

## Resolució del director de la Fundació Mallorca Turisme per la qual s'estableixen les condicions per subscriure contractes de patrocini de grans esdeveniments i altres activitats d'interès turístic (segona convocatòria)

### Fets

1. L'article 6 dels estatuts de la Fundació Mallorca Turisme estableix que la finalitat de la Fundació és fomentar la promoció turística de Mallorca en els mercats nacional i internacional, la creació de producte turístic, la gestió dels serveis turístics en general i qualsevol altra activitat que tenguin per objecte promoure el turisme de l'illa.
2. El Pla d'Actuació de la Fundació per a l'any 2021 estableix, entre d'altres, que es duguin a terme diferents patrocinis amb entitats privades per patrocinar accions concretes que generin un retorn publicitari per a la marca Mallorca.
3. El 30 de març de 2021 el Patronat de la Fundació Mallorca Turisme va aprovar el pressupost de la Fundació de l'any 2021 en el qual s'inclou una partida per a dur a terme patrocinis.
4. La voluntat de la Fundació i del Patronat és que la participació en aquesta convocatòria per formalitzar contractes de patrocini amb entitats privades estigui subjecta als principis de publicitat, transparència, cooperació i eficiència en la utilització dels recursos públics. La participació en aquesta convocatòria suposa l'acceptació dels termes i de les condicions establertes en aquesta Resolució.

Per tot això, dict la següent

### Resolució

1. Aprovar les condicions generals que han de regir els requisits per subscriure contractes de patrocini amb entitats privades que millorin la competitivitat turística de Mallorca durant el 2021.
2. Aprovar les condicions necessàries per a la justificació correcta de l'esdeveniment (annex V).
3. Publicar aquesta Resolució i els annexos que l'acompanyen en el *Butlletí Oficial de les Illes Balears*.

### Interposició de recursos

Contra aquesta Resolució, que no posa fi a la via administrativa, es pot interposar un recurs d'alçada davant el president del Patronat de la Fundació Mallorca Turisme en el termini d'un mes comptador a partir de l'endemà de publicar-se aquesta Resolució en el *Butlletí Oficial de les Illes Balears*, d'acord amb el que estableix l'article 121 de la Llei 39/2015, d'1 d'octubre, del procediment administratiu comú de les administracions públiques i de l'article 12 dels estatuts de la Fundació.

Contra la desestimació expressa del recurs d'alçada es pot interposar un recurs contenciós administratiu davant el Jutjat Contenciós Administratiu de Palma que correspongui, en el termini de dos mesos, comptadors a partir de l'endemà de rebre la notificació de la desestimació del recurs d'alçada.

Contra la desestimació per silenci del recurs d'alçada, es pot interposar un recurs contenciós administratiu davant el Jutjat Contenciós Administratiu de Palma que correspongui, en el termini de sis mesos, comptadors a partir de l'endemà de la desestimació presumpta, que es produeix tres mesos després d'interposar el recurs d'alçada sense que s'hagi notificat la resolució.

No obstant l'anterior, es pot interposar, si escau, qualsevol altre recurs que es consideri oportú. Tot això de conformitat amb el que s'estableix en la Llei 29/1998, de 13 de juliol, reguladora de la jurisdicció contenciosa administrativa, i amb el que s'estableix en la Llei 39/2015, d'1 d'octubre, del procediment administratiu comú de les administracions públiques.

Palma, 14 de maig de 2021

El director de la Fundació Mallorca Turisme

Miguel Pastor Jordà

## Annex I

### Plec de condicions generals que han de regir la tramitació dels expedients de contractació

#### 1. Objecte

L'objecte d'aquesta convocatòria, pública i oberta, és oferir la possibilitat de subscriure contractes privats de patrocini que generin un retorn publicitari de la marca Mallorca

com a destinació turística i que millorin la competitivitat turística de Mallorca, mitjançant projectes, accions promocionals o actuacions relacionades amb les finalitats següents:

- Impulsar de manera directa projectes que cerquin la competitivitat i la diversificació de l'oferta turística de Mallorca.
- Desenvolupar projectes i accions per incrementar la qualitat de l'oferta turística i el producte turístic de Mallorca.
- Dur a terme actuacions que tenguin com a objectiu millorar la qualitat, la competitivitat i el posicionament de les marques de la Fundació Mallorca Turisme en els mercats emissors amb vista a consolidar la posició de lideratge en matèria turística.
- Donar a conèixer la marca Mallorca com a destinació turística al mercat internacional a través dels diferents productes turístics amb els quals la Fundació Mallorca Turisme està treballant.

La intenció d'aquests projectes i d'aquestes accions és:

- Impulsar els productes turístics estratègics en què treballa la Fundació de cultura i esports.
- Valorar que les actuacions, les accions o els esdeveniments duguin en el títol la paraula «Mallorca» en qualsevol idioma, per aconseguir una major visibilització de la marca Mallorca.
- Conèixer la durada de l'esdeveniment i les despeses indirectes fetes per saber si millora la competitivitat i la diversificació.
- Estudiar el públic destinatari de l'esdeveniment per poder analitzar els projectes que corresponguin a una estratègia d'inserció en circuits nacionals o internacionals, així com conèixer els mercats en els quals es promocionarà el projecte.
- Conèixer la projecció internacional que té cada acció o esdeveniment. Per aquest motiu, es demana el nombre d'idiomes en què es promocionarà l'acció o esdeveniment i el nombre de països als quals s'adreça.
- Promocionar Mallorca i donar a conèixer a través d'aquesta promoció, els productes gastronòmics i etnològics de la nostre illa.

Es consideren accions susceptibles d'obtenir patrocini:

- Projectes, actuacions, celebracions i esdeveniments que contribueixen a la creació de producte i a la promoció, comercialització i diversificació turística de Mallorca.
- Jornades, trobades, conferències, congressos, simposis i fòrums, exposicions, tallers, viatges de premsa (*press trips*), viatges de familiarització (*fam trips*), *workshops* o accions similars.

- Altres accions que es puguin valorar d'acord amb l'esperit de la convocatòria.
- Totes les accions/esdeveniments s'han de desenvolupar dins el territori de Mallorca, exceptuant les accions/esdeveniments de promoció de producte, cultura popular i tradicions autòctones de Mallorca.

Aquestes accions han de tenir repercussió nacional i internacional per ser valorades. Han de tenir distribució demostrable fora de l'illa. No es tindrà en compte la valoració de la publicitat de l'esdeveniment o activitat en la premsa local. Es considera premsa local aquella que la major part del seu contingut va dirigit als habitants locals de l'illa. En aquest sentit, no es valoraran tampoc, les edicions de mitjans nacionals en la seva franja/ secció/ horari local.

Els esdeveniments i/o accions que es presentin a la convocatòria i tinguin previst un servei gastronòmic, han d'utilitzar productes gastronòmics i etnològics de producció local i/o km 0. És a dir, han de pertànyer a una IGP, DO,.. de l'illa de Mallorca. Han de ser receptes típiques de la gastronomia local, que poden estar modernitzades, sempre i quan siguin de producte local i tradició mallorquina a la cuina.

La finalitat de fer una convocatòria oberta d'accés a contractes de patrocini és difondre la imatge de Mallorca com a destinació turística i crear una via per donar publicitat de l'illa, atesa la importància i rellevància de l'esdeveniment, quant al públic i la repercussió en els mitjans de comunicació. Per tant, l'element fonamental del contracte de patrocini és el retorn publicitari per a les marques de la Fundació.

Únicament es valorarà la repercussió de l'acció des de la perspectiva de retorn en quant a promoció turística de la marca Mallorca i no del producte/esdeveniment en si mateix. Hem de destacar també que en cap cas es valorarà el fet que es parli de Mallorca com a lloc on es realitza l'esdeveniment; aquest fet no es considera promoció turística.

El que es valorarà és la repercussió per la marca Mallorca dins l'esdeveniment, no el fet de donar-lo a conèixer o informar sobre ell.

Queden exclosos d'aquesta convocatòria els patrocinis següents:

- Patrocinis de projectes que incloguin les fires i/o festes integrades en el calendari de fires de Mallorca.
- Patrocinis de clubs esportius de Mallorca pel funcionament ordinari.
- Patrocinis individuals a esportistes destacats.
- Patrocinis a agències de publicitat, mitjà de comunicació, mitjà de publicitat o creatiu sempre que la participació en l'esdeveniment sigui només publicitària o pels seu funcionament ordinari.

- Les convocatòries que no compleixin les condicions establertes en l'objecte d'aquestes bases.
- Programes, pel·lícules, sèries... audiovisuals exceptuant aquells que estiguin destinats a promocionar destins turístics o Mallorca com a destinació turística.
- Incompatibilitat amb subvencions de la Fundació Mallorca Turisme. És incompatible obtenir un patrocini i una subvenció pel mateix esdeveniment per part de la Fundació Mallorca Turisme.

## 2. Principis generals de la convocatòria

Aquesta convocatòria pública es du a terme sobre la base dels principis de publicitat, transparència, concurrència, objectivitat i eficiència per desenvolupar l'objecte de l'acció que millori la competitivitat turística de Mallorca.

Aquesta convocatòria es basa en el fet que les persones promotores de l'acció o del projecte són les que n'assumeixen l'organització. La concessió d'aquest patrocini no suposa en cap cas l'alteració del règim normal de contractació públic ni n'altera el règim per obtenir les llicències i els permisos necessaris.

Així, les persones o entitats promotores de l'acció sol·liciten l'aportació en forma de patrocini per donar suport a la realització del projecte, ja que té una repercussió turística directa i que l'aportació pública en millora la rendibilitat, en concepte d'imatge i de notorietat de la marca Mallorca. En aquest sentit, poden ser rebutjats projectes que puguin suposar qualsevol classe de discriminació o menyspreu sexista o racial i, en qualsevol cas, ha d'existir un interès comú entre el promotor i el patrocinador en l'activitat a desenvolupar, sense limitar-se la prestació a favor del patrocinador a la publicitat de la destinació que aquest en pugui fer.

En qualsevol cas, l'empresa ha d'acreditar que és la propietària de la marca de l'acció/esdeveniment o que té autorització per utilitzar-la.

## 3. Pressupost de la convocatòria

Aquesta convocatòria té un pressupost màxim de 250.000 € (impostos inclosos) del pressupost de la Fundació Mallorca Turisme de l'any 2021.

La quantia sol·licitada no pot superar en cap cas el 30 % del pressupost total. Si la factura emesa pel pagament del patrocini inclou una retenció per impost sobre la renda de les persones físiques (IRPF) s'entén que aquesta quantia està inclosa dins la quantitat atorgada que seran ingressats per la Fundació Mallorca Turisme directament a la Agència Estatal de l'Administració Tributària enlloc d'abonar aquest import a la

persona interessada en el patrocini.

Les quantitats atorgades impostos inclosos seran:

- Si s'han obtingut de 95 a 100 punts podran obtenir un màxim de 150.000 €
- Si s'han obtingut de 80 a 94 punts podran obtenir un màxim de 125.000 €
- Si s'han obtingut de 79 a 70 punts podran obtenir un màxim de 90.000 €
- Si s'han obtingut de 69 a 60 punts podran obtenir un màxim de 62.500 €

#### 4. Àmbit subjectiu

Poden ser beneficiàries d'aquesta convocatòria pública les persones físiques (excepte les comunitats de béns) o les persones jurídiques organitzadores dels esdeveniments i projectes que s'ajustin a l'objecte i als requisits d'aquesta convocatòria.

En el supòsit que dues entitats diferents sol·licitin el patrocini per a un mateix esdeveniment tan sols es valorarà la primera proposta presentada segons el registre d'entrada, mentre que l'altra proposta restarà exclosa.

Únicament es podrà presentar una sol·licitud per a persona física o jurídica organitzadora de l'esdeveniment.

Resten excloses de la convocatòria:

- Les entitats que no estiguin al corrent del pagament d'obligacions econòmiques concretes amb la Fundació Mallorca Turisme, al corrent d'obligacions tributàries amb el Consell Insular de Mallorca, amb l'Administració Tributària de l'Estat o amb la Seguretat Social.
- Les entitats que no hagin complert les obligacions pròpies dels beneficiaris de patrocinis que la Fundació ha concedit en convocatòries anteriors.
- Els esdeveniments amb pressupost inferior a 275.000 euros.

#### 5. Contraprestació per a la Fundació Mallorca Turisme

La Fundació i l'entitat adjudicatària formalitzaran el contracte privat de patrocini. En aquest contracte s'establirà que a tots els mitjans i materials corresponents a l'organització de l'esdeveniment, s'han de reflectir els logotips corporatius i la marca promocional.

La Fundació farà arribar a l'empresa patrocinada un manual corporatiu per a un ús correcte de la marca Mallorca, en què s'especificarà l'aplicació dels logotips. La

presentació a la convocatòria implica l'obligació per part del sol·licitant el compliment obligatori del manual. El no compliment implica la renúncia i resolució del contracte privat de patrocini. Per a un millor funcionament, és pot enviar al tècnic responsable per la seva validació.

En cas que la Fundació comuniqui discrepàncies en l'aplicació dels logotips o de les marques, l'entitat patrocinada es compromet a fer les actuacions necessàries per rectificar-les.

Així mateix, l'entitat ha de publicar un bàner de la marca Mallorca en el web de l'acció/esdeveniment, i que s'ha de redirigir al web que la Fundació li comunicarà.

L'entitat ha d'especificar en la memòria tècnica que presenti amb la sol·licitud (annex VII) quines són les contraprestacions o les accions en què serà present la marca Mallorca i el valor econòmic en matèria de publicitat, màrqueting, projeccions, edicions i marxandatge.

Així mateix, estan obligades a convidar la direcció de l'FMT a actes d'obertura i de cloenda, rodes de premsa, presentacions i similars. Aquesta presència a l'acte no suposa cap obligatorietat en la concessió del patrocini, ni és mesurable a l'efecte de la valoració del retorn publicitari.

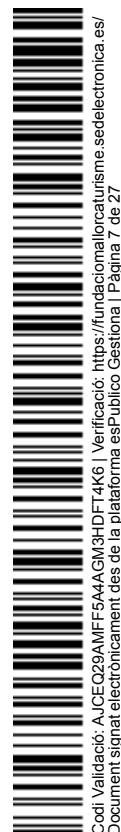
## **6. Termini i lloc de presentació de la documentació**

La convocatòria per presentar projectes romandrà oberta des de l'endemà de publicar-se aquesta Resolució de convocatòria en el BOIB fins que se n'exhaureixi la dotació econòmica i com a màxim fins al 30 d'octubre de 2021 a les 14.00 h.

Tota la tramitació es farà en línia. No cal imprimir cap document de la convocatòria. Aquest tràmit **NOMÉS** es pot fer en línia, s'ha d'emplenar la sol·licitud del catàleg de tràmits «Sol·licitud de patrocinis de grans esdeveniments i altres activitats d'interès turística». És obligatori fer-la en línia utilitzant el tràmit creat per això. No és vàlida cap altra forma de presentar-la.

La presentació electrònica de les sol·licituds s'ha de fer amb el certificat digital de la persona interessada o l'ha de presentar un representant de l'entitat que s'acreditarà amb el seu certificat digital com a representant.

En general s'admet el DNI electrònic i tots els certificats que es reconeixen en la llista de confiança de prestadors de serveis de certificació establerts a Espanya, publicada a la seu electrònica del Ministeri d'Indústria, Energia i Turisme.



Els expedients es resoldran per ordre d'entrada al registre de la Fundació.

S'exclouran les propostes presentades una vegada que l'esdeveniment s'hagi duit a terme o en un període inferior a 15 dies abans de dur-se a terme (sempre que sigui possible des de la publicació de la convocatòria) per poder avaluar la proposta correctament.

## 7. Formalització de la sol·licitud i documentació

Les sol·licituds (tràmit en línia), acompanyades de la documentació tècnica i de la documentació administrativa, s'han de formalitzar mitjançant el model de sol·licitud i els annexos que apareixen al catàleg de tràmits "Sol·licitud de patrocinis de grans esdeveniments i altres activitats d'interès turística" de <https://fundaciomallorcaturisme.sedelectronia.es/info.0>. El model de sol·licitud és obligatori i no s'admetran altres models de presentació.

L'escrit de sol·licitud de patrocini servirà d'autorització perquè el personal del Consell Insular de Mallorca i el personal de l'FMT comprovin d'ofici que l'entitat o la persona sol·licitant està al corrent d'obligacions amb l'Agència Estatal de l'Administració Tributària, de la Seguretat Social o del Consell Insular de Mallorca.

S'hi ha d'adjuntar la **documentació administrativa** següent:

- a) Model de sol·licitud de patrocini amb les dades identificatives de la persona interessada i de la representant. En l'escrit de sol·licitud, la persona interessada ha d'indicar l'adreça electrònica per rebre les notificacions que es tramitaran via notificació electrònica.
- b) Fotocòpia del DNI, NIE o CIF, segons pertorqui, de l'empresa o de la persona física sol·licitant, així com de la persona representant, si n'hi ha.
- c) Fotocòpia de la documentació acreditativa de la vigència del càrrec de representant legal en virtut del qual actua la persona que signa la sol·licitud.
- d) Fotocòpia de l'escriptura de constitució i/o estatuts de l'entitat degudament inscrits en el Registre.
- e) Fotocòpia del certificat d'inscripció en el registre corresponent, si escau.
- f) Fotocòpia del certificat de situació en el cens d'activitats econòmiques de l'Agència Estatal de l'Administració Tributària (AEAT) de l'any en curs o fotocòpia



de l'alta de la declaració censal de l'inici de l'activitat o de l'alta de l'IAE en què consti l'epígraf corresponent.

En cas que l'entitat ja hagi format part d'un procés a la Fundació pot emplenar en el mateix tràmit en línia, en la forma d'aportar la documentació, "aquest document va ser presentat anteriorment" en el qual ha d'indicar el número de l'expedient on hi ha la documentació administrativa, sempre que no hi hagi hagut cap modificació i sempre que la documentació sigui vigent.

Tota la documentació administrativa presentada anirà adjunta amb una declaració responsable en la que se declari l'autenticitat de la mateix i, que aquesta no ha sofert cap canvi.

A més també ha de presentar la documentació següent actualitzada:

- a) Certificat d'estar al corrent d'obligacions tributàries amb l'Agència Estatal de l'Administració Tributària i amb la Tresoreria General de la Seguretat Social.
- b) Certificat d'estar al corrent d'obligacions tributàries davant el Consell Insular de Mallorca i els organismes autònoms que en depenen. En aquest supòsit, l'escrit de sol·licitud de patrocini servirà d'autorització perquè el personal del Consell Insular de Mallorca i dels ens dependents comprovin d'ofici aquesta circumstància.
- c) Acreditació que el projecte està avalat per corporacions locals, insulars o autonòmiques.
- d) Declaracions responsables següents (annex IV):
  - Declaració responsable de no incórrer en cap de les prohibicions de contractar amb l'Administració segons l'article 71 de la Llei 9/2017, de 8 de novembre, de contractes del sector públic. Aquesta declaració responsable o document anàleg ha d'incloure la manifestació expressa que l'empresa no incorr 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 d'estar al corrent de pagaments amb la Fundació Mallorca Turisme, així com de la justificació d'altres contractes fets amb la Fundació. Si es constata que hi ha deutes pendents o que la justificació d'expedients anteriors ha estat incorrecta sense que s'hi hagi renunciat expressament, l'entitat serà exclosa de la convocatòria del patrocini.
  - Declaració responsable que l'entitat no té cap expedient sancionador obert amb una administració pública.
  - Declaració responsable que l'empresa és la propietària de la marca de l'acció/esdeveniment o que té autorització per utilitzar-la.

- Declaració responsable en què es faci constar si s'han rebut i/o s'han sol·licitat altres ajudes o col·laboracions d'institucions públiques o privades per fer el projecte i les quanties econòmiques.
- Acreditació que el projecte està avalat per corporacions locals, insulars o autonòmiques.

Totes les declaracions responsables hauran d'anar signades mitjançant certificat digital.

### **Persones jurídiques o físiques no espanyoles:**

- a) En el supòsit que l'entitat pertanyi a un estat de la Unió Europea, la capacitat jurídica de l'empresa s'ha d'acreditar mitjançant la presentació del document de constitució de l'entitat segons la normativa del seu país. S'han d'adjuntar els estatuts i l'acreditació de la representació de la persona que actua en nom de l'entitat, amb fotocòpia del CIF (codi d'identificació fiscal) de l'entitat i del DNI/passaport de la persona representant que ha de ser qui signi el contracte de patrocini. 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 Unió Europea, la capacitat jurídica de l'entitat s'ha d'acreditar mitjançant la documentació relativa a la sucursal o filial a Espanya de l'entitat, degudament inscrita en el registre corresponent i amb una fotocòpia acarada del CIF.
- c) En qualsevol dels dos casos anteriors, s'ha d'acreditar la capacitat de la persona que representa legalment l'entitat sol·licitant per actuar en nom seu. També s'ha de presentar una còpia acarada del passaport/DNI/NIE, traduït per un intèrpret jurat o jurada, o una traducció oficial i postil·lada d'acord amb el Conveni de la Haia de 1961.
- d) Certificat de l'administració tributària del país del sol·licitant que acredita que es troba d'alta a hisenda o d'activitats econòmiques o bé còpia de l'alta a hisenda del seu país. Si la persona sol·licitant té sucursal o filial a Espanya, ha d'adjuntar el certificat de situació en el cens d'activitats econòmiques de l'any en curs o una còpia de l'alta de la declaració censal.
- e) Acreditació que el projecte està avalat per corporacions locals, autonòmiques, insulars o entitats de reconegut prestigi.
- f) Acreditació que la sucursal o filial, si escau, està al corrent d'obligacions amb el Consell Insular de Mallorca, amb l'Administració Tributària de l'Estat i amb la Seguretat Social, mitjançant la presentació de la certificació oportuna, emesa per l'òrgan competent. Si es tracta d'un agent autoritzat per actuar en nom de l'entitat no resident que operi mitjançant una oficina de representació, ha d'aportar la certificació acreditativa corresponent d'estar al corrent de pagaments amb l'administració estatal, insular i amb la Seguretat Social, emesa per l'òrgan competent.

- g) També han d'aportar:
- a. Un testimoni judicial, certificació administrativa o declaració responsable de no incórrer en les prohibicions de contractar amb l'Administració segons l'ordenament jurídic espanyol i, per analogia, amb l'ordenament de l'estat al qual pertany.
  - b. Aquesta declaració responsable ha d'incloure la manifestació expressa que l'empresa no incorr 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.
  - c. Declaració responsable en què es faci constar si han rebut i/o sol·licitat ajudes d'institucions públiques o privades per fer el projecte i les quanties sol·licitades i/o concedides.
  - d. Declaració responsable que digui que l'entitat està al corrent de pagaments amb la Fundació. El fet de no presentar aquest document es considera motiu d'exclusió d'aquesta convocatòria de patrocini.
  - e. Declaració responsable que digui que la persona o entitat sol·licitant és titular de la marca o dels drets de llicència per a celebrar o organitzar l'esdeveniment.

## Documentació tècnica

Juntament amb la sol·licitud (annex VII que es tramitarà en línia), la documentació administrativa, i l'annex IV, s'ha de presentar la documentació tècnica de l'activitat que ha d'estar format per la documentació següent:

- Una **memòria** que consisteix en una explicació de l'esdeveniment, les dates en què es farà, el públic al qual s'adreça, el mercat al qual s'adreça l'esdeveniment i les nacionalitats i accions que es faran per arribar al mercat objecte de l'esdeveniment, el nombre previst d'assistents i qualsevol altra informació necessària per avaluar el projecte i amb el qual s'acrediti que és un esdeveniment turístic, paquets turístics que es fan i repercussió econòmica a l'illa. A més, la memòria ha de definir i explicar tots els punts de l'annex VII.
- Un **pla de comunicació** que inclogui les accions de comunicació previstes per arribar al públic objectiu de l'esdeveniment, les accions de promoció previstes, els llocs on apareixerà la marca Mallorca dins l'esdeveniment, la publicitat que es farà i el lloc on es posarà la marca dins aquesta publicitat.
- En cas de servei gastronòmic, **Resum** dels productes i càtering que s'utilitzaran. Cartes, vins, degudes,...
- El **pressupost detallat** del projecte amb els ingressos i despeses totals de l'esdeveniment. Les despeses han de ser demostrables amb presentació de factura i el seu pagament, o el corresponent conveni o acord de col·laboració.

- Acreditació de la propietat de la marca de l'esdeveniment o autorització per utilitzar-la.
- Informe de l'exclusivitat de l'esdeveniment que justifiqui la possibilitat de l'adjudicació del contracte privat de patrocini.

## **8. Procediment administratiu per formalitzar els patrocinis**

La tramitació administrativa per formalitzar els contractes de patrocini és la del negociat sense publicitat establert a l'article 168 de la Llei de Contractes del Sector Públic.

El personal tècnic assignat a l'expedient revisarà les propostes tècniques per determinar si compleixen o no els requisits tècnics exigits d'acord amb el que s'estableix en aquestes bases.

### **Fase administrativa**

Les propostes es revisaran a mesura que entrin les sol·licituds i les revisarà l'assessoria jurídica de la Fundació.

En cas que la sol·licitud necessiti esmenar-se, la direcció de la Fundació requerirà l'entitat o persona interessada perquè hi faci les esmenes oportunes o aporti els documents que manquen, amb la indicació que si no ho fa en un termini de deu dies hàbils a comptar a partir del moment en què rep el requeriment, es considerarà que desisteix de la petició.

El requeriment de millora de la sol·licitud o d'aportació de documentació es fa per mitjans electrònics (és necessari el certificat digital de la persona representant de l'empresa), de manera que en queda constància en l'expedient.

### **Fase tècnica: revisió de la documentació tècnica**

Una vegada finalitzada la revisió de la documentació administrativa, l'òrgan de contractació designarà una persona per revisar la proposta tècnica per determinar si es compleixen o no els requisits tècnics exigits d'acord amb el que s'estableix en aquestes bases.

En el cas que en la documentació tècnica es detectin deficiències, es requerirà que s'esmenin en el termini de deu dies naturals. Si l'esmena no és correcta o no s'esmena la documentació requerida, la sol·licitud s'exclourà del procediment de contractació.

El requeriment de la documentació es fa per mitjans electrònics (és necessari el certificat digital de la persona representant de l'empresa), de manera que en queda constància en l'expedient.

El titular de l'òrgan de contractació durà a terme les negociacions oportunes de les que quedaran constància a l'expedient. Totes les millores que s'acordin amb la negociació formaran part del contracte privat de patrocini.

### **Adjudicació i formalització del contracte de patrocini**

L'òrgan de contractació adjudicarà el contracte privat i, posteriorment, formalitzarà el contracte en el qual constaran les obligacions d'ambdues parts, les contraprestacions que rebrà la Fundació i la forma de justificar el patrocini.

L'entitat patrocinada ha de cedir de forma expressa les imatges del projecte per a usos no comercials.

Aquest contracte se signarà en el termini màxim de quinze dies naturals des del moment en què s'adjudica i sempre abans de l'esdeveniment. En cas contrari, la Fundació resoldrà no continuar el patrocini.

Les imatges de l'entitat i de la Fundació han de figurar a tots els elements de promoció prèvia del projecte o de l'acció, així com en els de promoció que es duguin a terme durant el desenvolupament del projecte.

En el cas que la Fundació comuniqui a l'entitat adjudicatària alguna discrepància, l'entitat es compromet a fer les actuacions necessàries per rectificar-la.

### **9. Pla de Comunicació o aparició de la marca**

L'activitat de patrocini realitzada per la FMT amb l'objecte de la promoció turística de Mallorca a través dels diferents productes implica que han de complir les obligacions de difusió de la imatge especificades en la proposta, així com acomplir amb el manual d'estil de la FMT. Aquests contractes que la FMT subscriurà amb cada entitat, contemplaran prestacions publicitàries per a la FMT en els termes establerts en el contracte, ja que d'ell en formarà part la proposta de Pla de Comunicació que presentarà com a proposta. Alguns exemples poden ser:

- Equipaments oficials en cas de competicions.
- Vehicles oficials de què disposi l'entitat, degudament identificats amb l'emblema de l'empresa, en propietat o lloguer per a desplaçaments.

- En la cartelleria oficial o en qualsevol altre suport anunciador de les trobades / proves organitzades/ esdeveniment objecte de patrocini així com de les activitats que organitzi l'entitat. La marca Mallorca ha d'anar amb el títol.
- Banner publicitari de la marca Mallorca en un lloc preferent del web de l'entitat o d'altres suports en les xarxes socials, havent de romandre en ella durant tota la durada de l'esdeveniment.
- Instal·lacions on l'Entitat desenvolupa el seu esdeveniment. L'Entitat ha d'incloure la imatge com a mínim, en:
  - Tots els panells i del darrere utilitzades per a les rodes de premsa (sigui en local tancat o exterior).
  - En la instal·lació de l'esdeveniment com a local i en la d'entrenament hauran de situar, en lloc preferent, com a mínim, dues lones publicitàries de 5XL metres on es reculli exclusivament la marca Mallorca establerta per a aquest apartat. També han d'incorporar aquestes lones en les diferents activitats ofertades per l'Entitat.
- Anuncis de l'esdeveniment.
- Arcs d'arribada i de sortida.

Tota la publicitat estàtica, material imprès, elements, etc., seran produïts per l'Entitat, amb els continguts proporcionats per la FMT, sent per compte de l'Entitat les despeses d'adaptació, producció, transport, instal·lació i manteniment en perfectes condicions de percepció òptica.

Incloure en el Pla de comunicació la resta d'espais que ofereixen incloure la marca Mallorca.

## 10. Justificació del projecte

L'entitat patrocinada ha d'acreditar que es compleixen les condicions relatives a la presència de la marca a l'esdeveniment patrocinat.

Per això ha de presentar:

- L'annex V degudament emplenat, que s'ha de registrar a través de la Seu electrònica (<https://fundaciomallorcaturisme.sedelectronica.es/info.0>).
- La documentació següent en suport digital, que s'ha d'enviar per servei de transferència d'arxius en el nígul (We Transfer o Google Drive) o amb un usb.
  - a) Memòria del projecte amb el pressupost liquidat, resum de l'acció...
  - b) Reportatge fotogràfic del projecte.
  - c) Resum de la repercussió mediàtica: *clipping* amb el valor econòmic equivalent tant de la marca Mallorca com de l'esdeveniment i la inversió publicitària en els



mitjans; impresos, audiovisuals i en línia. Aquesta repercussió es valorarà en funció d'usuaris únics diaris.

- d) Material gràfic i audiovisual fet durant el desenvolupament del projecte patrocinat.
- e) Fotografies de les begudes i menjar servits durant l'acció/ esdeveniment, així com llistat definitiu del que s'ha servit als assistents.

A més, ha de presentar els documents següents:

- f) Certificat de titularitat bancària. Certificat de titularitat bancària emplenat degudament en tots els camps, amb signatura de la persona interessada i signatura i segell de l'entitat bancària o certificat de titularitat bancària en el qual consti que es tracta d'un compte bancari obert a nom de la persona sol·licitant de l'ajuda. Si és una empresa, a nom d'aquesta empresa i, si és autònom, a nom de l'autònom.
- g) Declaració responsable de la despesa efectivament feta del projecte. Ha d'aparèixer el pressupost detallat del projecte amb els ingressos i despeses totals a l'esdeveniment. Les despeses han de ser demostrables amb presentació de factura i el seu pagament i el corresponent conveni o acord de col·laboració.

L'acceptació del patrocini implica que la Fundació pot utilitzar el material gràfic, fotogràfic i audiovisual presentat amb les justificacions per fer difusions i ús en activitats promocionals.

El valor econòmic de la repercussió mediàtica del patrocini per a la marca Mallorca ha de ser igual o superior a la quantitat atorgada. En cas que el valor econòmic de la repercussió mediàtica per a la marca Mallorca sigui inferior, es pagarà la part del que es justifiqui.

Tot i això, en el cas que el projecte/acció/esdeveniment hagi rebut altres patrocinis i/o ajudes (convenis de col·laboració, subvencions, entre d'altres) per part de qualsevol institució pública (ajuntaments, consells insulars, ministeris, entre d'altres), el valor econòmic de la repercussió mediàtica del patrocini ha de ser igual o superior a la suma de la quantitat atorgada o amb la qual col·labora l'FMT i les entitats públiques corresponents. Per aquest motiu, el patrocinat té l'obligació d'informar l'FMT de les condicions i imports (impostos inclosos) del patrocini i/o ajuda signats amb l'entitat pública.

Per facilitar el que es valora en el *clipping* (retorn publicitari de la marca Mallorca com a destinació turística), s'informa que el que es donarà com a vàlid serà la repercussió de l'acció des de la perspectiva de retorn turístic de la marca Mallorca i no de l'acció/esdeveniment en si mateix. És a dir, el que es valora és la repercussió per a la

marca Mallorca que reflecteix el *clipping* de l'acció/esdeveniment, no donar a conèixer l'esdeveniment. Cal destacar també que no es valorarà el fet que es parli de Mallorca com a lloc on es fa l'esdeveniment, ja que això no es considera promoció turística.

Per tant, es valorarà que en la fotografia, anunci o vídeo aparegui la marca o que en l'article o notícia aparegui un esment de la Fundació. En cas de xarxes, l'etiqueta o *hashtag*.

La repercussió en mitjans digitals es valorarà en funció d'usuaris únics i les pàgines visitades de cada mitja per dia, no mensual.

En cas de no tenir valor oficial, fixarem un mínim de 150 euros per notícia.

La justificació s'ha de presentar a la Seu electrònica en el termini dels seixanta dies naturals posteriors a la data indicada en el contracte de finalització de l'esdeveniment.

La Fundació es reserva la potestat de fer a posteriori qualsevol comprovació que consideri pertinent.

Una vegada validada la justificació tècnica, l'FMT ho comunicarà electrònicament a l'entitat adjudicatària perquè presenti la factura corresponent.

## 11. Pagament

L'entitat interessada ha de presentar la factura a través de la plataforma FACE per poder pagar el patrocini, una vegada presentada i acceptada la justificació per la Fundació.

La factura s'ha de presentar per mitjans electrònics (és necessari el certificat digital de la persona representant de l'empresa) en un termini màxim de trenta dies naturals una vegada que l'FMT hagi enviat la resolució d'acceptació de la justificació.

## 12. 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 les Illes Balears. En cas que la documentació administrativa o de la justificació sigui en un idioma diferent dels oficials, s'ha d'aportar una traducció jurada.

## 13. Protecció de dades

De conformitat amb el que estableix la Llei orgànica 3/2018, de 5 de desembre, de protecció de dades personals i garantia dels drets digitals, les entitats sol·licitants



accepten que s'incorporin les dades facilitades al fitxer que creï la Fundació i queden informades d'aquesta incorporació.

Les entitats sol·licitants estan obligades a complir el que estableixen la LOPD i el RD 1720/2007, de 21 de desembre, de desplegament de la Llei orgànica 15/1999, de 13 de desembre, de protecció de dades de caràcter personal, en relació amb les dades personals a les quals puguin tenir accés durant la vigència dels contractes que es facin en el desenvolupament i en l'execució d'aquesta convocatòria.

#### 14. Confidencialitat

L'entitat patrocinada ha de mantenir la confidencialitat de qualsevol informació que la Fundació li reveli mentre duri la vigència del patrocini. A més, l'entitat es compromet a utilitzar aquesta informació únicament per a la finalitat per a la qual li ha estat revelada, excepte per imperatiu legal.

L'entitat receptora ha de protegir la informació confidencial que la Fundació li reveli contra qualsevol ús no autoritzat o contra la revelació a tercers, de la mateixa manera que protegeix la seva informació confidencial. L'accés a aquesta informació ha de quedar restringit només al personal de l'entitat que l'hagi de conèixer per complir l'objecte que s'ha de desenvolupar.

#### 15. Suspensió del patrocini

Són causes d'extinció del patrocini:

- a) La falsedat de les dades aportades.
- b) L'extinció jurídica de la personalitat de qualsevol de les parts.
- c) L'acord mutu de les parts.
- d) L'incompliment total o parcial de totes o alguna de les condicions generals i particulars pactades.
- e) La realització per part de l'entitat patrocinada d'actuacions contràries als objectius i a les finalitats de la Fundació.
- f) Que la documentació justificativa del patrocini (annex V) no es lliuri o que es lliuri fora de termini.
- g) Quan es consideri que, en l'esdeveniment, l'acció suposa una publicitat negativa d'imatge i notorietat de la marca Mallorca i la Fundació.
- h) Circumstàncies fortuïtes i de força major que facin impossible l'execució del projecte, com poden ser les derivades de la crisi sanitària del Covid-19 que no deixin la celebració de l'esdeveniment. Són circumstàncies fortuïtes aquells fets que no s'hagin pogut preveure, o que previstos, siguin inevitables. D'acord amb 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.

## 16. Règim jurídic aplicable

L'ordre jurisdiccional civil és el competent per resoldre les controvèrsies derivades de la formalització dels contractes privats de patrocini, sense que es pugui interposar cap classe de recurs en via administrativa ni cap reclamació prèvia a la via judicial civil.

Les parts se sotmeten de manera expressa als tribunals i jutjats de Palma, i renuncien, en conseqüència, al seu fur i veïnatge.

**ANNEX IV**

**Declaració responsable**

(No inclou els avals d'altres institucions, altres ajudes,  
certificats AEAT/Seguretat Social/Consell)

Nom i Llinatges/ Nom o raó social: .....

Actuant en nom propi / en representació de l'entitat: .....

Nom del Projecte: .....

Amb la finalitat de participar en la convocatòria per subscriure contractes de patrocini per a projectes que generin un retorn publicitari per a la Fundació,

**DECLAR:**

No incórrer / Que la persona física o jurídica a la qual represent, ni els seus administradors o representants, no incorren en cap dels supòsits de prohibició de contractació amb les administracions públiques, a què es refereix l'article 71 de la Llei 9/2017, de 8 de novembre, de contractes del sector públic, ni en cap dels supòsits a que 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.

Estar al corrent de pagaments amb la Fundació Mallorca Turisme, així com de la justificació d'altres contractes fets amb la Fundació.

No tenir cap expedient sancionador obert amb una administració pública.

Ser titular de la marca o dels drets o llicències per a la celebració/organització de l'esdeveniment o que tinc l'autorització del legítim titular.

..... de ..... de 20--

*(Signatura)*

FUNDACIÓ MALLORCA TURISME



## ANNEX V- JUSTIFICACIÓ PATROCINI DE GRANS ESDEVENIMENTS I ALTRES ACTIVITATS D'INTERÈS TURÍSTICA

Nom del projecte:

Entitat sol·licitant:

CIF:

Data de presentació de la sol·licitud:

Import adjudicat per la FMT:

Relació de documentació que s'han de lliurar (tota la documentació s'ha de lliurar en format digital):

- Relació de la documentació que s'entrega amb les dades de l'empresa, del projecte i signada.
- Dossier explicatiu i justificatiu que ha d'incloure:
  - a. Memòria del projecte i pressupost liquidat de l'acció.
  - b. Reportatge fotogràfic (en alta resolució) del projecte.
  - c. Resum de la repercussió mediàtica: *clipping* amb el valor econòmic equivalent i inversió publicitària en mitjans (impresos, audiovisuals i en línia) amb el valor econòmic equivalent. La repercussió en mitjans digitals es valorarà en funció d'usuaris únics i les pàgines visitades de cada mitjà per dia, no mensual. En cas de no tenir valor oficial, fixarem un mínim de 150 euros per notícia.
  - d. Resum, factures i fotografies dels productes locals utilitzats.

Només es tendran en compte les publicacions que facin referència a Mallorca com a destinació turística i de la marca Mallorca segons el manual entregat.

No es tendrà en compte la valoració de premsa local.

### c.1 SUPORTS IMPRESOS: revistes i premsa escrita

Notícies: cal acreditar-les amb la recopilació de retalls de premsa original o còpia de la pàgina completa on quedi constància el mitjà de comunicació de què es tracta i la data de publicació. No de distribució local.

Anuncis: cal acreditar-los amb un certificat del mitjà en el qual s'indiqui l'import de la tarifa d'inserció o el format i la data de publicació. Original complet de la publicació i factura de pagament. Si no es tenen, el retall de premsa, la captura de pantalla,... de la pàgina completa.

Núm.	Nom mitjà comunicació	Data de publicació	Inclou marca/menció	Descripció doc. acreditativa	Observacions	Format*	valoració

\*Indicau el format de la publicació: exemple color-laborable-pàgina-senar. Exemple: B/N-diumenge-mòdul 3x2 senar



### c.2 RADIO I TELEVISIÓ:

Notícies: cal acreditar-les amb còpia digital l'emissió de la notícia.

Anuncis: cal acreditar-los amb còpia digital de l'anunci. Acreditar amb un certificat del mitjà en el qual s'indiqui l'import de la tarifa d'inserció i la durada, la data i la franja horària de la inserció. Factura i pagament de la inserció.

Núm.	Nom mitjà comunicació	Suport	Dies de visibilitat	Inclou marca/menció	Descripció doc. acreditativa	Observacions	valoració

### c.3 SUPORTS EN LÍNIA: revistes i premsa online.

Notícies: cal acreditar-les amb una recopilació de retalls de premsa (captura de pantalla) on quedi constància del mitjà de comunicació i la data de publicació.

Anuncis: cal acreditar-los amb un retall de premsa (captura de pantalla) en el qual quedi constància del mitjà de comunicació i la data de publicació. Cal acreditar-los amb un certificat del mitjà en què s'indiqui l'import de la tarifa de la inserció o el format i la data de publicació. Factura i pagament de la inserció.

Núm.	Nom mitjà comunicació	Data de publicació	Inclou marca/menció	Descripció doc. acreditativa	Observacions	Format*	valoració

\*Indicau el format de la publicació. Exemple: banner o megabanner 980x90 rotació.

### c.4 XARXES SOCIALS I CONTINGUTS: Facebook, twitter, Instagram, youtube,...

Notícies/ informació: cal entregar totes les publicacions (post, tweet, publicacions,...) que s'han fet en els mitjans, a més de les dades següents, segons la xarxa social que es justifica. També cal entregar una còpia de l'informe que genera la mateixa xarxa social amb les dades sol·licitades en el quadre.

- Facebook i twitter: cal indicar la repercussió o les impressions des que s'ha presentat la documentació a la FMT fins a haver presentat la justificació.
- Instagram, youtube,.. fora de les xarxes socials: cal indicar el sumatori del nombre global d'impressions o visualitzacions en relació a totes les publicacions que fan referència a l'esdeveniment.

- Anuncis: cal acreditar amb un retall de premsa (captura de pantalla) on quedi constància del mitjà de comunicació i la data de publicació. Cal acreditar amb un certificat dels mitjans en què s'indiqui l'import de la tarifa d'inserció.

La valoració de les xarxes serà de 50 cèntims per cada mil impressions o 10 cèntims per cada mil seguidors.

Núm.	Nom mitjà comunicació	Repercussió/ sumatori	Inclou marca/ menció	Descripció doc. acreditativa	Observacions	valoració

### c.5 WEB PRÒPIA

Cal entregar una captura de pantalla de la portada on es vegi el banner que indiquen els plecs i que redirecciona a la web que la Fundació ha indicat.

Per norma general, es calcularà CPM 96 € per web de l'esdeveniment. En el cas de més de 2.000 impactes, cal presentar un informe obtingut a través d'una plataforma de control (Google Analytics, per exemple) en què es detalli el nombre d'usuaris que s'han obtingut.

Núm.	URL WEB	Usuaris	Inclou marca/ menció	Descripció doc. acreditativa	Observacions	valoració

**c.6 ALTRES:** fulletons, fulls de mà (flyers), catàlegs, revistes, entrades, camisetes, marxandatge, escenari,...

Aquest apartat només es valorarà si l'esdeveniment té repercussió en mitjans nacionals i/o internacionals.

Cal acreditar el material amb dos originals i adjuntar-hi la factura en la qual es detalli la quantitat que se n'ha fet.

Cal acreditar la ubicació i els assistents amb fotografies.

La valoració d'aquest apartat és de 0.80€ per cada pòster (màxim 200 unitats) i 0.60€ per cada fulletó, flyer, mapa,... (màxim 1500 unitats), i sempre i quan duguin la marca correctament.

Núm.	Material/ Format	Quantitat	Assistents/ dies	Inclou marca/ menció	Descripció doc. acreditativa	Observacions	valoració



--	--	--	--	--	--	--	--

- e. Material gràfic i audiovisual (en alta resolució) que s'ha fet en el desenvolupament del projecte patrocinat.

Recordar que tal com s'indica a les bases:

« El valor econòmic de la repercussió mediàtica del patrocini per a la marca Mallorca ha de ser igual o superior a la quantitat atorgada. En cas que el valor econòmic de la repercussió mediàtica per a la marca Mallorca sigui inferior, es pagarà un 80 % del que es justifiqui.

Únicament es valorarà la repercussió de l'acció des de la perspectiva de retorn en quant a promoció turística de la marca Mallorca i no del producte/esdeveniment en si mateix. Hem de destacar també que en cap cas es valorarà el fet que es parli de Mallorca com a lloc on es realitza l'esdeveniment; aquest fet no es considera promoció turística.

El que es valorarà és la repercussió per la marca Mallorca dins l'esdeveniment, no el fet de donar-lo a conèixer o informar sobre ell.

Només es tendran en compte les publicacions que facin referència a Mallorca com a destinació turística i de la marca Mallorca, segons manual entregat.

Aquestes accions han de tenir repercussió nacional i internacional per ser valorades. No es tendrà en compte la valoració de premsa local.»

Declaració de responsable:

**DECLAR:** que totes les dades que contenen aquests documents, referits en aquesta justificació són certes, i que el projecte s'ha fet segons es descriu a la memòria i compleix, per tant, amb el fi que ha servit de fonament per signar el contracte privat de patrocinis de referència.

Palma, .... d ..... de .....

Nom, cognom i signatura de la persona representant legal de l'entitat:

DNI

FUNDACIÓ MALLORCA TURISME



## ANNEXE VII

El mètode d'avaluació persegueix que els projectes objecte de patrocini siguin els que contribueixin veritablement a la promoció turística de l'illa de Mallorca.

Totes les respostes que es marquin a aquest document, han d'anar explicades i detalls a la memòria.

La puntuació atorgada en cadascun dels criteris, la forma d'emplenament, així com la documentació acreditativa de cada criteri serà la següent:

### 1. Títol

Es posen en valor els projectes amb la presència de "Mallorca" al títol. Es podrà seleccionar com a màxim una opció, segons correspongui, a les indicades.

La puntuació assignada per a aquest criteri per esport, cultura i altres és la següent:

<i>TIPOLOGIA</i>	<i>PUNTUACIÓ</i>	<i>Marcar amb una x l'opció</i>
Aparició de "Mallorca" dins el títol	15	
Aparició de "Mallorca" en el subtítol	5	

### 2. Pla de sostenibilitat

Podem definir el desenvolupament sostenible com "aquell que garanteix les necessitats de les generacions actuals, sense comprometre les possibilitats de desenvolupament de les generacions futures per satisfer les seves pròpies necessitats". I aquesta mateixa sostenibilitat la podem i hem d'aplicar a l'organització i desenvolupament de qualsevol tipus d'esdeveniment, tenint així com a resultat, un esdeveniment sostenible, respectuós amb la salut de l'entorn i la salut de les persones.

En aquest apartat, es poden obtenir com a màxim 5 punts.

<i>Compleixen:</i>	<i>Puntuació</i>	<i>Marcar con una x si procedeix</i>
Memòria de sostenibilitat ambiental que garanteixi mesures preventives i correctores per evitar efectes negatius en el medi ambient, relatius a generació de residus i triatge, sorolls i vibracions, gasos, contaminació lumínica, neteja, abocaments o ocupació de terra. (Definir el que es fa a la memòria)	5	



### 3. Gastronomia local o km zero

Els esdeveniments i/o accions que es presentin a la convocatòria i tinguin previst un servei gastronòmic, han d'utilitzar productes gastronòmics i etnològics de producció local i/o km 0. És a dir, han de pertànyer a una IGP, DO,.. de l'illa de Mallorca. Han de ser receptes típiques de la gastronomia local, que poden estar modernitzades, sempre i quan siguin de producte local i tradició mallorquina a la cuina.

Com a màxim es poden obtenir 15 punts, segons el nivell de compliment del punt.

	PUNTUACIÓ	Marcar amb una x l'opció
Utilitzen més d'un 70% de producte local	15	
Utilitzen entre un 50 i un 69%	10	
Utilitzen entre un 49 i un 30%	5	
Utilitzen manco d'un 30	0	

Adjuntar a la memòria el detall del servei gastronòmic que s'utilitzarà durant l'esdeveniment (marques dels productes, menús,...).

### 4. Pressupost

Es pot patrocinar màxim el 30% del cost de l'esdeveniment.

No es poden presentar projectes que el seu pressupost sigui inferior a 275.000 euros.

Només es pot triar una casella:

Categoria de l'esdeveniment	Cost de la producció de l'esdeveniment	PUNTUACIÓ	Marcar amb una x l'opció
Cultura	Pressupost superior a 300.000	15	
	Pressupost superior a 400.000	20	
	Pressupost superior a 500.000	25	
	Pressupost superior a 900.000	30	
Esport	Pressupost superior a 450.000	15	
	Pressupost superior a 750.000	20	

	Pressupost superior a 1.000.000	25	
	Pressupost superior a 3.000.000	30	

### 5. Mercats en que es realitzaran accions promocionals de l'esdeveniment.

Aquest punt com a màxim pot obtenir 10 punts. Només es pot triar una opció.

El material promocional (web, fulletons, xxss, newsletter, publireportatge, informació de l'esdeveniment,...) a més de les dues llengües oficials, ha d'estar en els idiomes oficials del mercat al que va dirigida l'acció.

Per obtenir punts en aquest punt, s'han d'explicar les accions que es faran en els mercats d'origen. No poden ser accions susceptibles d'obtenir puntuació, accions de publicitat incloses en el punt 6. A més, el material promocional, a més de les dues llengües oficials (no s'obtenen punts per aquests dos idiomes) es farà amb els idiomes dels mercats als que van dirigides les accions.

<i>Mercat</i>	<i>PUNTUACIÓ</i>	<i>Marcar amb una x l'opció</i>
anglès	2	
alemany	2	
Anglès i alemany	3	
Anglès, alemany i 1 més	6	
Anglès, alemany i 2 més	10	

A la memòria s'ha d'adjuntar el programa provisional en què consti la relació prevista de participants, nacionalitat, activitats a realitzar i seus a utilitzar i s'han d'explicar les accions que es faran per arribar a cada un dels mercats.

### 6. Euros invertits en publicitat

Es pretén conèixer el nivell d'inversió en matèria publicitària (inserció en mitjans de comunicació, no el disseny ni despesa en comunicació).

Tota aquesta publicitat pot ser impresa (diaris, revistes,...), radio i televisió, publicitat exterior (valles, opis,...) i publicitat online.

Totes aquestes accions han de dur la marca Mallorca. Si no es pretén posar-la, s'ha d'indicar a la memòria i no es pot posar en aquest apartat. La despesa en publicitat que es demana no pot ser publicitat local, ha de ser la inversió en publicitat nacional i internacional.

Tampoc es compta com a despesa publicitària la despesa que es fa en la pròpia web, tant de l'esdeveniment com a l'empresa organitzadora.

La despesa en publicitat s'haurà de presentar en auditoria comptable o l'acord amb l'empresa publicitària amb el valor de publicitat del mitjà.



<i>Categoria de l'esdeveniment</i>	<i>Despesa en publicitat</i>	<i>PUNTUACIÓ</i>	<i>Marcar amb una x l'opció</i>
Cultura	Pressupost entre 10.000 i 25.000 euros	15	
	Pressupost entre 25.001 i 75.000	20	
	Pressupost superior a 75.000	25	

Esport	Pressupost entre 10.000 i 25.000 euros	15	
	Pressupost entre 25.001 i 75.000	20	
	Pressupost superior a 75.000	25	

