



Secció III. Altres disposicions i actes administratius

CONSELL INSULAR DE MALLORCA FUNDACIÓ MALLORCA TURISME

4940

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 que es realitzin del 16 de setembre al 31 de desembre de 2022

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 tenguí per objecte promoure el turisme de l'illa.

2. El Pla d'Actuació de la Fundació per a l'any 2022 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 (marca establerta en el manual d'estil de la corporació segons annex VIII).

3. El 26 d'octubre de 2021 el Patronat de la Fundació Mallorca Turisme va aprovar el Pla d'Actuació de la Fundació de l'any 2022 en el qual s'inclou una partida per 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, dicta 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 que es realitzin íntegrament dins el període del 16 de setembre al 31 de desembre de 2022.

2. Aprovar les condicions necessàries per a la justificació correcta de l'esdeveniment (annex VII).

3. Publicar aquesta Resolució i els annexes 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, a la data de la signatura electrònica (7 de juny de 2022)

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 (marca establerta segons el manual d'estil de l'FMT) 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 tinguin 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 nacional i internacional a través dels diferents productes turístics amb els quals la Fundació Mallorca Turisme està treballant.
- Fer publicitat indirecta de la marca Mallorca (marca establerta segons el manual d'estil de l'FMT segons annex VIII)
- El coneixement profund dels usuaris d'esdeveniments desenvolupats a l'illa per planificar més estratègicament els esforços, i entre altres informacions, la satisfacció del resident i del visitant mitjançant les enquestes adequades.

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

- Impulsar els productes turístics estratègics en què treballa la Fundació, com ara cultura, esports, MICE, naturalesa, accessibilitat, turisme actiu i identitat local i sostenibilitat.
- Valorar que les actuacions, les accions o els esdeveniments duguin en el títol la paraula «Mallorca» en qualsevol idioma, per aconseguir una major visualització de la marca Mallorca.
- Conèixer la durada de l'esdeveniment i les despeses indirectes fetes per saber si millora la competitivitat i la diversificació.
- Mitjançant les enquestes, 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 igualment el grau de satisfacció dels participants, els atributs més valorats de l'esdeveniment i les queixes més freqüents. En relació als residents de l'illa, conèixer la seva opinió en referència a la realització de l'esdeveniment, els atributs més valorats i les queixes més freqüents.
- 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 enològics de la nostra illa. Igualment, difondre l'associació de la marca Mallorca amb el compromís per a la sostenibilitat i l'alineament amb els Objectius de Desenvolupament Sostenible (ODS).

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.
- 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 i/o mitjans locals independentment de l'idioma utilitzat en aquests. Es considera premsa o mitjà local aquell que la major part del seu contingut va adreçat als habitants/residents de l'illa. En aquest sentit, no es valoraran tampoc, les edicions/emissions de mitjans nacionals en les seves franges/ seccions/ horaris adreçats a l'àmbit territorial d'Illes Balears.

Els esdeveniments i/o accions que es presentin a la convocatòria i tinguin previst un servei gastronòmic, han d'utilitzar de manera preferent productes gastronòmics i enològics 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 (marca registrada) 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 a 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 publicitat o creatiu sempre que la participació en l'esdeveniment sigui només publicitària.
- Les sol·licituds que no compleixin les condicions establertes en l'objecte d'aquestes bases.
- Programes de qualsevol mitjà de comunicació en el seu format habitual, pel·lícules, sèries, obres audiovisuals, i festivals de cinema.
- 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.
- Els que rebin ajuts de marques de tabac, de begudes alcohòliques de més de 20º de graduació o de cases d'apostes o joc.

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 els 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 1.000.000,00 € (impostos inclosos) del pressupost de la Fundació Mallorca Turisme de l'any 2022.

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 serà ingressada per la Fundació Mallorca Turisme directament a la Agència Estatal de l'Administració Tributària enlloc d'abonar aquest import a la persona que figura com a interessada en el patrocini.

Les quantitats atorgades impostos inclosos seran:

- Si s'han obtingut de 150 a 180 punts podran obtenir un màxim de 300.000 €
- Si s'han obtingut de 125 a 149 punts podran obtenir un màxim de 200.000 €
- Si s'han obtingut de 100 a 124 punts podran obtenir un màxim de 100.000 €
- Si s'han obtingut de 80 a 99 punts podran obtenir un màxim de 50.000 €

Si s'han obtingut manco de 80 punts en l'autobaremació queden exclosos de la convocatòria.

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 cada 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 patrocini que la Fundació hagi concedit en convocatòries anteriors.
- Els esdeveniments amb un pressupost inferior a 450.000 euros impostos inclosos.
- Les entitats que es trobin en un procediment administratiu sancionador obert o les que tinguin una sanció ferma per l'organització d'esdeveniments. També s'exclouen els esdeveniments que utilitzin un nom igual o semblant el desenvolupament del qual hagi estat motiu de procediment sancionador o sanció ferma encara que l'organitzi una altra entitat per causa d'associació del nom al procediment sancionador o sanció.

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 (marca Mallorca).

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, de complir amb allò establert al manual (annex VIII). El no compliment implica la renúncia i resolució del contracte privat de patrocini. Per a un millor funcionament, és pot enviar la proposta d'aplicació de les marques al tècnic responsable per a 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 d'elaborar un bàner clicable de la marca Mallorca i publicar-lo a un lloc destacat del web de de l'acció/esdeveniment. Aquest baner ha de comptar amb l'aprovació de la Fundació i se elaborarà amb les imatges que es subministren a l'efecte. Complirà amb les especificacions que s'indiquen a continuació segons el model i tamany a insertar:

Leaderboard:

- dimensions 300x50px/320x50px/728x90px/750x100px/468x60px/970x90px formats: jpg, png, GIF
- Rectangle: dimensions 300x250px formats jpg, png, GIF
- Skyscraper: dimensions 160x600 px formats jpg, png, GIF

El bàner ha de redirigir al web que la Fundació li comunicarà. D'igual forma publicar un enllaç clicable a aquest web a totes les comunicacions de l'organitzador que vagin adreçades a públic general, clients potencials, newsletter, peticions d'informació, registres, etc relacionades amb l'esdeveniment. S'informarà a la Fundació de les impressions i visualitzacions generades a través del baner i d'aquests enllaços.

L'entitat patrocinada elaborarà una enquesta proposta per la Fundació amb especificitats per a cada esdeveniment patrocinat (que haurà de ser gestionada pels organitzadors dels esdeveniments a patrocinar) que permetrà obtenir informació rellevant. El disseny de l'enquesta en format digital el subministrarà la Fundació.

Es fixarà des de la Fundació la mida de la mostra i el nivell de significació per a cada esdeveniment.

L'entitat ha de presentar el resultat de les enquestes realitzades amb les característiques indicades a l'apartat número 10 i amb el model i disseny designat per la Fundació.

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

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 per a l'FMT 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 del dia següent hàbil a les 9.00h de publicar-se aquesta Resolució de convocatòria en el BOIB fins a un termini màxim de 20 dies naturals.

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 turístic del 16 de setembre al 31 de desembre 2022». 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.

Un cop tancat el període de presentació de projectes, es procedirà a la comprovació de l'autobaremació i s'elaborarà una llista amb tots els projectes ordenats de major a menor segons la quantitat de punts obtinguts.

S'exclouran les propostes presentades una vegada que l'esdeveniment s'hagi dut a terme o en un període inferior a 20 dies naturals des de la publicació abans de dur-se a terme 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 grans esdeveniments i altres activitats d'interès turístic del 16 de setembre a 31 de desembre 2022" de <https://fundaciomallorcatourisme.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:

- 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.
- Fotocòpia del DNI, NIE o CIF, segons pertoquei, de l'empresa o de la persona física sol·licitant, així com de la persona representant, si n'hi ha.
- Fotocòpia de la documentació acreditativa de la vigència del càrrec de representant legal en virtut de la qual actua la persona que signa la sol·licitud.
- Fotocòpia de l'escriptura de constitució i/o estatuts de l'entitat degudament inscrits en el Registre.
- Fotocòpia del certificat d'inscripció en el registre corresponent, si escau.
- 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 ho pot indicar quan faci el tràmit en línia, 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.

A més també ha de presentar la documentació següent actualitzada:

- 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 comprovïn 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 incorre en cap dels supòsits a què es refereix la Llei 2/1996, de 19 de novembre, d'incompatibilitats dels membres del Govern i dels alts càrrecs de la CAIB.

- Declaració responsable 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 que gestiona l'esdeveniment no té cap expedient sancionador obert ni sanció amb una administració pública en general i en particular relacionat amb l'organització de l'esdeveniment en edicions anteriors.

- 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 ajuts o col·laboracions d'institucions públiques o privades per fer el projecte, les quanties econòmiques i les marques que han de figurar com a patrocinadores. Alternativament, declaració responsable de no haver rebut ni sol·licitat cap ajut o col·laboració d'institucions o entitats públiques o privades.

- Declaració responsable de no estar associat l'esdeveniment directa o indirectament ni rebre patrocini de marques de tabac, alcohol o cases d'apostes o joc segon la legislació vigent que li resulti aplicable al patrocinat per a la organització de l'esdeveniment. Tampoc de marques vinculades directa o indirectament amb aquelles ni de línies de productes que s'associïn a elles.

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 incorre en cap dels supòsits a què es refereix la Llei 2/1996, de 19 de novembre, d'incompatibilitats dels membres del Govern i dels alts càrrecs de la CAIB.

c. Declaració responsable en què es faci constar si han rebut i/o sol·licitat ajuts d'institucions públiques o privades per fer el projecte, les quanties sol·licitades i/o concedides i les marques que han de figurar com a patrocinadores. Alternativament, declaració responsable de no haver rebut ni sol·licitat cap ajut o col·laboració d'institucions o entitats públiques o privades.

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 II), la documentació administrativa i els annexes III, IV, V i VI, s'ha de presentar el projecte tècnic 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 d'interès 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 II.
- Un **pla de comunicació** i màrqueting que inclogui les accions de comunicació mínimes 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 i les insercions publicitàries que es faran i el lloc on es posarà la marca dins aquesta publicitat. Mostra de situació del bàner de la fundació descrit i on apareixerà l'enllaç dins les comunicacions segons allò descrit a l'apartat 5. S'inclourà la informació sobre les accions prèvies que els organitzadors duen a terme durant l'any anterior a la realització de l'esdeveniment per atreure i mantenir l'interès del públic objectiu. L'organitzador garantirà que en les comunicacions s'associa l'esdeveniment amb els valors del pla de sostenibilitat presentat així com les accions d'alineació amb els ODS que estiguin garantides pels certificats corresponents segons allò presentat a l'annex II.
- En cas de **servei gastronòmic**, resum dels productes i càtering que s'utilitzaran. Cartes, vins, begudes,...
- 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 acord o conveni 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 les revisarà l'assessoria jurídica de la Fundació a mesura que entrin les sol·licituds.

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

Un cop comprovat que la documentació dels patrocinis admesos compleix amb tots els requisits necessaris, es farà un llistat de major a menor segons la puntuació obtinguda. Els patrocinis s'adjudicaran per ordre de major a menor segons la puntuació obtinguda i fins a l'exhauriment de la dotació econòmica. En cas d'empat, s'adjudicarà per ordre d'entrada.

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 des del moment en què s'adjudica i sempre abans de l'esdeveniment. En cas contrari, la Fundació pot resoldre no continuar el patrocini.

Les marques 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 duiguin 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. 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 VII degudament emplenat en PDF i Excel editable, que s'ha de registrar a través de la Seu electrònica (<https://fundacionmallorcatourisme.sedelectronica.es/info.0>).

En cas de no presentar l'annex VII correctament emplenat per a la seva posterior revisió, es procedirà a sol·licitar l'esmena, atorgant un termini improrrogable de deu dies naturals. En cas de no presentar aquest annex VII de forma correcta i en els formats indicats, es tindrà per desistit al sol·licitant del contracte de patrocini.

- La documentació següent en suport digital en arxius independents amb el nom indicat, que s'ha d'enviar per servei de transferència d'arxius en el nígul (We Transfer o Google Drive) o amb un usb.

- Memòria del projecte amb el pressupost liquidat, resum de l'acció, que inclourà allò marcat a l'annex II.
- Reportatge fotogràfic del projecte. Comptarà amb un mínim de 50 fotografies de l'esdeveniment orientades a la promoció turística de 20x15 en alta (300 dpi o ppt en format JPG) i baixa resolució. La meitat d'aquestes fotografies han de ser amb format d'imatge vertical.
- Resum de la repercussió mediàtica: clipping en PDF amb el valor econòmic equivalent tant de la marca Mallorca com de l'esdeveniment i la inversió en insercions publicitàries en els mitjans indicant el tipus (televisió, premsa escrita o digital, ràdio, xarxes socials, pàgines web), el país i àmbit (local o nacional) de publicació; impresos, audiovisuals i en línia. Aquesta repercussió es valorarà en funció d'usuaris únics diaris.
- Material gràfic i audiovisual fet durant el desenvolupament del projecte patrocinat. Inclourà un mínim de 10 vídeos professionals amb resolució 4k amb les millors imatges de l'esdeveniment orientades a la promoció turística, de 20 segons de durada cadascun sense cap retolació.
- Fotografies de les begudes i menjar servits durant l'acció/ esdeveniment, així com llistat definitiu del que s'ha servit als assistents.
- Certificat de titularitat bancària. 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'ajut. Si és una empresa, a nom d'aquesta empresa i, si és autònom, a nom de l'autònom.
- Declaració responsable de la despesa efectivament feta del projecte: el pressupost liquidat (llistat de les factures amb el seu número, proveïdor, concepte i import, acord o conveni de col·laboració amb CIF, entitat i import)
- Perfil dels assistents i/o participants amb les dades mínimes de: número de participants, grups d'edat expressat en % (0-12, 12-19, 18-30, 31-50, 51-65, >65), gènere, lloc de residència habitual (comunitat autònoma o país d'origen), canal de distribució per accedir a l'esdeveniment (venda directa en establiment de l'organitzador, plataforma en línia, agència de viatges, paquet de touroperador), motivació principal del viatge.
- Enquesta de participants, acompanyants i residents. La mida de la mostra representativa ha de ser suficient per a un nivell de confiança del 95% i un marge d'error del 5% per a cada conjunt estudiat. En el cas d'acompanyants, una mostra suficient amb un mínim de 100 persones. Com a mínim ha de reflectir la informació sobre el grau de satisfacció dels participants, els atributs més valorats de l'esdeveniment, les queixes més freqüents i condicions de Mallorca com a destinació. En relació als residents de l'illa, conèixer la seva opinió en relació a la realització de l'esdeveniment, els atributs més valorats i les queixes més freqüents. Opinió d'aspectes millorables en tots els grups. Les mostres estudiades han de ser representatives per a un nivell de confiança del 95% amb un marge d'error del 5% de cada grup.





L'enquesta utilitzada per la entitat patrocinada serà la facilitada per la Fundació per a cada esdeveniment concret.

j) Declaració responsable de procediments sancionadors oberts, de les propostes de sancions, de les sancions fermes i qualsevol altre incidència relacionada amb sancions administratives que tinguin a veure amb l'esdeveniment patrocinat, amb l'entitat organitzadora o els proveïdors que hagi contractat.

k) Justificació documentada de les accions que impliquen alineació amb Objectius de Desenvolupament Sostenible (ODS) de l'ONU

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. L'organitzador garanteix que disposa dels drets d'ús de tot el material i d'allò que apareix a les imatges subministrades i serà responsable de l'acreditació de la disponibilitat d'aquests drets i de responsabilitats que se'n derivin.

El valor econòmic de la repercussió mediàtica del patrocini per a la marca Mallorca (segons el manual de l'FMT annex VIII) 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.

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 (marca promocional segons el manual de l'FMT annex VIII) 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 socials, l'etiqueta o hashtag.

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, es fixarà 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 finalització del projecte.

Tot i això, en el cas que el projecte/acció/esdeveniment hagi rebut altres patrocinis i/o ajuts (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 ajut signats amb l'entitat pública.

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.

10. 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.

11. 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.



12. 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.

13. 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.

14. 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 VII) no es lliuri o no es faci d'acord amb les especificacions que s'indiquen 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.
- i) Estar incurs en un procés sancionador relacionat amb l'esdeveniment patrocinat.

15. 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 II

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 detallades a la memòria.

En relació a les puntuacions de l'annex II obtingudes en la valoració, si es comprova que la condició o condicions que atorguen la puntuació, no han estat realitzades segons la proposta presentada i valorada, no es tindrà en compte per a la justificació dels punts i es retiraran de la seva autobaremació, minvant la quantitat econòmica de l'adjudicació obtinguda.

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:

TIPOLOGIA	PUNTUACIÓ	Marcar amb una x l'opció
Aparició de "Mallorca" dins el títol	25	
Aparició de "Mallorca" en el subtítol	5	

S'haurà d'indicar el títol sencer del projecte dins de la memòria i aquest s'haurà de mantenir durant tot l'esdeveniment. Per classificar l'opció "Mallorca" dins el títol, les lletres han de tenir la mateixa grandària/rellevància que la resta del text que forma el títol. En altre cas, es considerarà subtítol.

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.

S'inclouen els serveis gastronòmics de l'esdeveniment que han d'utilitzar productes gastronòmics i enològics 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. Adjuntar a la memòria el detall del servei gastronòmic que s'utilitzarà durant l'esdeveniment (marques dels productes, menús,...). Si es comprova que el producte de Mallorca no ha estat utilitzat segons la proposta presentada i valorada, no es tindrà en compte per a la justificació dels punts i es retiraran de la seva autobaremació, minvant la quantitat d'adjudicació obtinguda.

Indicar les accions obligatòries que per llei s'han de complir, especialment la 8/2019 de 19 de febrer de residus i sòls contaminants de les Illes Balears. Indicar separadament altres iniciatives pròpies de millores de la sostenibilitat que ultrapassin les obligatòries. En aquest apartat, es poden obtenir com a màxim 10 punts.

Compleixen:	Puntuació	Marcar con una x si procedeix
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	
Gastronomia local, utilització de producte local/Km 0 en una proporció superior al 70%	5	

3. Pressupost

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

No es poden presentar projectes que el seu pressupost sigui inferior a 450.000 euros impostos inclosos.

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 500.000	15	
	Pressupost superior a 550.000	20	
	Pressupost superior a 600.000	25	
	Pressupost superior a 900.000	30	
Esport	Pressupost superior a 500.000	15	
	Pressupost superior a 750.000	20	
	Pressupost superior a 1.000.000	25	
	Pressupost superior a 3.000.000	30	
Altres activitats d'interès turístic, vinculades al Pla Estratègic 2020-23 de l'FMT	Pressupost superior a 600.000	15	
	Pressupost superior a 1.000.000	20	
	Pressupost superior a 2.000.000	25	
	Pressupost superior a 3.000.000	30	

4. Mercats internacionals en els quals 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, xarxes socials, 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.

Mercat internacional	PUNTUACIÓ	Marcar amb una x l'opció
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. Les accions promocionals han de ser homogènies en número, intensitat i qualitat en cadascun dels mercats internacionals on es faran.

Dins del concepte d'accions promocionals s'exclouen específicament les insercions publicitàries que constaran en l'apartat següent ja que es consideren campanyes publicitàries.

Es considera acció promocional un esdeveniment que comunica la realització de l'objecte del patrocini, amb la presència de la marca Mallorca dins un context on es promouen turísticament les excel·lències de la destinació de l'illa de Mallorca com a escenari, lloc o seu on es desenvolupa dit esdeveniment.

5. Euros invertits en publicitat

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

Tota aquesta publicitat pot ser impresa (diaris, revistes,...), ràdio i televisió 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 per aquest concepte es fa en el web o qualsevol mitjà propi, 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.

Categoria de l'esdeveniment	Despesa en publicitat	PUNTUACIÓ	Marcar amb una x l'opció
Cultura	Pressupost entre 30.000 i 40.000 euros	15	
	Pressupost entre 40.001 i 75.000	20	
	Pressupost superior a 75.001	25	
Esport	Pressupost entre 40.000 i 60.000 euros	15	
	Pressupost entre 60.001 i 90.000	20	
	Pressupost superior a 90.001	25	
Altres activitats d'interès turístic, vinculades al Pla Estratègic 2020-23 de l'FMT	Pressupost entre 50.000 i 100.000	15	
	Pressupost entre 100.001 i 200.000	20	
	Pressupost superior a 200.001	25	

6. Alineació amb Objectius de Desenvolupament Sostenible (ODS) de l'ONU

En aquest apartat es valora disposar d'una certificació de qualitat (vigent durant l'exercici en el qual es faci l'esdeveniment) expedida per una empresa certificadora oficialment acreditada en l'Entidad Nacional de Acreditación (ENA), en relació a l'economia circular i contribució empresarial a la sostenibilitat i als ODS. Per a obtenir la màxima puntuació cal disposar de les dues certificacions de forma individualitzada. Les accions emparades amb aquests certificats s'han d'explicar al pla de sostenibilitat i justificar la seva realització dins la justificació del patrocini.

Certificació	Vigència	Empresa certificadora	Punts	
Sostenibilitat/ contribució als ODS			10	
Economia circular			10	

7. Potencial desestacionalitzador per període de realització

En aquest apartat es valoren les dates de realització de l'esdeveniment donant més puntuació als que es realitzen fora de la temporada turística (o quan comença usualment el descens de visitants) pel seu potencial desestacionalitzador. Els esdeveniments s'han de realitzar íntegrament en el període temporal objecte del patrocini. Si l'esdeveniment es realitza en dues dates consecutives que abasta puntuacions diferents, s'atorgarà la puntuació de menor valor. Si la durada és superior a tres dies consecutius, s'atorgarà la puntuació del període on tinguí lloc la major part de realització de l'esdeveniment. Només es pot marcar una opció.

Període	punts	
Octubre	5	
Novembre/Desembre	10	

8. Retransmissió de l'esdeveniment en directe o en diferit, de forma parcial o completa per televisió.

No es comptarà amb la retransmissió via streaming. Només es pot seleccionar una de les opcions.

S'haurà de presentar declaració responsable de que es disposa d'un acord amb els medis o amb l'entitat corresponent per complir aquesta clàusula. En cas de no verificar-se es restarà la puntuació obtinguda i es minorarà la quantitat atorgada en el patrocini. Els països/mercats internacionals a considerar són: Alemanya, Regne Unit, França, Itàlia, EE.UU., Canadà, mercat escandinau (Suècia, Noruega, Dinamarca, Finlàndia), mercat Benelux (Bèlgica, Països Baixos, Luxemburg). Cada mercat compta com una unitat en el còmput, no pel número de països que comprenen; les retransmissions hauran de ser com a mínim a dos dels països inclosos en ell.



Es considera TV nacional, les emissions de televisions amb un 90% de contingut d'àmbit nacional en la programació.

Punts	Retransmissió parcial en TV en directe o diferit, durada mínima de 5 minuts.	Retransmissió completa de l'esdeveniment des de l'inici fins al final, d'un dia durada	Retransmissió completa de l'esdeveniment de des de l'inici fins al final, més d'un dia de durada
TV Nacional	10	20	30
TV Nacional i internacional 3 països o mercats	20	30	40
TV Nacional i internacional més de 5 països o mercats	30	40	50





ANNEX III Declaració responsable

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:

Que la persona física o jurídica a la qual represent, els seus administradors o representants, no incorren en cap dels supòsits en l'aplicació de l'article 25.6 de la llei 8/2019, de 19 de febrer, de residus i sòls contaminats de les Illes Balears, d'acord amb el que estableix la Instrucció tècnica 1/2021 de 9 de març de 2021 del Director General de Residus i Educació Ambiental per a l'aplicació d'aquest article (publicada al BOIB No. 34 d'11 de març de 2021)

....., de de 20--

(Signatura)

FUNDACIÓ MALLORCA TURISME





ANNEX IV Declaració responsable

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

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 pagament amb la Fundació Mallorca Turisme, així com de la justificació d'altres contractes fets amb la Fundació.
- Ser titular de la marca o dels drets o llicències per a la celebració/organització de l'esdeveniment o que tenc l'autorització del legítim titular.

....., de de 20--

(Signatura)

FUNDACIÓ MALLORCA TURISME





ANNEX V

Declaració responsable procediment sancionador

No tenir cap expedient sancionador obert amb una administració pública ni haver organitzat un esdeveniment amb la marca, el mateix nom o semblant, que té un expedient sancionador obert.





ANNEX VI

Declaració responsable sol·licitud altres ajuts

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:

Que la persona física o jurídica a la qual represent, ha rebut i/o ha sol·licitat altres ajuts o col·laboracions d'institucions públiques o privades per fer el projecte, les quanties econòmiques i les marques a patrocinar següents:

Institució i objecte Quantia Marca

-
-
-
-

Que la persona física o jurídica a la qual represent, no ha rebut i/o sol·licitat altres ajuts o col·laboracions d'institucions públiques o privades

....., de de 20--

(Signatura)

FUNDACIÓ MALLORCA TURISME

<https://www.caib.es/eboibfront/pdf/ca/2022/76/1113364>



ANNEX VII
JUSTIFICACIÓ PATROCINI DE GRANS ESDEVENIMENTS I ALTRES ACTIVITATS D'INTERÈS TURÍSTIC

Nom del projecte:
Entitat sol·licitant:
CIF:
Data de presentació de la sol·licitud:
Import adjudicat per l'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. Enquestes realitzades segons s'indica a les bases, apartat 10. lletra i)
 - c. Reportatge fotogràfic de, com a mínim, 50 fotografies de 20x15 en alta (300 dpi o ppt en format JPG) i baixa resolució del projecte.
 - d. 10 vídeos, com a mínim, de 20' segons de durada màxima, editables Full HD (1920x1080) i format MP4
 - e. 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, en format PDF i Excel editable en el format indicat a cada apartat. 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, es fixarà un mínim de 150 euros per notícia.

d.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, el país i àmbit territorial i la data de publicació. No els 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, país i l'abast territorial de la difusió, 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*	País	Àmbit territorial	valoració

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

d.2 RADIO I TELEVISIÓ:

Notícies: cal acreditar-les amb còpia digital de 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	País	Àmbit territorial	valoració



d.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*	País	Àmbit territorial	valoració

*Indicau el format de la publicació. Exemple: bàner o megabàner 980x90 i la seva rotació.

d.4 XARXES SOCIALS I CONTINGUTS: Facebook, Twitter, Instagram, Youtube,...

Notícies/ informació: cal entregar totes les publicacions (post, tuit, 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 l'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	País d'origen	valoració

d.5 WEB PROPI

Cal entregar una captura de pantalla de la portada on es vegi el bàner que indiquen els plecs i que redirecciona al 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

f. Material gràfic i audiovisual que s'ha fet en el desenvolupament del projecte patrocinat.

g. 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 dels mitjans d'abast local, autonòmic i/o provincial referit a les Illes Balears.

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 el 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 a 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 i altres mitjans d'abast local, autonòmic, provincial o nacional en les seccions territorials referides a Illes Balears.»

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 la finalitat que ha servit de fonament per signar el contracte privat de patrocinis de referència.

Palma, a la data de la signatura electrònica

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

DNI

FUNDACIÓ MALLORCA TURISME

