



Manual Esencial Tercera Edición
Barcelona World Race

Viernes, 25 de Enero de 2013

Manual corporativo

- 3** La Marca

Manual de uso y aplicación para colaboradores

- 9** Introducción
- 10** Líneas estratégicas de comunicación
- 11** Criterios para determinar el carácter esencial del contenido el soporte publicitario
- 13** Soportes esenciales (1)
- 42** Medios de comunicación (2)
- 45** Soportes no esenciales (3)
- 47** Anexo I
- 48** Anexo II - Planes y programas de actividades para la 3ª edición de la “Barcelona World Race”

La Marca



barcelona world race

2014-2015 | BRANDGUIDE COLABORADORES

Imagen Corporativa versión principal

Logotipo color en positivo



Logotipo pluma en positivo



Logotipo color en negativo



Logotipo pluma en negativo





barcelona world race

2014-2015 | BRANDGUIDE COLABORADORES

Logotipo

versión principal

Construcción de la IC y área de reserva, dicho espacio esta definido por la pastilla que rodea el logotipo, sea en positivo (de color blanco) o en negativo Pantone 539. En cualquier caso habrá un espacio de reserva de valor X.

Construcción y área de reserva.





barcelona world race

2014-2015 | BRANDGUIDE COLABORADORES

Logotipo

versión principal

Reducción mínima de la marca y versiones según tamaños.

Versión a partir de 60 mm. del logotipo



Versión para
15 mm. ancho del logotipo



Criterios generales sobre el uso de la marca

Color

El logotipo deberá aparecer en los colores indicados y especificados en el manual de aplicación de la marca.

1- Pantone 539 sobre pastilla de color blanco o sobre un fondo de color claro suficientemente contrastado.

2- Blanco sobre pastilla de color Pantone 539 o sobre un fondo de color oscuro suficientemente contrastado.

Modificaciones

Salvo en ocasiones autorizadas por el departamento de imagen de Barcelona World Race, en ningún caso se deberán alterar las proporciones de los elementos que conforman la marca, así como tampoco estará permitido integrar cualquier otro elemento gráfico en el interior del área de reserva definida, ni leyenda textual asociada a la imagen corporativa de Barcelona World Race.



Pantone 539



Blanco

Criterios generales sobre el uso de la marca

Tamaño

Para la correcta reproducción del logotipo, resulta imprescindible que se respete el tamaño mínimo que se especifica a continuación en la descripción de cada soporte. En este manual de aplicación de la marca se han incluido las medidas más habituales a título de ejemplo.

Cuando los soportes posean otras medidas, el tamaño del logotipo se calculará partir de un porcentaje a definir, que deberá contrastarse con Barcelona World Race.

En ningún caso, el tamaño del logotipo podrá ser inferior al tamaño mínimo que viene especificado en la descripción de cada tipo de soporte. No obstante si podrán superarlo.

Cabe destacar que existe un tamaño mínimo de reproducción especificado en el Manual de Identidad Corporativa de la marca, de 15 mm.

Situación

El logotipo aparecerá, preferiblemente en la mitad inferior derecha del soporte publicitario, cuando éste sea “publicidad en medios”.

Cuando se trate de otros soportes publicitarios, aparecerá en un lugar destacado y lo más íntimamente ligado que sea posible, a la marca del patrocinador.

En todo caso, deberá garantizarse la perfecta visualización y legibilidad del logotipo.

Orientación

La orientación de logotipo deberá coincidir con el sentido de la lectura del resto del texto.

Calidad de impresión

Se han diseñado variantes del logotipo que se adaptan a diferentes sistemas de impresión y soportes (en cuatricomía, color directo a una tinta o pluma).

Introducción

El presente manual tiene por objeto tanto determinar los estándares de utilización de los logotipos y/o imagen del Acontecimiento de Excepcional Interés Público **Barcelona World Race 2014-2015**, en adelante **Barcelona World Race 2014-2015**, 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 de dicho 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 Barcelona World Race 2014-2015.**
- **Especial cobertura informativa del acontecimiento Barcelona World Race 2014-2015.**
- **Publicidad de la imagen y de los logotipos del acontecimiento Barcelona World Race**

2014-2015 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.

- **La frase informativa que se menciona en los diferentes soportes, se encuentra incluida en las versiones del logotipo. Deberá incluirse código QR o BIDI.**

Líneas estratégicas de comunicación

El objetivo del plan de comunicación es incrementar la notoriedad y difusión del acontecimiento, a través de la difusión de su logotipo oficial, sus contenidos y su programación en la comunicación corporativa y comercial de las empresas colaboradoras mediante anuncios, folletos, catálogos, encartes, material de merchandising y otros elementos en diferentes soportes, como páginas web, páginas de prensa, etc, que incorporarán tanto el logotipo del acontecimiento como los contenidos de la programación del mismo.

Con la inserción del logotipo y locución de forma destacada en las campañas publicitarias, en los medios de prensa y televisión, las empresas colaboradoras conseguirán impactos significativos en la población en general y exhaustivos en los consumidores de los productos de las distintas empresas.

Este plan de comunicación se desarrollará en dos fases:

- **Conocimiento y notoriedad de cada acontecimiento con la difusión de su logotipo y contenidos en la comunicación global corporativa.**

- **Publicitaria, de manera intensa y continua con presencia significativa en la difusión de los acontecimientos específicos que constituyen la colaboración de las mismas.**

Por tanto, las partes integrantes de **Barcelona World Race 2014-2015**, aprueban los soportes publicitarios para la divulgación de dicho evento y la base de deducción de los mismos.

Criterios para determinar el carácter esencial del contenido del soporte publicitario a la divulgación del acontecimiento

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 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 a la Fundación Navegación Oceánica Barcelona.

Criterios para determinar el carácter esencial del contenido del soporte publicitario a la divulgación del acontecimiento

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.MEDIOS DE COMUNICACIÓN.
- 3.SOPORTES NO ESENCIALES.

1 · Soportes Esenciales

Televisión

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

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

Los logotipos de las cadenas de televisión en ningún caso se sobrepondrán al logotipo del acontecimiento.

La base de la deducción consistirá en el importe de la factura o, en su caso, en el coste total del diseño, producción y emisión del anuncio.



Prensa y revistas

Página completa y media página.- el logotipo del acontecimiento tendrá un ancho mínimo de 35mm para una página y 30mm para media página, ocupando como mínimo un 10% de la base del anuncio.

Robapáginas y faldón.- el ancho mínimo del logotipo en los robapáginas será de 25mm, y para faldones de 20mm.

En ambos casos es necesario que además del logotipo figure la frase informativa del acontecimiento, ocupando como mínimo un 10% de la base del anuncio y el código QR o BIDI.

En todos los soportes deberá figurar información adicional y específica del acontecimiento que permita conocerlo o en su defecto un código QR o BIDI que dirija a la información oficial del evento. Incluyendo retractilados.

La base de la deducción está constituida por el importe de la factura, o en su caso, el coste total de producción y edición del anuncio.

En ningún caso se incluye el coste de distribución.



Página compuesta

Media página

Radio

La locución “empresa colaboradora de la **Barcelona World Race 2014-2015**” debe mantenerse inalterable y deberá pronunciarse de manera que sea perfectamente comprensible.

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

La base de la deducción está constituida por el importe de la factura, o en su caso, el coste total de producción y emisión de la cuña publicitaria.



Soportes de publicidad exterior (1)

El logotipo del acontecimiento deberá situarse en el margen inferior del anuncio, preferiblemente en el ángulo derecho. Además del logotipo deberá figurar información adicional y específica del acontecimiento que permita conocerlo o en su defecto un código QR o BIDI que dirija a la información oficial del evento.

Vallas.- el tamaño mínimo es de un 10% del ancho.

En todos los casos las inserciones ocuparán como mínimo un 10% de la base del anuncio.

Mupis, Opis, Marquesinas.- el tamaño mínimo es de 140mm.

En todos los casos las inserciones ocuparán como mínimo un 10% de la base del anuncio.

Videopantallas: la marca del acontecimiento deberá aparecer según las condiciones establecidas para los spots de televisión.

En todos los casos las inserciones ocuparán como mínimo un 10% de la base del anuncio.

La base de la deducción estará constituida por el importe de la factura, o en su caso, el coste total de producción y contratación de los soportes.



Soportes de publicidad exterior (2)

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

Banderolas.- en las banderolas de 700X1000mm el tamaño mínimo será de 80mm del ancho.

En las banderolas dobles, se podrá colocar tan solo en una de las dos caras, en este caso la medida mínima será de 100 mm.

En todos los casos las inserciones ocuparán como mínimo un 10% de la base del anuncio.

Cartelería.- la proporción exigida respecto al ancho de soporte será de 50mm para los carteles de 350 X 500mm, y de 60mm para los carteles de 500 X 700mm. En todo caso el logotipo ocupará un mínimo del 10% de su base.

Lonas.- en las lonas de fachada y otras lonas, el logotipo deberá tener mínimo el 10% del tamaño del ancho de la lona.

En todos los soportes deberá figurar información adicional y específica del acontecimiento que permita conocerlo o en su defecto un código QR o BIDI que dirija a la información oficial del evento.

La base de la deducción estará constituida por el importe de la factura, o en su caso, el coste total de producción y contratación de los soportes.



Merchandising

Cuando se incluya el logotipo del acontecimiento en los distintos elementos promocionales de merchandising (camisetas, gorras, polos, impermeables, cazadoras, bolsas de viaje, mochilas, maletines etc.) deberán tenerse en cuenta las siguientes reglas:

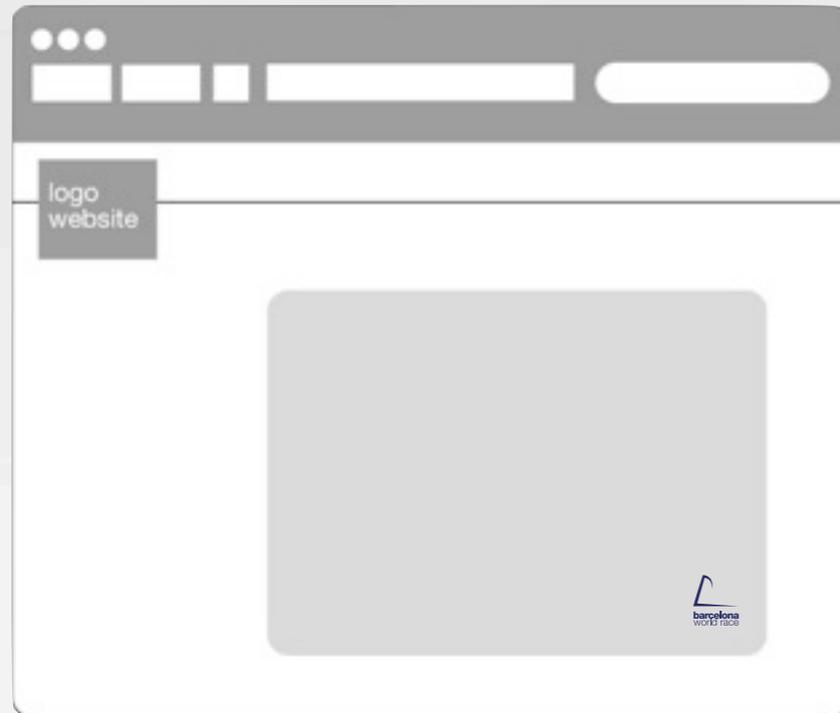
Deberá ser visible en todo momento por el público, siguiendo el sentido de la lectura.

Deberá tener un tamaño mínimo de 30mm. En caso de que se comparta el espacio con la marca del colaborador, el logotipo tendrá la misma presencia que respecto a la marca del colaborador.

Mochilas y bolsas de viaje: el logotipo irá preferiblemente ubicado en la zona inferior derecha en una parte que pueda verse bien y, para bolsas, a ser posible en ambas caras, teniendo siempre en cuenta que el logotipo debe continuar visible a pesar de que la bolsa esté llena.

La base de la deducción estará constituida por el importe de la factura, o en su caso, el coste total de producción del producto promocional.





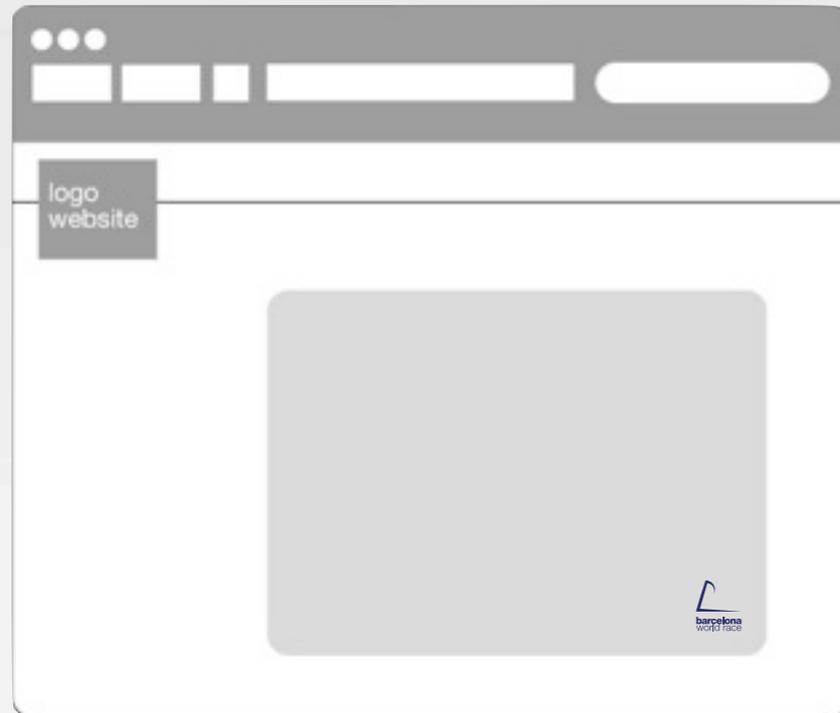
Soportes publicitarios digitales, páginas web, dispositivos móviles, aplicaciones APP, redes sociales (1)

A) Contratación a terceros de estos medios (banners, pop-ups, videobanners, etc...) como soporte publicitario de una campaña por la empresa colaboradora que incluya el logotipo del acontecimiento.

La marca del acontecimiento deberá ser del mismo tamaño (misma presencia) y mantenerse en pantalla el mismo tiempo que el logotipo del anunciante.

En el caso de utilizar videobanners (spots televisión) la marca del acontecimiento deberá aparecer según las condiciones establecidas para los spots de televisión.

La base de la deducción será el coste de producción externa y la contratación del soporte.



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

B) Si el medio utilizado para la realización de la campaña publicitaria es propiedad de la empresa colaboradora, la base de la deducción será el coste de inserción del logotipo, el valor del espacio publicitario si éste estuviese comercializado por la empresa o terceros en función de lo establecido en el Anexo del presente Manual.

Web de difusión del acontecimiento y microsite: el logotipo deberá aparecer en los mismos espacios y tamaños que el logotipo de la empresa. Tendrá contenidos específicos de difusión del acontecimiento y en cualquier caso un link con la página oficial del evento o en su caso un código QR o BIDI. El contenido mínimo será de una página.

Web del patrocinador: el logotipo aparecerá en la home y en lugares destacados en los apartados de la web relacionados con el evento. La marca deberá tener la misma presencia que el logotipo de la empresa colaboradora. Tendrá contenidos específicos de difusión del acontecimiento y en cualquier caso un link o un código BIDI o QR con la página oficial del acontecimiento. El contenido específico mínimo será de una página.

Marketing directo

Cuando se incluya el logotipo del acontecimiento en los distintos elementos de marketing directo deberán tenerse en cuenta las siguientes reglas:

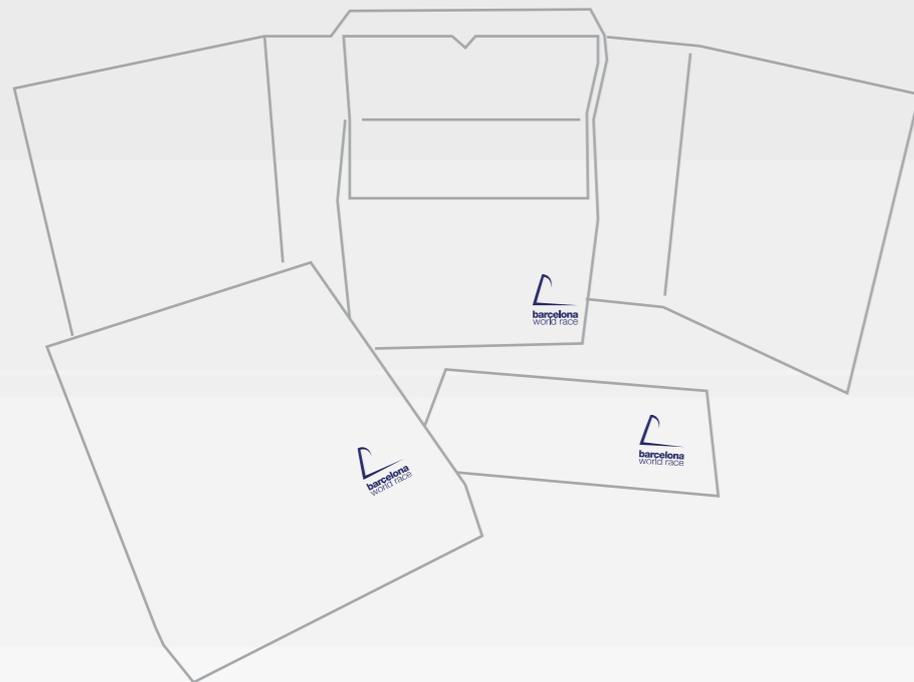
En los productos publicitarios del colaborador en el acontecimiento con inserción del logotipo que se entregan de forma gratuita, la tirada mínima del soporte publicitario deberá ser de 150.000 ejemplares anuales.

El logotipo deberá ser visible siguiendo el sentido de la lectura.

La marca del acontecimiento tendrá el mismo peso que la marca del anunciante, partiendo de un mínimo de 30mm.

Todas las piezas que contenga el envío de marketing tendrán que llevar el logotipo del acontecimiento. Ejemplo: Si el envío consta de tres piezas (caja, regalo, folleto), cada una de ellas llevará el logotipo.

La base de la deducción estará constituida por el importe de la factura, o en su caso, el coste total de producción.



Cajeros automáticos

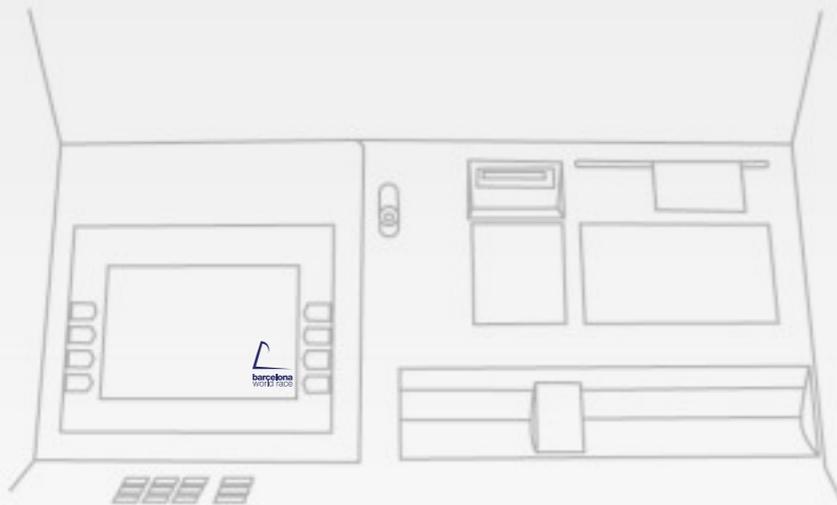
A) Contratación a terceros de estos medios como soporte publicitario de una campaña por la empresa colaboradora que incluya el logotipo del acontecimiento.

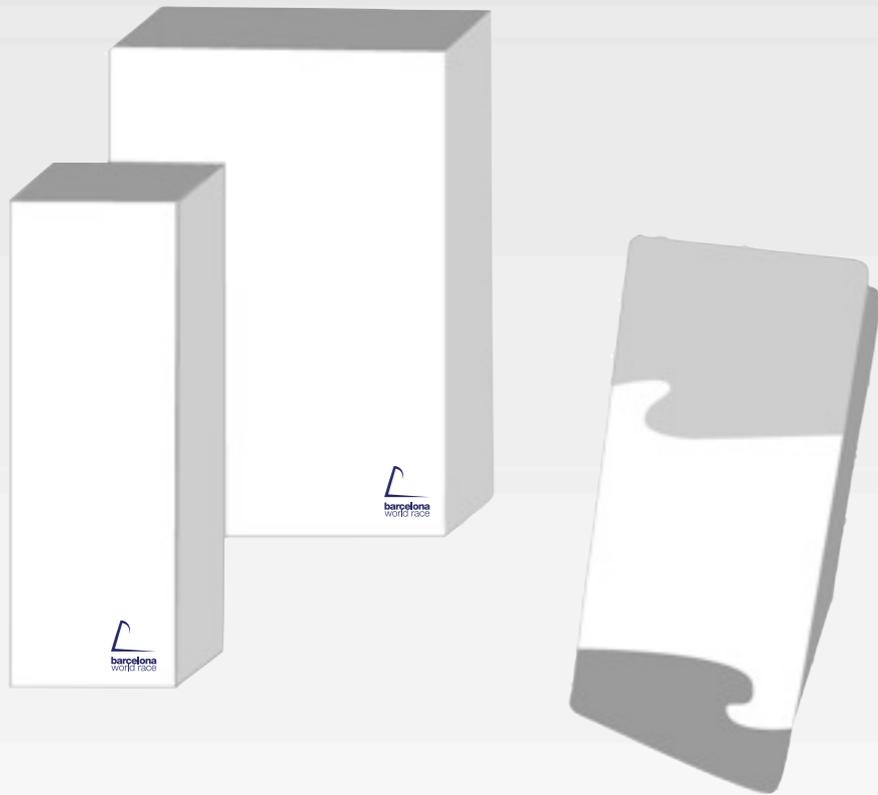
El logotipo del acontecimiento tendrá el mismo peso que la marca anunciante, partiendo de un mínimo de 40mm.

La base de deducción está constituida por el coste de contratación del soporte.

B) En el caso de que los anunciantes propietarios del cajero, lo utilicen como soporte publicitario, la base de deducción estará constituida por el coste de inserción de logotipo o el valor del espacio publicitario, si este estuviese comercializado por la empresa o terceros, en función de lo establecido en el Anexo del presente Manual.

En ningún caso se incluirán los costes de mantenimiento del cajero.





Bolsas, envases y embalajes (1)

Embalajes, cajas y bolsas

A) Si son productos que se contratan con terceros como soporte publicitario, el logotipo y la presencia de la marca del evento patrocinado deberá reunir los siguientes requisitos para considerarse esencial:

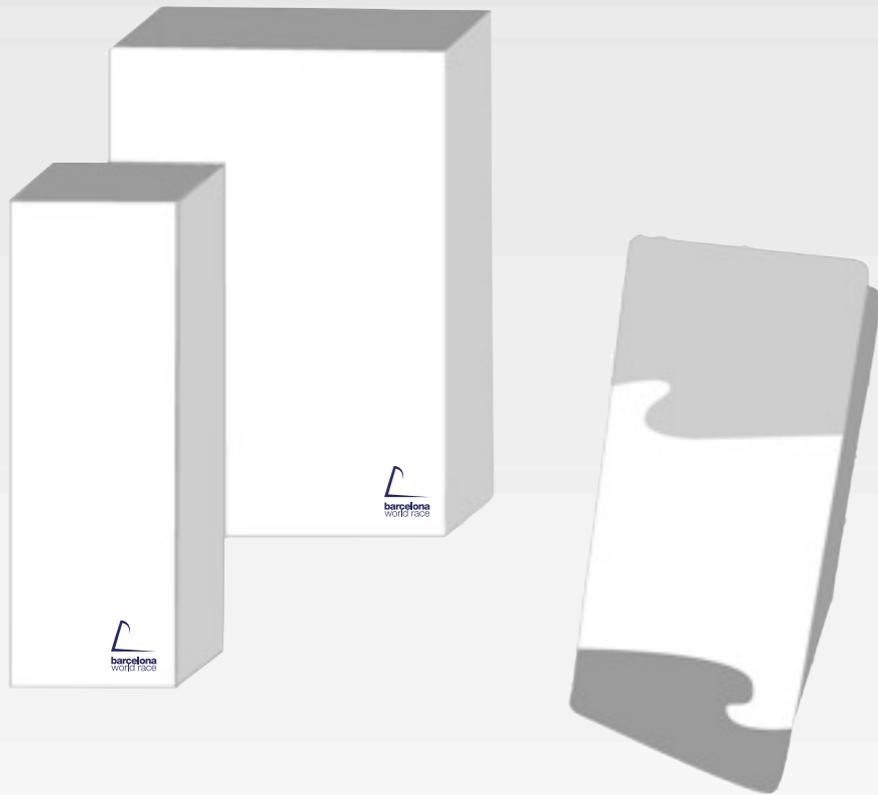
Embalajes: (como packaging de producto); el logotipo se imprimirá en la parte inferior de la cara donde aparezca la marca del producto, siguiendo el sentido de la lectura, con un ancho mínimo del logotipo de 20mm.

Cajas: el logotipo se imprimirá 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 25mm. Se evaluará cada pieza individualmente.

Bolsas: (como packaging de producto); la marca se imprimirá en la parte inferior de, como mínimo, el frontal de la bolsa, siguiendo el sentido de la lectura.

- **Bolsas pequeñas** (bolsas de snacks): ancho mínimo 20mm.

- **Bolsas grandes** (bolsas grandes de snacks): ancho mínimo 30mm.



Bolsas, envases y embalajes (2)

Material de construcción (sacos, film y otros)

La inserción del logotipo del acontecimiento en estos soportes deberá tener en cuenta las siguientes indicaciones:

Sacos: el logotipo se imprimirá en cualquier área visible en, como mínimo, una de las dos caras frontales, siguiendo 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, el logotipo deberá tener siempre un tamaño mínimo del 30% respecto a las dimensiones de la marca del anunciante.



Bolsas, envases y embalajes (3)

Palés

La inserción del logotipo de la marca del acontecimiento en este soporte deberá tener en cuenta las siguientes indicaciones:

- El logotipo se imprimirá de manera centrada como mínimo en una de las tres vigas de soporte de cada una de las cuatro caras.
- El logotipo deberá tener un mínimo del 50% de la sección visible o superficie de exposición.

La base de la deducción es el coste de contratación del soporte.

B) Si los embalajes anteriormente mencionados son propiedad o producidos por la empresa colaboradora, la base de la deducción queda limitada al coste de inserción del logotipo.

Bolsas, envases y embalajes (4)

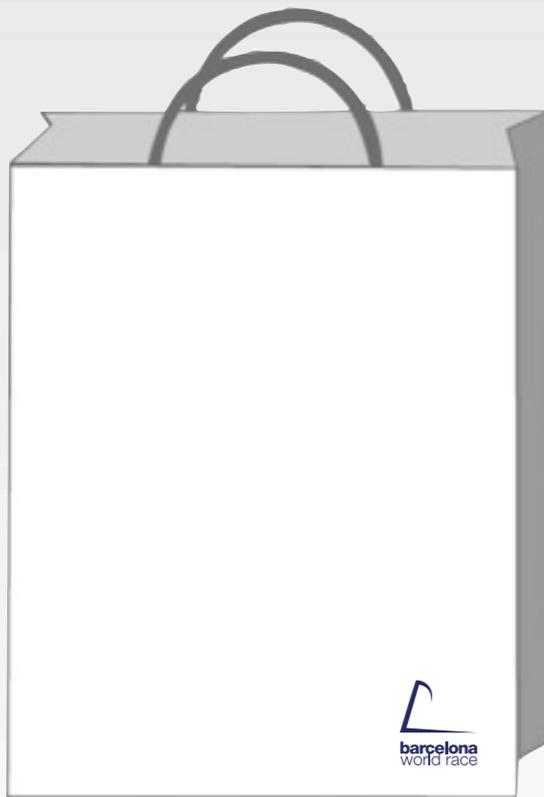
Bolsas contenedoras

A) Si son medios que se contratan con terceros como soporte publicitario, el logotipo y la marca del evento deberá reunir los siguientes requisitos, para considerarse esencial:

El ancho del logotipo será como mínimo de 30mm y ocupará un 10% de la base de la bolsa como mínimo.

En este caso la base de la deducción será el coste de contratación del soporte.

B) Si el medio utilizado para la realización de la campaña publicitaria es propiedad de la empresa o producidos por ésta, la base de la deducción será el coste de inserción del logotipo siempre que el ancho del logotipo será como mínimo de 30mm y ocupe un 10% de la base de la bolsa como mínimo.



Uniformes y equipaciones deportivas

A) Contratación a terceros de estos medios como soporte publicitario de una campaña por la empresa colaboradora que incluya el logotipo del acontecimiento:

El logotipo del acontecimiento tiene que aparecer en la uniformidad o equipación con una presencia no inferior a la del colaborador, salvo que una norma de obligado cumplimiento lo prohíba expresamente.

La base de deducción está constituida por el coste de adquisición del espacio publicitario.

B) Si el medio utilizado para la realización de la campaña publicitaria es propiedad de la empresa colaboradora, la base de la deducción será el coste de inserción del logotipo o el valor del espacio publicitario si éste estuviese comercializado por la empresa o terceros, en función de lo establecido en el Anexo del presente Manual.





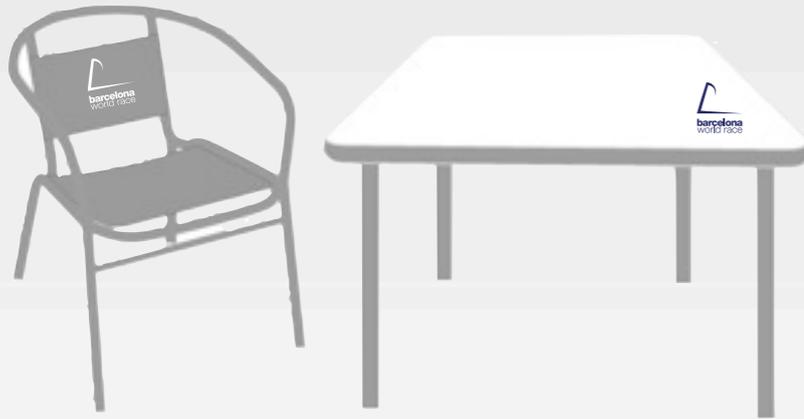
Productos promocionales fabricados exclusivamente para la difusión del acontecimiento

Se entenderá gasto en publicidad esencial si los artículos hubiesen sido confeccionados específicamente para el acontecimiento, como por ejemplo:

Ediciones limitadas del producto del colaborador en el que dicho producto se asocie inequívocamente a la imagen del acontecimiento. Recipiente con la forma del logotipo, mascota o cualquier otro elemento característico de la imagen del acontecimiento patrocinado.

La base de la deducción estará constituida por el importe de la factura, o en su caso, el coste total de producción

Productos promocionales de distribución empresarial



Cuando se incluya el logotipo del acontecimiento en los distintos elementos promocionales de mobiliario (mostrador, mesa de terraza, sillas de plástico, sillas de madera, sombrillas etc.) deberán tenerse en cuenta las siguientes reglas:

Deberá ser visible en todo momento por el público, siguiendo el sentido de la lectura y tener el mismo tamaño que el logotipo del colaborador. Junto al logotipo se insertará el código QR o BIDI del evento, o frase informativa del mismo evento.

La base de la deducción será constituida por el importe de la factura, o en su caso, el coste total de producción.

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

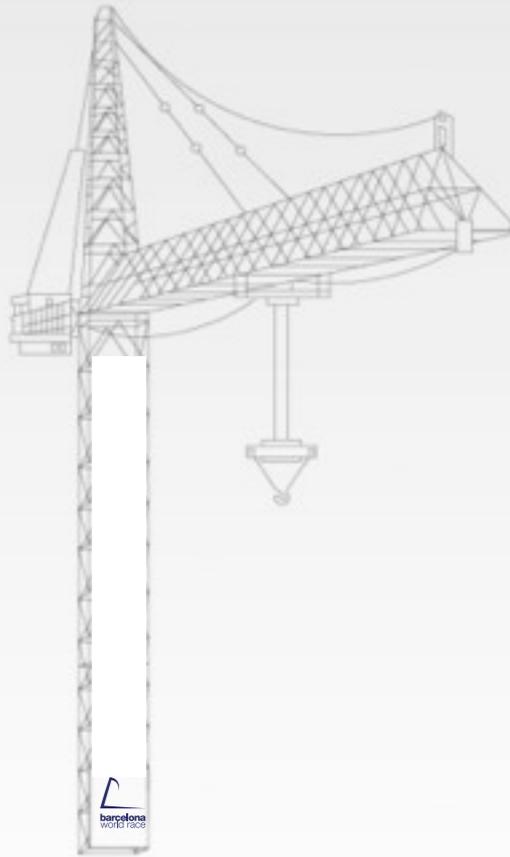


A) Contratación con terceros de estos vehículos como soportes publicitarios de una campaña por la empresa colaboradora que incluya el logotipo el acontecimiento. El logotipo debe ocupar como mínimo el 10% de la base del espacio publicitario.



La base de la deducción será constituida por el importe de la factura, o en su caso, el coste total de la contratación del soporte.

B) Si el vehículo en el que se realiza la campaña es propiedad de la empresa colaboradora la base de la deducción será el coste de inserción del logotipo o el valor del espacio publicitario si este estuviese comercializado por la empresa o terceros, en función de lo establecido en el Anexo del presente Manual.



Grúas de construcción

A) Contratación a terceros de estos medios como soporte publicitario de una campaña por la empresa colaboradora que incluya el logotipo del acontecimiento.

El logotipo del acontecimiento en este soporte deberá reunir los siguientes requisitos:

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

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

B) Si el vehículo en el que se realiza la campaña publicitaria es propiedad de la empresa colaboradora, la base de la deducción será el coste de inserción del logotipo o el valor del espacio publicitario si este estuviese comercializado por la empresa o terceros, en función de lo establecido en el Anexo del presente Manual.

Globos aerostáticos y otros soportes similares

A) Contratación a terceros de estos medios como soporte publicitario de una campaña por la empresa colaboradora que incluya el logotipo del acontecimiento.

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

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

B) Si el medio utilizado para la realización de la campaña publicitaria es propiedad de la empresa colaboradora, la base de la deducción será el coste de inserción del logotipo o el valor del espacio publicitario si este estuviese comercializado por la empresa o terceros, en función de lo establecido en el Anexo del presente Manual.



Máquinas expendedoras



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

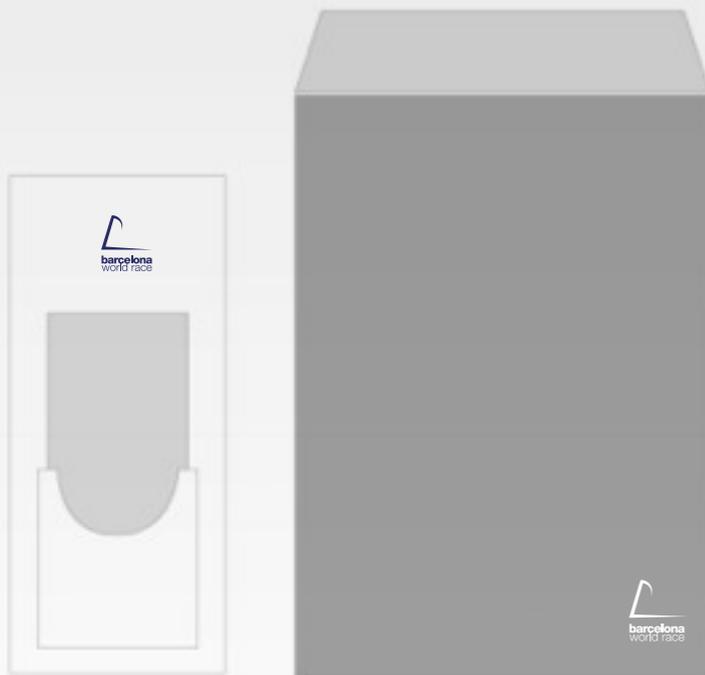
Este deberá tener un tamaño mínimo de 150mm de ancho en la parte frontal ocupando como mínimo el 10% de la base de la máquina.

La base de la deducción será constituida por el importe de la factura, o en su caso, el coste total de contratación 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 de la empresa colaboradora, la base de la deducción será el coste de inserción del logotipo o el valor del espacio publicitario si este estuviese comercializado por la empresa o terceros, en función de lo establecido en el Anexo del presente Manual.

Displays y puntos lectores de venta



A) Contratación con terceros de estos medios como soporte publicitario por la empresa colaboradora que incluya el logotipo el acontecimiento.

En los displays: el logotipo del acontecimiento tendrá la misma presencia que la marca del anunciante, partiendo de un mínimo de 40mm.

PLV: el logotipo del acontecimiento tendrá la misma presencia que la marca del anunciante, partiendo de un mínimo de 40mm.

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

B) Si el medio utilizado es propiedad de la empresa colaboradora la base de la deducción será el coste de inserción del logotipo o el valor del espacio publicitario si este estuviese comercializado por la empresa o terceros, en función de lo establecido en el Anexo del presente Manual.



Puntos de información

Cuando se incluya el logotipo del acontecimiento en los puntos de información deberán tenerse en cuenta las siguientes indicaciones:

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. Junto al logotipo deberá aparecer el código BIDI o QR del evento

Caseta de información: el logotipo del acontecimiento siempre en la parte frontal de dicha caseta y tendrá un mínimo del 12% del ancho de la base. Junto al logotipo deberá aparecer el código BIDI o QR del evento.

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

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

En ningún caso se incluirán los costes de personal.

Publicaciones, folletos y catálogos



Cuando se incluya el logotipo del acontecimiento en las publicaciones (dípticos, trípticos, catálogos, tarifarios, y otros folletos) deberán tenerse en cuenta las siguientes indicaciones:

Folletos:

La tirada mínima de estos soportes deberá ser de 500.000 ejemplares anuales. Es necesario además que figure la frase informativa del acontecimiento o el código QR o Bidi.

En los trípticos y dípticos el logo aparecerá en el ángulo inferior derecho de la portada y de la contraportada con un tamaño mínimo de 22mm.

En todos los casos el logotipo deberá ocupar un mínimo del 10% de la base.

La base de la deducción será constituida por el importe de la factura, o en su caso, el coste total de producción y edición. En ningún caso se incluye el coste de distribución.

Catálogos:

La tirada mínima de estos soportes deberá ser de 500.000 ejemplares anuales. Es necesario además que figure la frase informativa del acontecimiento o el código QR o Bidi. El logotipo deberá ocupar el 10% de la base total del catálogo, que las empresas podrán distribuir en la forma que consideren mas adecuada, dependiendo del diseño en cada caso.

La base de la deducción será constituida por el importe de la factura, o en su caso, el coste total de producción, edición y distribución.



Encartes

Cuando se incluya el logotipo en publicaciones mediante encartes deberán tenerse en cuenta las siguientes indicaciones:

La tirada mínima de estos soportes publicitarios deberá de ser de 500.000 ejemplares anuales.

El ancho mínimo del logo será de 20mm. Además del logotipo, deberá figurar información adicional y específica del acontecimiento o en su defecto deberá contener junto al logotipo un código BIDI o QR que dirija a la información oficial del evento.

La base de la deducción está constituida por el importe de la factura, o en su caso, por el coste total de la producción y edición.

Soportes esenciales de divulgación corporativa

Papelería corporativa, facturas y extractos bancarios

La tirada mínima de estos soportes publicitarios, considerados individualmente deberá ser de 500.000 ejemplares anuales. En las piezas de papelería, la marca Barcelona World Race aparecerá en la parte inferior derecha.

Papel de carta A4 210 x 297 mm.: El ancho mínimo del logotipo será de 20 mm.

Papel de carta A5 148 x 210 mm.: El ancho mínimo del logotipo será de 16 mm.

Tarjetón 210 x 100 mm.: El ancho mínimo del logotipo será de 20 mm.

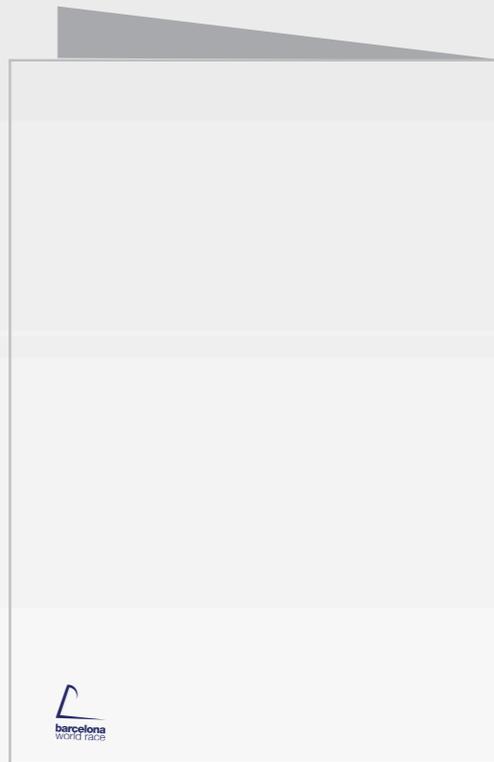
Carpeta (cerrada, Din A4): 210 x 297 mm.: El ancho mínimo del logotipo será de 20 mm. La marca de Barcelona World Race aparecerá en la parte inferior derecha de la contraportada de la carpeta. En caso de incluirse también en la portada, la marca de Barcelona World Race deberá estar situada en la parte que se considere adecuada, dependiendo del diseño de cada caso.

Sobre Mensajería B4 324 x 229 mm.: El ancho mínimo del logotipo será de 30 mm. La marca de Barcelona World Race aparecerá impresa en la parte delantera, donde se considere conveniente, dependiendo del diseño del sobre.

Sobre Americano: 225 x 115 mm.: El ancho mínimo del logotipo será de 20 mm.

Soportes singulares: Facturas y extractos bancarios: El ancho mínimo del logotipo será de 15 mm.

La inversión publicitaria efectuada a efectos de la aplicación de las deducciones por inversión publicitaria establecidas en el Art. 27.3 de la Ley 49/2002, se cuantificará en el coste total de producción de los elementos producidos. En ningún caso se incluye el costo de distribución de los mismos.



Mailings y emailings

Cuando se incluya el logotipo en publicaciones mediante mailings y emailings deberán tenerse en cuenta las siguientes indicaciones:

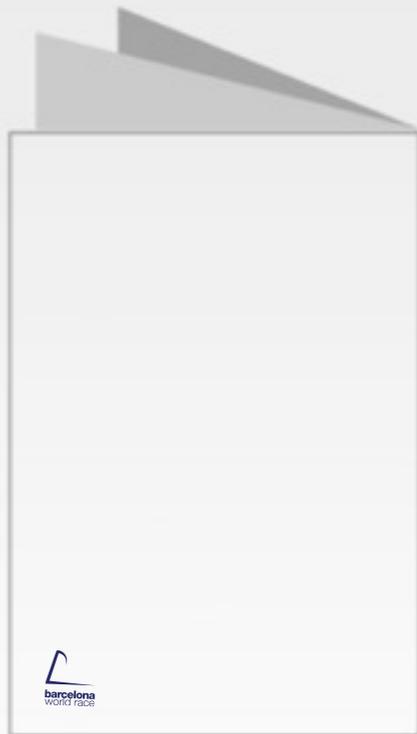
La tirada mínima de estos soportes publicitarios deberá de ser de 500.000 ejemplares anuales.

El ancho mínimo del logo será de 20mm. Además del logotipo, deberá figurar información adicional y específica del acontecimiento o en su defecto deberá contener junto al logotipo un código BIDI o QR que dirija a la información oficial del evento.

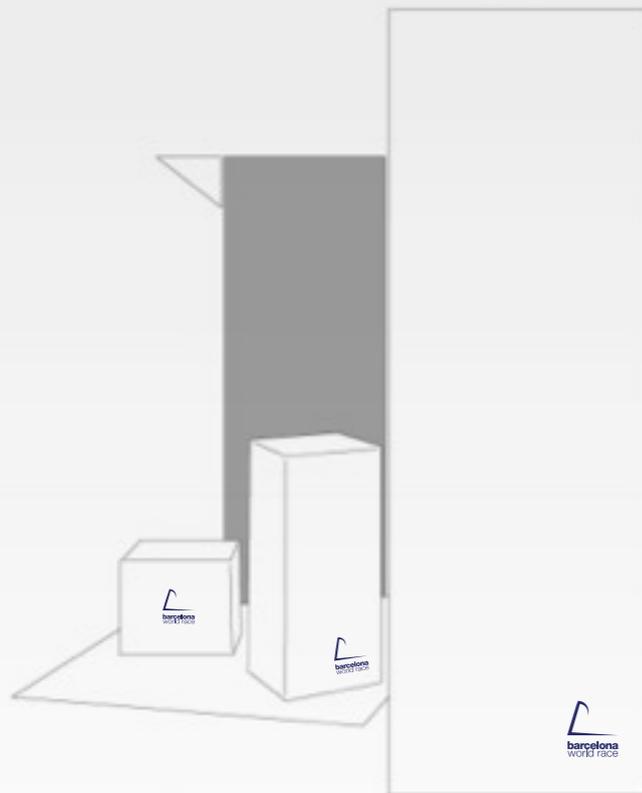
El logotipo del acontecimiento deberá insertarse en todos los elementos del mailing: sobre exterior, carta explicativa, folleto o revista.

La base de la deducción será constituida por el importe de la factura, o en su caso, el coste total de producción, edición y distribución.

En ningún caso se incluye el coste de distribución.



Stand en ferias y eventos



Se aplicará con tratamiento, de publicidad esencial los gastos de la Feria que el Consejo Rector del Consorcio de la Barcelona World Race apruebe para la divulgación del evento previa solicitud motivada y documentada que debe cumplir los siguientes requisitos:

- 1.- Han de tener los stands, los paneles y todo el mobiliario del recinto el logotipo del evento así como el código QR o BIDI del mismo.
- 2.- La presencia del logotipo en el stand del colaborador, será igual o superior al 10% de la totalidad de la extensión del mismo.
- 3.- Los folletos y publicaciones también han de tener el logotipo, de acuerdo con lo estipulado en este manual.
- 4- Si emiten publicidad por audiovisual, tienen que incorporar el video de promoción del evento en el bucle de reproducción.
- 5- El personal debe llevar visible el logotipo del evento.

La base a considerar para cuantificar la deducción será el 100% del coste del alquiler del espacio y del montaje del stand.

No obstante, no formar 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, si no únicamente en estos casos el coste de inserción del logotipo del acontecimiento en dichos elementos estructurales.

EVENTOS: se considerará como base para cuantificar la deducción, la publicidad del acontecimiento que el Consejo Rector del Consorcio de la Barcelona World Race apruebe como esencial para la divulgación del evento.

2 · Medios de Comunicación

Medios de comunicación

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:

Especial cobertura informativa de la **Barcelona World Race 2014-2015**.

Publicidad de la imagen y del logotipo de la **Barcelona World Race 2014-2015** en las campañas publicitarias propias del patrocinador.

Cesión de espacios publicitarios a la **Barcelona World Race 2014-2015**.

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

La especial cobertura informativa de la **Barcelona World Race 2014-2015**, 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.

Medios de comunicación

La publicidad de la imagen y del logotipo de la **Barcelona World Race 2014-2015** 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:

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.

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).

La cesión de espacios publicitarios a la **Barcelona World Race 2014-2015**, 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.

3 · Soportes no esenciales

Soportes no esenciales

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.

Anexo I

- El presente Manual recoge todos los soportes acordados en el Consejo Rector del Consorcio de la Barcelona World Race, pudiendo incluirse aquellos nuevos soportes publicitarios que puedan presentarse para su estudio y aprobación si procede.
- En especial el Consejo Rector continuará trabajando para la futura inclusión de los siguientes soportes:

Packaging.

- Latas, tetrabricks, botes de yogur y postres envasados.
- Botellas y botellines.

- 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 el Consejo Rector:

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

Anexo II - Planes y programas de actividades para la 3ª edición de la “Barcelona World Race”

El “CONSORCIO BARCELONA WORLD RACE”, en su sesión de fecha 25 de enero 2013, ha aprobado, dentro del ámbito de sus competencias, previstas en la disposición adicional quincuagésimo séptima de la Ley 17/2012, de 27 de diciembre, de Presupuestos Generales del Estado para el año 2013, los siguientes planes y programas de actividades, en cuanto se consideran que pueden asegurar el adecuado desarrollo de la 3ª edición de la “Barcelona World Race”.

La Barcelona World Race, a cuya 3ª edición se refiere este documento, se ha consolidado como un evento deportivo de extraordinaria magnitud consistente en un concepto único de regata, una vuelta al mundo a dos y sin escalas que se realiza cada cuatro años con salida y llegada a Barcelona.

La primera y segunda salidas tuvieron lugar en Noviembre de 2007 y diciembre de 2010 respectivamente, siempre asumiendo el reto de reunir a los mejores navegantes internacionales, promoviendo los valores del deporte de la Vela y el reconocimiento y proyección

de Barcelona como ciudad mediterránea abierta al mar.

Por otra parte, el hecho de ser esta ya la 3ª edición de la Barcelona World Race demuestra su consolidación y aceptación, hecho que también la avala para haber alcanzado la consideración de evento de especial relevancia pública.

La Vela como deporte y en concreto en la **3ª edición de la Barcelona World Race:**

- Requiere y fomenta desarrollo tecnológico y científico, siendo una plataforma magnífica tanto para un proyecto educativo, como para estimular la implicación y crecimiento de la industria náutica local.
- Fomenta valores personales y sociales positivos, como la capacidad de trabajo en equipo, el sacrificio, el liderazgo y la responsabilidad.
- Es respetuosa con el medio ambiente, aplicando la última tecnología del momento en ese campo.

· Obtiene un importante seguimiento en los medios tanto nacionales como internacionales y también por parte del público en general, a través de la red.

Por todas estas razones, la **3ª edición de la Barcelona World Race**, ha sido considerada un evento de especial relevancia pública, asignándose la gestión del mismo la Fundación Navegación Oceánica, entidad sin ánimo de lucro constituida por el Ayuntamiento de Barcelona, la Autoridad Portuaria de Barcelona, la Feria Internacional de Barcelona, y la Cámara de Comercio, Industria y Navegación de Barcelona.

Por tanto es un proyecto que pertenece a la ciudad de Barcelona y a sus ciudadanos.

Las distintas actividades que se desarrollarán para la ejecución de este proyecto se definen en el presente documento de Planes y Programas, en el que se recogen los programas de actuación de contenido deportivo, turístico, cultural, de investigación y desarrollo, y de promoción del evento que se realizarán en el marco del evento **3ª edición de la Barcelona World Race**.

Programación deportiva, cultural, de servicios, de investigación y desarrollo y turística

A.- Programas Deportivos.

El eje central de actividades de la tercera edición de la **3ª Edición de la Barcelona World Race** es la realización de la vuelta al mundo a dos y sin escalas, cuya salida está prevista para el 31 de diciembre de 2014.

Para cumplir con el objetivo marco propuesto, consistente en el fomento de la Vela, como un deporte próximo al ciudadano en general, está prevista la realización de otros acontecimientos de ámbito deportivo que tendrán lugar en Barcelona:

Exposiciones, regatas, programas educativos y formativos para escolares y universitarios a través de la navegación tradicional, litoral y de altura.

B.- Programas de mejora de las infraestructuras e instalaciones técnico - deportivas en el Puerto de Barcelona.

Creación de una serie de proyectos referentes a la Náutica y a la Vela, como un plan de mejora de las correspondientes infraestructuras e instalaciones técnico-deportivas en el Puerto de Barcelona, el desarrollo de la industria náutica y sus servicios, la promoción del sector en los colectivos formativos, todo ello encaminado a reafirmar a Barcelona no sólo en el mapa turístico, sino también en el mapa de la industria náutica y del deporte de la vela, por sus instalaciones, sus servicios y sus condiciones de accesibilidad y apertura al mar.

Este programa incluye el fomento de la adquisición, restauración, rehabilitación, recuperación y puesta a disposición de embarcaciones de valor colectivo para la recuperación de la navegación tradicional de la ciudad de Barcelona.

C.- Programa Cultural

Organización y producción de exposiciones, encuentros, congresos, seminarios, así como de material gráfico y audiovisual relacionado con la actividad náutica, destinados a su presentación o utilización durante el periodo marcado en la disposición adicional quincuagésimo séptima de la Ley 17/2012, de 27 de diciembre, de Presupuestos Generales del Estado para el año 2013, en Barcelona y zona de influencia.

D.- Programas de actividades de promoción y mejora de infraestructuras

Se recogen en este Plan, todas las actividades que tengan por objeto la promoción de la **3ª edición de la Barcelona World Race** y de su programa de actividades, como evento de especial relevancia pública así como la mejora de las infraestructuras de Barcelona como puerto de salida y llegada de la regata.

- 1.- Producción y edición de material gráfico o audiovisual de promoción o información, consistente en folletos, carteles, guías, vídeos, soportes audiovisuales, electrónicos y telemáticos u otros objetos, siempre que sirvan de soporte publicitario y/o de divulgación al evento.
Implantación de mejoras tecnológicas, renovación y mejora de la señalización turística e informativa, mejora de la iluminación del puerto e instalaciones portuarias, monumentos y otros edificios y espacios relevantes, así como la organización de visitas guiadas destinadas a mejorar la información de visitantes respecto a Barcelona.
- 2.- Gastos de instalación y montaje de pabellones con contenidos específicos, en ferias nacionales e internacionales, en los que se promoció, turística y deportivamente Barcelona.

- 3.- Con objeto de posicionar a Barcelona como ciudad de congresos, la **3ª edición de la Barcelona World Race** organizará o colaborará con entidades que celebren congresos, convenciones, simposios, seminarios y jornadas en la ciudad de Barcelona.
- 4.- Campañas de publicidad y promoción en los barcos participantes en la regata, elementos esenciales para su realización, como medida para lograr impactos más significativos en la población a través de uno de los soportes publicitarios con más presencia en el evento.
- 5.- Campañas de publicidad y promoción en medios de comunicación, tanto en el ámbito nacional como internacional. En concreto esta difusión de la **3ª edición de la Barcelona World Race**, consistirá en la aplicación gráfica de los logotipos oficiales del evento en la publicidad de los patrocinadores. A efectos de obtención de beneficios fiscales sólo se admitirá la utilización de los logotipos aprobados expresamente por escrito por la entidad organizadora.
- 6.- Cesión por parte de los medios de comunicación, de espacios gratuitos para la inserción por el Consorcio o la Fundación Privada para la Navegación Oceánica de anuncios dedicados a la promoción de la **3ª edición de la Barcelona World Race**.
- 7.- Cesión de espacios publicitarios en cualquier tipo de soporte, mobiliario urbano, autobuses, etc., dedicados a la promoción de la **3ª edición de la Barcelona World Race**.

8.- Cesión de espacios publicitarios y de difusión e información en establecimientos (hoteles, restaurantes, comercios, etc.), organismos, entidades e instituciones públicas o privadas, dedicados a la promoción de la **3ª edición de la Barcelona World Race.**

9.- Cesión de servicios relacionados con la organización del evento (alquileres, marinas secas, áreas técnicas, amarres, oficinas, aulas, etc...)

10.- Inversiones en cualquier activo material nuevo que se utilice en el desarrollo de actividades de promoción que se enmarcan en estos planes y programas del Consorcio.

E.- Programa de formación

Seguir posicionando a Barcelona dentro de las ciudades con tradición en Vela deportiva supone invertir en la creación de escuelas de formación de profesionales que puedan prestar los servicios que se requieren.

La creación de una escuela de formación integral para la construcción, reparación y mantenimiento de embarcaciones será uno de los legados permanentes de la Barcelona World Race a la ciudad de Barcelona.



barcelona
world race

www.barcelonaworldrace.org

www.fnob.org