant sol·licitud dirigida al President de la FFTM seguint el model **d'annex** *Formulari de sol·licitud* contingut en aquestes bases:

Línia actuació	Tipus d'entitats	Combinacions possibles	Formats de lliurament
Línia A	Companyies aèries	ANNEX A1	Digital (pdf signat)

Així mateix s'haurà de tenir en compte que:

- Dels imports totals de les campanyes, queden excloses totes les despeses generades per aquesta (planificació, producció, creativitats, execució, control, entre d'altres), que seran assumides per l'entitat sol·licitant, encara que s'hauran de reflectir a l'òptic de la campanya (Annex Op1).
- De l'import sol·licitat a la FFTM per a la realització de la campanya proposada, hauran d'indicar l'import ajustant-se als màxims indicats a l'apartat 1.2 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

5.2.1. Persones jurídiques espanyoles:

- Certificat d'inscripció en el registre corresponent (registre d'associacions, registre mercantil o un altre depenent del tipus d'entitat).
- 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.
- 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/passaport.
- Targeta d'identificació fiscal de l'entitat sol·licitant.
- Document de l'alta de la declaració censal de l'inici de l'activitat o alta de l'Impost sobre Activitats Econòmiques (IAE) (declaració responsable de l'ANNEX A4).
- Declaració responsable en que es faci constar no incórrer en les prohibicions per a contractar amb l'administració segons l'article 71 de la Llei 9/2017, de 8 de novembre , de Contractes del Sector Públic (LCSP), ni 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 Comunitat Autònoma de les Illes Balears i el seu Reglament, aprovat per Decret 250/1999, de 3 de desembre. (Declaració responsable de l'ANNEX A4)
- Certificat d'estar al corrent de pagament de les obligacions tributàries amb l'Administració Estatal i certificat d'estar al corrent de pagament amb la Tresoreria General de la Seguretat Social, emeses pels organismes competents.
- Declaració responsable en que es faci constar que es troba al corrent de pagaments amb la FFTM i amb el Consell Insular de Menorca, així com estar al corrent en la justificació de convenis de col·laboració anteriors amb la FFTM. En el cas que es constatés l'existència de deutes pendents, serà motiu d'exclusió d'aquesta convocatòria. (Declaració responsable de l'ANNEX A4)
- Declaració responsable en que 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 la FFTM. (Declaració responsable de l'ANNEX A4)

j) Declaració responsable de la persona responsable de l'entitat en que es faci constar que l'activitat principal de l'empresa o entitat s'emmarca dins d'aquesta convocatòria. (Declaració responsable de l'ANNEX A4)

k) Document bancari de la titularitat del compte, emès per l'entitat bancària, on consti les dades del titular del compte corrent, les dades del representant (en cas que sigui diferent del titular) i les dades bancàries. En aquest cas, s'admetrà un document emès per l'entitat bancària o l'ANNEX 8 emplenat per l'entitat bancària i el titular del compte bancari.

l) 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 la FFTM poden indicar el número d'expedient on es troba la documentació administrativa. El licitador haurà de presentar una declaració responsable en què manifesta que les circumstàncies que s'hi reflecteixen a aquesta documentació administrativa no ha sofert cap modificació ni ha exhaurit la seva vigència. (Declaració responsable de l'ANNEX A4)

Les declaracions responsables hauran d'estar signades amb una signatura digital vàlida que permeti la verificació de la identitat del sol·licitant a través d'un certificat qualificat que garanteixi una seguretat equivalent a la presència física.

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 l'escriptura de constitució de l'entitat d'acord amb la normativa del seu país, aportant els estatuts i l'acreditació corresponent, així com còpia del CIF (Codi d'identificació fiscal). Tota la documentació es presentarà junt amb una traducció jurada 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 còpia del CIF (Codi d'identificació fiscal). Per altra banda, en el cas que es tracti d'una 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 Espanyol.

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 del seu passaport/DNI, traduïda 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 en que es faci constar 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 Comunitat Autònoma de les Illes Balears i el seu Reglament, aprovat per Decret 250/1999, de 3 de desembre. (Declaració responsable de l'ANNEX A4).

- Declaració responsable en que 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 la FFTM. (Declaració responsable de l'ANNEX A4).
- Còpia de l'alta de la declaració censal de l'inici d'activitat o alta de l'Impost d'Activitats Econòmiques (IAE), o document equivalent del seu país d'origen, i una declaració responsable que el document presentat és un document equivalent. (Declaració responsable de l'ANNEX A4)
- 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. (Declaració responsable de l'ANNEX A4)
- Declaració responsable que la companyia Aèria és titular d'una llicència d'explotació vàlida d'acord amb el que es preveu a l'Acord de Comerç i cooperació entre la Unió Europea i la Comunitat Europea de l'Energia Atòmica i el França de Gran Bretanya e Irlanda del Nord de 31 de desembre de 2020. (Declaració responsable de l'ANNEX A4)
- Acreditació que la sucursal/filial, si escau, està al corrent de les obligacions tributàries amb l'Administració Estatal i la Tresoreria General de 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 i la Seguretat Social, emesa per l'òrgan competent.
- Declaració responsable que l'entitat es troba al corrent de pagaments amb la FFTM i amb el Consell Insular de Menorca, així com estar al corrent en la justificació de convenis de col·laboració formalitzats en exercicis anteriors amb la FFTM. En el cas que es constatés l'existència de deutes pendents, serà motiu d'exclusió d'aquesta convocatòria. (Declaració responsable de l'ANNEX A4)
- Document bancari de la titularitat del compte, emès per l'entitat bancària, on consti les dades del titular del compte corrent, les dades del representant (en cas que sigui diferent del titular) i les dades bancàries. En aquest cas, s'admetrà un document emès per l'entitat bancària o l'annex 8 emplenat per l'entitat bancària i el titular del compte bancari.





- 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 la FFTM poden presentar document en el qual s'ha d'indicar el número d'expedient on es troba la documentació administrativa. El licitador haurà de presentar una declaració responsable en què manifesta que les circumstàncies que s'hi reflecteixen a aquesta documentació administrativa no ha sofert cap modificació ni ha exhaurit la seva vigència. (Declaració responsable de l'ANNEX A4)

Les declaracions responsables hauran d'estar signades amb una signatura digital vàlida que permeti la verificació de la identitat del sol·licitant a través d'un certificat qualificat que garanteixi una seguretat equivalent a la presència física.

Tots els documents s'hauran d'aportar traduïts per intèrpret jurat o traducció oficial i amb postil·la d'acord amb el Conveni de la Haia de 1961.

5.3. Documentació tècnica

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 única *Memòria Tècnica* de la proposta per les tres anualitats (2025, 2026 i 2027), que contingui una descripció detallada de la campanya de co-màrqueting estratègic que duran a terme al llarg del 2025, 2026 i 2027. A més de la *Memòria Tècnica* s'haurà de presentar la *Memòria Econòmica* (*Òptic: Annex Op1*).

Les empreses sol·licitants hauran de lliurar la següent documentació en format digital:

Línia actuació	Tipus d'entitat	Memòria tècnica	Formats de lliurament
Línia A	Companyies aèries	ANNEX A2	Digital (pdf signat)

- **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 per cada temporada i per a cada una de les anualitats.
- Òptic de la campanya (ANNEX Op1).** En aquest document han de quedar clarament reflectides quines accions es proposen i els imports corresponents per cada temporada i per a cada una de les anualitats.
- 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 haurà de reflectir també la planificació de dates de la campanya a desenvolupar (cronograma) per cadascun dels períodes de la temporada i anualitat.

Tots els documents han d'estar signats electrònicament pel màxim responsable legal de l'empresa o entitat que sol·licita la col·laboració, amb una signatura digital vàlida que permeti la verificació de la identitat del sol·licitant a través d'un certificat qualificat que garanteixi una seguretat equivalent a la presència física.

5.3.2 Criteris de valoració:

Les empreses sol·licitants hauran de lliurar l'annex relatiu als criteris de valoració degudament emplenat en format digital:

Línia actuació	Tipus d'entitat	Memòria tècnica	Formats de lliurament
Línia A	Companyies aèries	ANNEX A3	Digital (pdf signat)

- **Criteris de valoració.** En aquest document s'exposen els criteris de valoració referents a la campanya proposta. 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, amb una signatura digital vàlida que permeti la verificació de la identitat del sol·licitant a través d'un certificat qualificat que garanteixi una seguretat equivalent a la presència física.

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 17 d'aquestes bases *Criteris de valoració de les propostes*.

6. FASE ADMINISTRATIVA: REVISIÓ DE LA DOCUMENTACIÓ ADMINISTRATIVA

L'Àrea jurídica de la FFTM examinarà la documentació administrativa.

En el cas que sigui necessària l'esmena d'algun document de caràcter administratiu, la Presidència de la FFTM requerirà a l'entitat interessada la documentació administrativa que manqui, concedint-li **un termini màxim de 10 dies naturals** per a la presentació de la documentació requerida, amb l'avertiment 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, d'1 d'octubre, del Procediment Administratiu Comú de les Administracions Públiques.

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

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

A proposta de la Presidència de la FFTM, es nomenarà les següents comissions:

- *Comissió tècnica*: formada per un màxim de dos tècnics de promoció de la FFTM i l'Assessora Jurídica de la FFTM.
- *Comissió executiva*: formada per un representant de la Presidència de la FFTM i un representant de l'entitat que presenta la proposta.
- *Comissió de valoració*: formada per la Presidència de la FFTM i assistida per la Comissió tècnica. Només vigent durant la fase de valoració.

Finalitzada la revisió de la documentació administrativa de l'entitat, un màxim de dos tècnics de promoció de la FFTM revisaran les propostes tècniques, per determinar el compliment o no dels requisits exigits, d'acord amb l'establert en aquestes bases.

La documentació tècnica es valorarà amb la documentació aportada amb la sol·licitud, sent possible la seva **esmena a requeriment de la FFTM 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, la FFTM 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 16 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 la FFTM.

Una vegada realitzada la revisió administrativa i tècnica, la Comissió tècnica, segons els criteris detallats en les bases, elevarà a la Presidència de la FFTM 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.

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

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 Presidència de la FFTM 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 la FFTM.

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.

La Comissió Executiva es podrà reunir en qualsevol moment a petició d'una de les parts, i, com a mínim, una vegada al llarg de cada anualitat (2025, 2026 i 2027), i sempre prèviament a la planificació de cada campanya.



8. FORMALITZACIÓ DE LA COL·LABORACIÓ I APORTACIÓ DE LA FFTM

Una vegada conclosa aquesta fase de valoració portada a terme per part de la FFTM, la Comissió Executiva acordarà la coordinació de les accions, els termes específics d'ús de les marques de destinació, logotips i distintius, *claims*, responsabilitats, gestió de les accions, metodologia de treball i criteris d'imatge.

Aquests 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 hauràn de signar-se en un màxim de 15 dies naturals des de la notificació de l'aprovació de la col·laboració, i sempre abans que doni inici la campanya. En cas contrari, la FFTM podrà resoldre no dur a terme l'esmentat conveni.

Si per causes d'operativitat, funcionalitat, estratègia o pressupostàries, la FFTM decidís no dur a terme l'acord subscrit amb les entitats sol·licitants una vegada signat el conveni, aquest es resoldria segons les condicions que en ell s'estipulin.

9. 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 per la Comissió de valoració i traslladades a la Comissió Executiva.

Es justificarà la totalitat de la campanya executada, indicant a la justificació quina part correspon a l'aportació de cada entitat (entitats sol·licitants, la FFTM, altres entitats si n'és el cas), prenent com a model l'òptic inclòs al conveni signat.

La justificació haurà de complir els requisits mínims establerts a les bases, a excepció d'aquells on la Comissió Executiva tenguí la potestat d'atorgar l'exempció. En cas contrari, només s'abonaran les accions executades i justificades establertes en el conveni.

En línies generals, s'haurà de justificar mitjançant una **Memòria Justificativa** en relació a la campanya realitzada, que s'haurà de lliurar en format 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. Els imports hauran d'incloure els impostos corresponents a la normativa del país on es realitzi/executi cada acció proposada a la campanya. Es prendrà com a model l'òptic inclòs al conveni signat.
- Complir amb les *Directrius de l'ús de les marques de la FFTM*. 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 en relació a l'evolució de les següents dades:
 - Dades de rutes/places/passatgers/turistes
 - Dades amb relació a la inversió de la campanya realitzada
 - Impacte de la campanya, mesurat en ROI i posicionament.

A cadascun dels convenis de col·laboració es detallarà el contingut, forma i termini de presentació de la memòria justificativa a presentar per les anualitats 2025, 2026 i 2027, 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 la FFTM 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.

10. MATERIAL GENERAT

El material generat en l'execució de la campanya, sens perjudici dels drets d'autor, es cedirà a la FFTM, que podrà fer-ne ús quan ho consideri oportú, sempre que no tinguí fins comercials. Aquesta cessió s'inclourà dins el conveni i permetrà a la FFTM disposar del material i fer-ne ús.

L'empresa col·laboradora lliurarà a la FFTM, el material generat, en format digital i editable.

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 la FFTM de qualsevol possible reclamació que pugui rebre.



11. 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 la FFTM.

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

12. CONFIDENCIALITAT

Qualsevol informació confidencial revelada per la FFTM 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.

13. RÈGIM JURÍDIC APLICABLE

Les qüestions litigioses que sorgeixin entre les parts relacionades amb els efectes, execució i extinció del conveni seran competència de la jurisdicció 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 i amb la Llei 39/2015, de 1 de octubre, del Procediment Administratiu Comú de les Administracions Públiques.

14. 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 (Castellà o Català). 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.

15. EXTINCIÓ DE LA COL·LABORACIÓ

Una vegada formalitzat el conveni de col·laboració amb l'entitat sol·licitant, seran causes d'extinció de la col·laboració:

- La falsedat de les dades aportades.
- L'extinció de la personalitat jurídica de qualsevol de les parts.
- L'acord mutu de les parts.
- L'incompliment greu i reiterat de les condicions generals i particulars pactades.
- No lliurar o lliurar fora de termini la documentació justificativa.
- L'incompliment de les mesures de seguretat sanitàries necessàries d'acord amb la normativa i recomanacions vigents durant la realització de les accions que conformen la campanya.
- L'incompliment de les lleis i decrets vigents que afectin directament a l'execució del conveni.
- Qualsevol altra que prevegi la normativa d'aplicació.

16. CIRCUMSTÀNCIES FORTUÏTES I/O DE FORÇA MAJOR

Ateses les circumstàncies a nivell mundial que es van produint en els darrers temps, 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 1.105 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 del conveni, segons pertoquei.

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 la FFTM 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 16 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 15/11/2027).
2. Replanificar el contingut de la temporada que es promociona amb la campanya dins dels marges establerts a la convocatòria (fins a 15/11/2027).
3. Substituir accions per altres de cost similar.
4. Substituir rutes dins el mateix mercat (no es poden eliminar).

Només en aquests casos es podrà mantenir la mateixa col·laboració econòmica per part de la FFTM. En cas de no poder optar per cap de les opcions exposades, s'abonarà la part proporcional de la campanya realment executada i justificada 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 abans de finalitzar el període mínim establert a l'apartat 1.e) d'aquestes bases i sempre que sigui per un dels supòsits recollits dins de l'apartat 16.

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/mercat d'origen i/o es restringissin els desplaçaments cap a Menorca 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 que es promocionen a les campanyes.

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 la FFTM 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 15/11/2027). 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.

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

17. 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 serà desestimada, atès que no compleixen els requisits mínims d'adequació als objectius estratègics de la FFTM.

Les entitats que es presentin hauran d'emplenar l'**ANNEX 3** relatiu als criteris de valoració que a continuació es descriu:

Línia actuació	Tipus d'entitat	Criteris de valoració	Apartat de les bases
Línia A	Companyies aèries	ANNEX A3	17.1



17.1 ANNEX A3: Companyies aèries

Aquest ANNEX A3 es divideix en les parts valorables segons el següent quadre:

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	70
A3.3	Dades de la campanya corresponents als mitjans de comunicació externs a la pròpia entitat sol·licitant o grup empresarial al que pertany	15

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

17.1.1 ANNEX A3 apartat 1: dades generals de la campanya proposada. En total es podran obtenir com a màxim **15 punts**.

1. Abast en mitjans propis a possibles visitants als quals es dirigeix la campanya:

Indicar amb una X en l'ANNEX A3, abast (abast es defineix amb la suma de la repercussió en les accions online com: pàgines vistes, impressions, emails enviats, etc) en mitjans propis a possibles visitants als quals es dirigeix la campanya de co-màrqueting estratègic. Com a màxim, es podrà seleccionar un ítem. La puntuació del criteri és la següent:

Alcanç	PUNTUACIÓ
+ de 500.000	3
+ de 1.000.000	6
+ de 3.000.000	10

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

2. Quantitat de productes turístics vinculats a la idea creativa de la campanya:

Indicar amb una X en l'ANNEX A3 la quantitat de productes turístics vinculats que es publicitaran a la campanya de co-màrqueting estratègic (apartat 4.1 g) d'aquestes bases. La puntuació del criteri és la següent:

QUANTITAT DE PRODUCTES	PUNTUACIÓ
2 productes	1
3 productes	2
4 productes	3
5 o més productes	5

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

17.1.2 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 **65 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 la FFTM 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
5% - 10%	0,5
11% - 20%	1
21% - 40%	5
41% - 60%	10
61% - 80%	15
81% - 100%	20



Com a màxim, per a aquest criteri es podran obtenir **20 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.

La puntuació del criteri és la següent:

MITJÀ PROPI	CONTINGUT	PUNTUACIÓ NO PONDERADA
Televisió <i>inflight</i>	anunci	3
	publireportatge	6
Mitjans impresos <i>inflight</i>	anunci	3
	publireportatge	6
Material promocional imprès	anunci	1
	publireportatge	2
Web pròpia o del grup	anunci	5
	publireportatge	8
Mailing als contactes del mercat	anunci	3
	publireportatge	6
Microsite	publireportatge	4
Suports físics exteriors: tanques, opis, mupis o similars	anunci	8
Suports físics interiors: <i>roll-up</i> , lona, totem o similars	anunci	3
Xarxes Socials pròpies	post	6
Xarxes Socials pròpies - sorteigs i concursos	anunci	10
Presentacions (AAVV, touroperadors, premsa)	-	10
Esdeveniments (organitzats per la pròpia entitat sol·licitant o grup al que pertany)	-	8
Street Màrqueting - Accions públic final	-	8

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:

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

Com a màxim, per a aquest criteri es podran obtenir **50 punts**.

17.1.3 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 10 punts.

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

El sol·licitant indicarà en l'ANNEX A3 el descompte mitjà ofert a la FFTM 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
5% - 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.

6. 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.

La puntuació del criteri és la següent:

MITJÀ EXTERN	ÀMBIT	PUNTUACIÓ
Accions en Display	Nacional	10
	Regional/local	5
Viatge de premsa	Nacional	10
	Regional/local	5
Mitjans impresos externs	Nacional	10
	Regional/local	5
Mitjans <i>online</i> externs	Nacional	10
	Regional/local	5
Suports físics exteriors: tanques, opis, mupis o similars	Mercat	5
Suports físics interiors: <i>roll-up</i> , lona, totem o similars	Mercat	7
Mitjans de transport	Mercat	8
Xarxes Socials - <i>post</i> en xarxes d' <i>influencers</i>	Universal	6
Xarxes Socials - sorteigs i concursos en xarxes d' <i>influencers</i>	Universal	8
Esdeveniments organitzats per altres entitats	Mercat	6

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:

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

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.

Resum dels ANNEXES de la convocatòria:

- ANNEX A1 Sol·licitud de co-màrqueting estratègic
- ANNEX A2 Memòria Tècnica
- ANNEX A3 Criteris de valoració
- ANNEX A4 Declaració responsable
- ANNEX A5 Mesurament de resultats
- ANNEX A6 Plans de Connectivitat de Menorca
- ANNEX A7 Directrius de l'ús de les marques de la FFTM
- ANNEX 8 Sol·licitud d'alta de la titularitat de la compte bancària
- ANNEX Op1 Model d'òptic campanya co-màrqueting