

MANUAL DE USO DE LA MARCA
WORLD DESIGN CAPITAL VALENCIA
2022





GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE CIENCIA
E INNOVACIÓN



Publicación incluida en el Programa Editorial 2022 del Ministerio de Ciencia e Innovación

Catálogo general de publicaciones oficiales

<https://cpage.mpr.gob.es>

La autoría de esta publicación corresponde al Ministerio de Ciencia e Innovación y a la Fundació del Disseny de la Comunitat Valenciana

EDITA

Secretaría General Técnica del Ministerio de Ciencia e Innovación y Fundació del Disseny de la Comunitat Valenciana

COORDINA

Secretaría General de Innovación del Ministerio de Ciencia e Innovación y Fundació del Disseny de la Comunitat Valenciana

DISEÑO,
MAQUETACIÓN

World Design Capital Valencia 2022

e-NIPO

831220015

SÍGUENOS EN

www.ciencia.gob.es



@CienciaGob



facebook.com/CienciaGob



instagram.com/cienciagob



Esta licencia permite a otros entremezclar, ajustar y construir a partir de su obra con fines no comerciales, y aunque en sus nuevas creaciones deban reconocerle su autoría y no puedan ser utilizadas de manera comercial, no tienen que estar bajo una licencia con los mismos términos.

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/legalcode.es>

Introducción

Manual básico de identidad corporativa de “Word Design Capital Valencia 2022”

01 / Introducción

02 / La Marca

03 / Configuraciones

04 / Color y Tipografía

05 / Usos combinados - Usos incorrectos

Manual de uso y aplicación para empresas patrocinadoras

06 / Beneficios fiscales aplicables

07 / Procedimiento para la solicitud de la certificación acreditativa y reconocimiento de los beneficios fiscales

08 / Cálculo de la base de la deducción fiscal

09 / Líneas estratégicas de comunicación

10 / Criterios para determinar el carácter esencial del contenido del soporte publicitario

11 / Soportes esenciales

12 / Soportes no esenciales

13 / Medios de comunicación

Modelos de solicitudes y certificaciones

14 / Anexo 1. Criterios para cuantificar el contenido publicitario del soporte utilizado

15 / Anexo 2. Sobre la modificación de este manual

16 / Anexo 3. Modelo de solicitud

17 / Anexo 4. Modelo de Declaración Responsable

18 / Anexo 5. Modelo de relación de facturas de actuaciones publicitarias. Publicidad esencial

19 / Anexo 6. Modelo de relación de facturas de actuaciones publicitarias. Publicidad no esencial

20 / Anexo 7. Modelo de certificación

Normativa básica aplicable al “Word Design Capital Valencia 2022”

- 19 / Ley 49/2002, de 23 de diciembre

- 20 / Real Decreto 1270/2003, de 10 de octubre

- 21 / Resolución de 25 de enero de 2018

- 22 / Real Decreto-Ley 17/2020, de 5 de mayo

**MANUAL BÁSICO DE
IDENTIDAD CORPORATIVA**

La World Design Organization (WDO) es una organización no gubernamental fundada en 1957 a partir de un grupo de organizaciones internacionales centradas en el diseño industrial, que tiene como finalidad la promoción del diseño a nivel internacional a través de iniciativas que mejoren la calidad de vida y la economía de las naciones de todo el mundo. Entre las actividades que lleva a cabo incluye el programa World Design Capital ®, designación bienal otorgada a una ciudad que ha demostrado el uso del diseño en la revitalización de áreas urbanas, al mismo tiempo que promueve el diseño innovador como conductor del desarrollo económico, social y cultural. En el pasado, ciudades de reconocimiento internacional como Turín, Helsinki, Ciudad del Cabo, Seúl, Taiwán o Ciudad de México han tenido el honor de ocupar esta posición que, durante 2022, ocupará València. La designación de València como World Design Capital supone una plataforma extraordinaria para mejorar la visibilidad de todo el ecosistema español relacionado con el diseño y la innovación; crea, activa y facilita vínculos y colaboraciones entre ambos generando contactos estables con otras disciplinas o sectores económicos, sociales y culturales, al tiempo que es una lanzadera de promoción del diseño y la innovación españoles a nivel internacional.

El Ministerio de Ciencia e Innovación ha promovido y tramitado la declaración de València Capital Mundial del Diseño 2022 como Acontecimiento de Excepcional Interés Público (AEIP), siendo declarada AEIP en la Ley 11/2020, de 30 de diciembre, de Presupuestos Generales del Estado para el año 2021. Se trata de la primera AEIP que se promueve desde el Ministerio de Ciencia e Innovación, lo que supone un esfuerzo de coordinación entre administraciones: Administración General del Estado (ministerios de Ciencia e Innovación, de Cultura y Deporte y Hacienda y Función Pública), Generalitat Valenciana, Ayuntamiento de València y Diputación de València. La iniciativa cuenta además con el respaldo del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, así como de la Casa de S.M. el Rey y el apoyo de instituciones locales como la Asociación de Diseñadores de Interior de la Comunitat Valenciana, ComunitAD, READ y el Colegio Territorial de Arquitectos de Valencia.

La declaración de World Design Capital Valencia 2022 como acontecimiento de excepcional interés público fomenta la participación privada en el programa y la difusión y divulgación de este, lo que tendrá un beneficio directo sobre la población nacional en términos de sostenibilidad, educación, cultura y movilidad y contribuirá al desarrollo social y económico. La celebración de World Design Capital Valencia 2022 se materializa en un programa transversal de actividades, con el objetivo de divulgar el diseño y la innovación como herramienta para la mejora de la vida, las relaciones humanas con el entorno, la comunicación y el producto empresarial.

Este Manual tiene como objetivos, por un lado, servir de orientación a las empresas en lo que se refiere al uso de la marca bajo una estrategia de marcas compartidas en la que el patrocinador y patrocinado obtienen beneficios económicos y/o difusión de la imagen, y por otro, establecer las pautas generales del procedimiento para el reconocimiento de los beneficios fiscales aplicables a la celebración de World Design Capital Valencia 2022.

VERSIÓN PRINCIPAL

Se aplicará la versión principal del logotipo siempre que sea posible por visibilidad.



ÁREA DE SEGURIDAD

Para asegurar que la marca es claramente visible en todas las aplicaciones, se debe respetar en todo su perímetro un espacio libre de textos, gráficos y otros elementos que pudieran causar interferencia visual.

Siguiendo este criterio, se potencia el reconocimiento y el impacto de nuestra identidad y se asegura la integridad y la legibilidad de la marca.

Tomando como referencia "N" el tamaño de la letra W se debe respetar un perímetro de seguridad como en el ejemplo.



TAMAÑO MÍNIMO

La escala de la configuración principal de la marca debe ser determinada por el espacio disponible, la estética, la función y la visibilidad, pero siempre respetando el tamaño mínimo de reducción para asegurar en todos los casos una correcta legibilidad del logotipo.

- En impresión no se podrán usar para esta configuración tamaños menores de 16mm de base.

- En digital no se podrán usar para esta configuración tamaños menores al equivalente en impresión (60px).



VERSIONES DE COLOR: Versión principal sobre fondos

Cuando sea necesario dependiendo del color de fondo de la creatividad se podrá utilizar versión en positivo y negativo.

El objetivo es asegurar la correcta visibilidad del logotipo en las piezas de los colaboradores.

Sobre fondo oscuro



Sobre fondo de color



VERSIONES DE COLOR: Versión principal a una tinta

Cuando sea necesario dependiendo del color de fondo de la creatividad se podrá utilizar versión en positivo y negativo.

El objetivo es asegurar la correcta visibilidad del logotipo en las piezas de los colaboradores.

USOS INCORRECTOS

Para mantener la integridad de la identidad visual y para promover la consistencia de la marca, es importante utilizar todas las configuraciones como se describe en estas directrices.

No está permitido alterar las proporciones, los colores ni la perspectiva en ninguna de las versiones, debiendo ceñirse a las que se adjuntan con este manual.

Sobre fondo oscuro



Sobre fondo claro



VERSIÓN SECUNDARIA: Soportes de gran tamaño

En soportes de gran tamaño (veáse apartados siguientes) podrá utilizarse esta versión del logotipo.

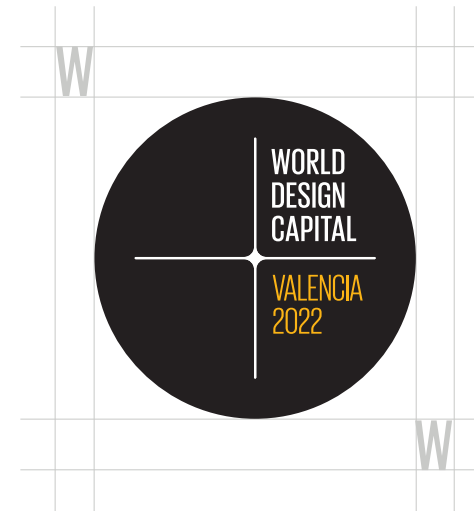


ÁREA DE SEGURIDAD

Para asegurar que la marca es claramente visible en todas las aplicaciones, se debe respetar en todo su perímetro un espacio libre de textos, gráficos y otros elementos que pudieran causar interferencia visual.

Siguiendo este criterio, se potencia el reconocimiento y el impacto de nuestra identidad y se asegura la integridad y la legibilidad de la marca.

Tomando como referencia “N” el tamaño de la letra W se debe respetar un perímetro de seguridad como en el ejemplo.



TAMAÑO MÍNIMO

La escala de la configuración secundaria de la marca debe ser determinada por el espacio disponible, la estética, la función y la visibilidad, pero siempre respetando el tamaño mínimo de reducción para asegurar en todos los casos una correcta legibilidad del logotipo.

- En impresión no se podrán usar para esta configuración tamaños menores de 42mm de base.

- En digital no se podrán usar para esta configuración tamaños menores al equivalente en impresión (159px).

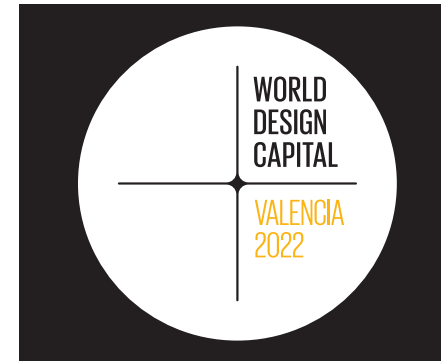


VERSIONES DE COLOR: Versión secundaria sobre fondos

Cuando sea necesario dependiendo del color de fondo de la creatividad se podrá utilizar versión en positivo y negativo.

El objetivo es asegurar la correcta visibilidad del logotipo en las piezas de los colaboradores.

Sobre fondo oscuro



Sobre fondo de color



VERSIONES DE COLOR: Versión secundaria a una tinta

Cuando sea necesario dependiendo del color de fondo de la creatividad se podrá utilizar versión en positivo y negativo.

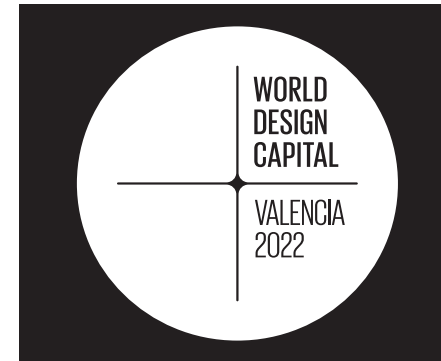
El objetivo es asegurar la correcta visibilidad del logotipo en las piezas de los colaboradores.

USOS INCORRECTOS

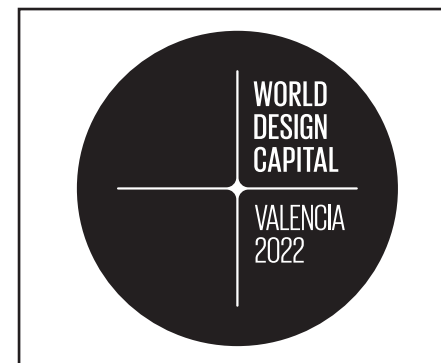
Para mantener la integridad de la identidad visual y para promover la consistencia de la marca, es importante utilizar todas las configuraciones como se describe en estas directrices.

No está permitido alterar las proporciones, los colores ni la perspectiva en ninguna de las versiones, debiendo ceñirse a las que se adjuntan con este manual.

Sobre fondo oscuro



Sobre fondo claro



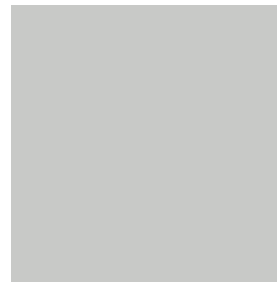
El color corporativo según sea el soporte en donde se imprima es el amarillo, complementado con negro y con el gris como color secundario.

Principal



GROC VWDC / YELLOW VWDC
PANTONE 7408 C
CMYK C:0 M:25 Y:100 K:0
R: 233 G: 188 B: 0
HEX: e9bc00

Secundario



PANTONE COOL GRAY 3 C
CMYK C:10 M:7 Y:11 K:10
R: 200 G: 201 B: 199
HEX: c8c9c7



NEGRO

En los logotipos autorizados la tipografía utilizadas es:

Favorit Std

Para textos destacados se utilizará Favorit.

Tipografía WDC VALÈNCIA 2022

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnoqrstuvwxyz

1234567890 ?¿+-.,

Textos destacados WDC VALÈNCIA 2022

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnoqrstuvwxyz

1234567890 ?¿+-.,

Convivencia de la marca

La convivencia de la marca con otras marcas institucionales deberá respetar las normas de este manual.

Siempre que sea posible, se usará en primer lugar la marca de "WORLD DESIGN CAPITAL VALÈNCIA 2022".

Se ilustra algún ejemplo usando la configuración de la marca y el área de reserva respecto a los logotipos en convivencia.



**MANUAL DE USO Y APLICACIÓN
PARA EMPRESAS COLABORADORAS**

La disposición adicional octogésima de la Ley 11/2020, de 30 de diciembre, de Presupuestos Generales del Estado para el año 2021, otorga al «València, Capital Mundial del Diseño 2022/World Design Capital València 2022», la consideración de acontecimiento de excepcional interés público a los efectos de lo dispuesto en el artículo 27 de la Ley 49/2002, de 23 de diciembre.

Uno. El Programa «World Design Capital València 2022» tendrá la consideración de acontecimiento de excepcional interés público a efectos de lo dispuesto en el artículo 27 de la Ley 49/2002, de 23 de diciembre, de régimen fiscal de las entidades sin fines lucrativos y de los incentivos fiscales al mecenazgo.

Dos. La duración del programa de apoyo será desde la entrada en vigor de la Ley 11/2020, de 30 de diciembre, hasta el 31 de agosto de 2023.

Tres. La certificación de la adecuación de los gastos realizados a los objetivos y planes del programa se efectuará en conformidad con el órgano colegiado

interministerial gestor del acontecimiento

Cuatro. Las actuaciones a realizar serán las que aseguren el adecuado desarrollo del acontecimiento. El desarrollo y concreción en planes y programas de actividades específicas se realizará por el órgano competente de conformidad con lo dispuesto en la Ley 49/2002.

Cinco. Los beneficios fiscales de este programa serán los máximos establecidos en el artículo 27.3 de la Ley 49/2002.

- Los beneficios fiscales aplicables que establece el mencionado artículo 27.3. Primero de la Ley 49/2002, de 23 diciembre, de Régimen Fiscal de Entidades Sin Fines Lucrativos e Incentivos Fiscales al Mecenazgo son:

Primero. Los sujetos pasivos del Impuesto sobre Sociedades, los contribuyentes del impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas que realicen actividades económicas en régimen de estimación directa y los contribuyentes del Impuesto sobre la Renta de no residentes que operen en territorio español mediante establecimiento permanente podrán deducir de la cuota íntegra del impuesto el 15 por 100 de los gastos que, en cumplimiento de los planes y programas de actividades establecidos por el consorcio o por el órgano administrativo correspondiente, realicen en la propaganda y publicidad de proyección plurianual que sirvan directamente para la promoción del respectivo acontecimiento.

El importe de esta deducción no puede exceder del 90 por 100 de las donaciones efectuadas al consorcio, entidades de titularidad pública o entidades a que se refiere el artículo 2 de esta Ley, encargadas de la realización de programas y actividades relacionadas con el acontecimiento. De aplicarse esta deducción, dichas donaciones no podrán acogerse a cualquiera de los incentivos fiscales previstos en esta Ley.

Cuando el contenido del soporte publicitario se refiera de modo esencial a la divulgación del acontecimiento, la base de la deducción será el importe total del gasto realizado. En caso contrario, la base de la deducción será el 25 por 100 de dicho gasto.

Esta deducción se computará conjuntamente con las reguladas en el Capítulo IV del Título VI del texto refundido de la Ley del Impuesto sobre Sociedades, aprobado por el Real Decreto Legislativo 4/2004, de 5 de marzo, a los efectos establecidos en el artículo 44 del mismo.

Segundo. Los contribuyentes del Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas, los sujetos pasivos del Impuesto sobre Sociedades y los contribuyentes del Impuesto sobre la Renta de no Residentes que operen en territorio español mediante establecimiento permanente tendrán derecho a las deducciones previstas, respectivamente, en los artículos 19, 20 y 21 de esta Ley, por las donaciones y aportaciones que realicen a favor del consorcio que, en su caso, se cree con arreglo a lo establecido en el apartado anterior.

El régimen de mecenazgo prioritario previsto en el artículo 22 de esta Ley será de aplicación a los programas y actividades relacionados con el acontecimiento, siempre que sean aprobados por el consorcio u órgano administrativo encargado de su ejecución y se realicen por las entidades a que se refiere el artículo 2 de esta Ley o por el citado consorcio, elevándose en cinco puntos porcentuales los porcentajes y límites de las deducciones establecidas en los artículos 19, 20 y 21 de esta Ley.

- La Disposición final segunda del Real Decreto-ley 17/2020, de 5 de mayo, por el que se aprueban las medidas de apoyo al sector cultural y de carácter tributario para hacer frente al impacto económico y social del COVID-2019 modifica, con efectos desde el 1 de enero de 2020, el apartado 1 del artículo 19 de la citada Ley 49/2002, de 23 de diciembre, aumentando cinco puntos porcentuales la deducción correspondiente al conjunto de donativos, donaciones y aportaciones con derecho a deducción, determinada según lo dispuesto en el artículo 18 de la citada Ley a los contribuyentes del Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas, por lo que las deducciones por Mecenazgo prioritario quedan como sigue:

Base deducción IRPF	% mecenazgo prioritario
150 euros	85%
Resto base deducción sin fidelización	40%
Resto base deducción con fidelización	45%
Base deducción IMPUESTO DE SOCIEDADES	% mecenazgo prioritario
Sin fidelización	40%
Con fidelización	45%

Tercero. Las transmisiones sujetas al Impuesto sobre Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados tendrán una bonificación del 95 por 100 de la cuota cuando los bienes y derechos adquiridos se destinen, directa y exclusivamente, por el sujeto pasivo a la realización de inversiones con derecho a deducción a que se refiere el punto primero de este apartado.

Cuarto. Los sujetos pasivos del Impuesto sobre Actividades Económicas tendrán una bonificación del 95 por 100 en las cuotas y recargos correspondientes a las actividades de carácter artístico, cultural, científico o deportivo que hayan de tener lugar durante la celebración del respectivo acontecimiento y que se enmarquen en los planes y programas de actividades elaborados por el consorcio o por el órgano administrativo correspondiente.

Quinto. Las empresas o entidades que desarrollen los objetivos del respectivo programa tendrán una bonificación del 95 por 100 en todos los impuestos y tasas locales que puedan recaer sobre las operaciones relacionadas exclusivamente con el desarrollo de dicho programa.

Sexto. A los efectos previstos en los números anteriores no será de aplicación lo dispuesto en el primer párrafo del apartado 2 del artículo 9 de la Ley 39/1988, de 28 de diciembre, reguladora de las Haciendas Locales.

Para la aplicación de estas deducciones, la Ley 49/2002 exige los siguientes requisitos:

- Las donaciones se aplicaran a la ejecución de los Objetivos y planes aprobados por el órgano colegiado interministerial gestor del acontecimiento para el “WDC Valencia 2022”.
- Dicha ejecución será llevada a cabo por las entidades encargadas de la realización de programas y actividades relacionadas con el “WDC Valencia 2022”, que serán previamente designadas por el órgano colegiado interministerial gestor del acontecimiento.

1. Tendrán derecho a disfrutar de estos beneficios fiscales todas aquellas personas físicas o jurídicas que:

A) Acrediten que el gasto con derecho a deducción se ha realizado en cumplimiento de los planes y programas establecidos por la Comisión Ejecutiva, mediante la oportuna certificación expedida por la Comisión Certificadora con arreglo a lo dispuesto en los artículos 10 y 12 del Real Decreto 1270/2003, de 10 de octubre, por el que se aprueba el Reglamento para la aplicación del régimen fiscal de las entidades sin fines lucrativos y de los incentivos al mecenazgo (en adelante, el Reglamento).

En el caso de grupos fiscales, tanto los gastos de publicidad y propaganda como las donaciones a las que se refiere el artículo 27.3 de la Ley 49/2002, podrán realizarlos cualquier entidad del grupo o varias entidades de dicho grupo. En los supuestos del artículo 74 de la Ley 27/2014, se aplicarán las reglas establecidas en dicho precepto.

B) Obtengan el reconocimiento previo de la Administración Tributaria del derecho a las correspondientes deducciones o bonificaciones fiscales de acuerdo con lo previsto en el artículo 9 del Reglamento.

2. Solicitud ante la Comisión certificadora:

A la solicitud se adjuntará la documentación relativa a las características y finalidad del gasto realizado.

Las solicitudes deben dirigirse a la Secretaría del órgano colegiado interministerial gestor del acontecimiento y pueden presentarse directamente en registros o lugares previstos en el artículo 16.4 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas.

El plazo para la presentación de las solicitudes de expedición de certificaciones terminará 15 días después de la finalización del acontecimiento respectivo (el 15 de Septiembre de 2023).

Independientemente del plazo citado anteriormente, para cada ejercicio económico las entidades colaboradoras deberán presentar su solicitud de expedición de certificación a la Comisión certificadora, por los gastos de publicidad y propaganda realizados.

Tratándose de gastos de publicidad y propaganda, cuando en la solicitud presentada no se hubiera efectuado mención expresa de la calificación que se solicita, se entenderá que el contenido del soporte publicitario no se refiere de modo esencial.

3. Plazos de resolución y efectos del silencio administrativo

De acuerdo con lo dispuesto en el apartado 3 del artículo 10 del Reglamento, la Comisión certificadora dispone de dos meses, desde la fecha en que la solicitud haya tenido entrada en su Registro, para notificar al interesado la resolución emitida.

La certificación será emitida por la Comisión certificadora, siendo necesario el voto favorable del representante del Ministerio de Hacienda y Función Pública.

El cómputo de dicho plazo se suspenderá cuando se requiera al interesado que complete la documentación presentada, por el tiempo que medie entre la notificación del requerimiento y la presentación de la documentación requerida.

Transcurrido el plazo de dos meses sin que se hubiera recibido requerimiento o notificación administrativa sobre la solicitud, se entenderá cumplido el requisito de la certificación, pudiendo el interesado solicitar a la Administración tributaria el reconocimiento del beneficio fiscal, aportando copia sellada de la solicitud.

4. Remisión por el órgano administrativo de las certificaciones expedidas a la Agencia Estatal de Administración Tributaria

El órgano colegiado interministerial gestor del acontecimiento remitirá al Departamento de Gestión Tributaria de la Agencia Estatal de Administración Tributaria, en los meses de enero, abril, julio y octubre, copia de las certificaciones emitidas en el trimestre anterior, para su ulterior remisión a los correspondientes órganos de gestión, según establece el artículo 11 del Reglamento.

Si el citado órgano no hubiera emitido la certificación solicitada, deberá remitir copia de la solicitud presentada por el interesado.

5. Reconocimiento de los beneficios por la Administración tributaria

El reconocimiento previo del derecho de los contribuyentes a la aplicación de las deducciones previstas en el Impuesto sobre Sociedades, en el Impuesto sobre la Renta de las

Personas Físicas y en el Impuesto sobre la Renta de no Residentes, se efectuará por el órgano competente de la Agencia Estatal de Administración Tributaria, previa solicitud del interesado.

En el caso de grupos fiscales, la solicitud la podrá presentar tanto la entidad representante del grupo, como cualquiera de las entidades del mismo que hayan realizado el gasto.

La solicitud habrá de presentarse al menos 45 días naturales antes del inicio del plazo reglamentario de declaración-liquidación correspondiente al período impositivo en que haya de surtir efectos el beneficio fiscal cuyo reconocimiento se solicita. A dicha solicitud deberá adjuntarse la certificación expedida por la Comisión certificadora del Consejo WDC Valencia que acredite que los gastos con derecho a deducción a los que la solicitud se refiere se han realizado en cumplimiento de los planes y programas de actividades aprobados para el World Design Capital Valencia 2022.

El plazo máximo en que debe notificarse la resolución expresa del órgano competente en este procedimiento será de 30 días naturales desde la fecha en la que la solicitud haya tenido entrada en el registro de dicho órgano competente. El cómputo de dicho plazo se suspenderá cuando se requiera al interesado que complete la documentación presentada, por el tiempo que medie entre la notificación del requerimiento y la presentación de la documentación requerida.

Transcurrido el plazo a que se refiere el párrafo anterior sin que el interesado haya recibido notificación administrativa acerca de su solicitud, se entenderá otorgado el reconocimiento.

El reconocimiento previo del derecho de los sujetos pasivos del Impuesto sobre Actividades Económicas a la bonificación prevista en dicho impuesto se efectuará, previa solicitud del interesado, por el ayuntamiento del municipio que corresponda o, en su caso, por la entidad que tenga asumida la gestión tributaria del impuesto, a través del procedimiento previsto en el artículo 9 del Real Decreto 243/1995, de 17 de febrero, por el que se dictan

normas para la gestión del Impuesto sobre Actividades Económicas y se regula la delegación de competencias en materia de gestión censal de dicho impuesto.

A la solicitud de dicho reconocimiento previo deberá adjuntarse certificación expedida por el órgano colegiado interministerial gestor del acontecimiento que acredite que las actividades de carácter artístico, cultural, científico o deportivo que hayan de tener lugar durante la celebración del respectivo acontecimiento se enmarcan en sus planes y programas de actividades.

Para la aplicación de las bonificaciones previstas en otros impuestos y tasas locales, los sujetos pasivos deberán presentar una solicitud ante la entidad que tenga asumida la gestión de los respectivos tributos, a la que unirán la certificación acreditativa del cumplimiento del requisito exigido en el apartado 3 del artículo 8 del Reglamento, expedida por el consorcio u órgano administrativo correspondiente.

El plazo máximo en que debe notificarse la resolución expresa del órgano competente será de dos meses desde la fecha en que la solicitud haya tenido entrada en el registro del órgano competente para resolver. El cómputo de dicho plazo se suspenderá cuando se requiera al interesado que complete la documentación presentada, por el tiempo que medie entre la notificación del requerimiento y la presentación de la documentación requerida.

Transcurrido el plazo a que se refiere el párrafo anterior sin que el interesado haya recibido notificación administrativa acerca de su solicitud, se entenderá otorgado el reconocimiento previo.

El órgano que sea competente para el reconocimiento del beneficio fiscal podrá requerir al órgano colegiado interministerial gestor del acontecimiento, o al solicitante, la aportación de la documentación a que se refiere el apartado 1 del artículo 10 del Reglamento, con el fin de comprobar la concurrencia de los requisitos exigidos para la aplicación del beneficio fiscal cuyo reconocimiento se solicita.

C. Cálculo de la base de la deducción fiscal

Para los gastos que reúnen las condiciones establecidas en el artículo 8.1 del Reglamento para la aplicación del régimen fiscal de las entidades sin fines lucrativos y de los incentivos fiscales al mecenazgo (Real Decreto 1270/2013, de 10 de octubre), el cálculo de la base de la deducción responde a una secuencia de tres etapas:

1. Determinar el contenido publicitario dentro de cada soporte utilizado por el colaborador, es decir, hacer una calificación previa que determinará que se distinga entre:

- Soportes cuya única finalidad es la publicidad del colaborador y del acontecimiento.
- Soportes cuya finalidad principal es distinta de la publicitaria.

2. Cuantificar o valorar el contenido publicitario del soporte utilizado, lo que dará lugar al concepto de gasto publicitario, es decir, valorar en términos económicos el contenido publicitario de cada uno de los tipos de soportes del apartado anterior en función de:

- Si los soportes utilizados forman parte de los medios de producción de los colaboradores.
- Si los soportes son contratados por el colaborador con un tercero.

3. Determinar la base de deducción: La base de la deducción puede ser el total del valor publicitario determinado en la etapa 2 anterior o sólo el 25 por ciento en función del criterio de esencialidad. Más adelante se describirán los diferentes soportes, clasificados según su finalidad principal sea la publicidad del colaborador y la del acontecimiento, o bien sea esta distinta de la publicitaria.

De la cuota íntegra del impuesto por el que tribute el obligado tributario, se deducirá el 15 por ciento de la base de deducción calculada siguiendo la secuencia de las etapas antes descritas y se tendrán en cuenta para su aplicación dos condiciones:

– El importe de la deducción así calculada no puede exceder del 90 por ciento de las donaciones que se hayan efectuado a las entidades designadas por la Comisión Ejecutiva como encargadas de la realización de programas y actividades relacionadas con el acontecimiento.

– La aplicación de esta deducción es incompatible con la posibilidad de que el contribuyente aplique en la cuota íntegra del impuesto que en cada caso proceda (Impuesto sobre Sociedades, Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas o Impuesto sobre la Renta de no Residentes), las deducciones por donaciones previstas en los artículos 19, 20, 21 y, en su caso, 22 de la Ley 49/2002.

A continuación se desarrolla cada una de estas fases.

1. Reglas para determinar el contenido publicitario del soporte utilizado

Un colaborador puede utilizar diferentes soportes en la estrategia de comunicación del acontecimiento. Algunos de ellos serán soportes publicitarios propiamente dichos. Otros tendrán una finalidad principal distinta de la publicitaria pero sin que ello impida que se les reconozca cierto contenido publicitario.

El gasto en publicidad y propaganda de carácter plurianual puede ser identificado dentro de cualquier tipo de gasto efectuado por el colaborador en su estrategia de difusión del acontecimiento, siempre que se pueda entender incluido en alguno de los puntos mencionados en la letra a) del artículo 8.1. del Real Decreto 1270/2013, de 10 de octubre.

A los efectos de lo dispuesto en dicho artículo, debe entenderse por «realización de campañas de publicidad» toda forma organizada de comunicación, efectuada por una persona física o jurídica pública o privada, en el ejercicio de una actividad comercial, industrial, artesanal o profesional, con el fin de difundir, de forma directa o indirecta, el acontecimiento de excepcional interés público.

Asimismo debe señalarse que la determinación del contenido publicitario dirigido a la promoción del acontecimiento en el gasto realizado no depende de que el importe de dicho gasto pueda computarse como gasto adicional expresamente realizado para disfrutar de los incentivos fiscales, sino de que se identifique el fin publicitario de dicho gasto, lo cual se garantiza siempre que el mismo, por su naturaleza, tenga cabida en alguna de las actividades enumeradas en el artículo 8.1 del Reglamento.

1.1 Soportes cuya única finalidad es la publicidad: estamos ante los soportes puramente publicitarios. En estos supuestos, puesto que todo es publicidad, el contenido publicitario se extiende a la totalidad del soporte.

Los soportes a los que se aplica este criterio serían a título de ejemplo: publicidad en medios (televisión, prensa, emisiones de radio), publicidad exterior (vallas, carteles, lonas, banderolas), publicaciones (folletos, catálogos, encartes y «mailing») y productos promocionales (bolígrafos, camisetas, gorras).

1.2 Soportes que tienen otra finalidad además de la publicitaria (su finalidad o función principal es distinta a la publicitaria): son los soportes que, si bien pueden incorporar publicidad, sin embargo tienen fundamentalmente otra finalidad.

1.3 Supuestos en los que se considera que no existe contenido publicitario: no se considera que tengan el carácter de gasto de publicidad del acontecimiento a los efectos de aplicar la deducción fiscal aquellos cuya finalidad sea distinta a la publicitaria, como son los gastos de personal, amortizaciones o gastos de mantenimiento.

2. Reglas para cuantificar el contenido publicitario del soporte utilizado

Una vez que, de acuerdo con el apartado anterior, se ha identificado el contenido publicitario dentro de cada soporte que el colaborador ha utilizado en la estrategia de difusión del acontecimiento, es necesario proceder a la valoración del mismo.

Valorado el contenido publicitario, lo que resulte de dicha valoración será considerado gasto publicitario a los efectos de la aplicación del artículo 27 de la Ley 49/2002.

La valoración del contenido publicitario se realizará de acuerdo con los siguientes criterios:

2.1 Cuando se trate de soportes cuya única finalidad es la publicidad del colaborador y del acontecimiento (que se detallan más abajo), la totalidad de los gastos en los que incurra el colaborador en el acontecimiento se considera gasto en publicidad.

2.2 Cuando se trate de soportes cuya finalidad principal es distinta a la publicitaria, si el logotipo del acontecimiento (símbolo y, en su caso, leyenda) se inserta en soportes que forman parte de los medios de producción de los colaboradores, el contenido publicitario se valorará por el coste incurrido en incorporar la publicidad del acontecimiento al mencionado soporte.

En ningún caso debe formar parte de la base de la deducción el coste de producción del soporte al que se incorpora el contenido publicitario.

2.3 Cuando se trate de soportes cuya finalidad principal es distinta a la publicitaria, si el logotipo del acontecimiento (símbolo y, en su caso, leyenda) se inserta en soportes contratados por el colaborador con un tercero, el contenido publicitario se valorará por el coste de la contratación con terceros que se corresponda exclusivamente con el contenido publicitario del acontecimiento.

3. Reglas para determinar la base de la deducción

Una vez determinado el gasto publicitario de cada soporte utilizado por el colaborador en su labor de difusión del acontecimiento es necesario determinar si el mismo contribuye de forma esencial o no a la difusión o divulgación del acontecimiento en el que colabora, lo cual influirá de manera decisiva en la cuantificación de la base que finalmente resulte deducible, de acuerdo con las normas anteriormente mencionadas.

Existen dos posibilidades o formas de presencia en el plan de comunicación de una compañía con dos consideraciones fiscales distintas:

- **Esencial:** las condiciones que marcan la esencialidad del coste del contenido publicitario del soporte se rigen por criterios de difusión y notoriedad. El presente Manual especifica los requisitos concretos para determinar la esencialidad de cada uno de los mismos. En los supuestos en los que, de acuerdo con dichos requisitos, se considere que el gasto publicitario contribuye de forma esencial a la difusión del acontecimiento, el 100 por cien del mismo tendrá la consideración de base de la deducción establecida en las normas más arriba mencionadas.

- **No esencial:** todos aquellos gastos publicitarios que no cumplan con las especificaciones técnicas para que sean considerados como esenciales (tamaño mínimo del logo, tiempo mínimo exigido, tirada mínima, etc.) pasarán a ser soportes no esenciales de divulgación, siempre y cuando el logotipo del acontecimiento (símbolo y, en su caso, leyenda) cumpla con un tamaño y/o duración que permita su correcta visibilidad y legibilidad. En este caso,

únicamente el 25 por ciento de dicho gasto publicitario tendrá la consideración de base de la deducción establecida en las normas arriba mencionadas.

A continuación, se describen los distintos soportes que se utilizan habitualmente para la difusión de eventos, en el bien entendido de que, si en el desarrollo del programa de apoyo, surgiese cualquier otro no incluido en este Manual, se someterá a la valoración de la Comisión certificadora del ÓRGANO INTERADMINISTRATIVO su carácter publicitario, su cuantificación y su consideración de esencial, previa consulta tributaria o petición de informe a la Dirección General de Tributos.

Se han considerado dos grupos de soportes diferentes:

- Soportes cuya única finalidad es la publicidad.
- Soportes cuya finalidad principal es distinta de la publicitaria.

El presente manual tiene por objeto tanto determinar los estándares de utilización de los logotipos y/o imagen del Acontecimiento de Excepcional Interés Público “WORLD DESIGN CAPITAL VALÈNCIA 2022”, como establecer los criterios para la cuantificación de los diferentes beneficios fiscales que prevé la normativa actual con el fin de apoyar el adecuado desarrollo del acontecimiento.

La trascendencia de los Acontecimientos de Excepcional Interés Público requiere un alto grado de difusión de los mismos.

La participación de los colaboradores en la difusión del Acontecimiento de Excepcional Interés Público puede responder, básicamente, a las siguientes modalidades:

- Cesión de espacios publicitarios al acontecimiento “WDC VALÈNCIA 2022”.
- Especial cobertura informativa del acontecimiento “WDC VALÈNCIA 2022”.

-Publicidad de la imagen y de los logotipos del acontecimiento “WORLD DESIGN CAPITAL VALÈNCIA 2022” en los soportes publicitarios propios del colaborador. Quizá la forma de difusión del acontecimiento más extendida en los últimos tiempos sea esta última, la aplicación gráfica del logotipo del acontecimiento dentro de la publicidad de un determinado colaborador, bajo una estrategia de marcas compartidas en la que ambos obtienen beneficios económicos y/o de difusión de su imagen.

La multiplicidad de medios y formas publicitarias exige que se establezcan normas acerca del tamaño mínimo que debe tener el logotipo de cada acontecimiento para ajustarse a los objetivos de difusión y cumplir una condición inexcusable: garantizar la visibilidad del mismo. Por ello, las normas de uso del logotipo para que constituya una forma de difusión efectiva deben ser concretas y ajustadas a un plan de comunicación.

**SOPORTES CUYA ÚNICA FINALIDAD
ES LA PUBLICIDAD**

Existen dos formas de presencia en el Plan de Comunicación de una Compañía con dos consideraciones fiscales distintas:

- **ESENCIAL:** Las condiciones que marcan la esencialidad de los soportes se rigen por criterios de difusión y notoriedad. Estos requisitos se corresponden con los especificados en el presente Manual para cada soporte de divulgación. En este caso el 100% de la valoración del gasto en publicidad tendrá la consideración de base de la deducción.

- **NO ESENCIAL:** Todos aquellos soportes de divulgación que no cumplan con las especificaciones técnicas para que sean considerados como tal (tamaño mínimo del logo, tiempo mínimo exigido, tirada mínima, etc.), pasarán a ser soportes **NO ESENCIALES** de divulgación, siempre y cuando el logotipo del acontecimiento cumpla con un tamaño y/o duración que permita su correcta visibilidad y legibilidad. En este caso, únicamente el 25 % de la valoración del gasto en publicidad tendrá la consideración de base de la deducción.

El importe total de las deducciones no podrá superar el 90% de la donación efectuada.

Los beneficios fiscales aplicables a los distintos soportes publicitarios que las empresas utilicen se llevarán a cabo siempre y cuando éstas cumplan correctamente las pautas marcadas en este manual de marca.

La aplicación de las deducciones fiscales dependerá del soporte utilizado por las compañías. Los criterios seguidos dependerán de la categoría a la que pertenezcan. La clasificación es la siguiente:

1. SOPORTES ESENCIALES

2. SOPORTES NO ESENCIALES

3. MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Los soportes que se enumeran a continuación se consideran puramente publicitarios por lo que la totalidad del gasto en que incurra el colaborador en el acontecimiento se considera gasto en publicidad.

Estos soportes puramente publicitarios pueden ser propios o ajenos. A continuación se analizará cada uno de los soportes y se determinará la base de deducción tanto en el caso de que la publicidad se haga a través de medios propios como a través de medios ajenos, siendo este segundo supuesto el más habitual.

Si, además, se cumplen los requisitos que se exigen en cada caso, tendrán carácter esencial y, por lo tanto, la base de la deducción será del 100 por cien de dicho gasto en publicidad.

Si no se cumplen los requisitos, la publicidad se considerará no esencial, siempre y cuando el logotipo del acontecimiento (símbolo y, en su caso, leyenda) se ajuste a un tamaño y/o duración que permita su correcta visibilidad y legibilidad.

En este último caso, la base de la deducción vendrá determinada únicamente por el 25 por ciento del gasto en publicidad.

Televisión y Cine

En los anuncios de televisión se utilizará una mosca de pantalla con reserva en positivo o en negativo, dependiendo de la luminosidad del spot ocupando al menos un 10% de la base de la pantalla.

Además, el logotipo del acontecimiento deberá figurar en pantalla por un espacio de tiempo mínimo equivalente al 50% de la duración del anuncio.

Los logotipos del medio audiovisual utilizado en ningún caso se sobrepondrán al logotipo del acontecimiento.

La base de la deducción estará constituida por el coste de contratación con terceros o, en su caso, el coste total del diseño, producción y emisión del anuncio.

En el caso de que los contenidos publicitarios sean elaborados por personas o entidades vinculadas con el colaborador, se valorarán por su valor de mercado en los términos del artículo 18 de la Ley 27/2014, de 27 de noviembre, del Impuesto sobre Sociedades (en adelante Ley 27/2004).

En los supuestos del artículo 8.1.a).4.º del Reglamento, o en los supuestos de que entidades sin ánimo de lucro a las que se refiere el artículo 2 de la Ley 49/2002, sean las que produzcan los contenidos publicitarios, cediendo los colaboradores los espacios gratuitamente, la base de la deducción será exclusivamente el coste de inserción en el que incurran los colaboradores, entendiéndose por tal todos los costes en los que incurran por la realización de la publicidad de los contenidos.



Prensa y Revistas

Página completa y media página: el logotipo del acontecimiento tendrá un ancho mínimo de 35 mm en los anuncios de una página y de 30 mm en los de media página, ocupando en todos los casos como mínimo un 10% de la base del anuncio.

Robapáginas y faldón: el logotipo del acontecimiento tendrá un ancho mínimo de 25 mm en los robapáginas y de 20 mm en los faldones, ocupando en todos los casos como mínimo un 10% de la base del anuncio.

La base de la deducción estará constituida por el coste de contratación con terceros o, en su caso, el coste total de diseño, producción y edición del anuncio.

En el supuesto de que los contenidos publicitarios sean elaborados por personas o entidades vinculadas con el colaborador, se valorarán por su valor de mercado en los términos del artículo 18 de la Ley 27/2014.

En ningún caso se incluirá el coste de distribución.

En los supuestos del artículo 8.1.a).4.º del Reglamento, o en los supuestos de que entidades sin ánimo de lucro a las que se refiere el artículo 2 de la Ley 49/2002, sean las que produzcan los contenidos publicitarios, cediendo los colaboradores los espacios gratuitamente, la base de la deducción será exclusivamente el coste de inserción en el que incurran los colaboradores, entendiéndose por tal todos los costes en los que incurran por la realización de la publicidad de los contenidos.



Radio y Podcast de audio

La locución **«Empresa colaboradora con el acontecimiento WORLD DESIGN CAPITAL VALÈNCIA 2022»** debe mantenerse inalterable y deberá pronunciarse de manera que sea perfectamente comprensible.

Dicha locución se dirá al final de la cuña, en el mismo idioma que la propia cuña publicitaria.

La base de la deducción estará constituida por el coste de contratación con terceros o, en su caso, el coste total de diseño, producción y emisión de la cuña publicitaria.

Si los contenidos publicitarios son elaborados por los colaboradores la base de la deducción será, además, el coste de producción de los mismos.

En el caso de que los contenidos publicitarios sean elaborados por personas o entidades vinculadas con el colaborador, se valorarán por su valor de mercado en los términos del artículo 18 de la Ley 27/2014.

En los supuestos del artículo 8.1.a).4.º del Reglamento, o en los supuestos de que entidades sin ánimo de lucro a las que se refiere el artículo 2 de la Ley 49/2002, sean las que produzcan los contenidos publicitarios, cediendo los colaboradores los espacios gratuitamente, la base de la deducción será exclusivamente el coste de inserción en el que incurran los colaboradores, entendiéndose por tal todos

Folletos

La tirada mínima de estos soportes publicitarios deberá de ser de 200.000 ejemplares anuales tanto para folletos como para catálogos.

En los folletos plegados, el logotipo (símbolo y leyenda) aparecerá en el ángulo inferior derecho de la portada y de la contraportada, con un ancho mínimo de 22 mm, ocupando un mínimo del 10 por ciento de la base del folleto.

En los folletos no plegados, el logotipo del acontecimiento (símbolo y leyenda) aparecerá como mínimo en una de las caras, con un ancho mínimo de 22 mm, ocupando un mínimo del 10 por ciento de la base del folleto.

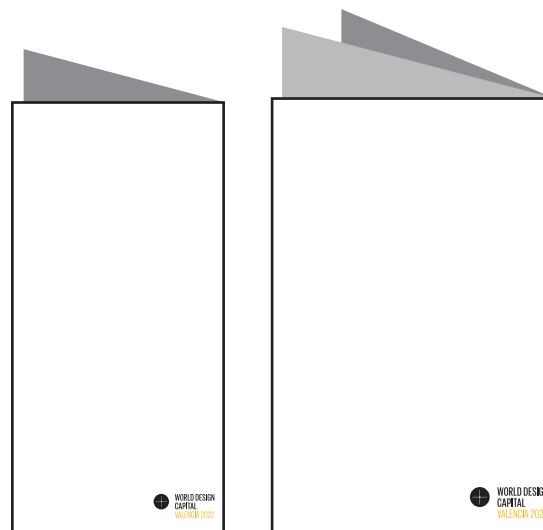
La base de la deducción estará constituida por el coste de contratación con terceros o, en su caso, por el coste de diseño, producción, edición y distribución.

Catálogos

La tirada mínima de estos soportes publicitarios deberá de ser de 200.000 ejemplares anuales tanto para folletos como para catálogos.

En los catálogos, el logotipo (símbolo y leyenda) ocupará al menos el 10 por ciento de la base del catálogo.

La base de la deducción estará constituida por el coste de contratación con terceros o, en su caso, por el coste de diseño, producción, edición y distribución.



Encartes, mailings y e-mailings

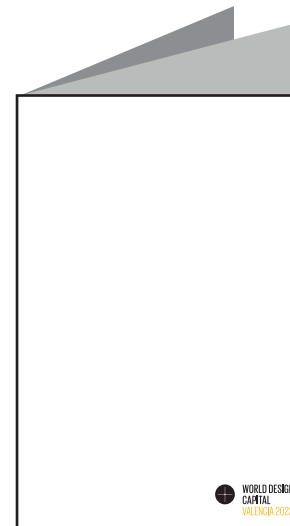
La tirada mínima de estos soportes publicitarios, considerados individualmente, será de 200.000 ejemplares anuales para «mailings» y encartes, o destinatarios anuales en el caso de «e-mailings».

-En el supuesto de encartes y «mailings», el logotipo del acontecimiento tendrá como mínimo el mismo peso visual que la marca de la entidad colaboradora, partiendo de un ancho mínimo de 20 mm, ocupando un mínimo del 10% de la base del anuncio.

-En los «mailings», el logotipo del acontecimiento deberá insertarse en todos sus elementos: sobre exterior, carta explicativa, folleto o revista (y en caso de revista se ha de incluir también contenidos del acontecimiento).

-Para «e-mailings», el logotipo del acontecimiento deberá insertarse en el «e-mailing» y tendrá, como mínimo, el mismo peso visual que la marca del colaborador. Por «peso visual» se considera «la superficie», es decir, el resultado de multiplicar el ancho por el alto.

La base de la deducción estará constituida por el coste de contratación con terceros, o en su caso, por el coste de diseño, producción, edición y distribución.



Soportes de publicidad exterior (1)

Vallas, Mupis, Opis, Marquesinas, Cabinas y Videopantallas: El logotipo del acontecimiento deberá situarse en el margen inferior del anuncio, preferiblemente en el ángulo derecho.

Vallas: el tamaño mínimo será de un 10% del ancho.

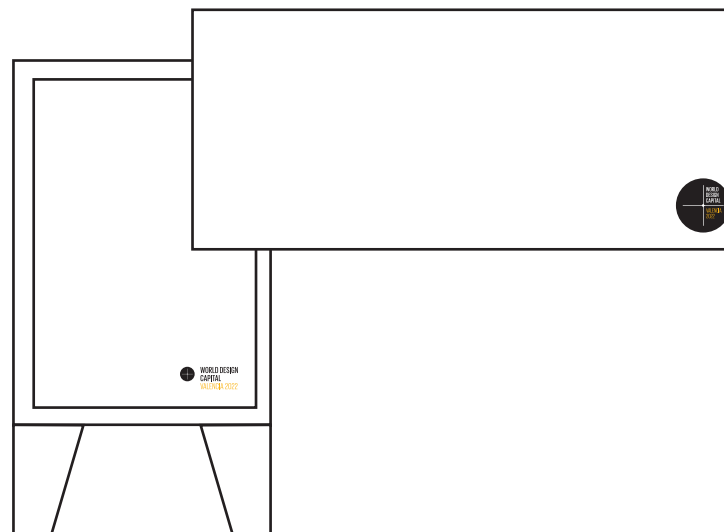
«Mupis/opis» y marquesinas y cabinas: el tamaño mínimo será de 140 mm.

En todos estos casos el logotipo del acontecimiento ocupará como mínimo un 10% de la base del anuncio.

Video pantallas: el logotipo del acontecimiento aparecerá según las condiciones establecidas para los spots de televisión.

La base de la deducción estará constituida por el coste de contratación con terceros, o en su caso, por el coste total de diseño, producción, montaje y contratación de los soportes.

En estos soportes, además de la versión principal, podrá utilizarse la versión secundaria del logotipo, apta para grandes formatos.



Soportes de publicidad exterior (2)

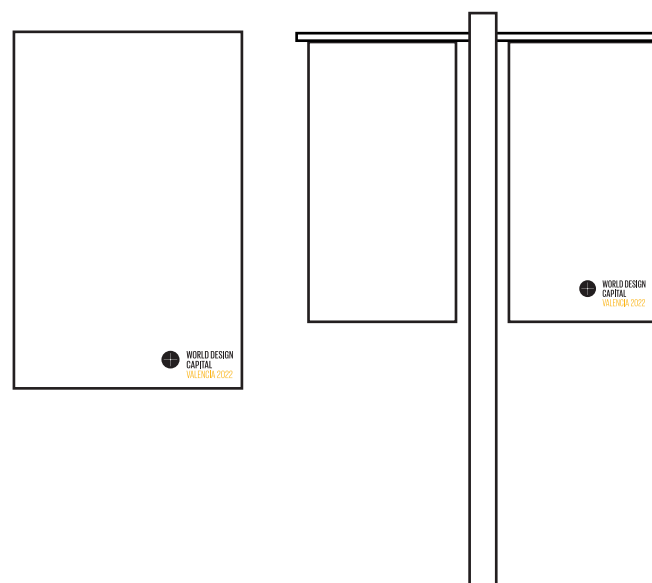
Banderolas, cartelería, escaparates y lonas:

El logotipo del acontecimiento deberá situarse en el margen inferior del soporte, preferentemente en el ángulo inferior derecho.

En todos los casos el ancho del logotipo será como mínimo el 10% de la base del soporte.

En las banderolas dobles, si únicamente se colocara en una de las caras de la banderola, el ancho del logotipo será como mínimo el 20% de la base del soporte.

La base de la deducción estará constituida por el coste de contratación con terceros o, en su caso, por el coste total de diseño, producción, montaje y contratación de los soportes.



Stands en ferias y eventos deportivos

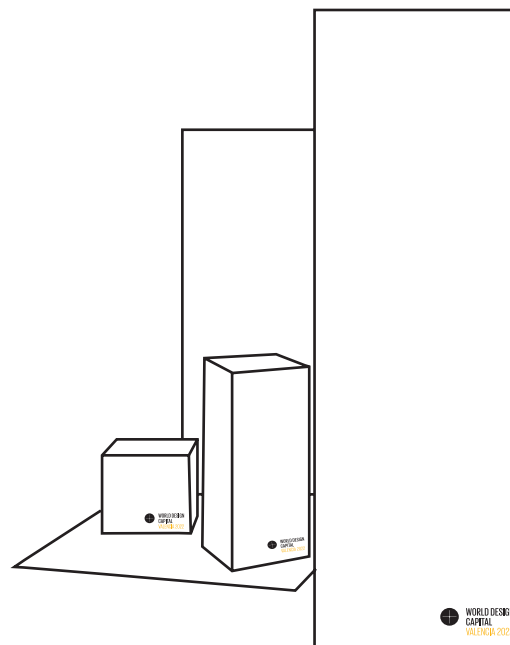
La presencia del logotipo (símbolo y leyenda) en el stand del colaborador será igual o superior al 10 por ciento de la totalidad de la extensión del mismo. Se entiende por extensión del stand la suma de las distintas superficies del mismo.

En el caso de que el stand solo sea de suelo (por ejemplo: exposición de coches), el logotipo (símbolo y leyenda) deberá quedar siempre perfectamente visible, ya sea en el suelo o en «roll ups», por ejemplo.

La base de la deducción estará constituida por el coste de alquiler del espacio, así como de la instalación o montaje del stand.

No obstante, no formará parte de la base de la deducción el coste de producción de los elementos estructurales del stand, como el mobiliario o hardware presentes en el mismo; en estos casos, únicamente formará parte de la base de la deducción el coste de inserción del logotipo del acontecimiento en dichos elementos estructurales.

Tampoco formará parte de la base de la deducción el gasto del personal empleado en el stand.



Puntos de información

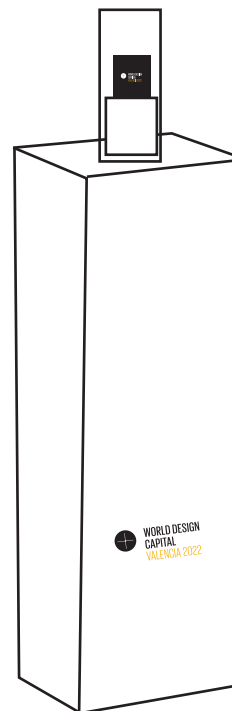
Poste de información: el logotipo del acontecimiento aparecerá centrado y podrá ir precedido de la frase «aquí le informaremos sobre...». El ancho del logotipo será como mínimo del 50% del ancho de la base.

-Caseta de información o mostradores: el logotipo del acontecimiento irá siempre en la parte frontal de dicha caseta y tendrá un mínimo del 12% del ancho de la base.

Como la función esencial de estos elementos es la información de las actividades que forman parte del acontecimiento, la marca de la institución o colaborador aparecerá a modo de complemento.

La base de la deducción estará constituida por el coste total de contratación del soporte.

En ningún caso se incluirán los costes de personal.



Merchandising(1)

Gorras, camisetas, cazadoras, impermeables, bolígrafos u otros objetos similares con publicidad del colaborador en el acontecimiento de excepcional interés público en la que se incluye el logotipo del mismo:

Partiendo de un ancho mínimo de 30 mm, el logotipo del acontecimiento tendrá, como mínimo, el mismo peso visual que la marca del colaborador.

Además, para maletas, mochilas y bolsas de viaje: El logotipo del acontecimiento ha de ubicarse en una parte en la que pueda verse bien y, específicamente en el caso de bolsas de viaje, ha de aparecer en ambas caras.

Por «peso visual» se considera «la superficie», es decir, el resultado de multiplicar el ancho por el alto.

La base de la deducción estará constituida por el coste de contratación con terceros o, en su caso, por el coste de producción y distribución.



Merchandising (2)

Marketing directo:

Productos publicitarios del colaborador en el acontecimiento con inserción del logotipo que se entregan de forma gratuita. La tirada mínima de este soporte publicitario deberá ser de 150.000 ejemplares anuales.

El logotipo del acontecimiento tendrá, como mínimo, el mismo peso visual que la marca del colaborador, partiendo de un mínimo de 30 mm visible siguiendo el sentido de la lectura.

Todas las piezas que contengan el envío de marketing directo tendrán que llevar el logotipo del acontecimiento. Por ejemplo: si el envío consta de tres piezas, como puede ser una caja cuyo contenido sea un regalo y un folleto, cada una de estas piezas llevará el logotipo del acontecimiento.

La base de la deducción estará constituida por el coste de contratación con terceros o, en su caso, por el coste de producción y distribución.

Productos promocionales de distribución empresarial

Inserción del logotipo del acontecimiento siempre y cuando se comparta el espacio con la marca del colaborador que utilice esta herramienta en su «mix» de comunicación y sea visible en todo momento por el público.

El logotipo del acontecimiento tendrá como mínimo el mismo peso visual que la marca del colaborador.

Por «peso visual» se considera «la superficie», es decir, el resultado de multiplicar el ancho por el alto.

La base de la deducción estará constituida por el coste de contratación con terceros o, en su caso, por el coste de producción y distribución.

Productos promocionales fabricados exclusivamente para la difusión del acontecimiento

Los artículos deberán haber sido confeccionados específicamente para el acontecimiento, como por ejemplo:

– Ediciones limitadas del producto del colaborador en el acontecimiento en las que dicho producto se asocie inequívocamente a la imagen del acontecimiento de forma indisoluble.

– Recipiente con la forma del logotipo, mascota o cualquier otro motivo característico de la imagen institucional del acontecimiento.

La base de la deducción estará constituida por el coste de contratación con terceros o, en su caso, por el coste total de producción y distribución.



Soportes publicitarios digitales, páginas web, dispositivos móviles, apps, redes sociales (1)

Contratación a terceros de estos medios («banners», «pop-ups», video «banners», etc.), como soporte publicitario de una campaña por la entidad colaboradora que incluya el logotipo:

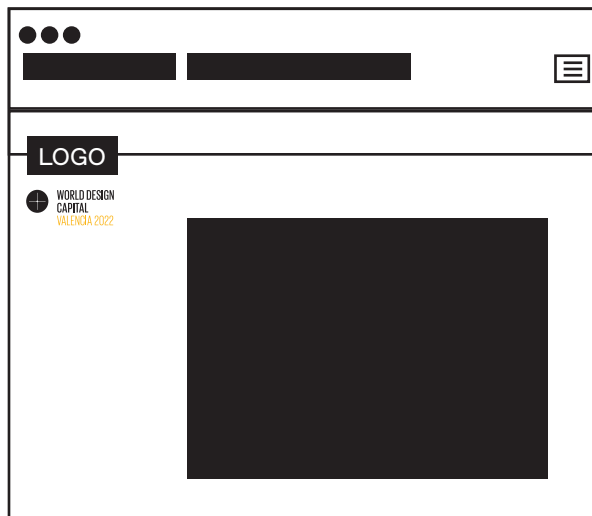
El logotipo deberá ser como mínimo del mismo tamaño (mismo peso visual) y mantenerse en pantalla igual tiempo que el logotipo del anunciante.

Por «peso visual» se considera «la superficie», es decir, el resultado de multiplicar el ancho por el alto.

En todo momento el logotipo será perfectamente visible, estará a la misma altura que el logo de la entidad y no quedará oculto por ventanas emergentes.

En el caso de utilizar video «banners» (spots televisión), el logotipo del acontecimiento deberá aparecer según las condiciones establecidas para los spots de televisión.

La base de la deducción estará constituida por el coste de diseño y producción y/o de contratación con terceros del soporte.



Presentaciones y eventos de marketing

El logotipo deberá estar presente en todos los materiales producidos para vestir y comunicar el acontecimiento. Su tamaño debe ser igual o superior al 10% de la totalidad de la extensión de los materiales.

En el caso de materiales audiovisuales, deberá seguirse lo propuesto en el apartado correspondiente a spot televisivo.

La base de la deducción está constituida por el coste de alquiler del espacio, así como de la instalación o montaje del acontecimiento. No se incluirá el coste de producción de elementos estructurales del evento, como mobiliario o hardware, sino únicamente el coste de la inserción del logotipo en dichos elementos estructurales.

Tampoco formará parte de la base de la deducción el gasto del personal empleado en el acontecimiento. Los acontecimientos sujetos a desgravación deberán presentarse y ser aprobados previamente por la Comisión Interadministrativa del evento.



Soportes publicitarios digitales, páginas web, dispositivos móviles, apps, redes sociales (2)

Si el medio utilizado para la realización de la campaña publicitaria es propiedad de la entidad colaboradora: Web creada para la difusión del acontecimiento y «microsite».

El logotipo deberá aparecer en los mismos espacios y, como mínimo, con igual peso visual que el de la entidad colaboradora, en todo momento será perfectamente visible, estará a la misma altura que el logo de la entidad y no quedará oculto por ventanas emergentes.

Tendrá contenidos específicos de difusión del acontecimiento y, si lo hubiere, un enlace que lleve a la página oficial del acontecimiento. El contenido específico mínimo será de una página.

Por «peso visual» se considera «la superficie», es decir, el resultado de multiplicar el ancho por el alto, que ha de ser como mínimo el mismo.

En todo caso se tendrán que respetar las especificaciones que cada web o red social establezca para las campañas en sus soportes en cuanto a diseño, colores, tamaños, etc. En estos supuestos se consensuará la manera más óptima de aparición.

La base de la deducción será el coste de diseño e inserción del logotipo, o el valor del espacio publicitario si este estuviese comercializado por la entidad o por el medio de comunicación colaborador.

En ningún caso se incluirán los costes de mantenimiento de la página web.

**SOPORTES CUYA ÚNICA FINALIDAD
ES DISTINTA A LA PUBLICITARIA**

Los soportes que se enumeran a continuación no se consideran puramente publicitarios. Tal y como se ha señalado en el apartado 2 “Reglas para cuantificar el contenido publicitario del soporte utilizado” (página 32 de este Manual), en estos casos procede diferenciar los siguientes supuestos:

– Si el logotipo (símbolo y leyenda) se inserta en soportes no contratados por los colaboradores, sino que forman parte de sus medios de producción, el contenido publicitario se valorará por el coste incurrido en incorporar la publicidad del acontecimiento al mencionado soporte.

En ningún caso debe formar parte de la base de la deducción el coste de producción del soporte al que se incorpora el contenido publicitario.

– Si el logotipo (símbolo y leyenda) se inserta en soportes que, no siendo propiedad del colaborador, ni formando parte de los medios de producción utilizados o productos propios de su actividad económica, son contratados con terceros con la finalidad de publicitar los productos o servicios del colaborador, cumpliendo para el mismo una función

promocional o publicitaria, en la que asimismo se promueve el acontecimiento, la base de la deducción será el coste de contratación con terceros que se corresponda exclusivamente con el contenido publicitario del acontecimiento del soporte.

Una vez determinado el gasto publicitario, la base de la deducción será el 100 por cien de dicho valor, si se cumple con los requisitos de esencialidad que a continuación se enumeran para cada soporte.

Si no se cumplen dichos requisitos, el gasto publicitario se considerará no esencial, siempre y cuando el logotipo (símbolo y leyenda) se ajuste a un tamaño y/o duración que permita su correcta visibilidad y legibilidad. En este último caso, la base de la deducción vendrá determinada únicamente por el 25 por ciento del gasto en publicidad.

Furgonetas, turismos, autobuses, camiones, grúas, vehículos articulados y otros vehículos de carga y transporte

A) Contratación con terceros de estos vehículos como soporte publicitario de una campaña por el colaborador en el acontecimiento que incluya el logotipo del mismo: La base de la deducción estará constituida por el coste de contratación con terceros que se corresponda exclusivamente con el contenido publicitario del acontecimiento del soporte.

B) Si el vehículo en el que se realiza la campaña publicitaria es propiedad del colaborador: La base de la deducción será el coste incurrido en incorporar la publicidad al mencionado soporte, en los términos establecidos en el anexo 1 del Manual.

En ambos casos, el logotipo del acontecimiento debe ocupar, como mínimo, el 10% de la base del espacio publicitario.



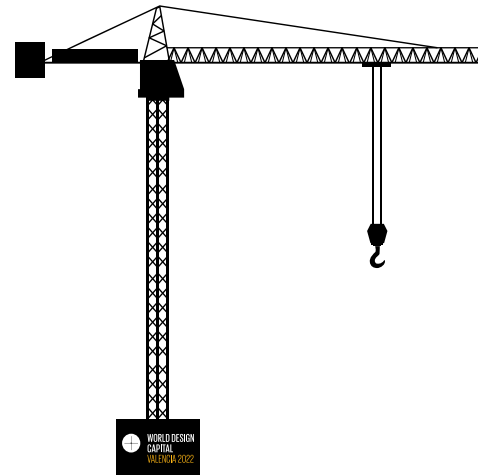
Grúas de construcción

A) Contratación con terceros de estos medios como soporte publicitario de una campaña por el colaborador en el acontecimiento que incluya el logotipo del mismo: La base de la deducción estará constituida por el coste de contratación con terceros que se corresponda exclusivamente con el contenido publicitario del acontecimiento del soporte.

B) Si la grúa en la que se realiza la campaña publicitaria es propiedad del colaborador en el acontecimiento: La base de la deducción será el coste incurrido en incorporar la publicidad al mencionado soporte, en los términos establecidos en el anexo 1 del Manual.

En ambos casos el logotipo del acontecimiento en este soporte deberá reunir los siguientes requisitos:

- Ser visible en todo momento por el público colocándose a la altura adecuada para que así sea.
- Ocupar el 100% de la base de la lona manteniendo la proporción del logotipo.
- Estar presente, como mínimo, en una lona colgante ubicada en cualquiera de las caras de la columna que sustenta la grúa.

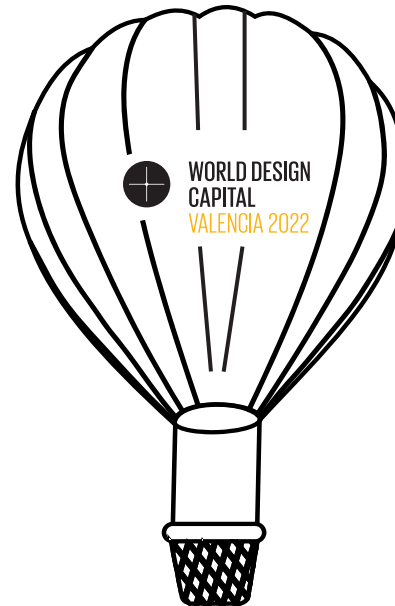


Globos aerostáticos y otros soportes similares

A) Contratación con terceros de estos medios como soporte publicitario de una campaña por el colaborador en el acontecimiento que incluya el logotipo del mismo: La base de la deducción estará constituida por el coste de contratación con terceros que se corresponda exclusivamente con el contenido publicitario del acontecimiento del soporte.

B) Si el medio utilizado para la realización de la campaña publicitaria es propiedad del colaborador en el acontecimiento: La base de la deducción será el coste incurrido en incorporar la publicidad al mencionado soporte, en los términos establecidos en el anexo 1 del Manual.

En ambos casos el logotipo del acontecimiento debe tener un tamaño mínimo del 30% del diámetro (o base) manteniendo las proporciones y ubicándose de manera centrada.



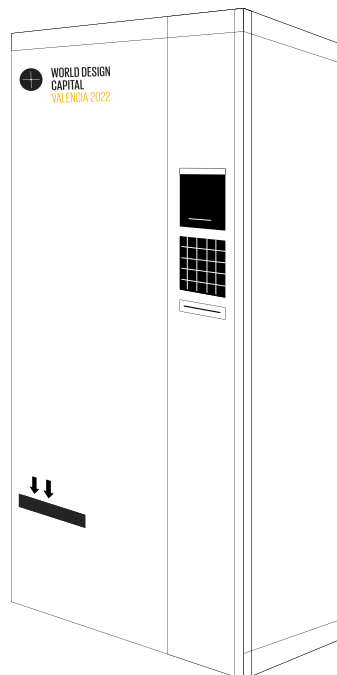
Máquinas expendedoras, botelleros, vitrinas, neveras y refrigeradoras

A) Contratación con terceros de estos medios como soporte publicitario de una campaña por el colaborador en el acontecimiento que incluya el logotipo del mismo: La base de la deducción estará constituida por el coste de contratación con terceros que se corresponda exclusivamente con el contenido publicitario del acontecimiento del soporte.

En ningún caso se incluirán los costes de contratación de la propia máquina expendedora.

B) Si el medio utilizado para la realización de la campaña publicitaria es propiedad del colaborador del acontecimiento: La base de la deducción será el coste incurrido en incorporar la publicidad al mencionado soporte, en los términos establecidos en el anexo 1 del Manual.

En ambos casos el logotipo deberá tener un tamaño mínimo de 150 mm de ancho en la parte frontal, ocupando como mínimo el 10% de la base de la máquina.



Call center

A) En el caso de que sean propios: La base de la deducción vendrá determinada por aquella parte del sueldo del telefonista que retribuya el tiempo que el mismo utilice para dar publicidad del acontecimiento, esto es, un cociente determinado por:

Coste del telefonista multiplicado por tiempo de cada locución multiplicado por el número de llamadas diarias y todo ello dividido por el tiempo de trabajo.

El tiempo de locución debe entenderse como el tiempo que destina el telefonista, en cada llamada, a dar publicidad al acontecimiento.

B) En el supuesto de tratarse de una grabación automática en la que exclusivamente se emita publicidad del acontecimiento: La base de la deducción estará constituida por el coste total de producción.

C) En el caso de que sean contratados con terceros: La base de la deducción estará constituida por el coste de contratación a terceros que se corresponda exclusivamente con el tiempo que destina el telefonista en cada llamada a dar publicidad del acontecimiento.

En todo caso, se ha de realizar una locución por el servicio diciendo «...Empresa colaboradora con el acontecimiento...» de manera perfectamente comprensible.

Displays y puntos lectores de venta

A) Contratación con terceros de estos medios como soporte publicitario de una campaña por el colaborador en el acontecimiento que incluya el logotipo del mismo: La base de la deducción estará constituida por el coste de contratación a terceros que se corresponda exclusivamente con el contenido publicitario del acontecimiento del soporte.

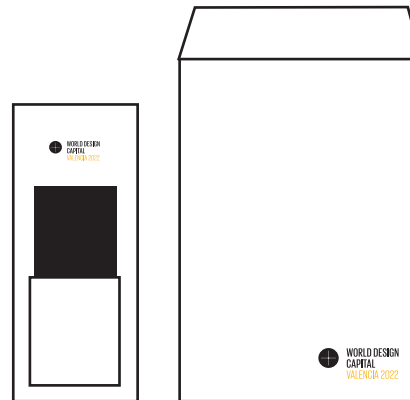
B) Si el medio utilizado para la realización de la campaña publicitaria es propiedad del colaborador en el acontecimiento: La base de la deducción será el coste incurrido en incorporar la publicidad al mencionado soporte, en los términos establecidos en el anexo 1 del Manual.

En ambos casos:

– En los «Displays»: el logotipo del acontecimiento tendrá el mismo peso visual que la marca anunciante, partiendo de un ancho mínimo de 40 mm.

– PLV: El logotipo del acontecimiento tendrá el mismo peso visual que la marca anunciante, partiendo de un mínimo de 40 mm.

Por «peso visual» se considera «la superficie», es decir el resultado de multiplicar el ancho por el alto.



Web del colaborador

El logotipo (símbolo y leyenda) aparecerá en la «home» y en lugares destacados en los apartados de la web relacionados con el acontecimiento.

El logotipo deberá tener como mínimo el mismo peso visual que el de la entidad colaboradora, en todo momento será perfectamente visible, estará a igual altura que el logo de la entidad y no quedará oculto por ventanas emergentes.

Tendrá contenidos específicos de difusión del acontecimiento y, si lo hubiere, un enlace que lleve a la página oficial de [World Design Capital València 2022](#).

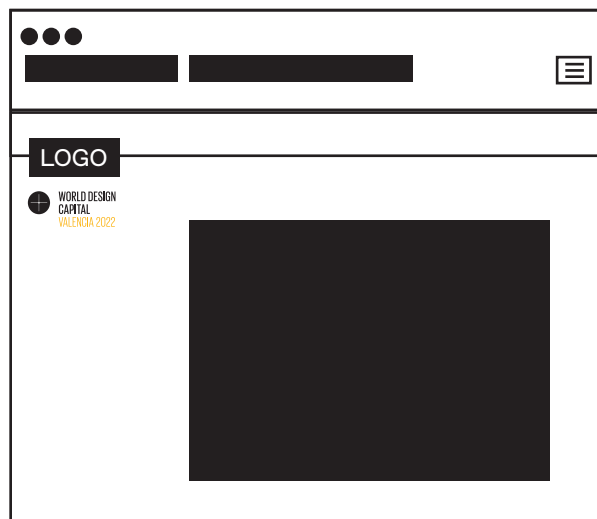
El contenido específico mínimo será de una página. Por «peso visual» se considera «la superficie», es decir, el resultado de multiplicar el ancho por el alto, que ha de ser como mínimo el mismo.

En todo caso se tendrán que respetar las especificaciones que cada web o red social establezca para las campañas en sus soportes en cuanto a diseño, colores, tamaños, etc.

En estos supuestos se consensuará la manera más óptima de aparición.

La base de la deducción será el coste de inserción del logotipo (símbolo y leyenda), o el valor del espacio publicitario si este estuviese comercializado por la entidad o por el medio de comunicación colaborador.

En ningún caso se incluirán los costes de mantenimiento de la página web.



Uniformes y equipamientos deportivos

A) Contratación con terceros de estos medios como soporte publicitario de una campaña por el colaborador en el acontecimiento que incluya el logotipo del mismo: La base de la deducción estará constituida por el coste de contratación con terceros que se corresponda exclusivamente con el contenido publicitario del acontecimiento del soporte.

B) Si el medio utilizado para la realización de la campaña publicitaria es propiedad del colaborador en el acontecimiento: La base de la deducción será el coste incurrido en incorporar la publicidad al mencionado soporte, en los términos establecidos en el anexo 1 del Manual.

El logotipo del acontecimiento tiene que aparecer en el uniforme o equipación con un peso visual no inferior al del colaborador, salvo que una norma de obligado cumplimiento lo prohíba expresamente.

Por «peso visual» se considera «la superficie», es decir, el resultado de multiplicar el ancho por el alto.



Cajeros automáticos

(A) Contratación con terceros de estos medios como soporte publicitario de una campaña por el colaborador en el acontecimiento que incluya el logotipo del mismo:

La base de la deducción estará constituida por el coste de contratación con terceros que se corresponda exclusivamente con el contenido publicitario del acontecimiento del soporte.

(B) En el caso de que los anunciantes propietarios del cajero lo utilicen como soporte publicitario, la base de la deducción estará constituida por el coste incurrido en incorporar la publicidad al mencionado soporte, en los términos establecidos en el anexo 1 del Manual:

En ambos casos el logotipo del acontecimiento tendrá, como mínimo, el mismo peso visual que la marca anunciante, partiendo de un mínimo de 40 mm. Por «peso visual» se considera la «superficie», es decir, el resultado de multiplicar el ancho por el alto.



Embalajes (1)

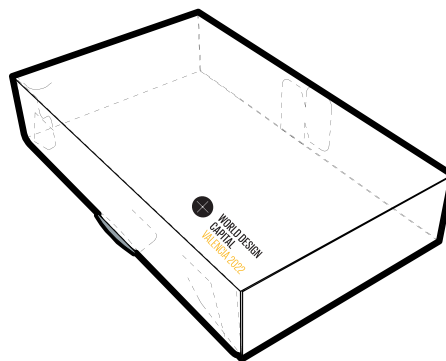
A) Si son productos que se contratan con terceros como soporte publicitario, la base de la deducción estará constituida por el coste de contratación con terceros que se corresponda exclusivamente con el contenido publicitario del acontecimiento del soporte.

B) Si los embalajes anteriormente mencionados son propiedad o producidos por el colaborador en el acontecimiento, la base de la deducción queda limitada al coste incurrido en incorporar la publicidad al mencionado soporte en los términos descritos en el anexo 1 del Manual, entendiendo por dicho coste, en el caso concreto de los embalajes, el coste de rotulación de los mismos.

En ambos casos el logotipo del acontecimiento deberá reunir los siguientes requisitos:

– Embalajes (como «packaging» de producto): el logotipo del acontecimiento se imprimirá en la parte inferior de la cara donde aparezca la marca del producto, siguiendo el sentido de la lectura, con un ancho mínimo del logotipo de 20 mm.

– Cajas: el logotipo del acontecimiento se imprimirá en la parte inferior de, al menos, una de las dos caras frontales, siguiendo el sentido de la lectura, con un ancho mínimo del logotipo de 25 mm. Se evaluará cada pieza individualmente.



Embalajes (2)

-Bolsas (como packaging de producto): el logotipo del acontecimiento se imprimirá en la parte inferior de, como mínimo, el frontal de la bolsa, siguiendo el sentido de la lectura.

- Bolsas pequeñas (superficie menor o igual a 200 centímetros cuadrados): ancho mínimo del logotipo 20 mm.
- Bolsas grandes (superficie mayor a 200 centímetros cuadrados): ancho mínimo del logotipo 30 mm.

-Material de construcción (sacos, film...): la inserción del logotipo deberá tener en cuenta las siguientes indicaciones:

- Sacos: el logotipo se imprimirá en cualquier área visible en, al menos, una de las dos caras frontales, en el sentido de la lectura, con un tamaño mínimo del 20% del ancho del mismo.
- Film y otros envoltorios (como «packaging» de producto): el logotipo se imprimirá siguiendo el sentido de la lectura, debiendo estar presente en cada unidad de comunicación o plancha de impresión.

En todo caso, deberá tener siempre un tamaño mínimo del 30% respecto a las dimensiones de la marca del anunciante.

Embalajes (3)

-Palés: la inserción del logotipo del acontecimiento en este soporte deberá tener en cuenta las siguientes indicaciones:

1. El logotipo del acontecimiento se imprimirá de manera centrada al menos en una de las tres vigas de soporte de cada una de las cuatro caras.

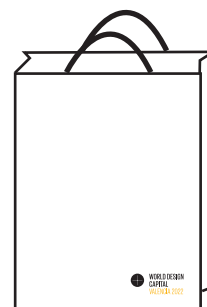
2. El logotipo del acontecimiento deberá tener un mínimo del 50% de la sección visible o superficie de exposición.

-Bolsas contenedoras:

A) Si son medios que se contratan con terceros como soporte publicitario, la base de la deducción estará constituida por el coste de contratación con terceros que se corresponda exclusivamente con el contenido publicitario del acontecimiento del soporte.

B) Si el medio utilizado para la realización de la campaña publicitaria es propiedad del colaborador en el acontecimiento, la base de la deducción será el coste incurrido en incorporar la publicidad al mencionado soporte en los términos descritos en el anexo 1 del Manual, entendiéndose por dicho coste, en el caso concreto de bolsas contenedoras, el coste de serigrafía.

En ambos casos el ancho del logotipo del acontecimiento será, como mínimo, de 30 mm y ocupará, como mínimo, un 10% de la base de la bolsa.



Latas, Botellas y Botellines

A) Si son medios que se contratan con terceros como soporte publicitario: la base de la deducción estará constituida por el coste de contratación con terceros que se corresponda exclusivamente con el contenido publicitario del acontecimiento del soporte.

B) Si el medio utilizado para la realización de la campaña publicitaria es propiedad del colaborador en el acontecimiento: la base de la deducción será el coste incurrido en incorporar la publicidad al mencionado soporte, en los términos descritos en el anexo 1 del Manual, entendiendo por dicho coste, en el caso concreto de latas, botellas y botellines:

– Si el logotipo se consigna en elementos separables del envase: coste de la etiqueta o banderola, siempre que el logotipo ocupe como mínimo el 10% del ancho del soporte.

– Si el logotipo se consigna en el envase: el coste de serigrafía, siempre que el logotipo ocupe como mínimo el 10% del ancho del soporte.

En ambos casos, el logotipo del acontecimiento aparecerá en el sentido de la lectura y su ancho será, como mínimo, de 20 mm.



Envases alimentarios

A) Si son medios que se contratan con terceros como soporte publicitario, la base de la deducción estará constituida por el coste de contratación con terceros que se corresponda exclusivamente con el contenido publicitario del acontecimiento del soporte.

B) Si el medio utilizado para la realización de la campaña publicitaria es propiedad del colaborador en el acontecimiento, la base de la deducción será el coste incurrido en incorporar la publicidad al mencionado soporte, en los términos descritos en el anexo 1 del Manual, entendiendo por dicho coste, en el caso concreto de envases alimentarios:

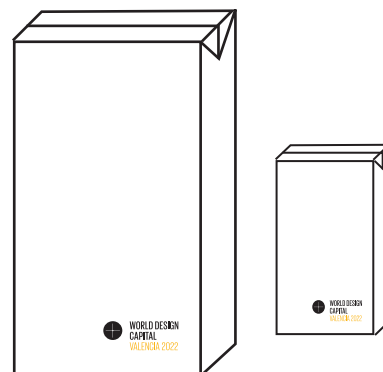
– Si el logotipo del acontecimiento se consigna en elementos separables del envase: el coste de la etiqueta o banderola, siempre que el logotipo ocupe, como mínimo, el 10% de su superficie.

– Si el logotipo del acontecimiento se consigna en el envase: el coste de serigrafía, siempre que ancho del logotipo ocupe, como mínimo, el 10% de su superficie.

En ambos casos el logotipo del acontecimiento deberá reunir los siguientes requisitos:

– En los tetrabriks, el logotipo del acontecimiento aparecerá en las dos caras y en el sentido de la lectura.

– En los tetrabriks grandes (capacidad mayor o igual a 1 litro) el ancho del logotipo del acontecimiento será como mínimo de 30 mm y en los pequeños (capacidad menor de 1 litro) de 20 mm.



Soportes esenciales de divulgación corporativa

-Documentos corporativos, facturas y extractos bancarios de uso externo, etc: La tirada mínima de estos soportes, considerados individualmente, deberá ser de 200.000 ejemplares anuales.

El logotipo del acontecimiento ha de tener el ancho mínimo siguiente: papel de carta (A4), 20 mm; papel de carta (A5), 16 mm; tarjetón, 20 mm; carpeta cerrada (DIN A4), 20 mm, colocándose el logotipo del acontecimiento en la parte inferior derecha de la contraportada; sobre de mensajería, 30 mm, colocándose el logotipo en la parte delantera; sobre americano, 20 mm; facturas y extractos bancarios de uso externo, 20 mm, ocupando un mínimo del 10% de la base del soporte.

La base de la deducción estará constituida por el coste incurrido en incorporar la publicidad al mencionado soporte, entendiendo por dicho coste, el de impresión. En ningún caso se incluirá el coste de distribución.

tarjetón 210x100mm



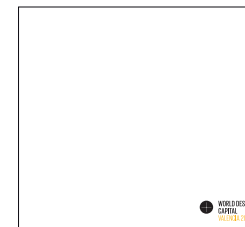
carpeta 220x310mm



papel carta A4



papel carta A5



Todos aquellos soportes de divulgación que no cumplan con las especificaciones técnicas para que sean considerados como tal (tamaño mínimo del logo, tiempo mínimo exigido, tirada mínima, etc.), pasarán a ser soportes NO ESENCIALES de divulgación, siempre y cuando el logotipo del acontecimiento cumpla con un tamaño y/o duración que permita su correcta visibilidad y legibilidad.

En este caso, únicamente el 25% de la valoración del gasto en publicidad tendrá la consideración de base de la deducción establecida en las normas anteriormente mencionadas.

A continuación se definen los criterios que los medios de comunicación colaboradores de los acontecimientos de excepcional interés público deberán aplicar para determinar la base sobre la que se aplicará la deducción del 15% por gastos de propaganda y publicidad de proyección plurianual que sirvan directamente para la promoción de estos acontecimientos prevista en el artículo 27 de la Ley 49/2002, de 23 de diciembre, de régimen fiscal de las entidades sin fines lucrativos y de los incentivos fiscales al mecenazgo.

Existen tres modalidades de gastos de publicidad en este tipo de colaboradores:

1. Especial cobertura informativa del “WORLD DESIGN CAPITAL VALÈNCIA 2022”.

La especial cobertura informativa del “WORLD DESIGN CAPITAL VALÈNCIA 2022”, dará derecho a deducción y se certificará como publicidad esencial valorándola a precio de coste de producción siempre que la misma pueda distinguirse claramente de la cobertura habitual que el medio colaborador destina al tipo de evento al que pertenece el acontecimiento.

2. Publicidad de la imagen y del logotipo del “WORLD DESIGN CAPITAL VALÈNCIA 2022” en las campañas publicitarias propias del patrocinador.

El criterio presupuestario y de esencialidad aplicado a cada modalidad será el siguiente:

La publicidad de la imagen y del logotipo del “WORLD DESIGN CAPITAL VALÈNCIA 2022” en las campañas publicitarias propias del patrocinador también será base para la deducción, pudiendo ser esencial o no esencial según su naturaleza y si cumple los requisitos de uso de la Marca. Se valorará de la siguiente manera:

A) Si son campañas efectuadas en el propio medio de comunicación colaborador, el coste de producción o el valor del espacio publicitario, si este estuviese comercializado por la empresa a terceros, en función de lo establecido en el Anexo del presente Manual.

B) Si son campañas en otro medio de comunicación, por ejemplo, anuncios de radio de un colaborador que se dedica a la prensa escrita, por el coste de la factura (precio de mercado).

3. Cesión de espacios publicitarios al “WORLD DESIGN CAPITAL VALÈNCIA 2022”:

La cesión de espacios publicitarios al “WORLD DESIGN CAPITAL VALÈNCIA 2022”, es la modalidad más importante ya que es con la que se hace más efectiva la difusión publicitaria. El medio de comunicación colaborador valorará esta cesión de espacio a precio de mercado teniendo en cuenta el contenido del artículo 17 de la Ley General de Publicidad.

La cesión de espacios para la inserción de anuncios dedicados a la promoción del acontecimiento tiene la consideración de publicidad esencial, por lo que para poder disfrutar de la deducción del 15% sobre la cuota íntegra del Impuesto, es necesario realizar la donación prevista en el artículo 27.3 de la Ley 49/2002.

ANEXOS

Criterios para cuantificar el contenido publicitario del soporte utilizado

Una vez que se ha identificado el contenido publicitario dentro de cada soporte que el colaborador ha utilizado en la estrategia de difusión del acontecimiento, es necesario proceder a la valoración del mismo. Valorado el contenido publicitario, lo que resulte de dicha valoración será considerado gasto publicitario a los efectos de la aplicación del artículo 27 de la Ley 49/2002.

La valoración del contenido publicitario se realizará de acuerdo con los siguientes criterios de valoración:

- Si el logotipo del “WORLD DESIGN CAPITAL VALÈNCIA 2022” se inserta en soportes que forman parte de los medios de producción de los colaboradores, el contenido publicitario se valorará por el coste incurrido en incorporar la publicidad al mencionado soporte. En este sentido, se tendrá en cuenta no sólo el coste derivado de la inserción del logotipo sino también el coste de incorporar al mismo la publicidad referida al colaborador (por ejemplo pintura, serigrafía o impresión).

En ningún caso debe formar parte de la base de la deducción el coste de producción del soporte al que se incorpora el contenido publicitario.

-Si el logotipo del “WORLD DESIGN CAPITAL VALÈNCIA 2022” se inserta en soportes publicitarios contratados por el colaborador con un tercero, el contenido publicitario se valorará por el coste de la contratación con terceros que se corresponda exclusivamente con el contenido publicitario del soporte.

Sobre la modificación de este manual

- El presente Manual recoge todos los soportes acordados por la Junta de Gobierno del Comisión interadministrativa, pudiendo incluirse aquellos nuevos soportes publicitarios que puedan presentarse para su estudio y aprobación, si procede.

- En el caso de que por parte del Ministerio de Hacienda y **Función pública** se admitan soportes publicitarios no recogidos en el presente manual o se modifiquen los criterios de valoración de la publicidad en los soportes ya existentes, se procederá a su inclusión en el presente manual mediante la correspondiente modificación del mismo y aprobación por la Comisión interadministrativa.

- En el caso de que los soportes publicitarios sean propiedad de la empresa donante, podrá considerarse como base para la deducción, el coste de contratación del espacio publicitario destinado exclusivamente a la promoción del acontecimiento, siempre y cuando se acrediten documentalmente los siguientes extremos para su previa aprobación por la Comisión interadministrativa:

- Valor existente de mercado.
- Antecedentes en la comercialización por la empresa de dicho soporte.
- Proyecto de utilización del soporte para la difusión del Programa.

MODELO DE SOLICITUD ANTE EL ÓRGANO INTERADMINISTRATIVO DE CERTIFICACIÓN ACREDITATIVA DE LA ADECUACIÓN DE LOS GASTOS REALIZADOS A LOS OBJETIVOS Y PLANES DEL PROGRAMA DEL ACONTECIMIENTO DE EXCEPCIONAL INTERÉS PÚBLICO «WORLD DESIGN CAPITAL VALÈNCIA 2022 »

D./Dña....., con DNI....., en calidad de, en representación de la entidad, con NIF, con domicilio fiscal Domicilio a efectos de notificaciones, dirección de correo electrónico..... y teléfono (fijo y móvil).....yen la actualidad desarrollando o habiendo desarrollado las actividades que se determinan en el cuadro adjunto,

SOLICITO:

Al ÓRGANO INTERADMINISTRATIVO encargado de la ejecución del programa de apoyo a la celebración del acontecimiento de excepcional interés público «WORLD DESIGN CAPITAL VALÈNCIA 2022» la expedición de certificación, en la que conste que la actividad llevada a cabo, consistente en gastos de publicidad esencial por importe de euros y publicidad no esencial por importe de euros, se ha realizado en cumplimiento de los planes y programas aprobados por el ÓRGANO INTERADMINISTRATIVO, de tal manera que le puedan ser de aplicación los beneficios fiscales previstos en la Ley 11/2020, de 30 de diciembre, de Presupuestos Generales del Estado para el año 2021, Disposición adicional octogésima sobre beneficios fiscales aplicables al «WORLD DESIGN CAPITAL VALÈNCIA 2022» y en la Ley 49/2002, de 23 de diciembre, de régimen fiscal de las entidades sin fines lucrativos y de los incentivos fiscales al mecenazgo.

Declaro que el ejercicio económico de la entidad coincide con el año natural (en caso contrario, indicar otro).

Declaro que la prorrata de IVA aplicable a la entidad en el año 20... ha sido del ...%, lo que significa que el IVA no deducible y que ha supuesto un mayor coste para la entidad ha sido del ...por ciento. (Eliminar este párrafo en caso de que no sea de aplicación).

Y para que conste a los efectos oportunos, firmo en
(lugar y fecha).

Dirigido a la Secretaría del ÓRGANO INTERADMINISTRATIVO WDC2022, Paseo de la Castellana 162, 15ª planta, impares, 28071-Madrid.

Actividades consistentes en gastos de propaganda y publicidad

Esta solicitud se refiere al siguiente tributo (marcar con una «x» en el recuadro de la izquierda):

- Impuesto sobre Sociedades:
- Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas (aplicable cuando los contribuyentes realicen actividades económicas por el método de estimación directa):
- Impuesto sobre la Renta de no Residentes:

Requisitos a cumplimentar:

Las actividades a las que se refiere la solicitud se realizaron o realizan en cumplimiento de los planes y programas de actividades del acontecimiento de excepcional interés público "WORLD DESIGN CAPITAL VALÈNCIA 2022", aprobados por el ÓRGANO INTERADMINISTRATIVO, porque su contenido favorece la divulgación de su celebración, consisten en (marcar con una «x» en el recuadro de la izquierda):

- 1º La producción y edición de material gráfico o audiovisual de promoción o información, consistente en folletos, carteles, guías, vídeos, soportes audiovisuales u otros objetos, siempre que sean de distribución gratuita y sirvan de soporte publicitario del acontecimiento.
- 2º La instalación o montaje de pabellones específicos, en ferias nacionales e internacionales, en los que se promocióne turísticamente el acontecimiento.
- 3º La realización de campañas de publicidad del acontecimiento, tanto de carácter nacional como internacional.
- 4º La cesión por los medios de comunicación de espacios gratuitos para la inserción por el consorcio o por el órgano administrativo correspondiente de anuncios dedicados a la promoción del acontecimiento.

Documentación que se aporta a esta solicitud (marcar con una «x» en el recuadro de la izquierda):

- Fotocopia compulsada del DNI o del N.I.F. o autorización al ÓRGANO INTERADMINISTRATIVO para que realice la comprobación de los datos de Identificación personal que figuran en el DNI mediante el Sistema de Verificación de Datos.
- Las sociedades mercantiles deberán presentar original o fotocopia compulsada de los siguientes documentos: escritura de constitución, estatutos, inscripción en el Registro Mercantil y N.I.F.
- En el caso de asociaciones o fundaciones, original o fotocopia compulsada de sus estatutos, N.I.F y certificado de inscripción en el registro correspondiente.
- Declaración del domicilio fiscal realizada por el firmante de la solicitud.
- Copia compulsada del poder del solicitante con acreditación de su inscripción en el Registro Mercantil. Se aconseja que los sucesivos trámites sean suscritos por el mismo

representante, y para el caso de que firme otro representante, acredite la correspondiente representación.

- En el supuesto que el solicitante actúe por medio de representante deberá acreditarse dicha representación por cualquier medio suficiente en Derecho, de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 5 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas.
- Modelo de declaración responsable: Memoria descriptiva de las características y finalidad del gasto realizado y su relación directa con la celebración del acontecimiento de excepcional interés público «WORLD DESIGN CAPITAL VALÈNCIA 2022» expresando en qué supuesto, de entre los incluidos en los objetos y planes del programa establecido por el consorcio u órgano administrativo de aquel, se enmarca.
- Modelos de relación de facturas: Acreditación del gasto en publicidad realizado, mediante relación de facturas satisfechas. Se incluirá en dichos modelos el coste exacto que corresponda a cada soporte y si el número de facturas es superior a 20 se incorporará en un archivo formato Excel que se incluirá en el «pen drive» mencionado a continuación. No se deben enviar facturas originales ni fotocopias de las mismas. (Utilizar Modelos de Relación de facturas de este Manual en función del tipo de publicidad: esencial o no esencial).
- Soporte informático («pen drive») en el que se pueda visualizar la totalidad de las campañas publicitarias para las que se solicita certificación, desglosadas por tipo de publicidad y con una denominación de los archivos informáticos suficientemente clara para poder identificarlos y cruzarlos con el resto de la documentación.
- Hay que incluir un anuncio por cada campaña y por tipo de publicidad (TV, radio, prensa, etc.).
- Acreditación del carácter esencial de los gastos de publicidad mediante la indicación del tamaño y duración del logotipo insertado en los diferentes soportes publicitarios.
- Acreditación, en su caso, del coste de producción de las etiquetas en el supuesto de inserción del logotipo en elementos separables del envase, o del coste de los trabajos de serigrafía si el logotipo se inserta en el propio envase.
- Acreditación, en su caso, del coste de edición, producción y distribución de folletos y catálogos.
- Acreditación de la aportación para la promoción, divulgación, apoyo y mecenazgo a la celebración del acontecimiento de excepcional interés público «WORLD DESIGN CAPITAL VALÈNCIA 2022», de acuerdo con el contrato firmado entre las partes de fecha, de ... de dos mil considerando que las cantidades percibidas lo son en concepto de donaciones irrevocables, puras y simples.
- Cualquier otra documentación que se considere necesaria para la justificación del beneficio fiscal aplicable.

Modelo de Declaración Responsable

Nota: Si la entidad no ha utilizado algún soporte de los citados en este modelo de declaración responsable tiene que eliminar ese apartado del documento y cambiar la numeración, siguiendo el mismo orden. El documento resultante debe firmarse en todas sus hojas.

D./Dña....., con DNI, en calidad de, actuando en representación de la entidad, con N.I.F. n.º y domicilio a efectos de notificaciones en, dirección de correo electrónico..... y teléfono (fijo y móvil)y formula la siguiente

DECLARACIÓN RESPONSABLE

Uno. Que el desglose de los gastos de publicidad y propaganda realizados en el ejercicio 20.... es el siguiente (indicar solamente los soportes utilizados):

Ejercicio 202... (incluye IVA soportado no deducible)

Soportes	Publicidad esencial	Publicidad no esencial
Televisión y cine.		
Prensa y revistas.		
Radio.		
Folletos.		
Catálogos.		
Encartes, «mailings» y «e-mailings».		
Vallas, «mupis/opis», marquesinas y video pantallas.		
Otros.		
Total importe.		

En todas las campañas que se indican a continuación se utilizó el logotipo del acontecimiento de excepcional interés público «WORLD DESIGN CAPITAL VALÈNCIA 2022» en los anuncios de la entidad durante el período comprendido entre el ... de de 20... y el ... de de 20....

Los gastos realizados se enmarcan dentro de los siguientes objetivos y planes del programa establecido por el ÓRGANO INTERADMINISTRATIVO para el WORLD DESIGN CAPITAL VALÈNCIA 2022.

Dos. Las campañas de Televisión o Cine (no incluir en este apartado datos por cesión por los medios de comunicación de «espacios gratuitos para la inserción por parte de la entidad receptora de las aportaciones de anuncios dedicados a la promoción del acontecimiento» incluidos en el apartado treinta) se realizaron con el siguiente detalle:

A) Publicidad esencial:

- En los anuncios se ha aplicado una «mosca» de pantalla con reserva en positivo o en negativo, dependiendo de la luminosidad del spot, ocupando un mínimo del 10 por ciento de la base de la pantalla.
- El logotipo del acontecimiento (símbolo y, en su caso, leyenda) ha figurado en pantalla por un espacio de tiempo mínimo equivalente al 50 por ciento de la duración del anuncio y en ningún caso los logotipos de las cadenas de TV o cine (ni ningún otro logotipo) se han superpuesto al logotipo del acontecimiento.

- Campañas en las que se emitieron los spots:

Campañas

- Las cadenas de TV en las que se emitieron los anteriores spots son:

Nacionales	Autonómicas	Temáticas

- Los cines en los que se emitieron los anteriores spots son:

Cines

El importe de los gastos de publicidad abonados por este concepto, excluido el IVA, considerados como esenciales, asciende a

B) Publicidad no esencial:

Hay campañas en las que no se han cumplido las especificaciones técnicas para que los gastos de publicidad puedan considerarse como esenciales, pero el logotipo del acontecimiento (símbolo y, en su caso, leyenda) tiene un tamaño que permite su correcta visibilidad y legibilidad, y son las siguientes:

- Campañas en las que se emitieron los spots:

Campañas

- Las cadenas de TV en las que se emitieron los anteriores spots son:

Nacionales	Autonómicas	Temáticas

- Los cines en los que se emitieron los anteriores spots son:

Cines

El importe de los gastos de publicidad abonados por este concepto, excluido el IVA, considerados como no esenciales, asciende a

Tres. Las campañas de Prensa y Revistas (no incluir en este apartado datos por cesión por los medios de comunicación de «espacios gratuitos para la inserción por parte de la entidad receptora de las aportaciones de anuncios dedicados a la promoción del acontecimiento» incluidos en el apartado treinta) **se realizaron con el siguiente detalle:**

A) Publicidad esencial:

- El logotipo del WORLD DESIGN CAPITAL VALÈNCIA 2022 (símbolo y leyenda) tuvo un ancho mínimo de 35 mm en los anuncios de una página, 30 mm mínimo en los de media página, 25 mm mínimo en los robapáginas y 20 mm mínimo en los faldones, ocupando en todos los casos como mínimo un 10 por ciento de la base del anuncio.

- Campañas:

Campañas

- Soportes:

Medio de comunicación	Soporte/Formato (página completa, media página, robapáginas o faldón)

El importe de los gastos de publicidad abonados por este concepto, excluido el IVA, considerados como esenciales, asciende a

B) Publicidad no esencial:

Hay campañas en las que no se han cumplido las especificaciones técnicas para que los gastos de publicidad puedan considerarse como esenciales, pero el logotipo del WORLD DESIGN CAPITAL VALÈNCIA 2022 (símbolo y leyenda) tiene un tamaño que permite su correcta visibilidad y legibilidad, y son las siguientes:

- Campañas:

Campañas

- Soportes:

Medio de comunicación	Soporte/Formato (página completa, media página, roba páginas o faldón)

El importe de los gastos de publicidad abonados por este concepto, excluido el IVA, considerados como esenciales, asciende a

Cuatro. Las campañas de Radio y «Podcast» de Audio (no incluir en este apartado datos por cesión por los medios de comunicación de «espacios gratuitos para la inserción por parte de la entidad receptora de las aportaciones de anuncios dedicados a la promoción del acontecimiento» incluidos en el apartado treinta) **se realizaron con el siguiente detalle:**

La entidad utilizó la locución «Empresa colaboradora con el acontecimiento WORLD DESIGN CAPITAL VALÈNCIA 2022» al final de sus cuñas publicitarias en radio, en el mismo idioma que el de la propia cuña y de manera perfectamente comprensible.

- Campañas:

Campañas

- Las cadenas de radio en las que se emitieron las cuñas publicitarias son:

Medio de Comunicación

El importe de los gastos de publicidad abonados por este concepto, excluido el IVA, considerados como esenciales, asciende a

Cinco. Las campañas de Folletos y Catálogos se realizaron con el siguiente detalle:

A) Publicidad esencial:

- La tirada mínima de estos soportes publicitarios ha sido de 200.000 ejemplares anuales tanto para folletos como para catálogos (tachar lo que no proceda).
- En los folletos plegados el logotipo del WORLD DESIGN CAPITAL VALÈNCIA 2022 (símbolo y leyenda) aparece en el ángulo inferior derecho de la portada y de la contraportada, con un ancho mínimo de 22 mm, ocupando un mínimo del 10 por ciento de la base del folleto.
- En los folletos no plegados el logotipo del WORLD DESIGN CAPITAL VALÈNCIA 2022 (símbolo y leyenda) ha aparecido como mínimo en una de las caras, con un ancho mínimo de 22 mm, ocupando un mínimo del 10 por ciento de la base del folleto.
- En los catálogos el logotipo del WORLD DESIGN CAPITAL VALÈNCIA 2022 (símbolo y leyenda) ha ocupado al menos el 10 por ciento de la base del catálogo.

- Campañas:

Campaña	Tirada anual

El importe de los gastos de publicidad abonados por este concepto, excluido el IVA, considerados como esenciales, asciende a

B) Publicidad no esencial:

Hay campañas en las que no se han cumplido las especificaciones técnicas para que los gastos de publicidad puedan considerarse como esenciales, pero el logotipo del WORLD DESIGN CAPITAL VALÈNCIA 2022 (símbolo y leyenda) tiene un tamaño que permite su correcta visibilidad y legibilidad, y son las siguientes:

- Campañas:

Campaña	Tirada anual

El importe de los gastos de publicidad abonados por este concepto, excluido el IVA, considerados como no esenciales, asciende a

Seis. Las campañas de Encartes, Mailings y E-Mailings se realizaron con el siguiente detalle:

A) Publicidad esencial:

- La tirada mínima de estos soportes publicitarios, considerados individualmente, ha sido de 200.000 ejemplares anuales para «mailings» y encartes, o destinatarios anuales en el caso de «e-mailings».
- En el caso de encartes y «mailings» el logotipo del WORLD DESIGN CAPITAL VALÈNCIA 2022 (símbolo y leyenda) tuvo como mínimo el mismo peso visual que la marca de la entidad colaboradora, partiendo de un ancho mínimo de 20 mm, ocupando un mínimo del 10 por ciento de la base del anuncio.
- En los «mailings» el logotipo del WORLD DESIGN CAPITAL VALÈNCIA 2022 (símbolo y leyenda) se ha insertado en todos los elementos: sobre exterior, carta explicativa, folleto o revista (y en caso de revista se ha incluido contenidos del acontecimiento).
- Para «e-mailings» el logotipo del WORLD DESIGN CAPITAL VALÈNCIA 2022 (símbolo y leyenda) ha tenido el mismo peso visual que la marca del colaborador.
- Por «peso visual» se considera «la superficie», es decir, el resultado de multiplicar el ancho por el alto.

- Campañas:

Campaña	Tirada anual	Tipo de soporte (Encarte, «mailing» o «e-mailing»)

El importe de los gastos de publicidad abonados por este concepto, excluido el IVA, considerados como esenciales, asciende a

B) Publicidad no esencial:

Hay campañas en las que no se han cumplido las especificaciones técnicas para que los gastos de publicidad puedan considerarse como esenciales, pero el logotipo del WORLD DESIGN CAPITAL VALÈNCIA 2022 (símbolo y leyenda) tiene un tamaño que permite su correcta visibilidad y legibilidad, y son las siguientes:

- Campañas:

Campaña	Tirada anual	Tipo de soporte (Encarte, «mailing» o «e-mailing»)

El importe de los gastos de publicidad abonados por este concepto, excluido el IVA, considerados como no esenciales, asciende a

Siete. Las campañas en Vallas, «Mupis/Opis», Marquesinas, Cabinas y Video Pantallas se realizaron con el siguiente detalle:

A) Publicidad esencial:

- El logotipo del acontecimiento se ha situado en el margen inferior del anuncio.
- En las vallas el ancho mínimo del logotipo del WORLD DESIGN CAPITAL VALÈNCIA 2022 (símbolo y leyenda) es de un 10 por ciento del ancho de la misma.
- En los «mupis/opis», marquesinas y cabinas el ancho mínimo es de 140 mm. En todos los casos el logotipo del WORLD DESIGN CAPITAL VALÈNCIA 2022 (símbolo y leyenda) ha ocupado un mínimo del 10 por ciento de la base del anuncio.
- En las video pantallas, el logotipo del WORLD DESIGN CAPITAL VALÈNCIA 2022 (símbolo y leyenda) ha aparecido según las condiciones establecidas para los spots de televisión.

- Campañas:

Campaña	Tipo de soporte (Valla, «mupi/opi», marquesina, cabina, videopantalla)

El importe de los gastos de publicidad abonados por este concepto, excluido el IVA, considerados como esenciales, asciende a

B) Publicidad no esencial:

Hay campañas en la que no se han cumplido las especificaciones técnicas para que los gastos de publicidad puedan considerarse como esenciales, pero el logotipo del acontecimiento tiene un tamaño que permite su correcta visibilidad y legibilidad, y son las siguientes:

- Campañas:

Campaña	Tipo de soporte (Valla, «mupi/opi», marquesina, cabina, videopantalla)

El importe de los gastos de publicidad abonados por este concepto, excluido el IVA, considerados como no esenciales, asciende a

Ocho. Las campañas en Banderolas, Cartelería, Escaparates y Lonas se realizaron con el siguiente detalle:

A) Publicidad esencial:

- El logotipo del WORLD DESIGN CAPITAL VALÈNCIA 2022 (símbolo y leyenda) se ha situado en el margen inferior del anuncio, preferentemente en el ángulo inferior derecho.
- En todos los casos el ancho del logotipo ha sido, como mínimo, el 10 por ciento de la base del soporte.
- En las banderolas dobles en las que el logotipo del acontecimiento se ha colocado en una de las caras de la banderola, el ancho del logotipo será, como mínimo, el 20 por ciento de la base del soporte.

- Campañas:

Campaña	Tipo de soporte (Banderola, cartel, escaparate y lona)

El importe de los gastos de publicidad abonados por este concepto, excluido el IVA, considerados como esenciales, asciende a

B) Publicidad no esencial:

Hay campañas en las que no se han cumplido las especificaciones técnicas para que los gastos de publicidad puedan considerarse como esenciales, pero el logotipo del acontecimiento (símbolo y, en su caso, leyenda) tiene un tamaño que permite su correcta visibilidad y legibilidad y son las siguientes:

- Campañas:

Campaña	Tipo de soporte (Banderola, cartel, escaparate y lona)

El importe de los gastos de publicidad abonados por este concepto, excluido el IVA, considerados como no esenciales, asciende a

Nueve. Las campañas en Stands en Ferias y en Eventos Deportivos se realizaron con el siguiente detalle:

A) Publicidad esencial:

- La presencia del logotipo del WORLD DESIGN CAPITAL VALÈNCIA 2022 (símbolo y leyenda) en el stand ha sido igual o superior al 10 por ciento de la totalidad de la extensión del mismo.
- Se entiende por extensión del stand la suma de las distintas superficies del mismo. En el caso de que el stand solo sea de suelo (ej.: exposición de coches), el logotipo del WORLD DESIGN CAPITAL VALÈNCIA 2022 (símbolo y leyenda) deberá quedar siempre perfectamente visible, ya sea en el suelo o en «roll ups», por ejemplo.

- Campañas:

Campaña	Feria o Evento Deportivo

El importe de los gastos de publicidad abonados por este concepto, excluido el IVA, considerados como esenciales, asciende a

B) Publicidad no esencial:

Hay campañas en las que no se han cumplido las especificaciones técnicas para que los gastos de publicidad puedan considerarse como esenciales, pero el logotipo del acontecimiento (símbolo y, en su caso, leyenda) tiene un tamaño que permite su correcta visibilidad y legibilidad, y son las siguientes:

- Campañas:

Campaña	Feria o Evento Deportivo

El importe de los gastos de publicidad abonados por este concepto, excluido el IVA, considerados como no esenciales, asciende a

Diez. Las campañas en Puntos de Información se realizaron con el siguiente detalle:

A) Publicidad esencial:

- La presencia de la marca de la entidad colaboradora ha aparecido a modo de complemento de la información de las actividades que forman parte del acontecimiento.
- En los postes de información el logotipo del WORLD DESIGN CAPITAL VALÈNCIA 2022 (símbolo y leyenda) ha aparecido centrado y con un ancho mínimo del 50 por ciento del ancho de la base.
- En las casetas de información o mostradores el logotipo del acontecimiento (símbolo y, en su caso, leyenda) se ha situado en la parte frontal de las mismas, con un mínimo del 12 por ciento del ancho de la base.

- Campañas:

Campaña	Soporte (Poste de información, caseta de información)

El importe de los gastos de publicidad abonados por este concepto, excluido el IVA, considerados como esenciales, asciende a

B) Publicidad no esencial:

Hay campañas en las que no se han cumplido las especificaciones técnicas para que los gastos de publicidad puedan considerarse como esenciales, pero el logotipo del WORLD DESIGN CAPITAL VALÈNCIA 2022 (símbolo y leyenda) tiene un tamaño que permite su correcta visibilidad y legibilidad, y son las siguientes:

- Campañas:

Campaña	Soporte (Poste de información, caseta de información)

El importe de los gastos de publicidad abonados por este concepto, excluido el IVA, considerados como no esenciales, asciende a

Once. Las campañas en «Merchandising» se realizaron con el siguiente detalle:

A) Publicidad esencial:

- El logotipo del WORLD DESIGN CAPITAL VALÈNCIA 2022 (símbolo y leyenda) es visible en todo momento por el público, siguiendo el sentido de la lectura.
- Partiendo de un ancho mínimo de 30 mm, el logotipo del WORLD DESIGN CAPITAL VALÈNCIA 2022 (símbolo y leyenda) ha tenido como mínimo el mismo peso visual que el logotipo de la entidad colaboradora. Por «peso visual» se considera «la superficie», es decir, el resultado de multiplicar el ancho por el alto.
- Para maletas, mochilas y bolsas de viaje: el logotipo del WORLD DESIGN CAPITAL VALÈNCIA 2022 (símbolo y leyenda) ha ido ubicado en una parte en la que puede verse bien y en el caso de bolsas de viaje ha aparecido en ambas caras.

- Campañas:

Campaña	Soporte (Gorras, camisetas, llaveros, etc.)

El importe de los gastos de publicidad abonados por este concepto, excluido el IVA, considerados como esenciales, asciende a

B) Publicidad no esencial:

Hay campañas en las que no se han cumplido las especificaciones técnicas para que los gastos de publicidad puedan considerarse como esenciales, pero el logotipo del WORLD DESIGN CAPITAL VALÈNCIA 2022 (símbolo y leyenda) tiene un tamaño que permite su correcta visibilidad y legibilidad, y son las siguientes:

- Campañas:

Campaña	Soporte (Gorras, camisetas, llaveros, etc.)

El importe de los gastos de publicidad abonados por este concepto, excluido el IVA, considerados como no esenciales, asciende a

Doce. Las campañas en Marketing Directo se realizaron con el siguiente detalle:

A) Publicidad esencial:

- La tirada mínima del soporte fue de 150.000 ejemplares anuales. El logotipo del WORLD DESIGN CAPITAL VALÈNCIA 2022 (símbolo y leyenda) ha tenido como mínimo el mismo peso visual que el logotipo de la entidad anunciante, partiendo de un mínimo de 30 mm y ha sido visible siguiendo el sentido de la lectura.
- Por «peso visual» se considera «la superficie», es decir, el resultado de multiplicar el ancho por el alto.
- Todas las piezas que componen el envío de marketing directo llevan el logotipo del WORLD DESIGN CAPITAL VALÈNCIA 2022 (símbolo y leyenda).

- Campañas:

Campaña	Tirada anual

El importe de los gastos de publicidad abonados por este concepto, excluido el IVA, considerados como esenciales, asciende a

B) Publicidad no esencial:

Hay campañas en las que no se han cumplido las especificaciones técnicas para que los gastos de publicidad puedan considerarse como esenciales, pero el logotipo del WORLD DESIGN CAPITAL VALÈNCIA 2022 (símbolo y leyenda) tiene un tamaño que permite su correcta visibilidad y legibilidad, y son las siguientes:

- Campañas:

Campaña	Tirada anual

El importe de los gastos de publicidad abonados por este concepto, excluido el IVA, considerados como no esenciales, asciende a

Trece. En las campañas que utilizan productos promocionales fabricados exclusivamente para la difusión del WORLD DESIGN CAPITAL VALÈNCIA 2022, los artículos han sido confeccionados específicamente para el acontecimiento, de forma que se asocian inequívocamente a la imagen del mismo.

- Campañas:

Campaña	Tipo de producto

El importe de los gastos de publicidad abonados por este concepto, excluido el IVA, considerados como esenciales, asciende a

Catorce. Las campañas en productos promocionales de distribución empresarial se realizaron con el siguiente detalle:

A) Publicidad esencial:

- El logotipo del WORLD DESIGN CAPITAL VALÈNCIA 2022 (símbolo y leyenda) ha sido visible en todo momento por el público y ha compartido el mismo espacio que el de la entidad.
- Ambos logos han tenido como mínimo el mismo tamaño.

- Campañas:

Campaña	Tipo de producto

El importe de los gastos de publicidad abonados por este concepto, excluido el IVA, considerados como esenciales, asciende a

B) Publicidad no esencial:

Hay campañas en las que no se han cumplido las especificaciones técnicas para que los gastos de publicidad puedan considerarse como esenciales, pero el logotipo del WORLD DESIGN CAPITAL VALÈNCIA 2022 (símbolo y leyenda) tiene un tamaño que permite su correcta visibilidad y legibilidad, y son las siguientes:

- Campañas:

Campaña	Tipo de producto

El importe de los gastos de publicidad abonados por este concepto, excluido el IVA, considerados como no esenciales, asciende a

Quince. Las campañas en Soportes Publicitarios Digitales, Páginas Web, Dispositivos Móviles, Aplicaciones para Móviles y Tabletas (APPS), Redes Sociales se realizaron con el siguiente detalle:

A.1) Publicidad esencial (contratando a terceros):

- El logotipo del WORLD DESIGN CAPITAL VALÈNCIA 2022 (símbolo y leyenda) y el de la entidad anunciante han sido como mínimo del mismo tamaño (mismo peso visual) y se mantuvieron en pantalla igual tiempo.
- Por «peso visual» se considera «la superficie», es decir, el resultado de multiplicar el ancho por el alto.
- En todo momento el logotipo del WORLD DESIGN CAPITAL VALÈNCIA 2022 (símbolo y leyenda) ha sido perfectamente visible, a la misma altura que el logo de la entidad y no ha quedado oculto por ventanas emergentes.
- En el caso de utilización de video «banners», el logotipo del WORLD DESIGN CAPITAL VALÈNCIA 2022 (símbolo y leyenda) ha aparecido según las condiciones establecidas para los spots de televisión.

- Campañas:

Campaña	Formato («Banner», video «banner», «pop-up», etc.)	Soporte (Página web, dispositivo móvil, red social, etc.)

El importe de los gastos de publicidad abonados por este concepto, excluido el IVA, considerados como esenciales, asciende a

A.2) Publicidad no esencial (contratando a terceros):

Hay campañas en las que no se han cumplido las especificaciones técnicas para que los gastos de publicidad puedan considerarse como esenciales, pero el logotipo del WORLD DESIGN CAPITAL VALÈNCIA 2022 (símbolo y leyenda) tiene un tamaño que permite su correcta visibilidad y legibilidad, y son las siguientes:

- Campañas:

Campaña	Formato («Banner», video «banner», «pop-up», etc.)	Soporte (Página web, dispositivo móvil, red social, etc.)

El importe de los gastos de publicidad abonados por este concepto, excluido el IVA, considerados como no esenciales, asciende a

El importe de los gastos de publicidad abonados por este concepto, excluido el IVA, considerados como no esenciales, asciende a

B.1) Publicidad esencial (con medios de la entidad):

- La web creada para la difusión del acontecimiento y «microsite» ha tenido contenidos específicos (mínimo una página) de difusión del WORLD DESIGN CAPITAL VALÈNCIA 2022 y, si lo hubiere, se ha introducido un enlace que lleva a la página oficial del WORLD DESIGN CAPITAL VALÈNCIA 2022 creada por el ÓRGANO INTERADMINISTRATIVO.
 - En esta web el logotipo del WORLD DESIGN CAPITAL VALÈNCIA 2022 (símbolo y leyenda) ha aparecido en los mismos espacios y como mínimo con igual peso visual que el de la entidad colaboradora. En todo momento ha sido perfectamente visible, a la misma altura que el logo de la entidad y no ha quedado oculto por ventanas emergentes.
 - Por «peso visual» se considera «la superficie», es decir, el resultado de multiplicar el ancho por el alto.
- Campañas:

Campaña de la página WEB

El importe de los gastos de publicidad abonados por este concepto, excluido el IVA, considerados como esenciales, asciende a

B.2) Publicidad no esencial (con medios de la entidad):

Hay campañas en las que no se han cumplido las especificaciones técnicas para que los gastos de publicidad puedan considerarse como esenciales, pero el logotipo del WORLD DESIGN CAPITAL VALÈNCIA 2022 (símbolo y leyenda) tiene un tamaño que permite su correcta visibilidad y legibilidad, y son las siguientes:

- Campañas:

Campaña de la página WEB

El importe de los gastos de publicidad abonados por este concepto, excluido el IVA, considerados como no esenciales, asciende a

Dieciséis. Las campañas en furgonetas, turismos, autobuses, camiones, grúas, vehículos articulados y otros vehículos de carga y transporte se realizaron con el siguiente detalle:

A) Publicidad esencial:

- El logotipo del WORLD DESIGN CAPITAL VALÈNCIA 2022 (símbolo y leyenda) ha ocupado un mínimo del 10 por ciento de la base del espacio publicitario.

- Campañas:

Campaña	Importe gastos de publicidad si el vehículo se ha contratado con terceros	Importe gastos de publicidad si el vehículo es propiedad de la entidad

El importe de los gastos de publicidad abonados por este concepto, excluido el IVA, considerados como esenciales, asciende a

B) Publicidad no esencial:

Hay campañas en las que no se han cumplido las especificaciones técnicas para que los gastos de publicidad puedan considerarse como esenciales, pero el logotipo del WORLD DESIGN CAPITAL VALÈNCIA 2022 (símbolo y leyenda) tiene un tamaño que permite su correcta visibilidad y legibilidad, y son las siguientes:

- Campañas:

Campaña	Importe gastos de publicidad si el vehículo se ha contratado con terceros	Importe gastos de publicidad si el vehículo es propiedad de la entidad

El importe de los gastos de publicidad abonados por este concepto, excluido el IVA, considerados como no esenciales, asciende a

Diecisiete. Las campañas en grúas de construcción se realizaron con el siguiente detalle:

A) Publicidad esencial:

- El logotipo del WORLD DESIGN CAPITAL VALÈNCIA 2022 (símbolo y leyenda) ha sido visible en todo momento por el público y se ha colocado a la altura adecuada para que así sea.
- El logotipo del WORLD DESIGN CAPITAL VALÈNCIA 2022 (símbolo y leyenda) ha ocupado el 100 por cien de la base de la lona manteniendo su proporción.
- El logotipo del WORLD DESIGN CAPITAL VALÈNCIA 2022 (símbolo y leyenda) ha estado presente, como mínimo, en una lona colgante ubicada en una de las caras de la columna que sustenta la grúa.

- Campañas:

Campaña	Importe gastos de publicidad si la grúa se ha contratado con terceros	Importe gastos de publicidad si la grúa es propiedad de la entidad

El importe de los gastos de publicidad abonados por este concepto, excluido el IVA, considerados como esenciales, asciende a

B) Publicidad no esencial:

Hay campañas en las que no se han cumplido las especificaciones técnicas para que los gastos de publicidad puedan considerarse como esenciales, pero el logotipo del WORLD DESIGN CAPITAL VALÈNCIA 2022 (símbolo y leyenda) tiene un tamaño que permite su correcta visibilidad y legibilidad, y son las siguientes:

- Campañas:

Campaña	Importe gastos de publicidad si la grúa se ha contratado con terceros	Importe gastos de publicidad si la grúa es propiedad de la entidad

El importe de los gastos de publicidad abonados por este concepto, excluido el IVA, considerados como no esenciales, asciende a

Dieciocho. Las campañas en globos aerostáticos y otros soportes similares se realizaron con el siguiente detalle:

A) Publicidad esencial:

- El logotipo del WORLD DESIGN CAPITAL VALÈNCIA 2022 (símbolo y leyenda) ha tenido un tamaño mínimo del 30 por ciento del diámetro

(o base) manteniendo las proporciones y se ha ubicado de manera centrada.

- Campañas:

Campaña	Importe gastos de publicidad si el soporte se ha contratado con terceros	Importe gastos de publicidad si el soporte es propiedad de la entidad

El importe de los gastos de publicidad abonados por este concepto, excluido el IVA, considerados como esenciales, asciende a

B) Publicidad no esencial:

Hay campañas en las que no se han cumplido las especificaciones técnicas para que los gastos de publicidad puedan considerarse como esenciales, pero el logotipo del WORLD DESIGN CAPITAL VALÈNCIA 2022 (símbolo y leyenda) tiene un tamaño que permite su correcta visibilidad y legibilidad, y son las siguientes:

- Campañas:

Campaña	Importe gastos de publicidad si el soporte se ha contratado con terceros	Importe gastos de publicidad si el soporte es propiedad de la entidad

El importe de los gastos de publicidad abonados por este concepto, excluido el IVA, considerados como no esenciales, asciende a

Diecinueve. Las campañas en máquinas expendedoras, botelleros, vitrinas, neveras y refrigeradoras se realizaron con el siguiente detalle:

A) Publicidad esencial:

- El logotipo del WORLD DESIGN CAPITAL VALÈNCIA 2022 (símbolo y leyenda) ha tenido un tamaño mínimo de 150 mm de ancho en la parte frontal, ocupando como mínimo el 10 por ciento de la base de la máquina.

Campaña	Importe gastos de publicidad si el soporte se ha contratado con terceros	Importe gastos de publicidad si el soporte es propiedad de la entidad

El importe de los gastos de publicidad abonados por este concepto, excluido el IVA, considerados como esenciales, asciende a

B) Publicidad no esencial:

Hay campañas en las que no se han cumplido las especificaciones técnicas para que los gastos de publicidad puedan considerarse como esenciales, pero el logotipo del WORLD DESIGN CAPITAL VALÈNCIA 2022 (símbolo y leyenda) tiene un tamaño que permite su correcta visibilidad y legibilidad, y son las siguientes:

- Campañas:

Campaña	Importe gastos de publicidad si el soporte se ha contratado con terceros	Importe gastos de publicidad si el soporte es propiedad de la entidad

El importe de los gastos de publicidad abonados por este concepto, excluido el IVA, considerados como no esenciales, asciende a

Veinte. Las campañas en «Call Center» se realizaron con el siguiente detalle:

Se realizó una locución por el servicio diciendo «Empresa colaboradora con el acontecimiento WORLD DESIGN CAPITAL VALÈNCIA 2022» de manera perfectamente comprensible.

- Campañas:

Campaña	Importe gastos de publicidad si la campaña se ha contratado con terceros	Importe gastos de publicidad si la campaña es propiedad de la entidad

El importe de los gastos de publicidad abonados por este concepto, excluido el IVA, considerados como esenciales, asciende a

Veintiuno. Las campañas en «Displays» y puntos lectores de venta se realizaron con el siguiente detalle:

A) Publicidad esencial:

- El logotipo del WORLD DESIGN CAPITAL VALÈNCIA 2022 (símbolo y leyenda) ha tenido como mínimo el mismo peso visual que la marca de la entidad, partiendo de un ancho mínimo de 40 mm.
- Por «peso visual» se considera «la superficie», es decir, el resultado de multiplicar el ancho por el alto.

- Campañas:

Campaña	Importe gastos de publicidad si si la campaña se ha contratado con terceros	Importe gastos de publicidad si el soporte es propiedad de la entidad

El importe de los gastos de publicidad abonados por este concepto, excluido el IVA, considerados como esenciales, asciende a

B) Publicidad no esencial:

Hay campañas en las que no se han cumplido las especificaciones técnicas para que los gastos de publicidad puedan considerarse como esenciales, pero el logotipo del acontecimiento (símbolo y, en su caso, leyenda) tiene un tamaño que permite su correcta visibilidad y legibilidad, y son las siguientes:

- Campañas:

Campaña	Importe gastos de publicidad si el soporte se ha contratado con terceros	Importe gastos de publicidad si el soporte es propiedad de la entidad

El importe de los gastos de publicidad abonados por este concepto, excluido el IVA, considerados como no esenciales, asciende a

Veintidós. Las campañas en WEB del colaborador se realizaron con el siguiente detalle:

A) Publicidad esencial:

- En el caso de web del colaborador el logotipo del WORLD DESIGN CAPITAL VALÈNCIA 2022 (símbolo y leyenda) ha aparecido en la «home» y en lugares destacados en los apartados de la web relacionados con el acontecimiento y el logotipo del WORLD DESIGN CAPITAL VALÈNCIA 2022 (símbolo y leyenda) ha tenido como mínimo el mismo peso visual que el logotipo de la entidad. En todo momento ha sido perfectamente visible, a la misma altura que el logo de la entidad y no ha quedado oculto por ventanas emergentes.
- Por «peso visual» se considera «la superficie», es decir, el resultado de multiplicar el ancho por el alto.

- Campañas:

Campaña	Coste

El importe de los gastos de publicidad abonados por este concepto, excluido el IVA, considerados como Esenciales, asciende a

B) Publicidad no esencial:

Hay campañas en las que no se han cumplido las especificaciones técnicas para que los gastos de publicidad puedan considerarse como esenciales, pero el logotipo WORLD DESIGN CAPITAL VALÈNCIA 2022 (símbolo y leyenda) tiene un tamaño que permite su correcta visibilidad y legibilidad, y son las siguientes:

- Campañas:

Campaña	Coste

El importe de los gastos de publicidad abonados por este concepto, excluido el IVA, considerados como no esenciales, asciende a

Veintitrés. Las campañas en uniformes y equipaciones deportivas se realizaron con el siguiente detalle:

A) Publicidad esencial:

- El logotipo del WORLD DESIGN CAPITAL VALÈNCIA 2022 (símbolo y leyenda) ha tenido una presencia en el uniforme o equipación con un peso visual no inferior al de la entidad colaboradora, salvo que una norma de obligado cumplimiento lo prohíba expresamente.
- Por «peso visual» se considera «la superficie», es decir, el resultado de multiplicar el ancho por el alto.

- Campañas:

Campañas	Importe gastos de publicidad si la equipación o uniforme se ha contratado con terceros	Importe gastos de publicidad si la equipación o uniforme es propiedad de la entidad

El importe de los gastos de publicidad abonados por este concepto, excluido el IVA, considerados como esenciales, asciende a

B) Publicidad no esencial:

Hay campañas en las que no se han cumplido las especificaciones técnicas para que los gastos de publicidad puedan considerarse como esenciales, pero el logotipo del WORLD DESIGN CAPITAL VALÈNCIA 2022 (símbolo y leyenda) tiene un tamaño que permite su correcta visibilidad y legibilidad, y son las siguientes:

- Campañas:

Campañas	Importe gastos de publicidad si la equipación o uniforme se ha contratado con terceros	Importe gastos de publicidad si la equipación o uniforme es propiedad de la entidad

El importe de los gastos de publicidad abonados por este concepto, excluido el IVA, considerados como no esenciales, asciende a

Veinticuatro. Las campañas en cajeros automáticos se realizaron con el siguiente detalle:

A) Publicidad esencial:

- El logotipo del WORLD DESIGN CAPITAL VALÈNCIA 2022 (símbolo y leyenda) ha tenido un peso visual no inferior al de la marca de la entidad, partiendo de un mínimo de 40 mm.
- Por «peso visual» se considera «la superficie», es decir, el resultado de multiplicar el ancho por el alto.

- Campañas:

Campañas	Importe gastos de publicidad si el cajero automático se ha contratado con terceros	Importe gastos de publicidad si el cajero automático es propiedad de la entidad

El importe de los gastos de publicidad abonados por este concepto, excluido el IVA, considerados como esenciales, asciende a

B) Publicidad no esencial:

Hay campañas en las que no se han cumplido las especificaciones técnicas para que los gastos de publicidad puedan considerarse como esenciales, pero el logotipo del WORLD DESIGN CAPITAL VALÈNCIA 2022 (símbolo y leyenda) tiene un tamaño que permite su correcta visibilidad y legibilidad, y son las siguientes:

- Campañas:

Campañas	Importe gastos de publicidad si el cajero automático se ha contratado con terceros	Importe gastos de publicidad si el cajero automático es propiedad de la entidad

El importe de los gastos de publicidad abonados por este concepto, excluido el IVA, considerados como no esenciales, asciende a

Veinticinco. Las campañas en embalajes varios se realizaron con el siguiente detalle:

A) Publicidad esencial (indicar a continuación solo el/los soporte/s afectado/s):

- Embalajes (como «packaging» de producto): el logotipo del WORLD DESIGN CAPITAL VALÈNCIA 2022 (símbolo y leyenda) se ha imprimido en la parte inferior de la cara donde aparece la marca del producto, siguiendo el sentido de la lectura, con un ancho mínimo del logotipo de 20 mm.

- Cajas: el logotipo del WORLD DESIGN CAPITAL VALÈNCIA 2022 (símbolo y leyenda) se ha imprimido en cada pieza individualmente en la parte inferior de, como mínimo, una de las dos caras frontales, siguiendo el sentido de la lectura, con un ancho mínimo del logotipo de 25 mm.

- Bolsas (como «packaging» de producto): el logotipo del WORLD DESIGN CAPITAL VALÈNCIA 2022 (símbolo y leyenda) se ha imprimido en la parte inferior de, como mínimo, el frontal de la bolsa, siguiendo el sentido de la lectura. En las bolsas pequeñas (superficie menor o igual a 200 centímetros cuadrados) el ancho mínimo del logotipo ha sido de 20 mm y en las grandes (superficie mayor de 200 centímetros cuadrados) de 30 mm.

- Materiales de construcción (sacos, film y otros):

- En los sacos el logotipo del WORLD DESIGN CAPITAL VALÈNCIA 2022 (símbolo y leyenda) se ha imprimido en área visible en, al menos, una de las dos caras frontales, siguiendo el sentido de la lectura, con un tamaño mínimo del 20 por ciento del ancho del mismo.

- En film y otros envoltorios (como «packaging» de producto) el logotipo del WORLD DESIGN CAPITAL VALÈNCIA 2022 (símbolo y leyenda) se ha imprimido siguiendo el sentido de la lectura y ha estado presente en cada unidad de comunicación o plancha de impresión.

- En todo caso, el logotipo ha tenido siempre un tamaño mínimo del 30 por ciento respecto a las dimensiones de la marca de la entidad.

- Palés: el logotipo del WORLD DESIGN CAPITAL VALÈNCIA 2022 (símbolo y leyenda) se ha imprimido de manera centrada como mínimo en una de las tres vigas de soporte de cada una de las cuatro caras y ha tenido un mínimo del 50 por ciento de la sección visible o superficie de exposición.

- Campañas:

Campañas	Tipo de embalaje	Importe gastos de publicidad si el embalaje se ha contratado con terceros	Importe gastos de publicidad si el embalaje es propiedad de la entidad

El importe de los gastos de publicidad abonados por este concepto, excluido el IVA, considerados como esenciales, asciende a

B) Publicidad no esencial (indicar a continuación solo el/los soporte/s afectado/s):

Hay campañas en las que no se han cumplido las especificaciones técnicas para que los gastos de publicidad puedan considerarse como esenciales, pero el logotipo del WORLD DESIGN CAPITAL VALÈNCIA 2022 (símbolo y leyenda) tiene un tamaño que permite su correcta visibilidad y legibilidad, y son las siguientes:

- Campañas:

Campañas	Tipo de embalaje	Importe gastos de publicidad si el embalaje se ha contratado con terceros	Importe gastos de publicidad si el embalaje es propiedad de la entidad

El importe de los gastos de publicidad abonados por este concepto, excluido el IVA, considerados como no esenciales, asciende a

Veintiséis. Las campañas en latas, botellas, botellines se realizaron con el siguiente detalle:

A) Publicidad esencial:

• El logotipo del WORLD DESIGN CAPITAL VALÈNCIA 2022 (símbolo y leyenda) ha ocupado como mínimo el 10 por ciento del ancho del soporte, con un ancho mínimo de 20 mm y ha aparecido en el sentido de la lectura.

- Campañas:

Campañas	Tipo de envase	Importe gastos de publicidad si el envase se ha contratado con terceros	Importe gastos de publicidad si el envase es propiedad de la entidad

El importe de los gastos de publicidad abonados por este concepto, excluido el IVA, considerados como esenciales, asciende a

B) Publicidad no esencial:

Hay campañas en las que no se han cumplido las especificaciones técnicas para que los gastos de publicidad puedan considerarse como esenciales, pero el logotipo del WORLD DESIGN CAPITAL VALÈNCIA 2022 (símbolo y leyenda) tiene un tamaño que permite su correcta visibilidad y legibilidad, y son las siguientes:

- Campañas:

Campañas	Tipo de envase	Importe gastos de publicidad si el envase se ha contratado con terceros	Importe gastos de publicidad si el envase es propiedad de la entidad

El importe de los gastos de publicidad abonados por este concepto, excluido el IVA, considerados como no esenciales, asciende a

Veintisiete. Las campañas en envases alimentarios se realizaron con el siguiente detalle:

A) Publicidad esencial:

• Envases alimentarios y tetrabriks: el logotipo del WORLD DESIGN CAPITAL VALÈNCIA 2022 (símbolo y leyenda) ha ocupado como mínimo el 10 por ciento de la superficie. Además, en el caso de tetrabriks, el logotipo ha aparecido en las dos caras y en el sentido de la lectura, siendo el ancho mínimo del logotipo de 30 mm en los tetrabriks grandes (mayor o igual a 1 litro) y de 20 mm en los tetrabriks pequeños (menos de 1 litro).

- Campañas:

Campañas	Tipo de envase	Importe gastos de publicidad si el envase se ha contratado con terceros	Importe gastos de publicidad si el envase es propiedad de la entidad

El importe de los gastos de publicidad abonados por este concepto, excluido el IVA, considerados como esenciales, asciende a

B) Publicidad no esencial:

Hay campañas en las que no se han cumplido las especificaciones técnicas para que los gastos de publicidad puedan considerarse como esenciales, pero el logotipo del WORLD DESIGN CAPITAL VALÈNCIA 2022 (símbolo y leyenda) tiene un tamaño que permite su correcta visibilidad y legibilidad, y son las siguientes:

- Campañas:

Campañas	Tipo de envase	Importe gastos de publicidad si el envase se ha contratado con terceros	Importe gastos de publicidad si el envase es propiedad de la entidad

El importe de los gastos de publicidad abonados por este concepto, excluido el IVA, considerados como no esenciales, asciende a

Veintiocho. Las campañas en bolsas contenedoras se realizaron con el siguiente detalle:

A) Publicidad esencial:

• El ancho del logotipo del WORLD DESIGN CAPITAL VALÈNCIA 2022 (símbolo y leyenda) ha sido como mínimo de 30 mm y ha ocupado como mínimo un ancho del 10 por ciento de la base de la bolsa.

- Campañas:

Campañas	Importe gastos de publicidad si la bolsa contenedora se ha contratado con terceros	Importe gastos de publicidad si la bolsa contenedora es propiedad de la entidad

B) Publicidad no esencial:

Hay campañas en las que no se han cumplido las especificaciones técnicas para que los gastos de publicidad puedan considerarse como esenciales, pero el logotipo del WORLD DESIGN CAPITAL VALÈNCIA 2022 (símbolo y leyenda) tiene un tamaño que permite su correcta visibilidad y legibilidad, y son las siguientes:

- Campañas:

Campañas	Tipo de envase	Importe gastos de publicidad si la bolsa contenedora se ha contratado con terceros	Importe gastos de publicidad si la bolsa contenedora es propiedad de la entidad

El importe de los gastos de publicidad abonados por este concepto, excluido el IVA, considerados como no esenciales, asciende a

Veintinueve. Las campañas en soportes de divulgación corporativa (documentación corporativa, facturas y extractos bancarios de uso externo, etc.) se realizaron con el siguiente detalle:

A) Publicidad esencial:

- La tirada mínima de estos soportes, considerados individualmente, fue de 200.000 ejemplares anuales.
- El logotipo del WORLD DESIGN CAPITAL VALÈNCIA 2022 (símbolo y leyenda) ha tenido el ancho mínimo siguiente: papel de carta (A4), 20 mm; papel de carta (A5), 16 mm; tarjetón, 20 mm; carpeta cerrada (DIN A4), 20 mm, y se ha colocado el logotipo del WORLD DESIGN CAPITAL VALÈNCIA 2022 (símbolo y leyenda) en la parte inferior derecha de la contraportada; sobre de mensajería, 30 mm, y el logotipo se ha colocado en la parte delantera; sobre americano, 20 mm; facturas y extractos bancarios de uso externo, 20 mm ocupando un mínimo del 10 por ciento de la base del soporte.

- Campañas:

Tipo de soporte (Papel de carta, tarjetón, carpeta cerrada, sobre mensajería, sobre americano, facturas, extractos bancarios de uso externo)	Tirada anual

El importe de los gastos de publicidad abonados por este concepto, excluido el IVA, considerados como esenciales, asciende a

B) Publicidad no esencial:

Hay campañas en las que no se han cumplido las especificaciones técnicas para que los gastos de publicidad puedan considerarse como esenciales, pero el logotipo del WORLD DESIGN CAPITAL VALÈNCIA 2022 (símbolo y leyenda) tiene un tamaño que permite su correcta visibilidad y legibilidad, y son las siguientes:

- Campañas:

Tipo de soporte (Papel de carta, tarjetón, carpeta cerrada, sobre mensajería, sobre americano, facturas, extractos bancarios de uso externo)	Tirada anual

El importe de los gastos de publicidad abonados por este concepto, excluido el IVA, considerados como no esenciales, asciende a

Treinta. Las campañas mediante la cesión por los medios de comunicación de espacios gratuitos, para la inserción por parte de la entidad receptora de las aportaciones de anuncios dedicados a la promoción del acontecimiento, se realizaron con el siguiente detalle:

A) Publicidad esencial (indicar a continuación solo la/las modalidad/es afectada/s):

• Han de cumplirse los requisitos establecidos en los apartados dos, tres y cuatro de esta declaración responsable.

A.1 «Especial cobertura informativa del acontecimiento de excepcional interés público «WORLD DESIGN CAPITAL VALÈNCIA 2022»

- Campañas:

Campaña	Importe

A.2 «Publicidad de la imagen y del logotipo del acontecimiento de excepcional interés público «WORLD DESIGN CAPITAL VALÈNCIA 2022», en las campañas publicitarias propias de la entidad, ha cumplido los requisitos de uso.

- Campañas:

Campaña	Importe de gastos si son campañas en el propio medio de comunicación	Importe de gastos si son campañas contratadas en otro medio de comunicación

A.3 «Cesión de espacios publicitarios del acontecimiento de excepcional interés público «WORLD DESIGN CAPITAL VALÈNCIA 2022».

- Campañas:

Campaña	Importe

El importe de los gastos de publicidad abonados por este concepto, excluido el IVA, considerados como esenciales, asciende a

B) Publicidad no esencial (indicar a continuación solo la/las modalidad/es afectada/s):

Hay campañas en las que no se han cumplido las especificaciones técnicas para que los gastos de publicidad puedan considerarse como esenciales, y son las siguientes:

B.1 «Especial cobertura informativa del acontecimiento de excepcional interés público «WORLD DESIGN CAPITAL VALÈNCIA 2022»

- Campañas:

Campaña	Importe

B.2 «Publicidad de la imagen y del logotipo del acontecimiento (símbolo y leyenda) de excepcional interés público «WORLD DESIGN CAPITAL VALÈNCIA 2022», en las campañas publicitarias propias de la entidad.

- Campañas:

Campaña	Importe de gastos si son campañas en el propio medio de comunicación	Importe de gastos si son campañas contratadas en otro medio de comunicación

B.3 «Cesión de espacios publicitarios del acontecimiento de excepcional interés público «WORLD DESIGN CAPITAL VALÈNCIA 2022».

- Campañas:

Campaña	Importe

El importe de los gastos de publicidad abonados por este concepto, excluido el IVA, considerados como no esenciales, asciende a

**Modelo de relación de facturas de actuaciones publicitarias
Publicidad esencial**

Modelo de relación de facturas de actuaciones publicitarias vinculadas a la solicitud de certificación para el acontecimiento de excepcional interés público «WORLD DESIGN CAPITAL VALÈNCIA 2022»

Ejercicio 202.

N.º de Factura	Emisor de la factura (Si el emisor es persona jurídica: indicar razón social; si es persona física: nombre y apellidos)	Soporte (*) (TV, Radio, "Merchandising", etc.)	Campaña	Importe sin IVA (salvo que no sea deducible por Ley y suponga un coste)
Total importe				

(*) Ordenar los soportes por medios de publicidad (TV, radio, folletos, etc.), sin intercalar unos con otros.

En, a de.....de 20.....

Firmado (nombre y apellidos del interesado o del representante de la entidad que presenta la solicitud):

**Modelo de relación de facturas de actuaciones publicitarias
Publicidad no esencial**

Modelo de relación de facturas de actuaciones publicitarias vinculadas a la solicitud de certificación para acontecimiento de excepcional interés público «WORLD DESIGN CAPITAL VALÈNCIA 2022»

Ejercicio 202.

N.º de Factura	Emisor de la factura (Si el emisor es persona jurídica: indicar razón social; si es persona física: nombre y apellidos)	Soporte (*) (TV, Radio, "Merchandising", etc.)	Campaña	Importe sin IVA (salvo que no sea deducible por Ley y suponga un coste)
Total importe				

(*) Ordenar los soportes por medios de publicidad (TV, radio, folletos, etc.), sin intercalar unos con otros.

En, a de.....de 20.....

Firmado (nombre y apellidos del interesado o del representante de la entidad que presenta la solicitud):



Dña./D., en calidad de Secretaria del Órgano Interadministrativo encargado de la ejecución del programa de apoyo a la celebración del acontecimiento de excepcional interés público «València, Capital Mundial del Diseño 2022/ València World Design Capital 2022» creada para atender las solicitudes de las empresas colaboradoras de València, Capital Mundial del Diseño 2022 de acuerdo con el artículo 10 del Reglamento para la aplicación del régimen fiscal de las entidades sin fines lucrativos y de los incentivos fiscales al mecenazgo,

CERTIFICO

Que el Órgano Interadministrativo de «València, Capital Mundial del Diseño 2022/ València World Design Capital 2022» (en adelante Capitalidad Valenciana), en el ejercicio de sus competencias adoptó, por mayoría de votos y con el voto favorable del representante del Ministerio de Hacienda y Función Pública, el acuerdo siguiente, según consta en el Acta de la sesión celebrada en..... el día ... de..... de 20XX.

Solicitud de (INTERESADO O ENTIDAD) de certificación de donación y adecuación de los gastos realizados a los objetivos y planes del programa de apoyo a «València, Capital Mundial del Diseño 2022/ València World Design Capital 2022».

Visto el escrito de solicitud de certificación de la adecuación de los gastos realizados a los objetivos y planes del programa de apoyo a «València, Capital Mundial del Diseño 2022/ València World Design Capital 2022», presentado al Órgano Interadministrativo con fecha por Dña./D....., con NIF:, en nombre y representación de(INTERESADO O ENTIDAD), con NIF:, con domicilio fiscal y a efectos de notificaciones en....., dirección de correo electrónico a los efectos de beneficiarse de los incentivos fiscales previstos en el artículo 27 de la Ley 49/2002, de 23 de diciembre, de régimen fiscal de las entidades sin fines lucrativos y de los incentivos fiscales al mecenazgo.

Visto el certificado del ingreso, correspondiente a 20XX, recibido por la Fundació del Disseny de la Comunitat Valenciana, con NIF G-04960340, por un importe de EUROS (..... €), en concepto de aportación procedente de INTERESADO O ENTIDAD), para la promoción, divulgación, apoyo y mecenazgo a la celebración del acontecimiento de excepcional interés público «València, Capital Mundial del Diseño 2022/ València World Design Capital 2022», de acuerdo con el contrato firmado entre ambas partes de fecha ... de..... de 20XX, considerando que las cantidades percibidas lo son en concepto de donación irrevocable, pura y simple.

Vista la documentación presentada por (INTERESADO O ENTIDAD) en la que consta que ha realizado gastos de publicidad y propaganda de proyección plurianual, en el periodo comprendido entre el de y el de, en televisión, radio,



prensa, internet y otros soportes publicitarios cuya cuantía asciende a
EUROS (..... €), excluido el IVA soportado deducible, según el siguiente desglose:

- Televisión.....
- Radio.....
- Prensa.....
- Internet.....
- Otros

A dicha solicitud le resulta de aplicación lo dispuesto en la Ley 6/2018, de 3 de julio, de Presupuestos Generales del Estado para el año 2018, Disposición adicional octogésima séptima sobre beneficios fiscales aplicables al «València, Capital Mundial del Diseño 2022/ València World Design Capital 2022», así como el artículo 27 de la Ley 49/2002, de 23 de diciembre, de régimen fiscal de las entidades sin fines lucrativos y de los incentivos fiscales al mecenazgo, y en los artículos 8 y 10 del Reglamento para la aplicación del régimen fiscal de las entidades sin fines lucrativos y de los incentivos fiscales al mecenazgo, aprobado por el Real Decreto 1270/2003, de 10 de octubre.

Teniendo en cuenta lo anteriormente expuesto, se confirma, a efectos de lo dispuesto en la normativa legal citada en la parte expositiva del presente acuerdo y toda la que resulte de aplicación, que la inversión en campañas publicitarias, declaradas por (INTERESADO O ENTIDAD), con NIF:, con domicilio fiscal y a efectos de notificaciones en, por importe de ... euros (.... euros), excluido el IVA soportado deducible, se enmarcan en los planes y programas aprobados por el consorcio u órgano administrativo encargado de la ejecución del programa de apoyo a la celebración del acontecimiento de excepcional interés público «València, Capital Mundial del Diseño 2022/ València World Design Capital 2022», divulgando dicho acontecimiento:

- De MODO ESENCIAL por una cuantía de ... euros.
- De MODO NO ESENCIAL por una cuantía de ... euros.

La ejecución de dichos gastos deberá quedar suficientemente acreditada ante la Administración Tributaria a efectos del disfrute de los beneficios fiscales previstos en el mencionado artículo 27 de la Ley 49/2002, sin perjuicio de los límites legalmente establecidos; beneficios fiscales que, en su caso, serán reconocidos por el órgano competente de la Agencia Estatal de Administración Tributaria, previa solicitud de (INTERESADO O ENTIDAD).

Todo ello sin perjuicio de la comprobación por parte de la Administración tributaria de la concurrencia de las circunstancias o requisitos necesarios para la aplicación de los beneficios fiscales, quien practicará, en su caso, la regularización que resulte procedente de conformidad con lo establecido en el artículo 27.4 de la Ley 49/2002, de 23 de diciembre, de régimen fiscal de las entidades sin fines lucrativos y de los incentivos fiscales al mecenazgo.



De conformidad con el artículo 9.1 del Reglamento para la aplicación del régimen fiscal de las entidades sin fines lucrativos y de los incentivos fiscales al mecenazgo, (INTERESADO O ENTIDAD) deberá presentar una solicitud ante la Agencia Estatal de Administración Tributaria, al menos 45 días naturales antes del inicio del plazo reglamentario de declaración-liquidación correspondiente al período impositivo en que haya de surtir efectos el beneficio fiscal cuyo reconocimiento se solicita, a la que deberá acompañar la presente certificación.

Y para que así conste y surta efectos donde fuere necesario, de acuerdo con los artículos 9 y 10 del Reglamento para la aplicación del régimen fiscal de las entidades sin fines lucrativos y de los incentivos fiscales al mecenazgo, expido la presente certificación de orden y con el visto bueno de la Presidenta del Órgano Interadministrativo de la Capitalidad Valenciana, órgano encargado de la ejecución del programa de apoyo a la celebración del acontecimiento de excepcional interés público «València, Capital Mundial del Diseño 2022/ València World Design Capital 2022», en a ... dede dos mil....

V.º B.º

El Presidente

Fdo.

La Secretaria

NORMATIVA BÁSICA APLICABLE AL “WORD DESIGN CAPITAL VALENCIA 2022”

19 / Ley 49/2002, de 23 de diciembre, de Régimen Fiscal de las Entidades sin Fines Lucrativos y de los Incentivos Fiscales al Mecenazgo.

Ir al BOE

21 / Real Decreto 1270/2003, de 10 de octubre, por el que se aprueba el Reglamento para la aplicación del régimen fiscal de las entidades sin fines lucrativos y de los incentivos al mecenazgo.

Ir al BOE

22 / Resolución de 25 de enero de 2018, de la Dirección General de Tributos, por la que se aprueba el Manual de aplicación de los beneficios fiscales previstos en el apartado primero del artículo 27.3 de la Ley 49/2002, de 23 de diciembre, de régimen fiscal de las entidades sin fines lucrativos y de los incentivos fiscales al mecenazgo, correspondientes a los gastos de propaganda y publicidad de proyección plurianual, que sirvan para la promoción de los acontecimientos de excepcional interés público.

Ir al BOE

23 / Real Decreto-ley 17/2020, de 5 de mayo, por el que se aprueban medidas de apoyo al sector cultural y de carácter tributario para hacer frente al impacto económico y social del COVID-2019. (Disposiciones finales segunda y quinta).

Ir al BOE



**WORLD DESIGN
CAPITAL**
VALENCIA 2022



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE CIENCIA
E INNOVACIÓN