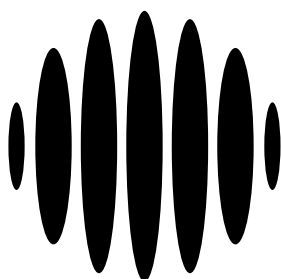


MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS, PLANES Y PROGRAMAS DE ACTIVIDADES

Barcelona Mobile World Capital



Mobile
WorldCapital
Barcelona

Aprobado en fecha [] por la Comisión Interadministrativa del
Acontecimiento de Excepcional Interés Público “Barcelona Mobile World
Capital”*

MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

Barcelona Mobile World Capital

Índice

MANUAL CORPORATIVO

Logotipos

3

MANUAL DE USO Y APLICACIÓN PARA COLABORADORES

16

Introducción

17

Líneas estratégicas de comunicación

18

Criterios para determinar el carácter esencial del contenido el soporte publicitario

19

Soportes esenciales

21

Soportes no esenciales

54

Medios de comunicación

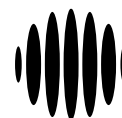
56

Anexo al manual

59

Documento de planes y programas

60



MANUAL DE IDENTIDAD DE IMAGEN CORPORATIVA

Barcelona Mobile World Capital

LOGOTIPO



MANUAL DE IDENTIDAD DE IMAGEN CORPORATIVA

Barcelona Mobile World Capital

Elementos básicos de la identidad

La Identidad Visual de “Barcelona Mobile World Capital” se organiza sobre la base de un conjunto de elementos que son el origen a partir del cual se estructura este programa. Estos elementos son: el Identificador Institucional, Esquema de Construcción, Gama Cromática, Tipografías Corporativas, Papelería y Aplicaciones Básicas. Cada uno de ellos está diseñado atendiendo a los requerimientos perceptivos, gráficos y técnicos que demanda el contexto de la comunicación actual.

Se recomienda la correcta utilización de estos elementos de identidad, con objeto de no desvirtuar el contenido del programa, atendiendo a las instrucciones presentes en este manual.

La Tipología

La leyenda, en la parte derecha del conjunto, define en el texto al propio evento.

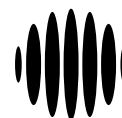
La Ilustración

El dibujo es lo que más caracteriza al logotipo, simboliza la conectividad y ocupa la parte izquierda del conjunto.

Copyright

Utilizar siempre las cuatro palabras “Barcelona Mobile World Capital” de forma conjunta sin incluir ningún tipo de puntualización entre ellas.

No utilizar ©, ® o ™ en la copia escrita.



MANUAL DE IDENTIDAD DE IMAGEN CORPORATIVA

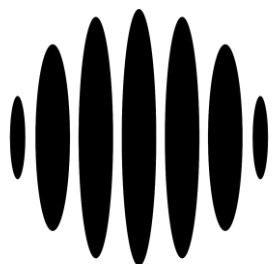
Barcelona Mobile World Capital

Versión principal



Cuando el espacio lo permita, esta versión es la preferente para ser usada en las diferentes aplicaciones.

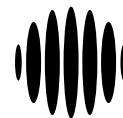
Versión Vertical



Mobile
WorldCapital
Barcelona

Esta configuración será usada cuando el espacio no permita el uso de la versión principal.

Todas las versiones del logotipo sólo deben ser reproducidas como se indica en el manual de uso. Nunca deberán ser alteradas, redibujadas o manipuladas.



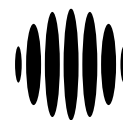
MANUAL DE IDENTIDAD DE IMAGEN CORPORATIVA

Barcelona Mobile World Capital

Según se indica en el gráfico siguiente, para facilitar el uso del logotipo se define la construcción geométrica de acuerdo con unas dimensiones mínimas de 30mm de ancho y 7,3mm de alto. Éstas permiten una clara legibilidad e independencia del logotipo.

Construcción geométrica y área de reserva

Es imprescindible siempre dejar un **ÁREA DE RESPETO** alrededor del identificador institucional “Mobile World Capital Barcelona”



MANUAL DE IDENTIDAD DE IMAGEN CORPORATIVA

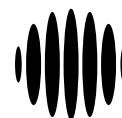
Barcelona Mobile World Capital

Tamaño mínimo exigido



El tamaño mínimo del logotipo está definido en 30 mm. Si requiere usarlo en una dimensión menor, use el logotipo específico creado para superficies menores de 40 mm.

La dimensión mínima para la versión vertical es de 15 mm.



MANUAL DE IDENTIDAD DE IMAGEN CORPORATIVA

Barcelona Mobile World Capital

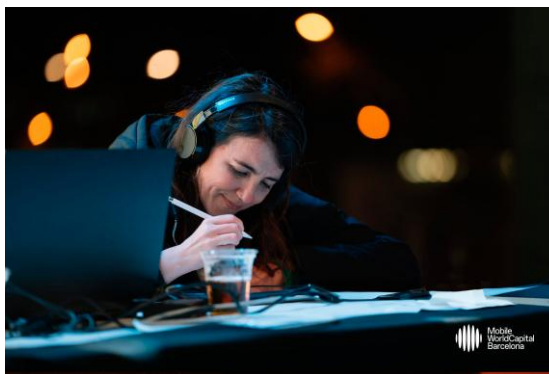
Versiones del logotipo (versión horizontal)



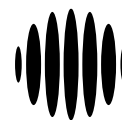
MANUAL DE IDENTIDAD DE IMAGEN CORPORATIVA

Barcelona Mobile World Capital

Aplicaciones sobre fondo fotográfico



En general, el logotipo puede colocarse en el centro de las cuatro esquinas de una composición, ofreciendo flexibilidad al aplicarlo en distintas aplicaciones. Como norma, el logotipo nunca debe colocarse en el borde de una obra gráfica. El margen mínimo que debe utilizarse es de 16px para digital y 10mm para impresión. El logotipo se aplicará en blanco o en negro, escogiendo siempre la opción que garantice la mejor visibilidad sobre el fondo.



MANUAL DE IDENTIDAD DE IMAGEN CORPORATIVA

Barcelona Mobile World Capital

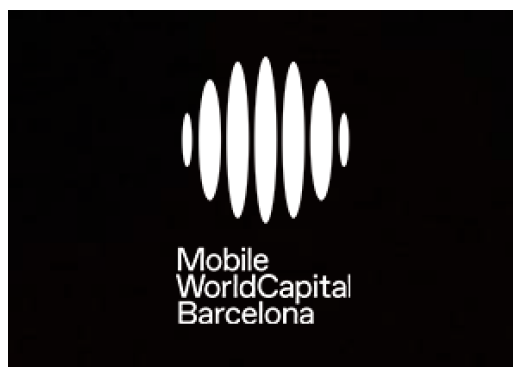
Versiones del logotipo (versión vertical)

Versión color

Color / Fondo blanco



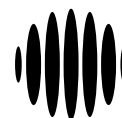
Color / Fondo negro



Color / Fondo fotográfico



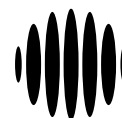
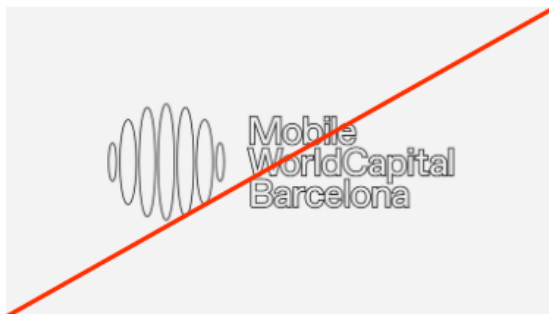
Color / Fondo fotográfico



MANUAL DE IDENTIDAD DE IMAGEN CORPORATIVA

Barcelona Mobile World Capital

Usos incorrectos



MANUAL DE IDENTIDAD DE IMAGEN CORPORATIVA

Barcelona Mobile World Capital

Firma de Patrocinadores

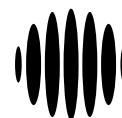
“**Barcelona Mobile World Capital**” tiene dos niveles de firma : (1) Official Global Partner y (2) Supporting Sponsor y otros licenciatarios . Los Official Global Partner podrán utilizar un logo compuesto en su publicidad. Los Supporting Sponsor necesitarán la autorización previa de “Barcelona Mobile World Capital” para utilizar el logo compuesto en su publicidad.

Official Global Partner



Supporting Sponsor

Official Global Partner / Versión Compuesta
(Logo “Empresa” utilizado como ejemplo)



MANUAL DE IDENTIDAD DE IMAGEN CORPORATIVA

Barcelona Mobile World Capital

Sistema visual: Color

Name: Red
CMYK: 0/100/100/13
RGB: 222/0/0
HEX: #DE0000
PMS: 485 C

Name: Dark Orange
CMYK: 0/59/100/0
RGB: 255/105/0
HEX: #FF6900
PMS: 1505 C

Name: Black
CMYK: 1/1/1/100
RGB: 0/0/0
HEX: #000000
PMS: 419 C

Name: Silver
CMYK: 0/0/0/27
RGB: 186/186/186
HEX: #BABABA
PMS: 421 C

Name: White Smoke
CMYK: 0/0/0/5
RGB: 242/242/242
HEX: #F2F2F2
PMS: 663 C

Name: White
CMYK: 0/0/0/0
RGB: 255/255/255
HEX: #FFFFFF
PMS: 663 C



MANUAL DE IDENTIDAD DE IMAGEN CORPORATIVA

Barcelona Mobile World Capital

Tipografía Primaria

ABC Favorit Regular

ABC Favorit Regular

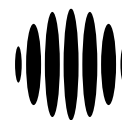
ABC Favorit Regular Italic

ABC Favorit Regular Italic

ABC Favorit Bold

ABC Favorit Bold

ABC Favorit es nuestra tipografía principal. Diseñada por Dinamo, es una fuente grotesca sencilla y de bajo contraste, combinada con una rigidez geométrica. Ten en cuenta que se debe utilizar el inglés británico al escribir en inglés.



MANUAL DE IDENTIDAD DE IMAGEN CORPORATIVA

Barcelona Mobile World Capital

Tipografía Secundaria

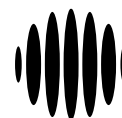
Space Grotesk Medium

Space Grotesk Medium

Space Grotesk Bold

Space Grotesk Bold

Una alternativa a ABC Favorit es Space Grotesk en Google Font, aunque solo debe usarse como último recurso.



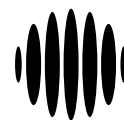
**MANUAL DE USO PARA EMPRESAS
COLABORADORAS**

Barcelona Mobile World Capital

INTRODUCCIÓN

**LINEAS ESTRATEGICAS DE
COMUNICACIÓN Y**

**CRITERIOS PARA DETERMINAR
LA ESENCIALIDAD DE LOS
SOPORTES**



MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

Barcelona Mobile World Capital

Introducción

El presente manual tiene por objeto determinar los estándares de utilización de los logotipos y/o imagen del Acontecimiento de Excepcional Interés Público "Mobile World Capital Barcelona".

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:

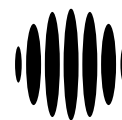
- Cesión de espacios publicitarios al acontecimiento.
- Especial cobertura informativa del acontecimiento.
- Publicidad de la imagen y de los logotipos del acontecimiento en los soportes publicitarios propios del colaborador.

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.



MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

Barcelona Mobile World Capital

Líneas estratégicas de comunicación

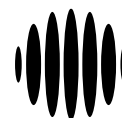
El objetivo del plan de comunicación es incrementar la notoriedad y difusión del acontecimiento, a través de la difusión de su logotipo oficial, sus contenidos y su programación en la comunicación corporativa y comercial de las empresas colaboradoras mediante anuncios, folletos, catálogos, encartes, 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 Mobile World Capital” aprueban los soportes publicitarios para la divulgación de dicho evento.



MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

Barcelona Mobile World Capital

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. SOPORTES NO ESENCIALES.



MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

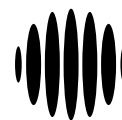
Barcelona Mobile World Capital

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.



MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

Barcelona Mobile World Capital

Distinción entre soportes cuya única finalidad es la publicitaria y soportes que tienen otra finalidad además de la publicitaria.

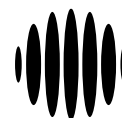
La determinación del contenido publicitario dirigido a la promoción del acontecimiento en el gasto realizado no depende de que el importe de dicho gasto pueda computarse como gasto adicional expresamente realizado para disfrutar de los incentivos fiscales, sino de que se identifique el fin publicitario 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 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.

- **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).

- **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.

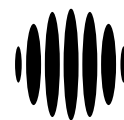
- **SUPUESTOS EN LOS QUE SE CONSIDERA QUE NO EXISTE CONTENIDO PUBLICITARIO:** No se considera que tengan el carácter de gasto de publicidad del acontecimiento a los efectos de aplicar la deducción fiscal aquellos cuya finalidad sea distinta a la publicitaria, como son los gastos de personal, amortizaciones o gastos de mantenimiento.



**MANUAL DE USO PARA EMPRESAS
COLABORADORAS**

Barcelona Mobile World Capital

**SOPORTES CUYA
ÚNICA FINALIDAD ES
LA PUBLICIDAD**



MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

Barcelona Mobile World Capital

Televisión y cine



Cuando se incluya el logotipo del acontecimiento en televisión y cine deberán tenerse en cuenta las siguientes indicaciones:

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 estará constituida por el coste de contratación a terceros o, en su caso, en 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).

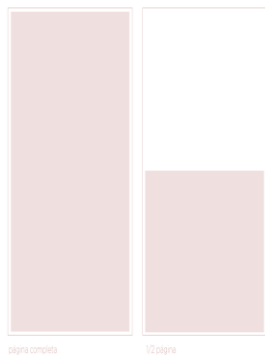
En los supuestos del artículo 8.1.a).4º del Reglamento, o en los supuestos de que entidades sin ánimo de lucro a las que se refiere el artículo 2 de la Ley 49/2002, sean las que produzcan los contenidos publicitarios, cediendo los colaboradores los espacios gratuitamente, la base de la deducción será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



MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

Barcelona Mobile World Capital

Prensa y revistas



Cuando se incluya el logotipo del acontecimiento en prensa y revistas deberán tenerse en cuenta las siguientes indicaciones:

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.

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

En ningún caso se incluye el coste de distribución.

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 los supuestos del artículo 8.1.a).4º 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.



MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

Barcelona Mobile World Capital

Radio y “podcast” de audio



Cuando se incluya el logotipo del acontecimiento en radio y “podcast” de audio, deberán tenerse en cuenta las siguientes indicaciones:

La locución “empresa colaboradora de “Barcelona Mobile World Capital” 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 estará constituida por el coste de contratación a terceros o, en su caso, en el coste total del 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, de 27 de noviembre, del Impuesto sobre Sociedades (en adelante, Ley 27/2004).

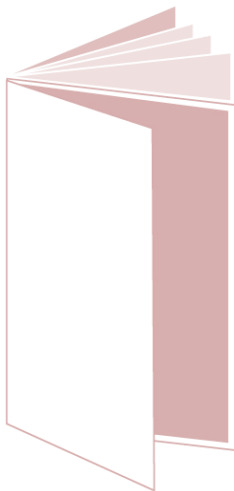
En los supuestos del artículo 8.1.a).4º del Reglamento, o en los supuestos de que entidades sin ánimo de lucro a las que se refiere el artículo 2 de la Ley 49/2002, sean las que produzcan los contenidos publicitarios, cediendo los colaboradores los espacios gratuitamente, la base de la deducción será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



MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

Barcelona Mobile World Capital

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 200.000 ejemplares anuales.

En los folletos plegados, el logotipo aparecerá en el ángulo inferior derecho de la portada y de la contraportada con un ancho mínimo de 22mm.

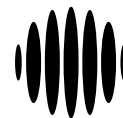
En los folletos no plegados, el logotipo aparecerá en una de las caras, con un ancho mínimo de 22mm.

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

Catálogos: la tirada mínima de estos soportes deberá ser de 200.000 ejemplares anuales.

El logo deberá ocupar el 10% de la base total del catálogo.

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



MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

Barcelona Mobile World Capital

Encartes, mailings y e-mailings



Cuando se incluya el logotipo en encartes , mailings y e-mailings deberán tenerse en cuenta las siguientes indicaciones:

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 (símbolo y, en su caso, leyenda) tendrá como mínimo el mismo peso visual que la marca de la entidad colaboradora, partiendo de un ancho mínimo de 20mm, ocupando un mínimo del 10 por ciento de la base del anuncio.

En los “mailings”, el logotipo del acontecimiento (símbolo, y en su caso leyenda) 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 (símbolo y, en su caso, leyenda) 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.

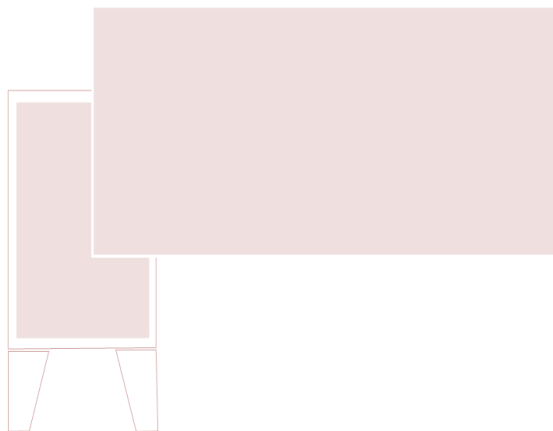
La base de la deducción estará constituida por el coste de contratación con terceros o, en su caso, por el coste de diseño, producción, edición y distribución.



MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

Barcelona Mobile World Capital

Soportes de publicidad exterior (1)



Cuando se incluya el logotipo del acontecimiento en soportes de publicidad exterior (1), deberán tenerse en cuenta las siguientes indicaciones:

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

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.

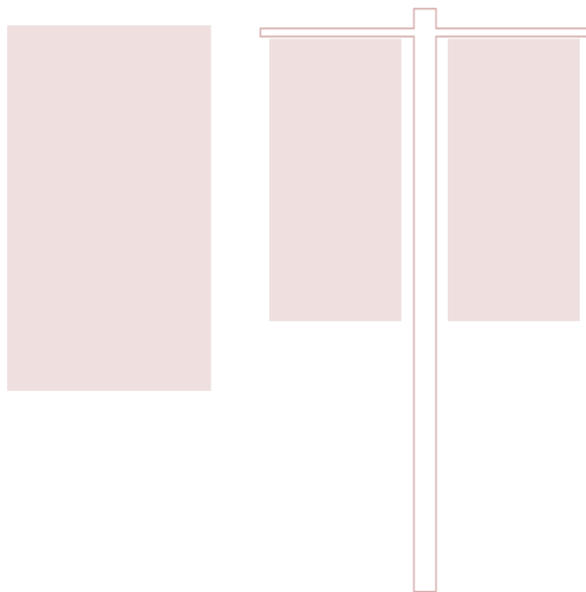
La base de la deducción estará constituida por el coste de contratación con terceros o, en su caso, el coste total de diseño, producción, montaje y contratación de los soportes.



MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

Barcelona Mobile World Capital

Soportes de publicidad exterior (2)



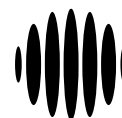
Cuando se incluya el logotipo del acontecimiento en soportes de publicidad exterior (2), deberán tenerse en cuenta las siguientes indicaciones:

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

Banderolas, cartelería y lonas.- En las banderolas dobles, si únicamente se coloca un logotipo en una de las caras de la banderola, el ancho del logotipo será, como mínimo, el 20% de la base del soporte.

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

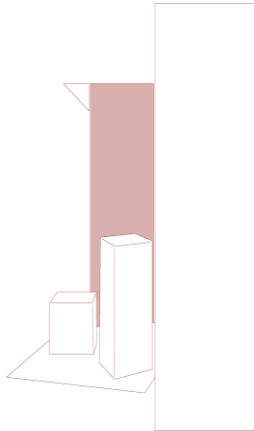
La base de la deducción estará constituida por el coste de contratación con terceros o, en su caso, el coste total del diseño, producción, montaje y contratación de los soportes.



MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

Barcelona Mobile World Capital

Stand en ferias y eventos



Cuando se incluya el logotipo del acontecimiento en stand en ferias y eventos, deberán tenerse en cuenta las siguientes indicaciones:

Stands en ferias y eventos deportivos: La presencia del logotipo del acontecimiento (símbolo y, en su caso, leyenda) en el stand del colaborador será igual o superior al 10 por ciento de la totalidad de la extensión de 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 del acontecimiento (símbolo y, en su caso, leyenda) deberá quedar siempre perfectamente visible, ya sea en el suelo o el “roll ups”, por ejemplo.

La base de la deducción estará constituida por el coste de alquiler de 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.



MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

Barcelona Mobile World Capital

Merchandising



Cuando se incluya el logotipo del acontecimiento en merchandising deberán tenerse en cuenta las siguientes indicaciones:

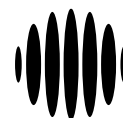
Gorras, camisetas, cazadoras, impermeables, bolígrafos u otros objetos similares con publicidad del colaborador en el acontecimiento de excepcional interés público en el que se incluye el logotipo del mismo.

El logotipo deberá tener un ancho mínimo de 30mm y, en el caso de que se comparta el espacio con la marca del colaborador, el logotipo tendrá el mismo peso visual.

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

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.

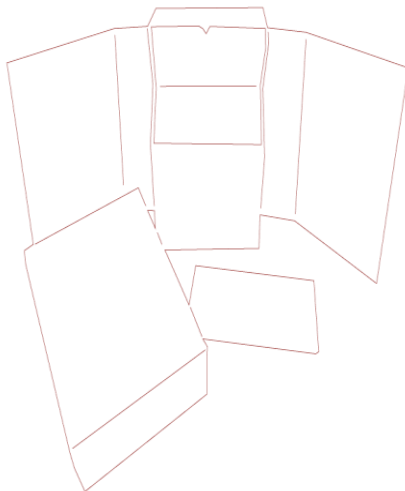
La base de la deducción estará constituida por el coste de contratación con terceros o, en su caso, el coste total de producción y distribución.



MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

Barcelona Mobile World Capital

Marketing directo



Cuando se incluya el logotipo del acontecimiento en marketing directo deberán tenerse en cuenta las siguientes indicaciones:

Productos publicitarios del colaborador del acontecimiento con inserción del logotipo que se entregan de forma gratuita.

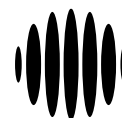
La tirada mínima de este soporte publicitario deberá ser de 150.000 ejemplares.

El logotipo del acontecimiento (símbolo y, en su caso, leyenda) tendrá, como mínimo, el mismo peso visual que la marca del colaborador, partiendo de un mínimo de 30mm 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 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 coste de contratación con terceros o, en su caso, el coste total de producción y distribución.



MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

Barcelona Mobile World Capital



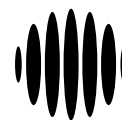
Productos promocionales fabricados exclusivamente para la difusión del acontecimiento

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.

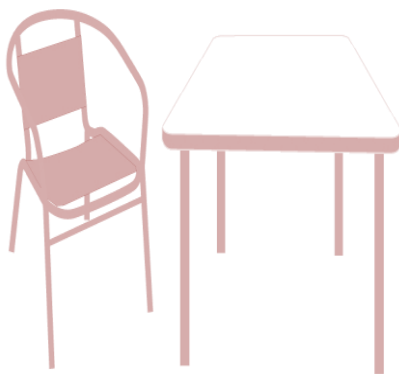
La base de la deducción estará constituida por el coste de contratación a terceros o, en su caso, el coste total de producción y distribución.



MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

Barcelona Mobile World Capital

Productos promocionales de distribución empresarial

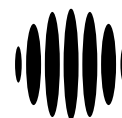


Cuando se incluya el logotipo del acontecimiento en los distintos elementos promocionales de mobiliario (mostrador, mesa de terraza, sillas de plástico, sillas de madera, sombrillas etc.) deberán tenerse en cuenta las siguientes indicaciones:

Productos promocionales de distribución empresarial: inserción del logotipo del acontecimiento (símbolo y, en su caso, leyenda) 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.

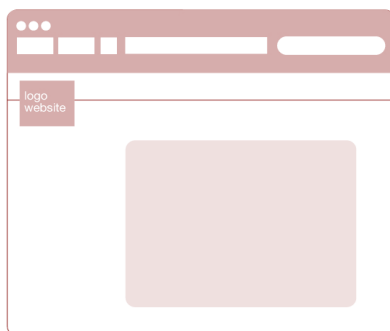
La base de la deducción será constituida por el coste de contratación con terceros o, en su caso, por el coste de producción y distribución.



MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

Barcelona Mobile World Capital

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



Cuando se incluya el logotipo del acontecimiento en soportes publicitarios digitales, páginas web, dispositivos móviles, aplicaciones APP y redes sociales (1) deberán tenerse en cuenta las siguientes indicaciones:

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

El logotipo deberá ser del mismo tamaño (mismo peso visual) y mantenerse en pantalla el mismo 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 caso 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 deberá aparecer según las condiciones establecidas para los spots de televisión.

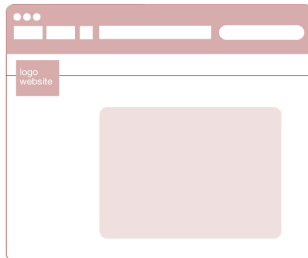
La base de la deducción será el coste de diseño y producción y/o de contratación con terceros del soporte.



MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

Barcelona Mobile World Capital

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



Cuando se incluya el logotipo del acontecimiento en soportes publicitarios digitales, páginas web, dispositivos móviles, aplicaciones APP y redes sociales (2) deberán tenerse en cuenta las siguientes indicaciones:

B) El medio utilizado para la realización de la campaña publicitaria puede ser propiedad de la empresa colaboradora.

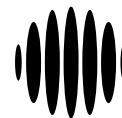
En este caso la base de la deducción será el coste de diseño e inserción del logotipo o el valor de espacio publicitario si este estuviese comercializado por la entidad o por el medio de comunicación colaborador. En ningún caso se incluirán los costes de mantenimiento de la página web.

Web de difusión del acontecimiento y microsite: el logotipo deberá aparecer en los mismos espacios y con el mismo peso visual que el de la entidad colaboradora. Deberá ser visible, estar 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 en cualquier caso un link con la página oficial del evento. El contenido mínimo específico 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.

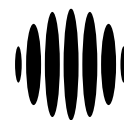
En estos supuestos se consensuará la manera más óptima de aparición.



**MANUAL DE USO PARA EMPRESAS
COLABORADORAS**

Barcelona Mobile World Capital

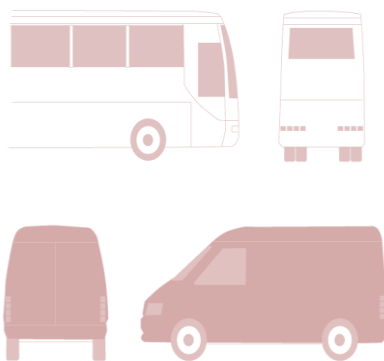
**SOPORTES CUYA
FINALIDAD PRINCIPAL
ES DISTINTA DE LA
PUBLICITARIA**



MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

Barcelona Mobile World Capital

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



Cuando se incluya el logotipo del acontecimiento en furgonetas, turismos, autobuses, camiones grúas, vehículos articulados y otros vehículos de carga y transporte deberán tenerse en cuenta las siguientes indicaciones:

- A) Contratación con terceros de estos vehículos como soportes publicitarios de una campaña por la empresa colaboradora que incluya el logotipo el acontecimiento.

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

- B) El vehículo en el que se realiza la campaña puede ser propiedad de la empresa colaboradora.

La base de la deducción será el coste incurrido en incorporar la publicidad al mencionado soporte, en los términos establecidos en punto 2.2 del Manual.

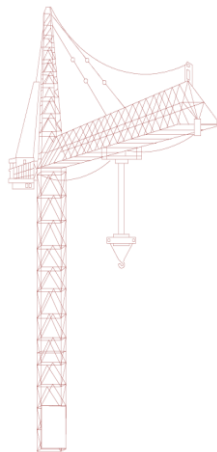
En ambos casos el logotipo del acontecimiento deberá ocupar, como mínimo, el 10% de la base del espacio publicitario.



MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

Barcelona Mobile World Capital

Grúas de construcción



Cuando se incluya el logotipo del acontecimiento en grúas de construcción deberán tenerse en cuenta las siguientes indicaciones:

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

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

B) La grúa de construcción en la que se realiza la campaña publicitaria puede ser propiedad de la empresa colaboradora.

La base de la deducción será el coste incurrido en incorporar la publicidad al mencionado soporte, en los términos establecidos en punto 2.2 del Manual.

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

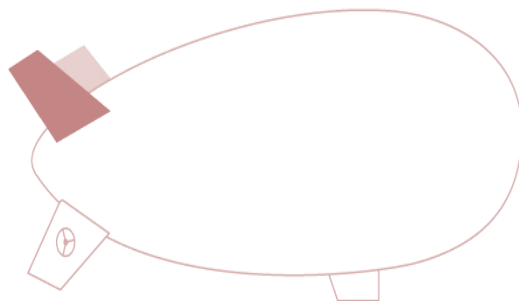
- Deberá ser visible en todo momento por el público colocándose a la altura adecuada para que así sea.
- Deberá ocupar el 100% de la base de la lona sobre la grúa manteniendo la proporción del logotipo.
- Estará presente, como mínimo, en una lona colgante ubicada en cualquiera de las caras de la columna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



MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

Barcelona Mobile World Capital

Globos aerostáticos y otros soportes similares



Cuando se incluya el logotipo del acontecimiento en globos aerostáticos y otros soportes similares deberán tenerse en cuenta las siguientes indicaciones:

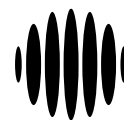
A) Contratación a terceros de estos medios como soporte publicitario de una campaña por la empresa colaboradora que incluya el logotipo del acontecimiento

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

B) El medio utilizado para la realización de la campaña publicitaria puede ser propiedad de la empresa colaboradora.

La base de la deducción será el coste incurrido en incorporar la publicidad al mencionado soporte, en los términos establecidos en punto 2.2 del Manual.

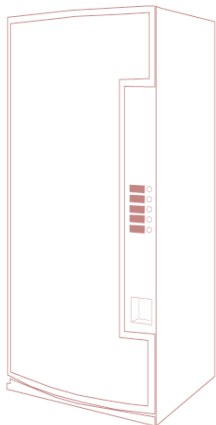
En ambos casos el logotipo del acontecimiento debe tener un tamaño mínimo del 30% del diámetro (o base) manteniendo las proporciones y ubicándose de manera centrada.



MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

Barcelona Mobile World Capital

Máquinas expendedoras



Cuando se incluya el logotipo del acontecimiento en máquinas expendedoras deberán tenerse en cuenta las siguientes indicaciones:

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

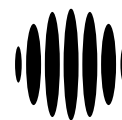
La base de la deducción será constituida por el coste de contratación con terceros que se corresponda exclusivamente con el contenido publicitario del acontecimiento del soporte.

B) El medio utilizado para la realización de la campaña publicitaria puede ser propiedad de la empresa colaboradora.

La base de la deducción será el coste incurrido en incorporar la publicidad al mencionado soporte, en los términos establecidos en punto 2.2 del Manual.

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

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



MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

Barcelona Mobile World Capital

Call Center



Cuando el acontecimiento se inserte mediante una locución en un call center deberán tenerse en cuenta las siguientes indicaciones:

Inmediatamente después de nombrar a la marca del patrocinador, los teleoperadores deberán locutar el texto siguiente:

“empresa colaboradora de “Barcelona Mobile World Capital”.

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 que vendrá determinado por:

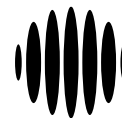
Coste del telefonista multiplicado por el tiempo de cada locución multiplicado por el número de llamadas diarias y todo ello dividido por el tiempo de trabajo.

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

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.

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 corresponde 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 del acontecimiento...”* de manera perfectamente comprensible.



MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

Barcelona Mobile World Capital

Displays y puntos lectores de venta



Cuando se incluya el logotipo del acontecimiento en displays y puntos lectores de venta deberán tenerse en cuenta las siguientes indicaciones:

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

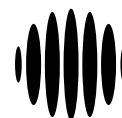
PLV: el logotipo del acontecimiento tendrá el mismo peso visual que la marca del anunciante, partiendo de un mínimo de 40mm.

El “peso visual” se considera “la superficie”, es decir, el resultado de multiplicar el ancho por el alto.

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

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.

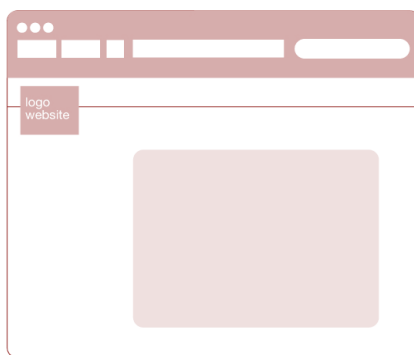
B) Si el medio utilizado puede ser propiedad de la empresa colaboradora la base de la deducción será el coste incurrido en incorporar la publicidad al mencionado soporte, en los términos establecidos en el punto 2.2 del Manual.



MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

Barcelona Mobile World Capital

Web del colaborador

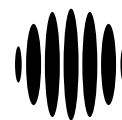


El logotipo del acontecimiento (símbolo y, en su caso, leyenda) aparecerá en la «home» y en lugares destacados en los apartados de la web relacionados con el acontecimiento. El logotipo deberá tener como mínimo el mismo peso visual que el de la entidad colaboradora, en todo momento será perfectamente 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 del mismo en la URL www.XXX.es. 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.

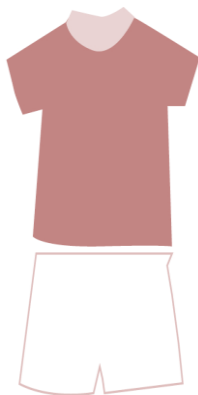
La base de la deducción será el coste de inserción del logotipo (símbolo y, en su caso, leyenda), o el valor del espacio publicitario si este estuviese comercializado por la entidad o por el medio de comunicación colaborador. En ningún caso se incluirán los costes de mantenimiento de la página web.



MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

Barcelona Mobile World Capital

Uniformes y equipaciones deportivas



Cuando se incluya el logotipo del acontecimiento en uniformes y equipaciones deportivas deberán tenerse en cuenta las siguientes indicaciones:

El logotipo del acontecimiento tiene que aparecer en la uniformidad o equipación de acuerdo con la normativa deportiva que regule la competición y no podrá tener un peso visual inferior al del colaborador.

El “peso visual” se considera “la superficie”, es decir, el resultado de multiplicar el ancho por el alto.

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

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

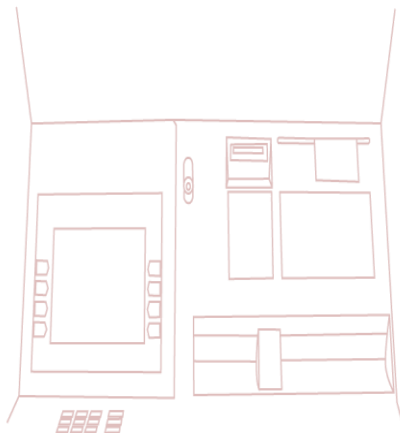
B) El medio utilizado para la realización de la campaña publicitaria puede ser propiedad de la empresa colaboradora. **En tal caso, la base de la deducción será el coste incurrido en incorporar la publicidad al mencionado soporte, en los términos establecidos en el punto 2.2 del Manual.**



MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

Barcelona Mobile World Capital

Cajeros automáticos



Cuando se incluya el logotipo del acontecimiento en cajeros automáticos deberán tenerse en cuenta las siguientes indicaciones:

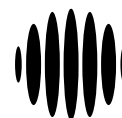
El logotipo del acontecimiento tendrá el mismo peso visual que la marca anunciante, partiendo de un mínimo de 40mm.

El “peso visual” se considera “la superficie”, es decir, el resultado de multiplicar el ancho por el alto.

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

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

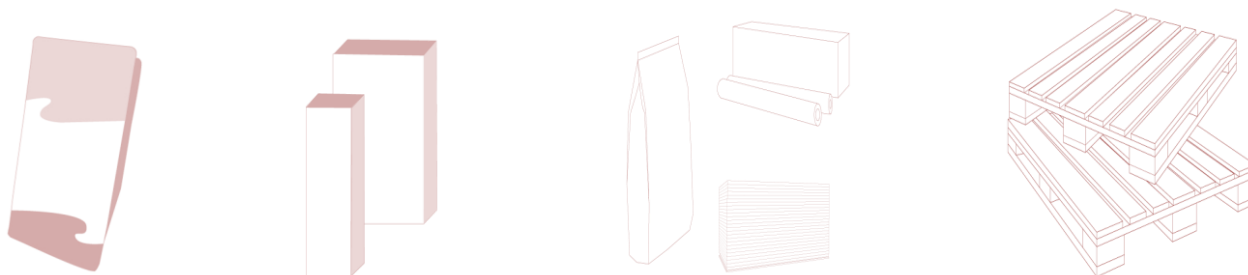
B) En el caso de que los anunciantes propietarios del cajero, lo utilicen como soporte publicitario, la base de la deducción será el coste incurrido en incorporar la publicidad al mencionado soporte, en los términos establecidos en el punto 2.2 del Manual.



MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

Barcelona Mobile World Capital

Embalajes varios



Cuando se incluya el logotipo del acontecimiento en embalajes varios deberán tenerse en cuenta las siguientes indicaciones:

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 apartado 2.2 del Manual, entendiéndose por dicho coste, en el caso concreto de los embalajes, el coste de rotulación de los mismos.

En ambos casos el logotipo del acontecimiento (símbolo y, en su caso, leyenda) deberá reunir los siguientes requisitos:

– Embalajes (como «packaging» de producto): el logotipo del acontecimiento (símbolo y, en su caso, leyenda) 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 (símbolo y, en su caso, leyenda) 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.

– Bolsas (como «packaging» de producto): el logotipo del acontecimiento (símbolo y, en su caso, leyenda) 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 y otros): la inserción del logotipo del acontecimiento (símbolo y, en su caso, leyenda) en estos soportes deberá tener en cuenta las siguientes indicaciones:

• Sacos: el logotipo del acontecimiento (símbolo y, en su caso, leyenda) se imprimirá en cualquier 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.

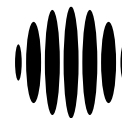
• Film y otros envoltorios (como «packaging» de producto): el logotipo del acontecimiento (símbolo y, en su caso, leyenda) se imprimirá siguiendo el sentido de la lectura, debiendo estar presente en cada unidad de comunicación o plancha de impresión.

En todo caso, el logotipo del acontecimiento (símbolo y, en su caso, leyenda) deberá tener siempre un tamaño mínimo del 30 por ciento respecto a las dimensiones de la marca del anunciante.

– Palés: la inserción del logotipo del acontecimiento (símbolo y, en su caso, leyenda) en este soporte deberá tener en cuenta las siguientes indicaciones:

• El logotipo del acontecimiento (símbolo y, en su caso, leyenda) se imprimirá de manera centrada al menos en una de las tres vigas de soporte de cada una de las cuatro caras.

• El logotipo del acontecimiento (símbolo y, en su caso, leyenda) deberá tener un mínimo del 50 por ciento de la sección visible o superficie de exposición.



MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

Barcelona Mobile World Capital

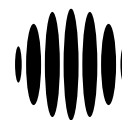
Latas, botellas y botellines



Cuando se incluya el logotipo del acontecimiento en latas, botellas y botellines deberán tenerse en cuenta las siguientes indicaciones:

- 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 apartado 2.2 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 por ciento 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 por ciento del ancho del soporte.

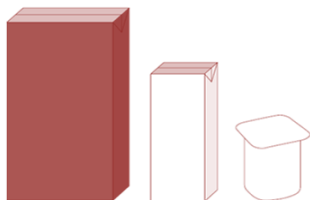
En ambos casos, el logotipo del acontecimiento (símbolo y, en su caso, leyenda) aparecerá en el sentido de la lectura y su ancho será, como mínimo, de 20 mm.



MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

Barcelona Mobile World Capital

Envases alimentarios



Cuando se incluya el logotipo del acontecimiento en envases alimentarios deberán tenerse en cuenta las siguientes indicaciones:

- 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 apartado 2.2 del Manual, entendiéndose por dicho coste, en el caso concreto de envases alimentarios:
- Si el logotipo del acontecimiento (símbolo y, en su caso, leyenda) se consigna en elementos separables del envase: el coste de la etiqueta o banderola, siempre que el logotipo ocupe, como mínimo, el 10 por ciento de su superficie.
 - Si el logotipo del acontecimiento (símbolo y, en su caso, leyenda) se consigna en el envase: el coste de serigrafía, siempre que ancho del logotipo ocupe, como mínimo, el 10 por ciento de su superficie.

En ambos casos el logotipo del acontecimiento (símbolo y, en su caso, leyenda) deberá reunir los siguientes requisitos:

- En los tetrabriks, el logotipo del acontecimiento (símbolo y, en su caso, leyenda) 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 (símbolo y, en su caso, leyenda) será como mínimo de 30 mm y en los pequeños (capacidad menor de 1 litro) de 20 mm.



MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

Barcelona Mobile World Capital

Bolsas contenedoras

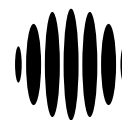


Cuando se incluya el logotipo del acontecimiento en bolsas contenedoras deberán tenerse en cuenta las siguientes indicaciones:

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 apartado 2.2 del Manual, entendiéndose por dicho coste, en el caso concreto de bolsas contenedoras, el coste de serigrafía.

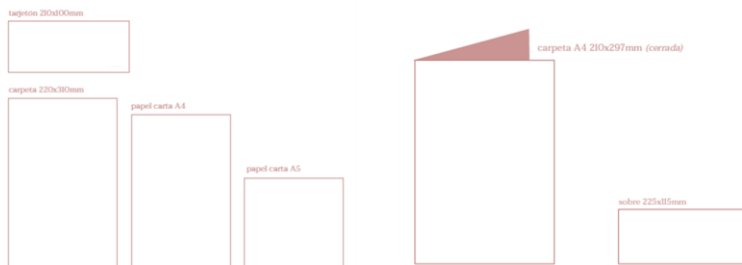
En ambos casos el ancho del logotipo del acontecimiento (símbolo y, en su caso, leyenda) será, como mínimo, de 30 mm y ocupará, como mínimo, un 10 por ciento de la base de la bolsa.



MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

Barcelona Mobile World Capital

Soportes de divulgación corporativa



Cuando se incluya el logotipo del acontecimiento en papelería corporativa deberán tenerse en cuenta las siguientes indicaciones:

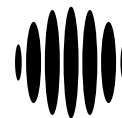
Soportes de divulgación corporativa (documentos corporativos, facturas y extractos bancarios de uso externo, etc.)

La tirada mínima de estos soportes, considerados individualmente, deberá ser de 200.000 ejemplares anuales.

El logotipo del acontecimiento (símbolo y, en su caso, leyenda) 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 (símbolo y, en su caso, leyenda) 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 por ciento de la base del soporte.

La base de la deducción estará constituida por el coste incurrido en incorporar la publicidad al mencionado soporte, entendiéndose por dicho coste, el de impresión.

En ningún caso se incluirá el coste de distribución

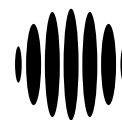


MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

Barcelona Mobile World Capital

Anexo al Manual

- El presente Manual recoge todos los soportes acordados en la Comisión Interadministrativa, pudiendo incluirse aquellos nuevos soportes publicitarios que puedan presentarse para su estudio y aprobación si procede.
- En especial, la Comisión Interadministrativa continuará trabajando para la futura inclusión de nuevos soportes.



PLANES Y PROGRAMAS DE ACTIVIDADES

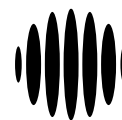
Barcelona Mobile World Capital

La Comisión Interadministrativa del Acontecimiento de Excepcional Interés Público “BARCELONA MOBILE WORLD CAPITAL”, en su sesión de ... de ... de ..., ha aprobado, dentro del ámbito de sus competencias, previstas en la disposición adicional septuagésima novena de la Ley 11/2020, de 30 de diciembre, de Presupuestos Generales del Estado para el año 2021 y concretadas en la cláusula sexta del Convenio de colaboración para su creación, los siguientes planes y programas de actividades, en cuanto se consideran que pueden asegurar el adecuado desarrollo de Barcelona Mobile World Capital.

BARCELONA MOBILE WORLD CAPITAL es una iniciativa que tiene como objetivo posicionar a Barcelona como un *hub* digital de referencia a nivel global.

Áreas de actuación:

1. **Tech4Good:** promovemos un uso ético, inclusivo y sostenible de la tecnología para mejorar la vida de las personas.
2. **Digital Talent:** impulsamos la formación y atracción de talento digital para reforzar el ecosistema tecnológico.
3. **Tech Transfer:** conectamos ciencia, empresa y mercado para transformar el conocimiento en innovación aplicada.



PLANES Y PROGRAMAS DE ACTIVIDADES

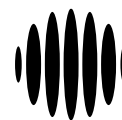
Barcelona Mobile World Capital

PROMOCIÓN DEL MOBILE WORLD CAPITAL BARCELONA

Se recogen en este Plan todas las actividades que tengan por objeto la promoción de Barcelona Mobile World Capital .

Actividades de promoción

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 al evento.
2. Implantación de mejoras tecnológicas; renovación y mejora de la señalización turística e informativa; mejora de la iluminación y eficiencia de monumentos y otros edificios o espacios relevantes; así como organización de las visitas guiadas destinadas a mejorar la información de visitantes respecto al Barcelona Mobile World Capital.
3. Gastos de instalación y montaje de pabellones con contenidos específicos, en ferias nacionales e internacionales, en los que se promocióne el evento de Barcelona Mobile World Capital .
4. Campañas de publicidad y promoción en medios de comunicación, tanto en el ámbito nacional como internacional. Esta difusión del Barcelona Mobile World Capital consistirá en la aplicación gráfica de los logotipos oficiales del evento dentro de la publicidad de los patrocinadores. A efectos de la obtención de beneficios fiscales, sólo se admitirá la utilización de los logotipos aprobados expresamente por escrito por el ente organizador.
5. Cesión por los medios de comunicación de espacios gratuitos para la inserción por el ente organizador del evento de anuncios dedicados a la promoción del Barcelona Mobile World Capital .
6. Cesión de espacios publicitarios en soportes y mobiliario urbano, autobuses, etc.
7. Cesión de espacios publicitarios y de difusión e información en establecimientos (hoteles, restaurantes, comercios, sedes de los diferentes eventos a realizar, etc).



PLANES Y PROGRAMAS DE ACTIVIDADES

Barcelona Mobile World Capital

8. Inversiones en activos fijos nuevos que supongan adecuación, mejora o implantación de redes de transporte y distribución que redunden en la promoción del Barcelona Mobile World Capital .
9. Inversiones en activos fijos nuevos destinados a la construcción y la modernización de establecimientos hosteleros, instalaciones turísticas y de acogida de visitantes.
10. Inversiones en activos fijos nuevos destinados a mejorar y realzar el espacio físico afectado por este programa.
11. Inversiones en cualquier activo material nuevo que se utilice en el desarrollo de actividades de promoción que se enmarcan en estos planes y programas.
12. Cesión de servicios relacionados con la organización del evento.

