

ANEXO V- JUSTIFICACIÓN PATROCINIO DE OBRAS AUDIOVISUALES O EVENTOS

Nombre del proyecto:

Entidad solicitante:

CIF:

Fecha de presentación de la solicitud:

Importe adjudicado por la FMT:

Relación de documentación que se tienen que entregar (toda la documentación se tiene que entregar en formato digital):

- Relación de la documentación que se entrega con los datos de la empresa, del proyecto y firmada.
- Dossier explicativo y justificativo que tiene que incluir:
 - a. Memoria del proyecto y presupuesto liquidado de la acción.
 - b. Reportaje fotográfico (en alta resolución) del proyecto.
 - c. Resumen de la repercusión mediática: *clipping* con el valor económico equivalente e inversión publicitaria en medios (impresos, audiovisuales y en línea) con el valor económico equivalente. La repercusión en medios digitales se valorará en función de usuarios únicos y las páginas visitadas de cada medio por día, no mensual.
En caso de no tener valor oficial, fijaremos un mínimo de 150 euros por noticia.
 - d. Resumen, facturas y fotografías de los productos locales utilizados (para eventos).
 - e. Captura de pantalla de los créditos finales de la obra audiovisual, en la que figuran los datos y logos de la entidad patrocinadora en los términos establecidos.

Sólo se tendrán en cuenta las publicaciones que hagan referencia a Mallorca como destino turístico o como destino de eventos y rodajes cinematográficos.

No se tendrá en cuenta la valoración de prensa local.

c.1 SOPORTES IMPRIMIDOS: revistas y prensa escrita

Noticias: hay que acreditarlas con la recopilación de recortes de prensa original o copia de la página completa donde quede constancia del medio de comunicación de que se trata y la fecha de publicación. No de distribución local.

Anuncios: hay que acreditarlos con un certificado del medio en el cual se indique el importe de la tarifa de inserción o el formato y la fecha de publicación. Original completo de la publicación y factura de pago. Si no se tienen, el recorte de prensa, la captura de pantalla... de la página completa.

Nº.	Nombre medio comunicación	Fecha de publicación	Incluye marca/mención	Descripción doc. acreditativa	Observaciones	Formato*	valoración

*Indique el formato de la publicación: ejemplo color-laborable-página-impar. Ejemplo: B/N-domingo-módulo 3x2 impar

c.2 RADIO I TELEVISIÓN:

Noticias: hay que acreditarlas con copia digital la emisión de la noticia.

Anuncios: hay que acreditarlos con copia digital del anuncio. Acreditar con un certificado del medio en el cual se indique el importe de la tarifa de inserción y la duración, la fecha y la franja horaria de la inserción. Factura y pago de la inserción.

Nº.	Nombre medio comunicación	Soporte	Días de visibilidad	Incluye marca/mención	Descripción doc. acreditativa	Observaciones	valoración

c.3 SOPORTE EN LÍNEA: revistas y prensa online.

Noticias: hay que acreditarlas con una recopilación de recortes de prensa (captura de pantalla) donde quede constancia del medio de comunicación y la fecha de publicación.

Anuncios: hay que acreditarlos con un recorte de prensa (captura de pantalla) en el cual quede constancia del medio de comunicación y la fecha de publicación. Hay que acreditarlos con un certificado del medio en que se indique el importe de la tarifa de la inserción o el formato y la fecha de publicación. Factura y pago de la inserción.

Nº.	Nombre medio comunicación	Fecha de publicación	Incluye marca/mención	Descripción doc. acreditativa	Observaciones	Formato*	valoración

*Indique el formato de la publicación. Ejemplo: banner o megabanner 980x90 rotación.

c.4 REDES SOCIALES I CONTENIDOS: Facebook, twitter, Instagram, youtube...

Noticias/ información: hay que entregar todas las publicaciones (post, tweet, publicaciones...) que se han hecho en los medios, además de los datos siguientes, según la red social que se justifica.

También hay que entregar una copia del informe que genera la misma red social con los datos solicitados en el cuadro.

- Facebook y twitter: hay que indicar la repercusión o las impresiones desde que se ha presentado la documentación a la FMT hasta haber presentado la justificación.
- Instagram, youtube.. fuera de las redes sociales: hay que indicar el sumatorio del número global de impresiones o visualizaciones en relación con todas las publicaciones que hacen referencia al evento.

Anuncios: hay que acreditar con un recorte de prensa (captura de pantalla) donde quede constancia del medio de comunicación y la fecha de publicación. Hay que acreditar con un certificado de los medios en que se indique el importe de la tarifa de inserción

La valoración de las redes será de 50 céntimos por cada mil impresiones o 10 céntimos por cada mil seguidores.

Nº.	Nombre medio comunicación	Repercusión/ sumatorio	Incluye marca/ mención	Descripción doc. acreditativa	Observaciones	valoración

c.5 WEB PROPIA

Hay que entregar una captura de pantalla de la portada donde se vea el banner que indican los pliegos, o bien la marca y/o logotipo y que redirige a la web que la Fundación ha indicado.

Por norma general, se calculará CPM 96 € por web del evento. En el caso de más de 2.000 impactos, hay que presentar un informe obtenido a través de una plataforma de control (Google Analytics, por ejemplo) en que se detalle el número de usuarios que se han obtenido.

Nº.	URL WEB	Usuarios	Incluye marca/ mención	Descripción doc. acreditativa	Observaciones	valoración

c.6 OTROS: material imprimido de la obra audiovisual o del evento (Folletos, flyers, catálogos, revistas y entradas)

Este apartado sólo se valorará si el evento tiene repercusión en medios nacionales y/o internacionales.

Hace falta acreditar el material con dos originales y adjuntar la factura en la cual se detalle la cantidad que se ha hecho.

Hay que acreditar la ubicación y los asistentes con fotografías.

La valoración de este apartado es de 0.80€ por cada póster (máximo 200 unidades) y 0.60€ por cada folletó, flyer, mapa... (máximo 1500 unidades), y siempre y cuando lleven la marca correctamente.

Nº.	Material/ Formato	Cantidad	Asistentes/ días	Incluye marca/ mención	Descripción doc. acreditativa	Observaciones	valoración

- f. Material gráfico y audiovisual (en alta resolución) que se ha hecho en el desarrollo del proyecto patrocinado.

Hay que recordar que tal como se indica en las bases:

«El valor económico de la repercusión mediática del patrocinio para la marca Mallorca tiene que ser igual o superior a la cantidad otorgada. En caso de que el valor económico de la repercusión mediática para la marca Mallorca sea inferior, se pagará un 80% de lo que se justifique.

Se valorará la repercusión de la acción desde la perspectiva de retorno en cuanto a promoción turística de la marca Mallorca y no del producto/evento en sí mismo.

Tenemos que destacar también que no se valorará el hecho de que únicamente se hable de Mallorca como lugar donde se realiza el evento.

Lo que se valorará es la repercusión por la marca Mallorca dentro del evento, no el hecho de darlo a conocer o informar sobre él.

Sólo se tendrán en cuenta las publicaciones que hagan referencia a Mallorca como destino turístico y de la marca Mallorca, según manual entregado.

Estas acciones deben tener repercusión nacional e internacional para ser valoradas. No se tendrá en cuenta la valoración de prensa local.»

Declaración de responsable:

DECLARO: que todos los datos que contienen estos documentos, referidos en esta justificación son ciertas, y que el proyecto se ha hecho según se describe a la memoria y cumple, por lo tanto, con el fin que ha servido de fundamento para firmar el contrato privado de patrocinios de referencia.

Palma d de 2022

Nombre, apellido y firma de la persona representante legal de la entidad:

DNI

FUNDACIÓN MALLORCA TURISMO