



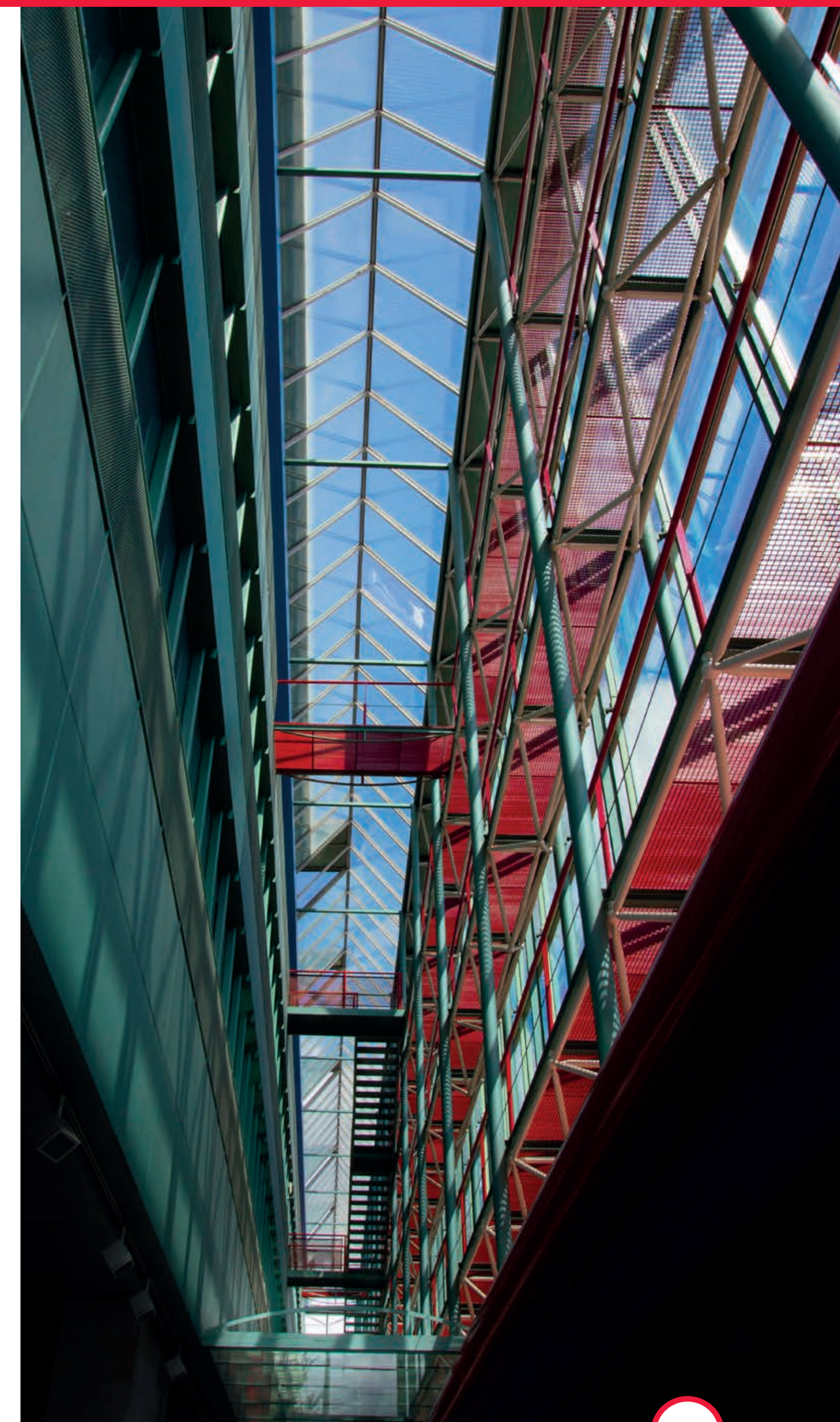
ESPECIAL
RECUPERACIÓN
TURISMO

MANUAL IDENTIDAD CORPORATIVA

“FITUR ESPECIAL: RECUPERACIÓN TURISMO”

CONTENIDOS

- PUNTO DE PARTIDA Pag. 3
- MANUAL USO DE MARCA Pag. 4
- BENEFICIOS FISCALES DE UN ACONTECIMIENTO DE EXCEPCIONAL INTERÉS PÚBLICO (AEIP) Pag. 9
- CRITERIOS PARA DETERMINAR LA ESENCIALIDAD DE LOS SOPORTES Pag. 13
- SOPORTES ESENCIALES DE PUBLICIDAD EXCLUSIVOS Y NO EXCLUSIVOS Pag. 24
- SOPORTES NO ESENCIALES DE PUBLICIDAD EXCLUSIVOS Pag. 41
- SOPORTES NO ESENCIALES Y NO EXCLUSIVOS Pag. 53
- ANEXO I Pag. 56
- ANEXO II Pag. 63
- CONTACTO / DUDAS Y CONSULTAS Pag. 72



PUNTO DE PARTIDA

FITUR 2021: Especial Recuperación Turismo ha sido declarado en los PGE 2021 como “acontecimiento de excepcional interés público”, contemplando los **máximos beneficios fiscales** previsto por la Ley para los patrocinadores de las actividades oficiales. Un acontecimiento que estará vigente hasta 2023.

FITUR es, sin lugar a dudas, la feria bandera de España, de su imagen y de su proyección al exterior. Es el gran referente de la industria turística y emblema de los valores que representa un **sector que se ha manifestado estratégico para el desarrollo de las economías, para el progreso social, y para la sostenibilidad medioambiental y cultural de los países.**

En este contexto y de la mano de **IFEMA MADRID**, **FITUR** se ha convertido en una palanca esencial para la imagen y promoción del turismo de España y en un instrumento de valor para la **dinamización del negocio turístico mundial**. Cada año reúne a más de 11.000 empresas de 165 países, y genera miles de alianzas, contactos y encuentros de negocio. Su propia celebración representa un dinamizador del turismo de Madrid, con un **impacto económico de 330 millones de euros.**



ESPECIAL
**RECUPERACIÓN
TURISMO**



ESPECIAL
RECUPERACIÓN
TURISMO

MANUAL DE USO DE MARCA



ESPECIAL
RECUPERACIÓN
TURISMO

DISPOSICIONES HORIZONTAL Y VERTICAL



ESPECIAL
RECUPERACIÓN
TURISMO



ESPECIAL
RECUPERACIÓN
TURISMO

VERSIONES EN INGLÉS



SPECIAL
TOURISM
RECOVERY



SPECIAL
TOURISM
RECOVERY

MARCA Y VERSIONES

La marca “FITUR ESPECIAL: RECUPERACIÓN TURISMO” esta compuesta por un logotipo enmarcado, que debe ser reproducido en todos los soportes conforme las instrucciones establecidas en este manual.

Consta a su vez de dos disposiciones que podrán emplearse a conveniencia según la idoneidad del soporte.

ÁREA DE SEGURIDAD



TAMAÑO MÍNIMO



125px | 44mm



80px | 30mm



65px | 23mm



41px | 16mm

ÁREA DE SEGURIDAD Y TAMAÑO MÍNIMO

A la hora de establecer elementos en una composición junto con nuestra marca, deberemos atender a reservar un espacio invisible entre los elementos y FITUR.

Para establecer este margen de seguridad, cogeremos como base para determinar dicho espacio el “boomerang” de FITUR.

COLORES

ROJO FITUR

C: 0 M: 100 Y: 80 K: 0
R: 288 G: 3 B: 46

TIPOGRAFÍA

Gotham Bold
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890!@. \$%&/()

APLICACIONES CROMÁTICAS



COLORES , TIPOGRAFÍA Y APLICACIONES CROMÁTICAS

Nuestra marca está conformada por una colometría y tipografía específica.

Además, su uso dependerá de un criterio de legibilidad sobre fondos de distinta naturaleza.

CONVIVENCIA CON IFEMA MADRID

Opción de uso exclusivo en notas de prensa o en textos
relativos al AEIP.

La regulación de tamaños en los beneficios fiscales de
un AEIP hace inviable la reproducción en convivencia.



**ESPECIAL
RECUPERACIÓN
TURISMO**



**ESPECIAL
RECUPERACIÓN TURISMO**



ESPECIAL
RECUPERACIÓN
TURISMO

BENEFICIOS FISCALES DE UN ACONTECIMIENTO DE EXCEPCIONAL INTERÉS PÚBLICO (AEIP)

BENEFICIOS FISCALES DE LOS AEIP

La Ley de Presupuestos Generales del Estado para el año 2021 establece la consideración de la feria “FITUR ESPECIAL: RECUPERACIÓN TURISMO” como acontecimiento de excepcional interés público, concediendo los beneficios fiscales máximos establecidos.

Estos incentivos se mantendrán durante los años 2021, 2022 y 2023. En función de ello, y conforme a lo contemplado en la Ley 49/2002, de 23 de diciembre, de régimen fiscal de las entidades sin fines lucrativos y de los incentivos fiscales al mecenazgo, las empresas podrán aplicar:

- Una deducción por donación
- Una deducción por gastos de publicidad y propaganda

BENEFICIOS FISCAL POR DONACIÓN

Las entidades que sean sujetos pasivos del Impuesto sobre Sociedades, así como del Impuesto sobre la Renta de No Residentes con establecimiento permanente, podrán deducirse el 35% de la donación que realicen a favor de “FITUR ESPECIAL: RECUPERACIÓN TURISMO”.

Para aplicar los incentivos fiscales mencionados, las donaciones se deberán realizar en favor de “FITUR ESPECIAL: RECUPERACIÓN TURISMO”

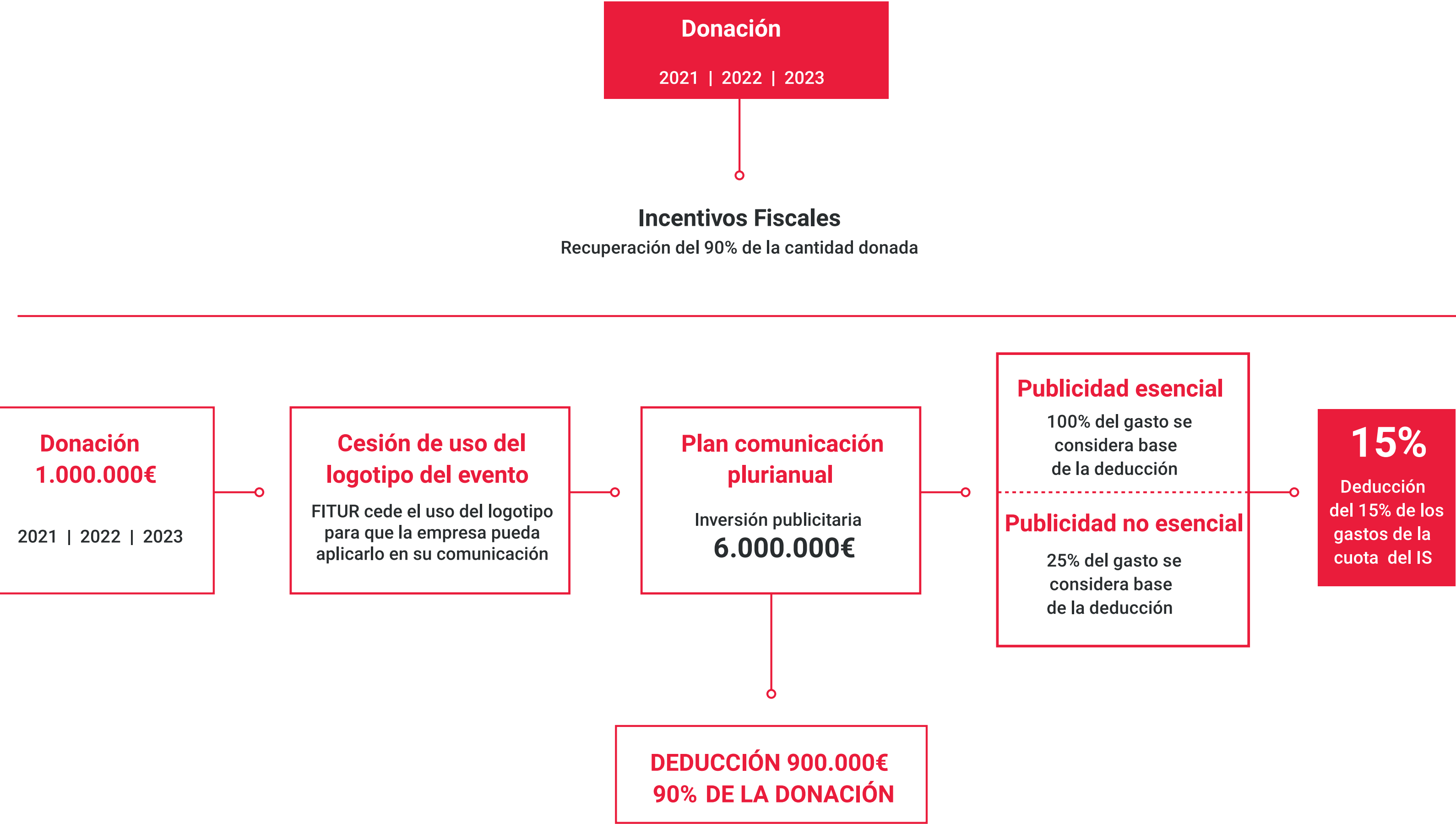
BENEFICIOS FISCAL POR GASTOS DE PUBLICIDAD Y PROPAGANDA, ACOMPAÑADOS DE DONACIÓN

Los sujetos pasivos del Impuesto sobre Sociedades, así como del Impuesto sobre la Renta de No Residentes con establecimiento permanente en España que realicen donativos en favor de “FITUR ESPECIAL: RECUPERACIÓN TURISMO” pueden aplicar una deducción en cuota del 15% de los gastos de publicidad y propaganda de proyección plurianual que se destinen directamente a la promoción del respectivo acontecimiento, siempre que vaya acompañada de una donación a “FITUR ESPECIAL: RECUPERACIÓN TURISMO”.

Esta deducción del 15%, queda limitada al 90% de la donación que la empresa realice.

La donación, por la parte del exceso sobre el mencionado límite del 90%, podrán generar adicionalmente deducción.

ESQUEMA DE LA OPERACIÓN



POSIBLE ESCENARIO

Beneficios fiscales derivados de la consideración de FITUR como AEIP

	GASTO EN PUBLICIDAD Y PROPAGANDA	IMPORTE DE LA DONACION QUE OPTIMIZA EL BENEFICIO FISCAL
SUPUESTO 1	30.000	5.000
SUPUESTO 2	60.000	10.000
SUPUESTO 3	150.000	25.000
SUPUESTO 4	300.000	50.000
SUPUESTO 5	600.000	100.000
SUPUESTO 6	1.500.000	250.000
SUPUESTO 7	3.000.000	500.000
SUPUESTO 8	6.000.000	1.000.000

DEDUCCIÓN POR PUBLICIDAD Y PROPAGANDA		
(15% importe gastos, con el límite del 90% de la donación)		
15% PUBLICIDAD Y PROPAGANDA	LÍMITE 90% DONACIÓN	DEDUCCIÓN POR PUBLICIDAD Y PROPAGANDA
4.500	4.500	4.500
9.000	9.000	9.000
22.500	22.500	22.500
45.000	45.000	45.000
90.000	90.000	90.000
225.000	225.000	225.000
450.000	450.000	450.000
900.000	900.000	900.000

DEDUCCIÓN POR DONACIÓN		
(35% exceso de la donación sobre la deducción por publicidad y propaganda)		
EXCESO DONACION SOBRE DEDUCCION POR PUBLICIDAD Y PROPAGANDA	DEDUCCIÓN POR DONACIÓN	DEDUCCIÓN TOTAL
500	175	4.675
1.000	350	9.350
2.500	875	23.375
5.000	1.750	46.750
10.000	3.500	93.500
25.000	8.750	233.750
50.000	17.500	467.500
100.000	35.000	935.000



ESPECIAL
RECUPERACIÓN
TURISMO

CRITERIOS PARA DETERMINAR LA ESENCIALIDAD DE LOS SOPORTES

INTRODUCCIÓN

El presente manual tiene por objeto establecer las reglas aplicables para determinar el importe de la base de deducción para los gastos conceptuados como de propaganda y publicidad plurianual a efectos de la Ley 49/2002, cuyas condiciones se establecen en el artículo 8.1 del Reglamento que desarrolla dicha Ley.

Con dicho objeto, el Manual establece las siguientes fases a seguir: Determinar el contenido publicitario dentro de cada soporte utilizado por el colaborador.

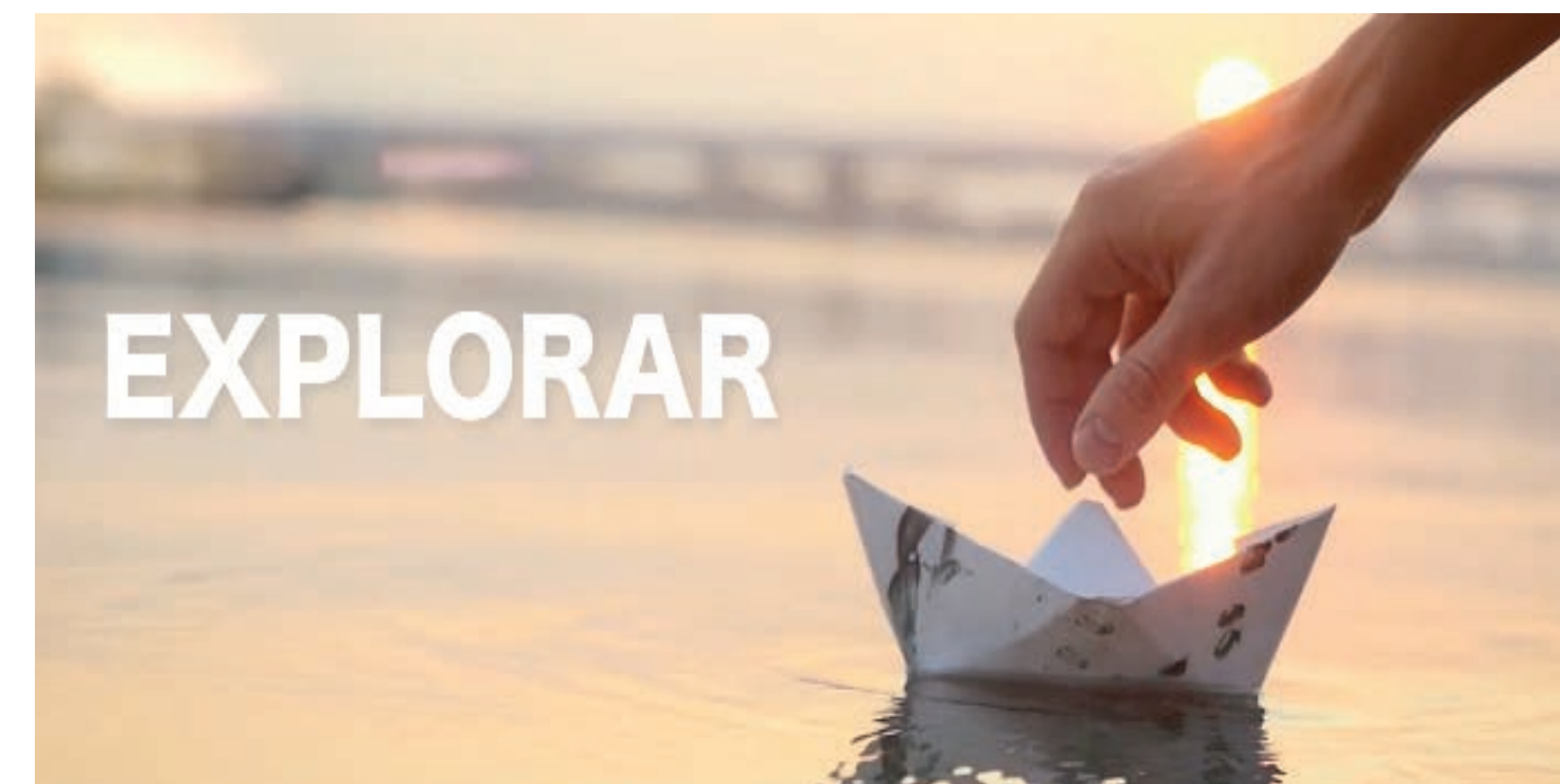
Cuantificar o valorar el contenido publicitario del soporte utilizado, es decir, el gasto en concepto de propaganda o publicidad de proyección plurianual. Determinar el grado de cumplimiento del requisito de esencialidad en función del cual, la base de deducción será el total del gasto (contenido esencial) o solo el 25% (contenido no esencial).

El Manual enumera los soportes publicitarios que los colaboradores utilizan habitualmente para la difusión del acontecimiento, incluyendo tanto los considerados puramente publicitarios como aquellos otros cuya finalidad principal es distinta de la publicitaria, definiéndose de forma exhaustiva el requisito de esencialidad para cada uno de ellos.

El grado de cumplimiento del requisito de esencialidad para otros soportes publicitarios no previstos en el Manual que se aprueba deberá ser determinado por el consorcio u órgano administrativo correspondiente, previa consulta tributaria o petición de informe a la Dirección General de Tributos.

Finalmente, el Manual también normaliza la solicitud del certificado ante el consorcio u órgano administrativo correspondiente, así como el certificado a emitir por dicho consorcio u órgano.

Sin perjuicio de la ley específica en la que se determine que un evento reúne el carácter de acontecimiento de excepcional interés público, debe mencionarse en primer lugar a la Ley 49/2002, de 23 de diciembre, de régimen fiscal de las entidades sin fines lucrativos y de los incentivos fiscales al mecenazgo, que define en el artículo 27.1 los programas de apoyo a acontecimientos de excepcional interés público como el conjunto de incentivos fiscales específicos aplicables a las actuaciones que se realicen para asegurar el adecuado desarrollo de los acontecimientos que, en su caso, se determinen por Ley.





Por su parte, el artículo 27.3 de la citada Ley establece los beneficios fiscales máximos aplicables en relación con los gastos de propaganda y publicidad de proyección plurianual que, en cumplimiento de los planes y programas establecidos por el consorcio u órgano administrativo correspondiente, se realicen para la promoción de los acontecimientos de excepcional interés público.

El Reglamento establece en su artículo 8.1, para los periodos impositivos que se hayan iniciado a partir del 1 de enero de 2007, las condiciones que deben reunir los gastos de propaganda y publicidad de proyección plurianual para que, a efectos de la aplicación de los incentivos fiscales a que se refiere el artículo 27.3 de la Ley 49/2002, pueda entenderse que se realizan en cumplimiento de los programas para la promoción del acontecimiento de excepcional interés público y que, conforme a los artículos 10 y 12 de dicho Reglamento, serán objeto de certificación por el consorcio u órgano administrativo correspondiente. Estas condiciones son:

- a) Contar con la certificación del consorcio u órgano administrativo correspondiente que:
- Confirme que los gastos se han realizado en cumplimiento de los planes y programas de actividades para la celebración del acontecimiento.

- Califique, para los casos de gastos de propaganda y publicidad de proyección plurianual, el contenido del soporte como esencial o no esencial a efectos del cálculo de la base de la deducción que en su caso proceda.

b) Que los gastos consistan en:

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

c) Que los gastos sirvan directamente para la promoción del acontecimiento porque su contenido favorezca la divulgación de su celebración.

Para los gastos que reúnen las condiciones establecidas en el artículo 8.1 del Reglamento, el cálculo de la base de la deducción responde a una secuencia de tres etapas:

- Determinar el contenido publicitario dentro de cada soporte utilizado por el colaborador.
- Cuantificar o valorar el contenido publicitario del soporte utilizado, lo que dará lugar al concepto de gasto publicitario, es decir, valorar en términos económicos el contenido publicitario de cada uno de los tipos de soportes del apartado anterior.
- Determinar la base de deducción: La base de la deducción puede ser el total del valor publicitario determinado en la etapa anterior o sólo el 25% en función del criterio de esencialidad.

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

- El importe de la deducción así calculada no puede exceder del 90% de las donaciones que se hayan efectuado al consorcio, entidades de titularidad pública o entidades a que se refiere el artículo 2 de la Ley 49/2002, encargadas de la realización de programas y actividades relacionadas con el acontecimiento.

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





ESPECIAL
RECUPERACIÓN
TURISMO

REGLAS PARA DETERMINAR EL CONTENIDO PUBLICITARIO DEL SOPORTE UTILIZADO

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

El gasto en publicidad y propaganda de carácter plurianual puede ser identificado dentro de cualquier tipo de gasto efectuado por el colaborador en su estrategia de difusión del acontecimiento, siempre que se pueda entender incluido en alguno de los puntos mencionados en la letra a) del artículo 8.1. A los efectos de lo dispuesto en dicho artículo, debe entenderse por «realización de campañas de publicidad» toda forma organizada de comunicación, efectuada por una persona física o jurídica pública o privada, en el ejercicio de una actividad comercial, industrial, artesanal o profesional, con el fin de difundir, de forma directa o indirecta, el acontecimiento de excepcional interés público.

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



- Soportes cuya única finalidad es la publicidad: En estos supuestos todo es publicidad, y 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, etc), publicidad exterior (vallas, carteles, etc), publicaciones (folletos, catálogos, mailing) y productos promocionales o de merchandising.
- Soportes que tienen otra finalidad además de la publicitaria (su finalidad o función principal es distinta a la publicitaria).
- 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.





ESPECIAL
RECUPERACIÓN
TURISMO

REGLAS PARA DETERMINAR LA BASE DE DEDUCCIÓN

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

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

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

- Cuando se trate de soportes cuya única finalidad es la publicidad del colaborador y del acontecimiento, la totalidad de los gastos en los que incurra el colaborador en el acontecimiento se considera gasto en publicidad.
- Cuando se trate de soportes cuya finalidad principal es distinta a la publicitaria, si el logotipo del acontecimiento (símbolo y, en su caso, leyenda) se inserta en soportes que forman parte de los medios de producción de los colaboradores, el contenido publicitario se valorará por el coste incurrido en incorporar la publicidad del acontecimiento al mencionado soporte. En ningún caso debe formar parte de la base de la deducción el coste de producción del soporte al que se incorpora el contenido publicitario.

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

A. CESIÓN DE ESPACIOS PUBLICITARIOS

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 por los medios de comunicación de espacios gratuitos para la inserción de anuncios dedicados a la promoción del acontecimiento, tiene la consideración de gastos de publicidad de carácter esencial, (art 8.1. a) 4º 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). Se recuerda que para poder disfrutar de la deducción del 15% en la cuota íntegra, es necesario realizar la donación prevista en el artículo 27.3 de la Ley 49/2002.

B. LA ESPECIAL COBERTURA INFORMATIVA DEL ACONTECIMIENTO

La especial cobertura informativa del acontecimiento 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. En este sentido, se pueden destacar a título de ejemplo:

- **PRENSA ESCRITA:** Publicaciones separables del periódico, reportajes específicos sobre el acontecimiento que se aparten de la información ordinaria del medio, monográficos sobre el evento, suplementos especiales, etc.



- **TELEVISIÓN Y RADIO:** Reportajes o programas específicos del acontecimiento que se aparten de la información ordinaria del medio, entendiendo esta como noticias o imágenes para la emisión de breves extractos en programas informativos, excluyéndose en todo caso la retransmisión específica del acontecimiento.

Previamente el medio de comunicación deberá recibir la aprobación del consorcio para el tipo de soporte, frecuencia, ubicación, número de páginas, duración de la inserción o mensaje y valoración económica.

C. LA PUBLICIDAD DEL PROPIO COLABORADOR EN EL “FITUR ESPECIAL: RECUPERACIÓN TURISMO” EN LA QUE SE USE EL LOGOTIPO

En este punto concreto, el cálculo de la base de deducción responde a una secuencia de tres pasos: determinar qué es contenido publicitario, cuantificar dicho contenido dando lugar al gasto publicitario y determinar la base de la deducción distinguiendo la esencialidad o no del soporte.

C.1. DIFERENCIACIÓN DEL CONTENIDO PUBLICITARIO DEL QUE NO LO ES:

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

C.1.1. SOPORTES CUYA ÚNICA FINALIDAD ES LA PUBLICIDAD

Estamos ante los soportes puramente publicitarios. En estos supuestos, puesto que todo es publicidad, el contenido publicitario se extiende a la totalidad del soporte.



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

C.1.2. SOPORTES QUE TIENEN OTRA FINALIDAD ADEMÁS DE LA PUBLICITARIA (SU FINALIDAD O FUNCIÓN PRINCIPAL ES DISTINTA A LA PUBLICITARIA)

Son los soportes que si bien pueden incorporar publicidad, sin embargo tienen fundamentalmente otra finalidad. En estos supuestos, el contenido publicitario, que puede servir de base de la deducción, queda limitado a la parte del soporte utilizado con tal finalidad.

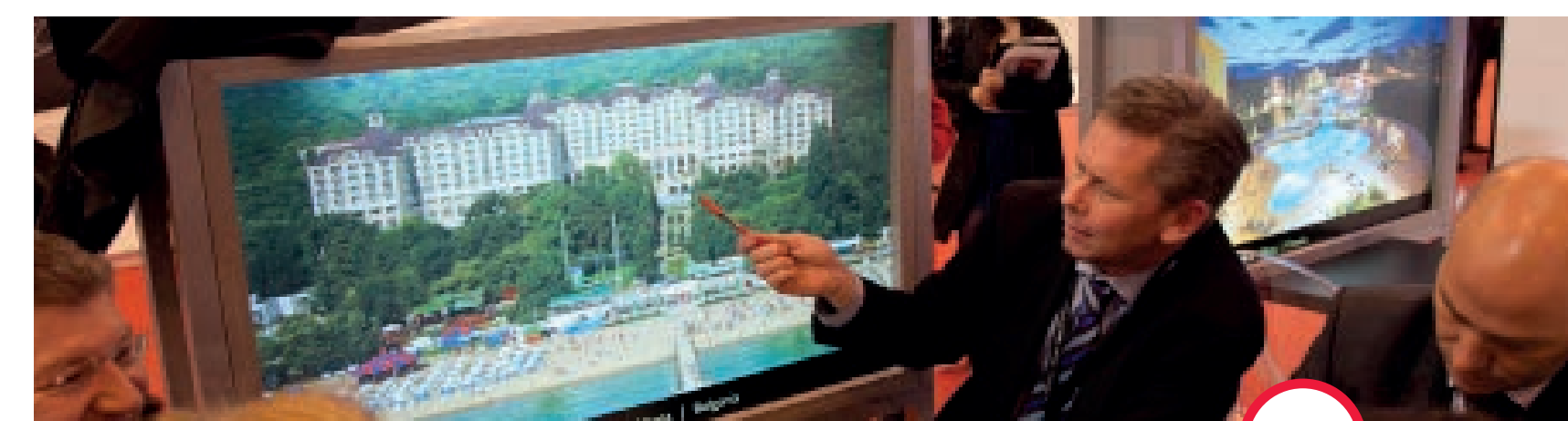
C.1.3. SUPUESTOS EN LOS QUE NO SE CONSIDERA QUE EXISTA CONTENIDO PUBLICITARIO

No se considera que tengan el carácter de gasto de publicidad de acontecimiento a los efectos de aplicar la deducción fiscal aquellos que tengan una finalidad distinta a la publicitaria, como son los gastos de personal, amortizaciones o gastos de mantenimiento.

C.2. CUANTIFICACIÓN DEL CONTENIDO PUBLICITARIO RELACIONADO CON EL ACONTECIMIENTO

Una vez que, de acuerdo con el apartado C.1), se ha identificado el contenido publicitario dentro de cada soporte que la entidad colaboradora ha utilizado en la estrategia de difusión del acontecimiento, es necesario proceder a la valoración del mismo. Una vez valorado el contenido publicitario, lo que resulta de dicha valoración será considerado gasto publicitario a los efectos de la aplicación del artículo 27 de la Ley 49/2002. La valoración del contenido publicitario se realizará de acuerdo a los siguientes criterios de valoración:

C.2.1. Si el logotipo del acontecimiento se inserta en soportes no contratados por colaboradores en el AEIP, sino que formen parte de sus medios de producción, el contenido publicitario se valorará al coste incurrido en incorporar la publicidad al mencionado soporte. En este sentido, se tendrá en cuenta no sólo el coste derivado de la inserción del logotipo sino también el coste de incorporar al mismo la publicidad referida al colaborador (Ej. pintura, serigrafía, impresión, etc.). En ningún caso debe formar parte de la base de la deducción el coste de producción o adquisición del soporte al que se incorpora el contenido publicitario.



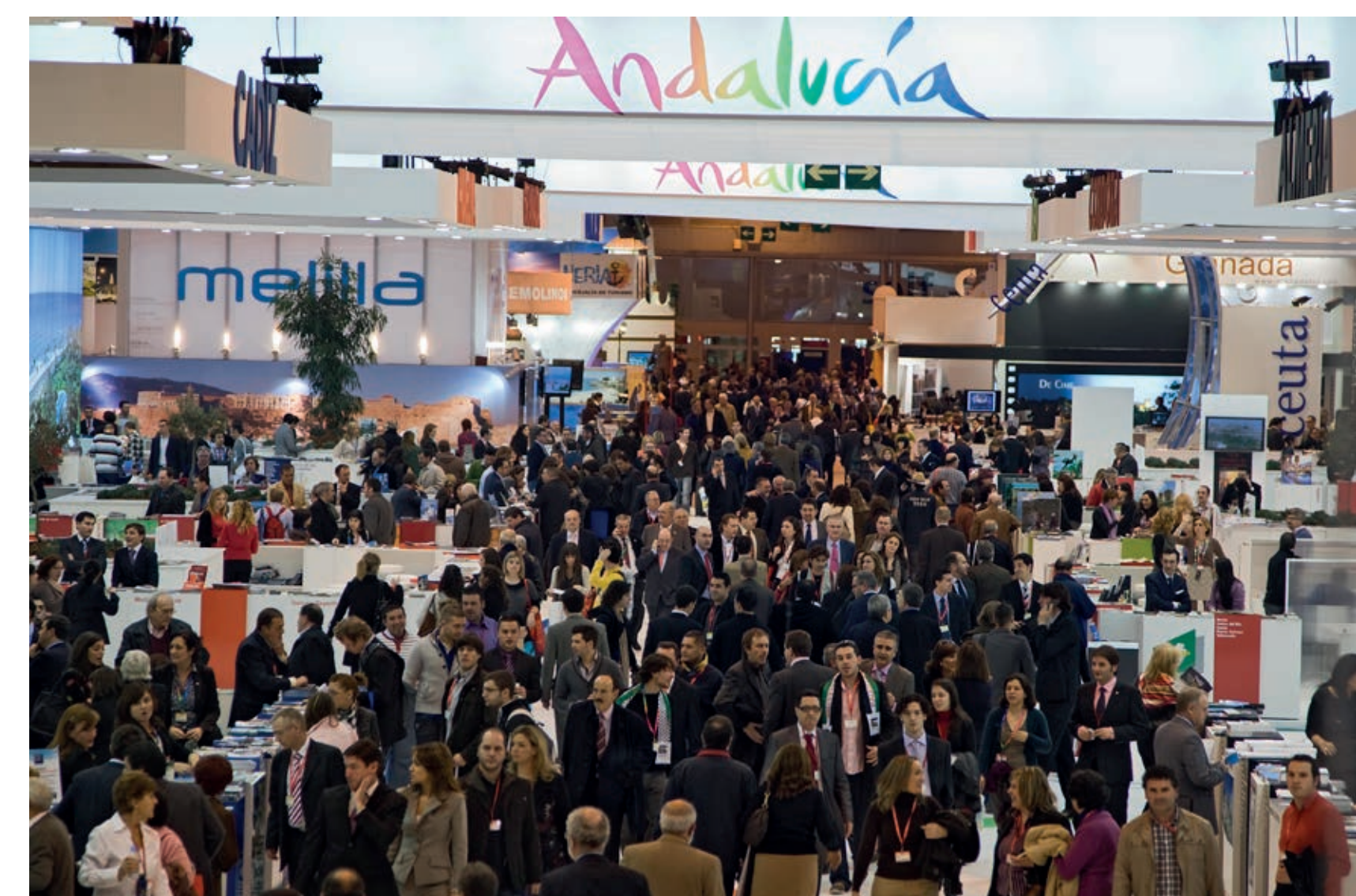
C.2.2. Si el logotipo del acontecimiento (símbolo y, en su caso, leyenda) se inserta en soportes que, no siendo propiedad del colaborador, ni formando parte de los medios de producción utilizados o productos propios de su actividad económica, son contratados con terceros con la finalidad de publicitar los productos o servicios del colaborador, cumpliendo para el mismo una función promocional o publicitaria, en la que asimismo se promociona el acontecimiento, la base de la deducción será el coste de contratación con terceros que se corresponda exclusivamente con el contenido publicitario del acontecimiento del soporte.

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

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

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

A continuación, se describen los distintos soportes que se pueden utilizar para la difusión del evento, en el bien entendido de que, si en el desarrollo del programa de apoyo, surgiese cualquier otro no incluido en este manual, se someterá a la valoración de la Comisión Interadministrativa su carácter publicitario, su valoración y su consideración de esencial.





ESPECIAL
RECUPERACIÓN
TURISMO

SOPORTES ESENCIALES DE PUBLICIDAD EXCLUSIVOS Y NO EXCLUSIVOS

SOPORTES DE PUBLICIDAD EXCLUSIVOS Y NO EXCLUSIVOS

FINALIDAD PUBLICITARIA

Los soportes utilizados en la estrategia de comunicación del colaborador pueden ser soportes publicitarios propiamente dichos o soportes cuya finalidad principal sea distinta de la publicitaria pero sin que ello impida que se les reconozca contenido publicitario.

SOPORTES EXCLUSIVOS: Soportes puramente publicitarios. La base de la deducción se valorará por el coste total de producción y en su caso, emisión del soporte.

SOPORTES PUBLICITARIOS NO EXCLUSIVOS: Si el logotipo del acontecimiento se inserta en soportes que forman parte de los medios de producción de los colaboradores, el contenido publicitario se valorará por el coste incurrido en incorporar la publicidad al mencionado soporte. En este sentido, se tendrá en cuenta no sólo el coste derivado de la inserción del logotipo sino también el coste de incorporar al mismo la publicidad referida al colaborador (por ejemplo pintura, serigrafía o impresión)

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



ESPECIAL
RECUPERACIÓN
TURISMO

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.

Los soportes publicitarios, exclusivos o no, pueden clasificarse como:

- **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 la base de la deducción será el 100 por cien de la valoración del gasto en publicidad.
- **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 por ciento de la valoración del gasto en publicidad tendrá la consideración de base de la deducción.



ESPECIAL
RECUPERACIÓN
TURISMO

SOPORTES ESENCIALES Y EXCLUSIVOS (CUYA ÚNICA FINALIDAD ES LA PUBLICIDAD)

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.

Los soportes publicitarios, exclusivos o no, pueden clasificarse como:

- **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 la base de la deducción será el 100 por cien de la valoración del gasto en publicidad.
- **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 por ciento de la valoración del gasto en publicidad tendrá la consideración de base de la deducción.



ESPECIAL
RECUPERACIÓN
TURISMO

TELEVISIÓN & VIDEO

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 con terceros o, en su caso, en el coste total del diseño, producción y emisión del anuncio.



RADIO Y “PODCAST” DE AUDIO

La locución “empresa colaboradora con el acontecimiento FITUR ESPECIAL: RECUPERACIÓN TURISMO” 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 que el de la propia cuña publicitaria.

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



FOLLETOS Y CATÁLOGOS

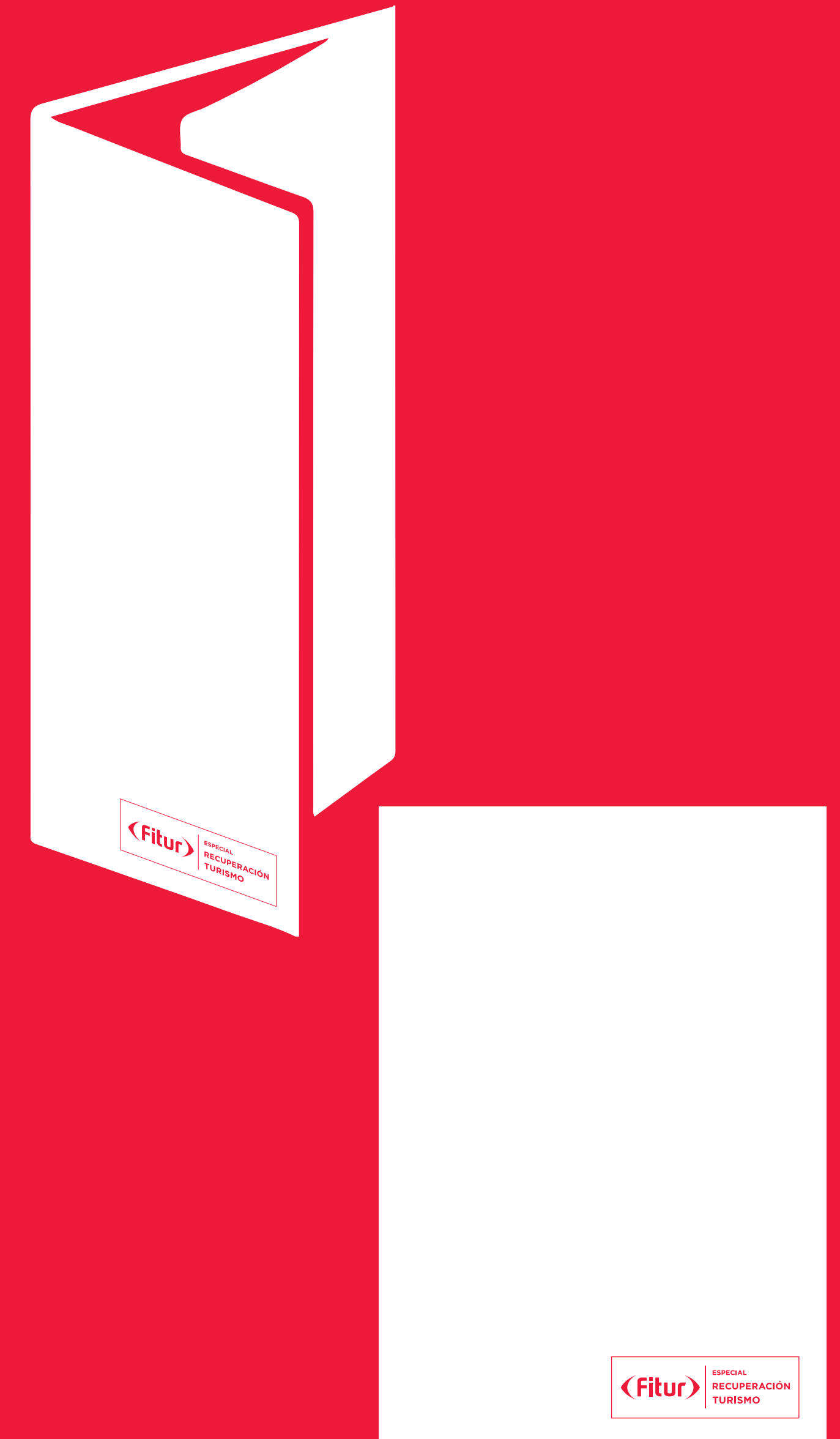
Cuando se incluya el logotipo del acontecimiento en las publicaciones (dípticos, trípticos, catálogos, tarifarios, y otros folletos) deberán tenerse en cuenta las siguientes indicaciones:

FOLLETOS: la tirada mínima de estos soportes deberá ser de 200.000 ejemplares anuales. Es necesario además que figure la frase informativa del acontecimiento. 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 del anuncio. En los folletos no plegados, el logotipo del acontecimiento (símbolo y, en su caso, leyenda) aparecerá como mínimo en una de las caras, con un ancho mínimo de 22 mm, ocupando un mínimo del 10 por ciento de la base del folleto.

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

CATÁLOGOS: la tirada mínima de estos soportes deberá ser de 200.000 ejemplares anuales. Es necesario además que figure la frase informativa del acontecimiento. 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 estará constituida por el coste de contratación con terceros, o en su caso, el coste total de producción, edición y distribución.



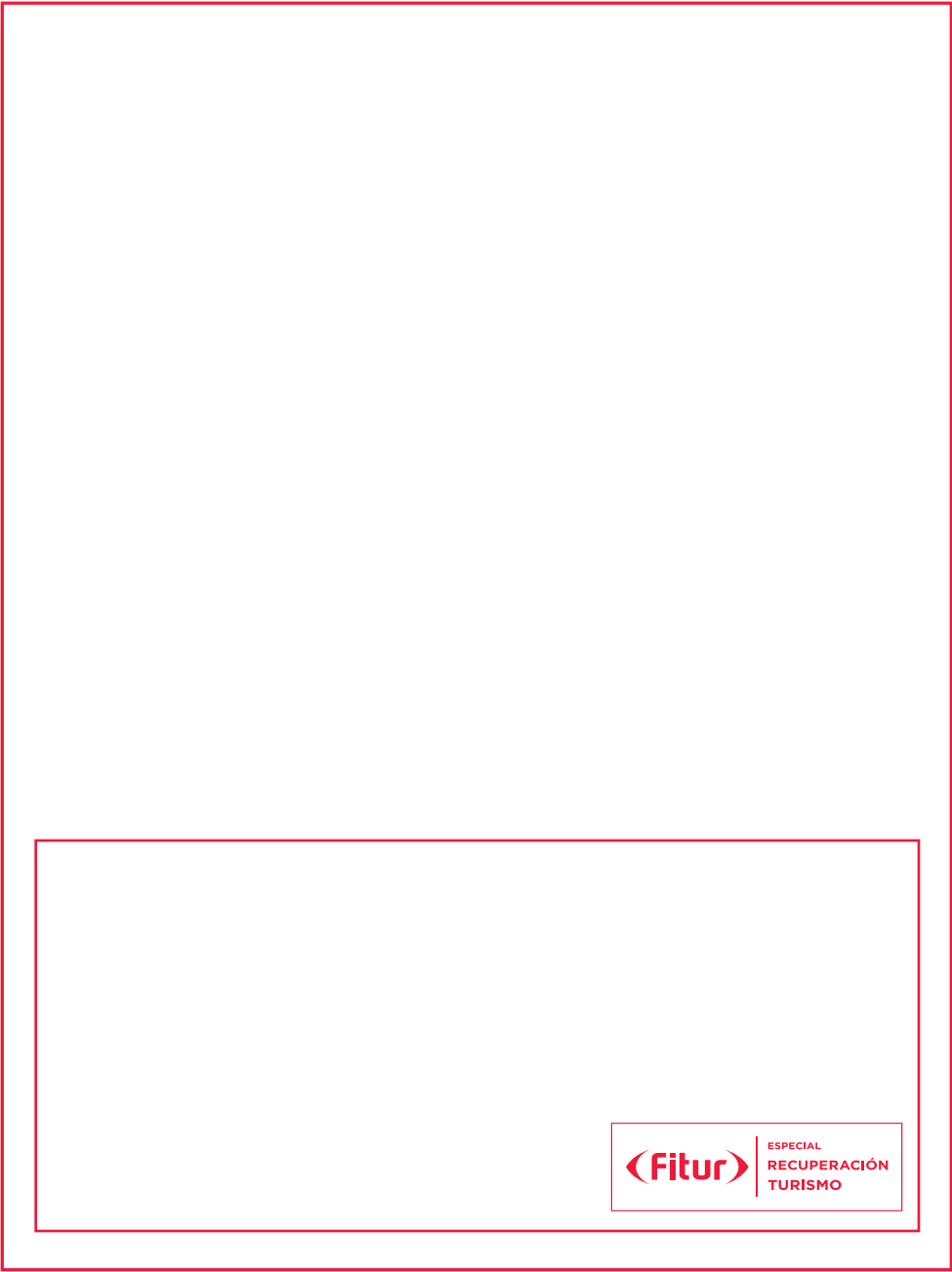
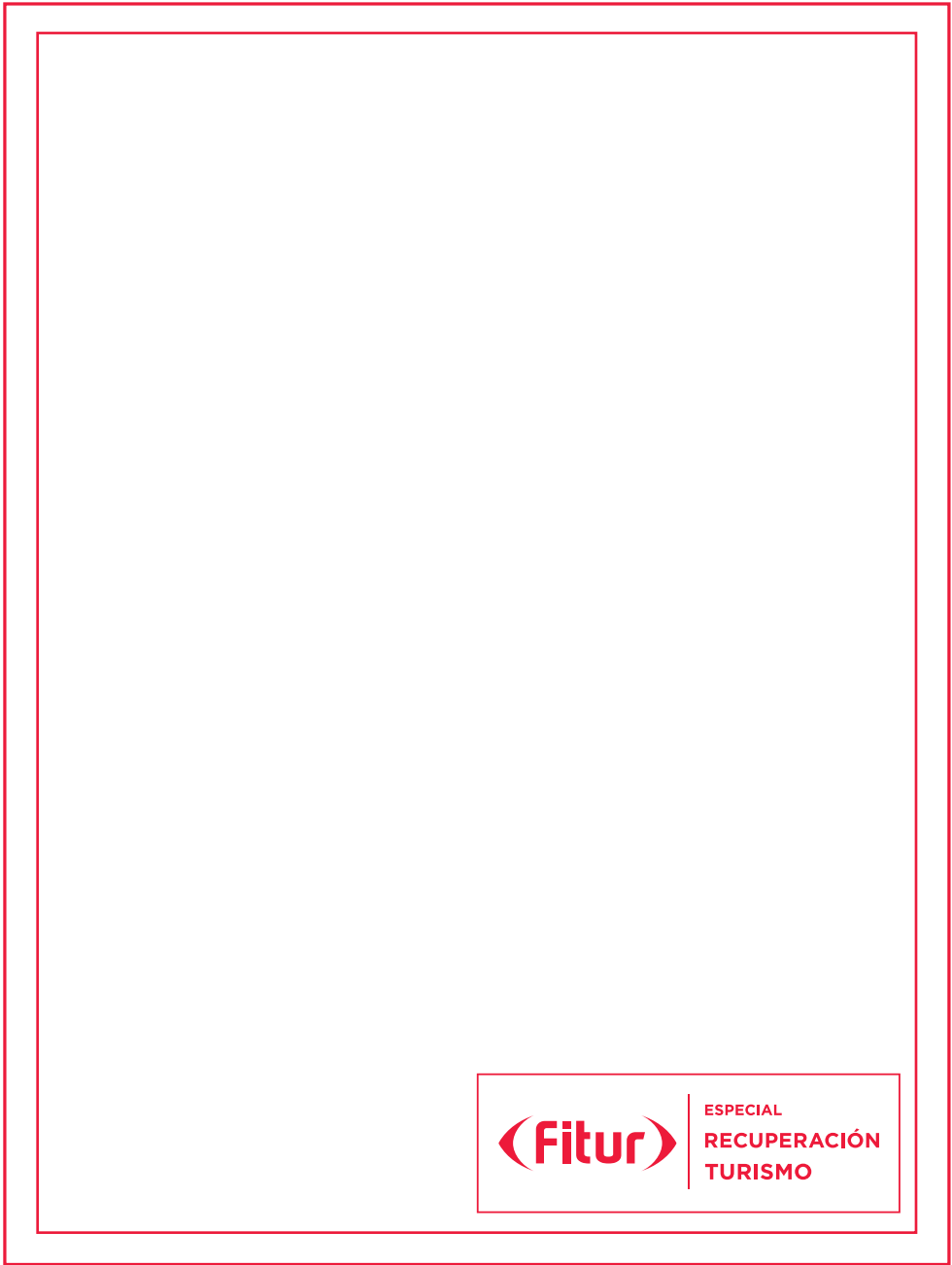
PRENSA Y REVISTAS

PÁGINA COMPLETA Y MEDIA PÁGINA: ambos logotipos del acontecimiento tendrán 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 ocupando como mínimo un 10% de la base del anuncio.

En ambos casos es necesario que además el logotipo figure la frase informativa del acontecimiento.

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



SOPORTES DE PUBLICIDAD EXTERIOR

El logotipo del “FITUR ESPECIAL: RECUPERACIÓN TURISMO” deberá situarse en el margen inferior del anuncio, preferiblemente en el ángulo derecho. Además del logotipo deberá figurar la frase informativa del acontecimiento..

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.

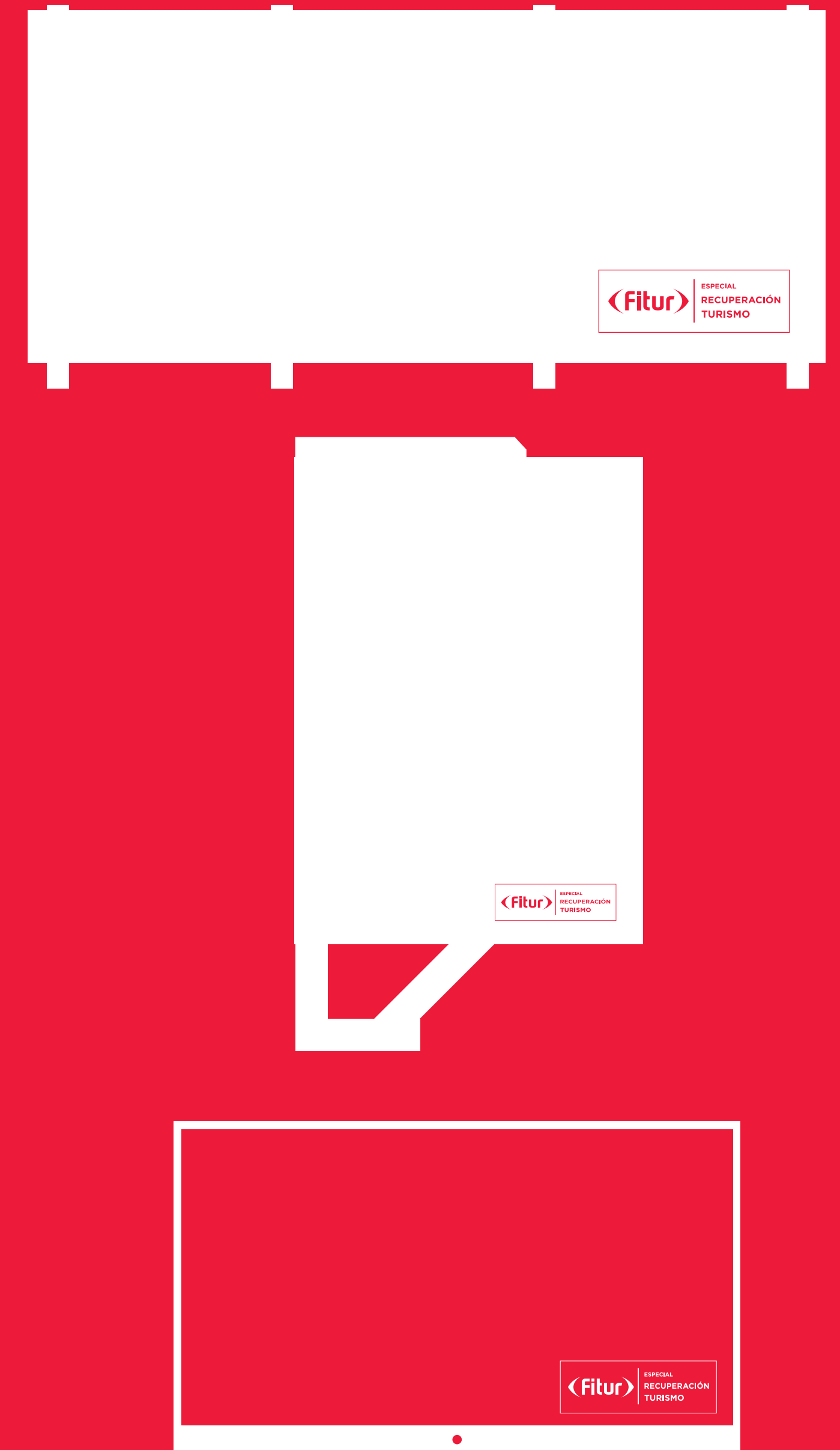
MUPIS, OPIS, MARQUESINAS: el tamaño mínimo es de 140mm.

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 coste de contratación con terceros, o en su caso por el coste total de la producción y contratación de los soportes.



SOPORTES DE PUBLICIDAD EXTERIOR

El logotipo del “FITUR ESPECIAL: RECUPERACIÓN TURISMO” deberá situarse en el margen inferior del anuncio, preferentemente en el ángulo inferior derecho.

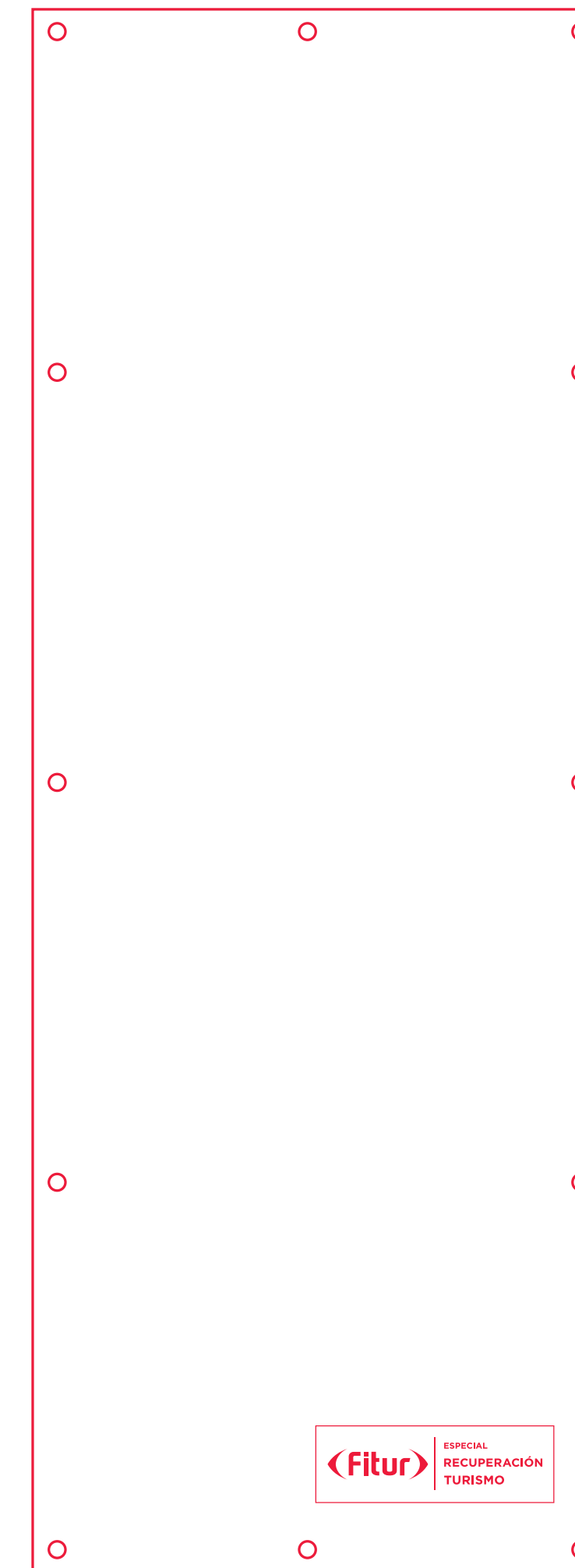
BANDEROLAS: en las banderolas de 700x1000mm el tamaño mínimo será de 80mm del ancho. En las banderolas dobles, se podrá colocar tan solo en una de las dos caras, en este caso, el ancho del logotipo será como mínimo el 20% de la base del soporte.

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

CARTELERÍA: la proporción exigida respecto al ancho de soporte será de 50mm para los carteles de 350x500mm, y de 60mm para los carteles de 500x700mm. 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.

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



STAND EN FERIAS Y EVENTOS DEPORTIVOS

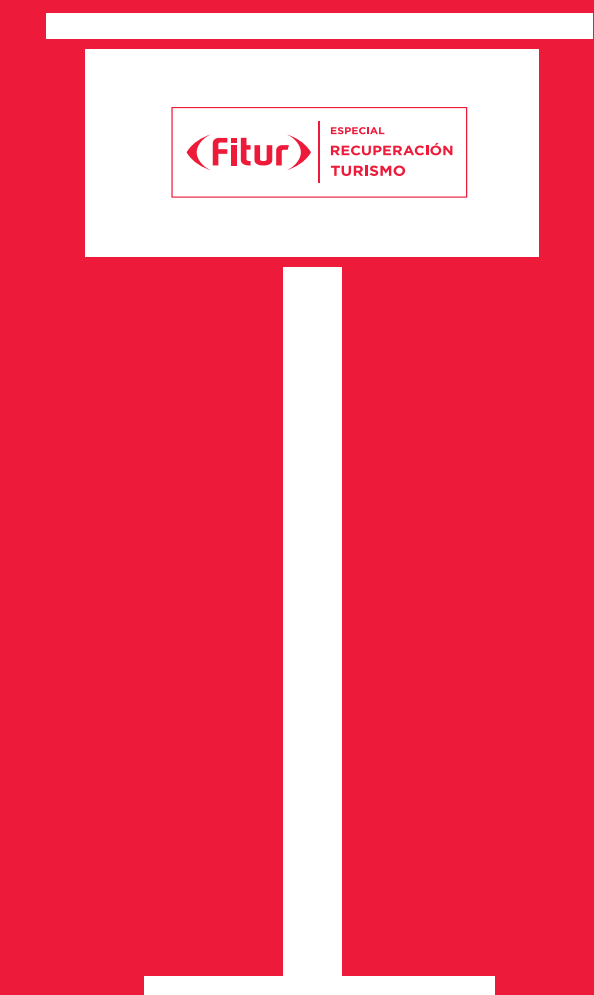
Se aplicará con tratamiento de publicidad esencial los gastos de Ferias.

- La presencia del logotipo en el stand del colaborador, será igual o superior al 10% de la totalidad de la extensión del mismo.
- Los folletos y publicaciones también han de tener el logotipo, de acuerdo con lo estipulado en este manual.

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

No obstante, no formará parte de la base de 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.

Tampoco formará parte de la base de deducción, el gasto de del personal empelado en el Stand.



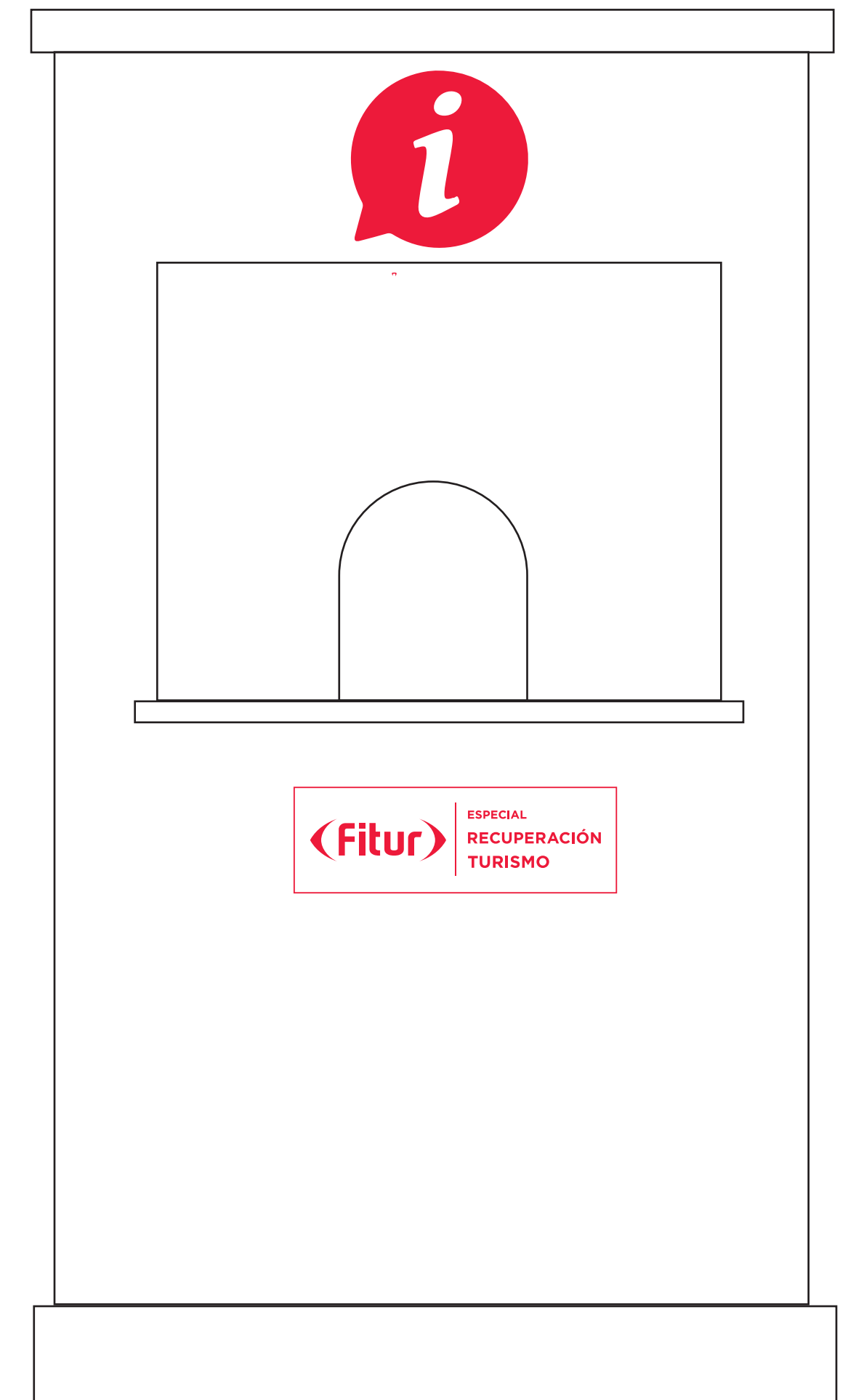
PUNTOS DE INFORMACIÓN

POSTE DE INFORMACIÓN: La marca aparecerá centrada y podrá ir precedida de la frase “aquí le informaremos sobre...: ▀”. El ancho del logotipo será como mínimo del 50% del ancho de la base.

CASETA DE INFORMACIÓN: La marca irá siempre en la parte frontal de dicha caseta y tendrá un mínimo del 12% del ancho de la base.

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

La base de la deducción estará constituida por el coste total de contratación del soporte. En ningún caso se incluirán los gastos de personal.



MERCHANDISING

Cuando se incluya el logotipo del “FITUR ESPECIAL: RECUPERACIÓN TURISMO” en los distintos elementos promocionales de merchandising (camisetas, gorras, polos, impermeables, cazadoras, bolígrafos, 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, 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 está constituida por el coste de contratación con terceros, o en su caso, por el coste de producción del producto promocional.



MARKETING DIRECTO

Cuando se incluya el logotipo del “FITUR ESPECIAL: RECUPERACIÓN TURISMO” en los distintos elementos de marketing directo deberán tenerse en cuenta las siguientes reglas:

- El logotipo deberá ser visible siguiendo el sentido de la lectura.
- La marca del “FITUR ESPECIAL: RECUPERACIÓN TURISMO” tendrá el mismo peso que la marca del anunciante, partiendo de un mínimo de 30mm. La tirada mínima de este soporte publicitario deberá ser de 150.000 ejemplares anuales.
- Todas las piezas que contenga el envío de marketing tendrán que llevar el logotipo del “FITUR ESPECIAL: RECUPERACIÓN TURISMO”.

Ejemplo: Si el envío consta de tres piezas (caja, regalo, folleto), cada una de ellas llevará el logotipo.

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



MERCHANDISING

Se entenderá gasto en publicidad esencial si los artículos hubiesen sido confeccionados específicamente para el “FITUR ESPECIAL: RECUPERACIÓN TURISMO” como por ejemplo:

- Ediciones limitadas del producto del colaborador en el que dicho producto se asocie inequívocamente a la imagen del “FITUR ESPECIAL: RECUPERACIÓN TURISMO” de forma que sea indisociable de la misma.
- Recipiente con la forma del logotipo, mascota o cualquier otro elemento característico de la imagen del “FITUR ESPECIAL: RECUPERACIÓN TURISMO”.

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

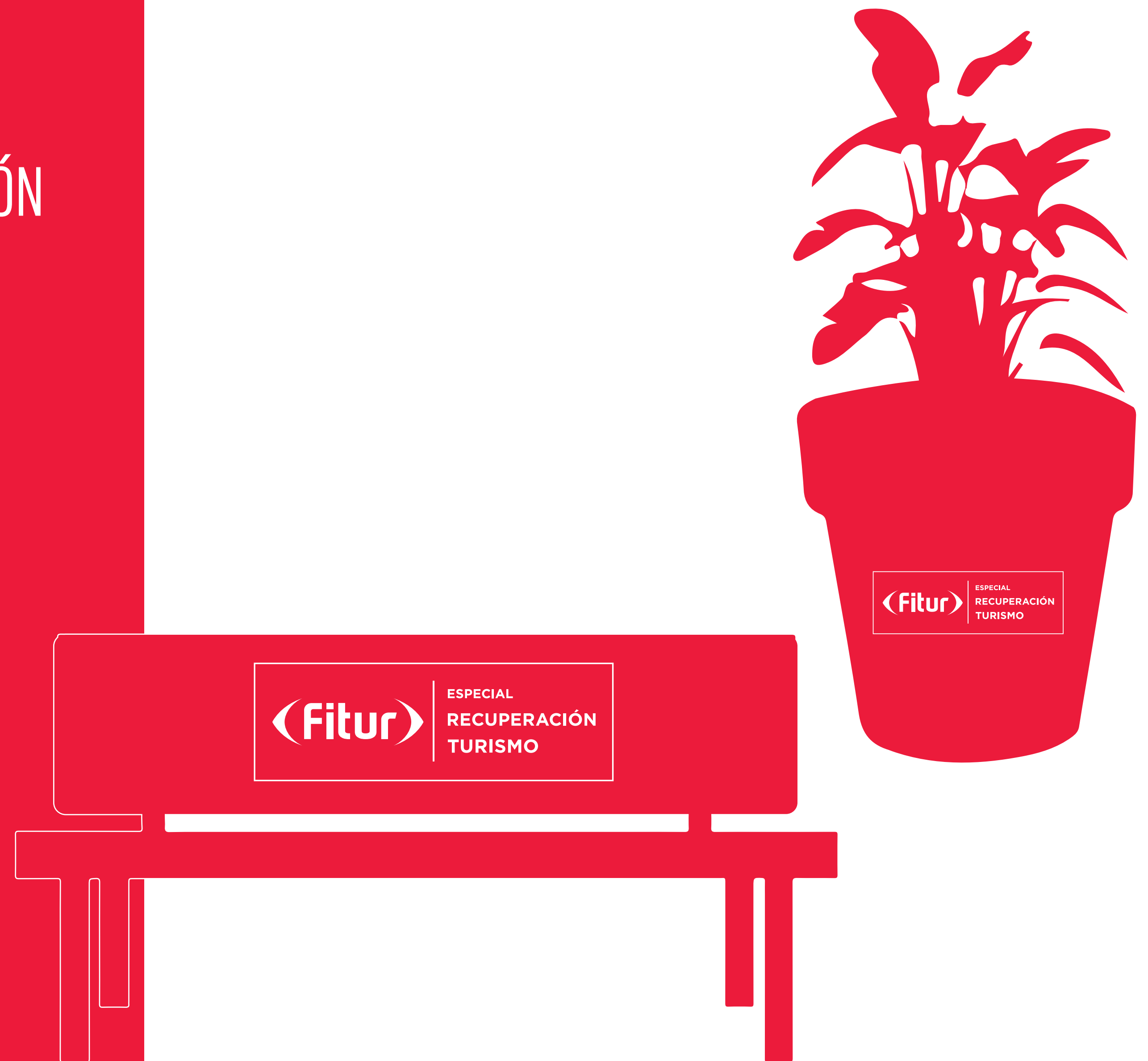


PRODUCTOS PROMOCIONALES DE DISTRIBUCIÓN EMPRESARIAL

Cuando se incluya el logotipo del “FITUR ESPECIAL: RECUPERACIÓN TURISMO” 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:

- Inserción del logotipo del “FITUR ESPECIAL: RECUPERACIÓN TURISMO” siempre y cuando se comparta el espacio con la marca de la compañía que utilice esta herramienta en su mix de comunicación.
- Ambos logos deben tener el mismo tamaño.

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

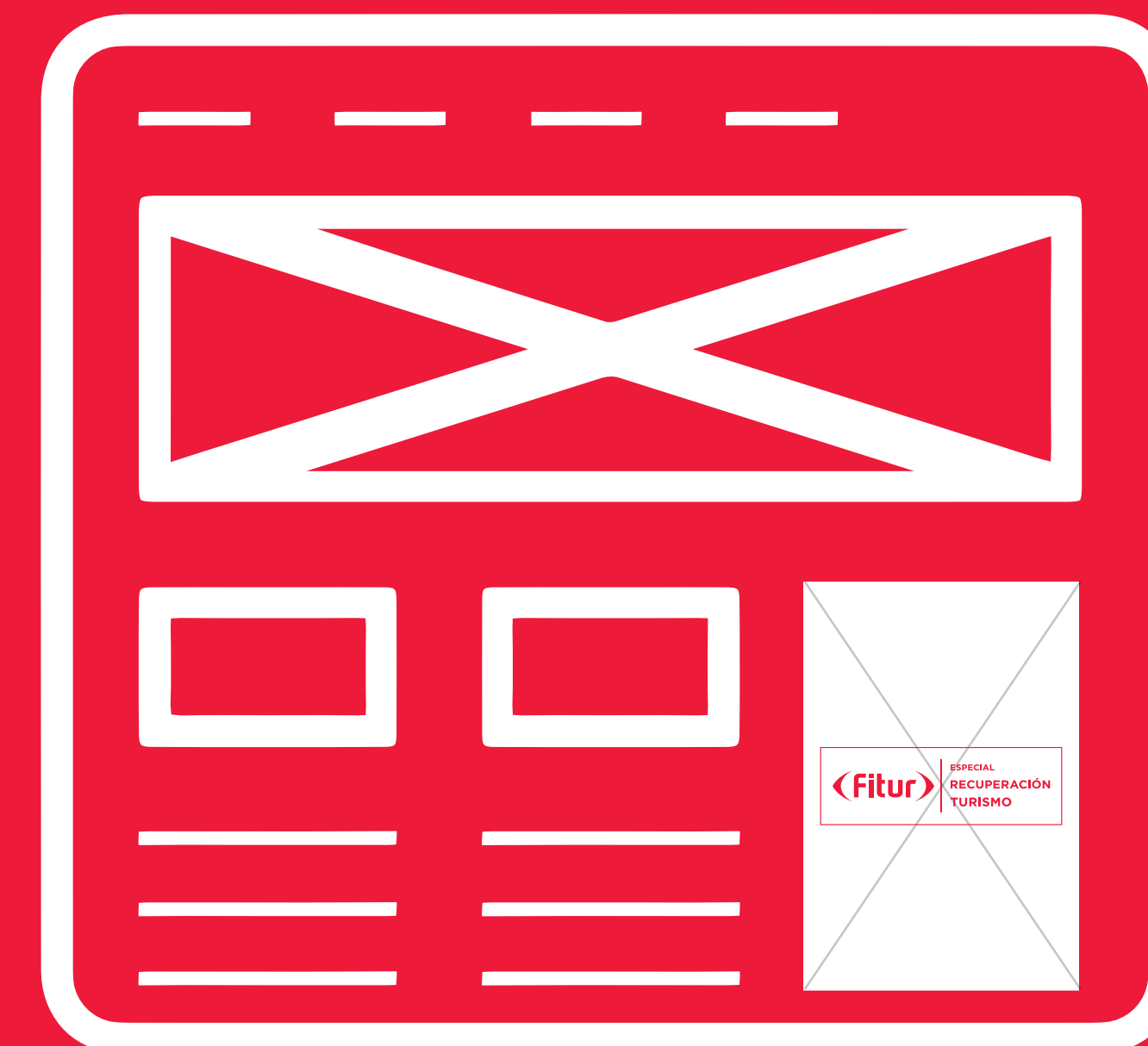


BANNERS Y VIDEOBANNERS

BANNERS: la marca del “FITUR ESPECIAL: RECUPERACIÓN TURISMO” 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 de televisión) la marca del acontecimiento deberá aparecer según las condiciones establecidas para los spots de televisión.

La base de deducción estará constituida por el coste de producción o de contratación con terceros del mismo.





ESPECIAL
RECUPERACIÓN
TURISMO

SOPORTES NO ESENCIALES
DE PUBLICIDAD EXCLUSIVOS

SOPORTES NO ESENCIALES Y EXCLUSIVOS

FINALIDAD NO PUBLICITARIA

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 “FITUR ESPECIAL: RECUPERACIÓN TURISMO” 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.



ESPECIAL
RECUPERACIÓN
TURISMO

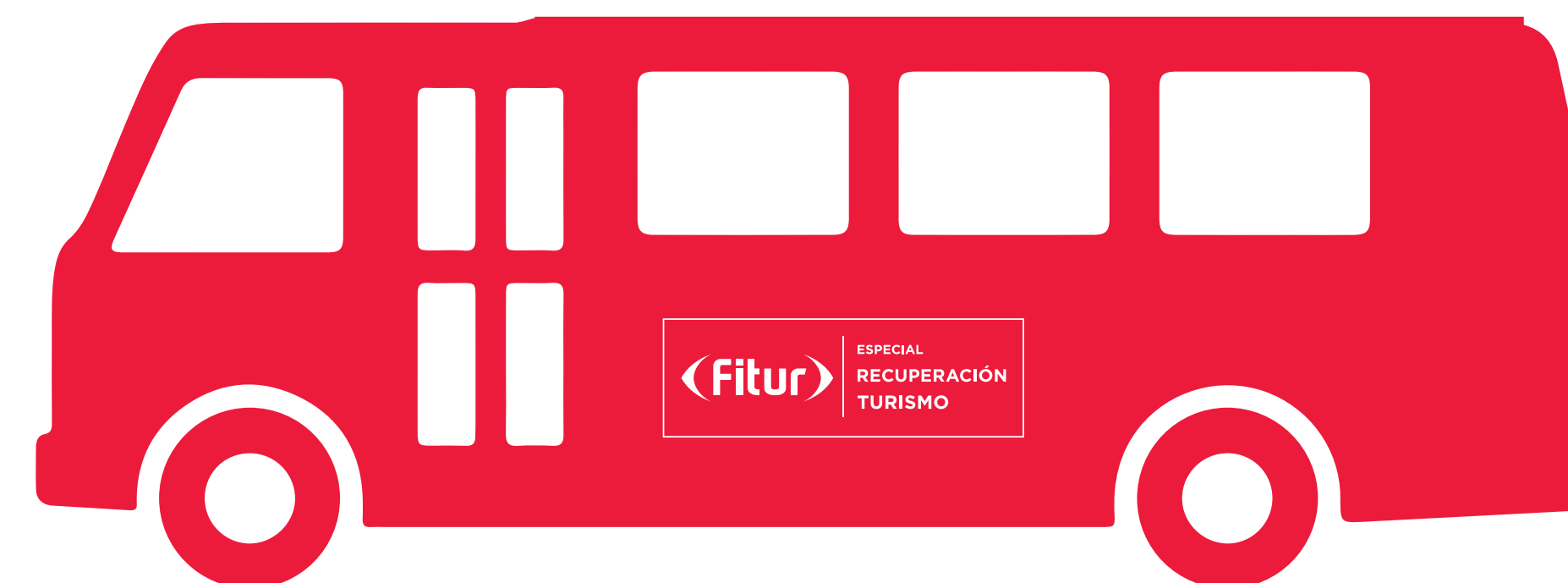
FURGONETAS, TURISMOS, AUTOBUSES, CAMIONES GRÚAS, VEHÍCULOS ARTICULADOS Y OTROS VEHÍCULOS DE CARGA Y TRANSPORTE

A) Contratación con terceros de estos vehículos como soportes publicitarios de una campaña por la empresa colaboradora que incluya el logotipo del “FITUR ESPECIAL: RECUPERACIÓN TURISMO”.

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

B) Si el vehículo en el que se realiza la campaña publicitaria es propiedad del colaborador la base de la deducción será el coste incurrido en incorporar la publicidad al mencionado soporte. En este sentido, se tendrá en cuenta no sólo el coste derivado de la inserción publicitaria del logotipo sino también el coste de incorporar al mismo la publicidad referida al colaborador (por ejemplo pintura, serigrafía o impresión). En ningún caso debe formar parte de la base de la deducción el coste de producción del soporte al que se incorpora el contenido publicitario.

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



SOPORTES PÁGINAS WEB, DISPOSITIVOS MÓVILES, APLICACIONES APP, REDES SOCIALES

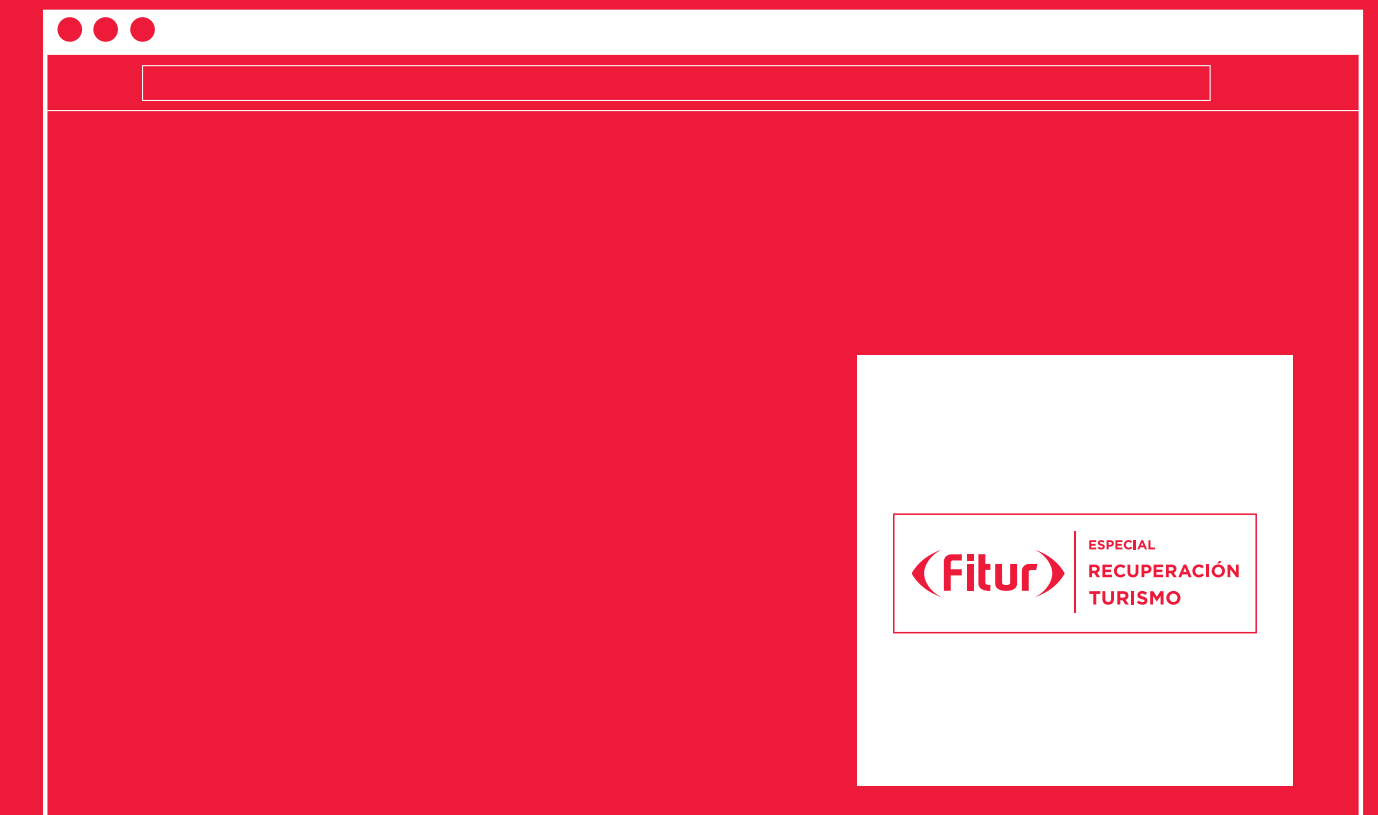
A) Contratación a terceros de estos medios como soporte publicitario de una campaña por la empresa colaboradora que incluya el logotipo del “FITUR ESPECIAL: RECUPERACIÓN TURISMO”.

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

B) El medio utilizado para la realización de la campaña publicitaria puede ser propiedad de la empresa colaboradora. En dicho caso la base de deducción será el coste incurrido en incorporar la publicidad al mencionado soporte. En este sentido, se tendrá en cuenta no sólo el coste derivado de la inserción publicitaria del logotipo sino también el coste de incorporar al mismo la publicidad referida al colaborador (por ejemplo pintura, serigrafía o impresión). En ningún caso debe formar parte de la base de la deducción el coste de producción del soporte al que se incorpora el contenido publicitario.

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

En ambos casos: la marca del “FITUR ESPECIAL: RECUPERACIÓN TURISMO” deberá aparecer en los mismos espacios y tamaños (misma presencia) que el logotipo del colaborador. Tendrá contenidos específicos de difusión del “FITUR ESPECIAL: RECUPERACIÓN TURISMO” y en cualquier caso un link con la página oficial del “FITUR ESPECIAL: RECUPERACIÓN TURISMO” El contenido específico será de una página, pudiéndose ampliar este mínimo en función del contenido de la página web de su difusión.



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 “FITUR ESPECIAL: RECUPERACIÓN TURISMO”. La base deducción estará constituida por el coste de contratación con terceros que se corresponda exclusivamente con el contenido publicitario del soporte.

B) El medio utilizado para la realización de la campaña publicitaria puede ser propiedad de la empresa colaboradora. En dicho caso la base de deducción será el coste incurrido en incorporar la publicidad al mencionado soporte. En ningún caso debe formar parte de la base de la deducción el coste de producción del soporte al que se incorpora el contenido publicitario.

En logotipo del “FITUR ESPECIAL: RECUPERACIÓN TURISMO” debe 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.



EMBALAJES VARIOS^(*)

A) Contratación a terceros de estos medios como soporte publicitario de una campaña por la empresa colaboradora que incluya el logotipo del “FITUR ESPECIAL: RECUPERACIÓN TURISMO”.

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 dicho caso la base de deducción queda limitada al coste incurrido en incorporar la publicidad al mencionado soporte. En este sentido, en el caso concreto de los embalajes, el coste de rotulación de los mismos.

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

(*) La Resolución de 9 de junio de 2022 de la Dirección General de Tributos (BOE Núm. 139 de fecha 11 de junio de 2022) modifica este apartado estableciendo que la deducción se ha de realizar tomando como gasto de propaganda y publicidad el coste total de los envases que incorporen el logotipo de los acontecimientos.



EMBALAJES VARIOS

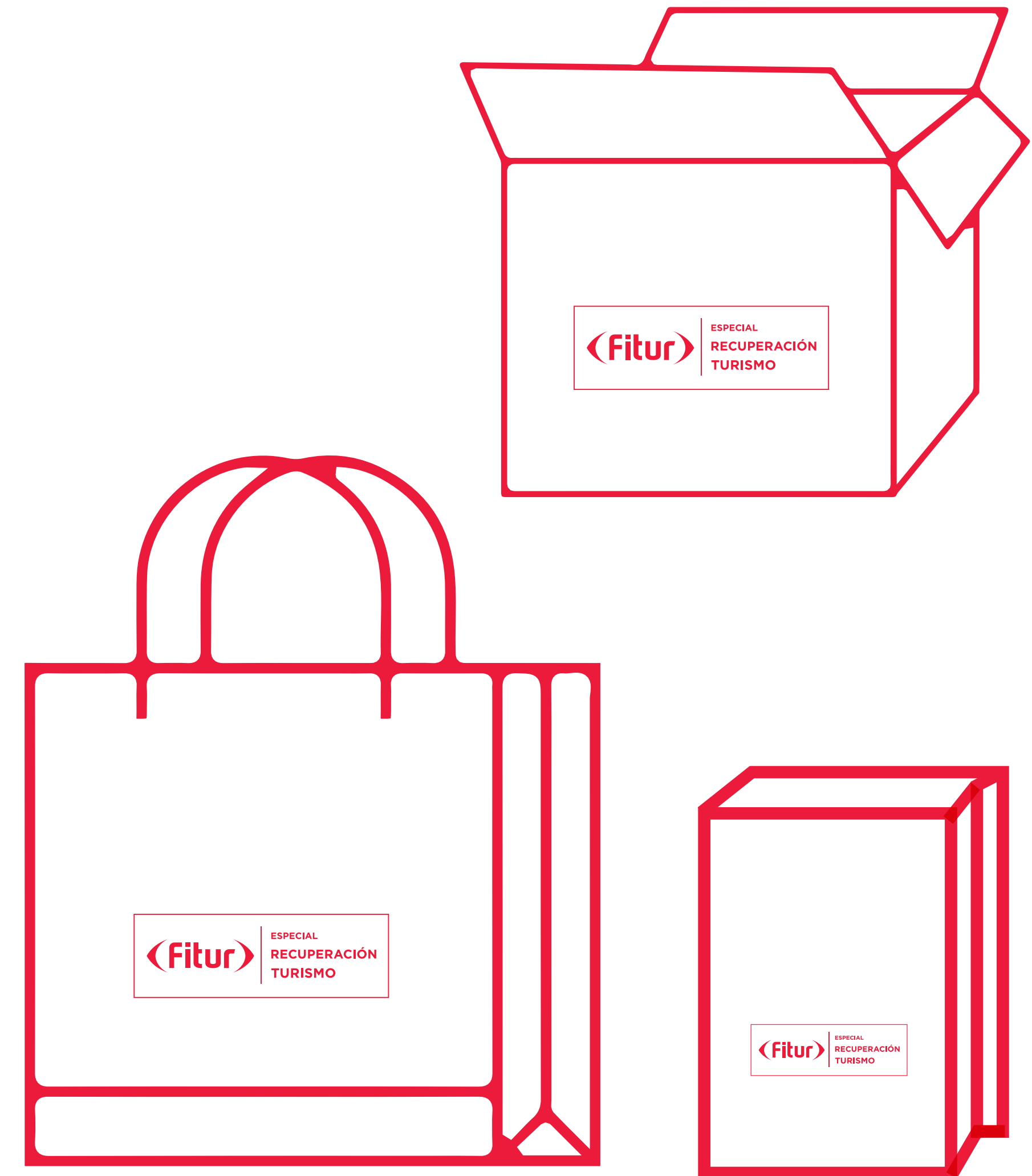
En ambos casos el logotipo y la presencia de la marca del evento deberá reunir los siguientes requisitos:

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 (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.



EMBALAJES VARIOS

MATERIAL DE CONSTRUCCIÓN (sacos, film y otros): la inserción del logotipo del “FITUR ESPECIAL: RECUPERACIÓN TURISMO” 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.



LATAS, BOTELLAS Y BOTELLINES^(*)

A) Contratación a terceros de estos medios como soporte publicitario de una campaña por la empresa colaboradora que incluya el logotipo del "FITUR ESPECIAL: RECUPERACIÓN TURISMO" La base de la deducción se ha de realizar sobre el coste total de los envases que incorporan el logotipo de los acontecimientos como base de la deducción.

B) El medio utilizado para la realización de la campaña publicitaria puede ser propiedad de la empresa colaboradora. En dicho caso la base de deducción será el coste incurrido en incorporar la publicidad al mencionado soporte, entendiendo por dicho coste, en el caso 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 el 10% del tamaño.
- Si el logotipo se consigna en el envase: el coste de serigrafía, siempre que el logotipo ocupe el 10% del tamaño.

En ambos casos el logotipo y la marca deberán reunir los siguientes requisitos:

- En las latas de 33 cl., el logotipo del "FITUR ESPECIAL: RECUPERACIÓN TURISMO" aparecerá en el sentido de la lectura y su ancho será como mínimo de 20 mm.
- En las botellas y botellines, la marca irá impresa en la etiqueta y en el sentido de la lectura. El tamaño será de 20mm de ancho.

(*) La Resolución de 9 de junio de 2022 de la Dirección General de Tributos (BOE Núm. 139 de fecha 11 de junio de 2022) modifica este apartado estableciendo que la deducción se ha de realizar tomando como gasto de propaganda y publicidad el coste total de los envases que incorporen el logotipo de los acontecimientos.



ENVASES ALIMENTARIOS^(*)

BRICKS, YOGURES, Y OTROS RECIPIENTES

A) Contratación a terceros de estos medios como soporte publicitario de una campaña por la empresa colaboradora que incluya el logotipo del “FITUR ESPECIAL: RECUPERACIÓN TURISMO”. La base de deducción se ha de realizar sobre el coste total de los envases que incorporan el logotipo de los acontecimientos como base de la deducción.

B) El medio utilizado para la realización de la campaña publicitaria puede ser propiedad de la empresa colaboradora. En dicho caso la base de deducción será el coste incurrido en incorporar la publicidad al mencionado soporte, entendiendo por dicho coste, en el caso envases alimentarios:

- Si el logotipo se consigna con elementos separables del envase: coste de la etiqueta o banderola, siempre que el logotipo ocupe el 10% del tamaño.
- Si el logotipo se consigna en el envase: el coste de serigrafía, siempre que el logotipo ocupe el 10% del tamaño.

En ambos casos, el logotipo y la marca del evento deberá reunir los siguientes requisitos:

EN LOS TETRABRICKS: el logotipo deberá aparecer en las dos caras y en el sentido de la lectura. En los tetrabricks grandes (capacidad 1 litro) el ancho del logotipo será como mínimo de 30 mm y en los pequeños (capacidad inferior a 1 litro) de 20 mm.

(*) La Resolución de 9 de junio de 2022 de la Dirección General de Tributos (BOE Núm. 139 de fecha 11 de junio de 2022) modifica este apartado estableciendo que la deducción se ha de realizar tomando como gasto de propaganda y publicidad el coste total de los envases que incorporen el logotipo de los acontecimientos.



BOLSAS CONTENEDORAS^(*)

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

B) El medio utilizado para la realización de la campaña publicitaria puede ser propiedad de la empresa o producidos por ésta, en cuyo caso la base deducción será el coste incurrido en incorporar la publicidad al mencionado soporte, entendiendo por dicho coste, en el caso de bolsas contenedoras, el coste de serigrafía.

En ambos casos el logotipo y la marca del evento deberá reunir los siguientes requisitos, para considerarse esencial: el ancho del logotipo será como mínimo de 30 mm y ocupará, como mínimo, un 10% de la base de la bolsa.

(*) La Resolución de 9 de junio de 2022 de la Dirección General de Tributos (BOE Núm. 139 de fecha 11 de junio de 2022) modifica este apartado estableciendo que la deducción se ha de realizar tomando como gasto de propaganda y publicidad el coste total de los envases que incorporen el logotipo de los acontecimientos.

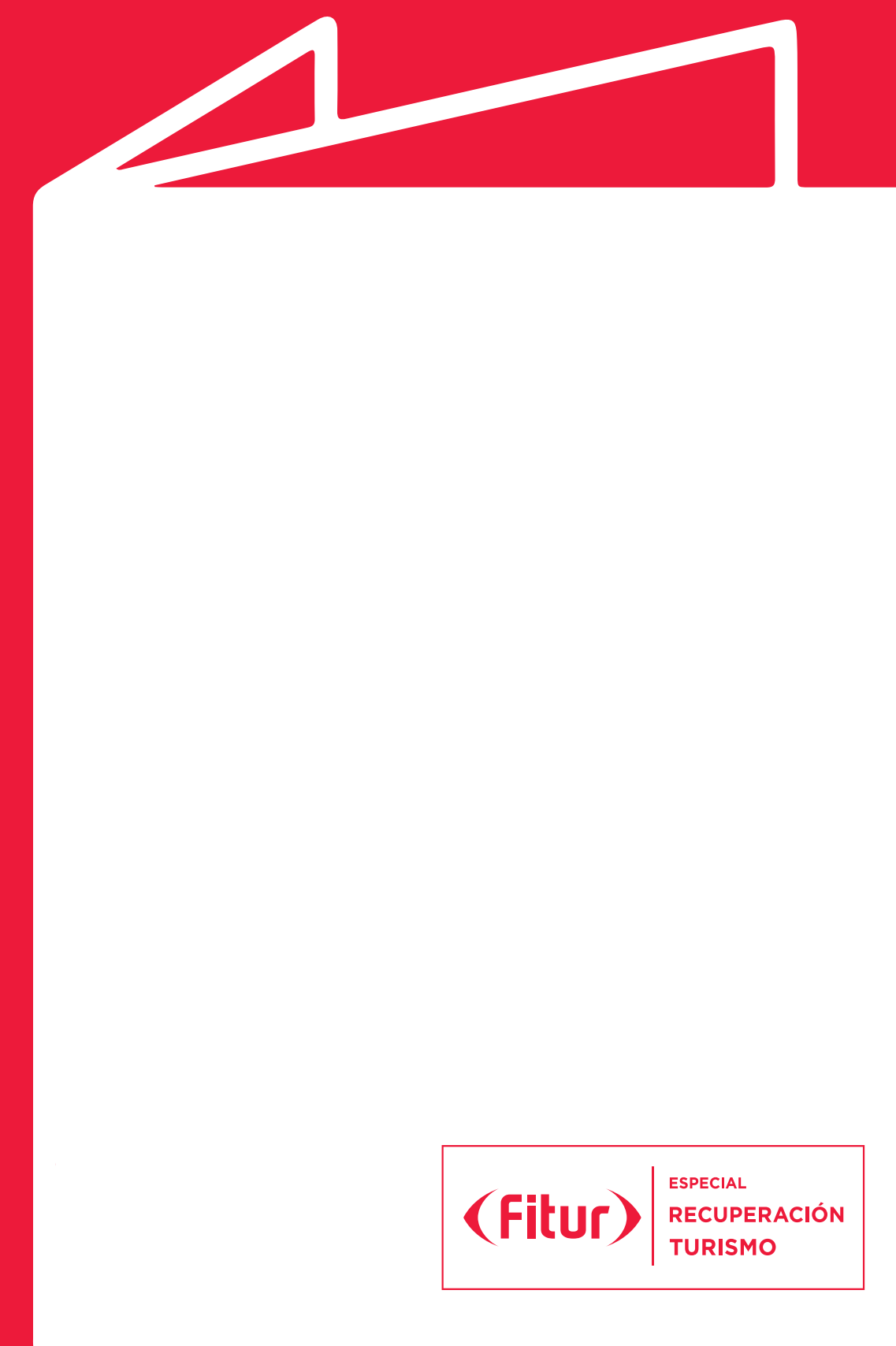


PUBLICACIONES: LIBROS Y REVISTAS CORPORATIVAS

En todos los supuestos, la base de deducción estará constituida por el coste incurrido en incorporar la publicidad al mencionado soporte, entendiendo por dicho coste, el coste de impresión.

El logotipo deberá ocupar un mínimo del 10% de la base total de la publicación, que las empresas podrán distribuir en la forma que consideren mas adecuada, dependiendo del diseño en cada caso.

En ningún caso incluirá el coste de distribución.





ESPECIAL
RECUPERACIÓN
TURISMO

SOPORTES NO ESENCIALES
Y NO EXCLUSIVOS

SOPORTES NO ESENCIALES Y NO EXCLUSIVOS

FINALIDAD NO PUBLICITARIA

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.



ESPECIAL
RECUPERACIÓN
TURISMO

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 del “FITUR ESPECIAL: RECUPERACIÓN TURISMO” Publicidad de la imagen y del logotipo “FITUR ESPECIAL: RECUPERACIÓN TURISMO” en las campañas publicitarias propias del patrocinador.

Cesión de espacios publicitarios a “FITUR ESPECIAL: RECUPERACIÓN TURISMO” El criterio presupuestario y de esencialidad aplicado a cada modalidad será el siguiente:

La especial cobertura informativa de “FITUR ESPECIAL: RECUPERACIÓN TURISMO”, 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.

La publicidad de la imagen y del logotipo de “FITUR ESPECIAL: RECUPERACIÓN TURISMO” 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 éste 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 “FITUR ESPECIAL: RECUPERACIÓN TURISMO”, 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.





ESPECIAL
RECUPERACIÓN
TURISMO

ANEXO I

ANEXO I: NORMATIVA APLICABLE AL “FITUR ESPECIAL: RECUPERACIÓN TURISMO”

Disposición adicional nonagésima tercera de la Ley de Presupuestos Generales del Estado para el año 2021.

BENEFICIOS FISCALES APLICABLES AL “FITUR ESPECIAL: RECUPERACIÓN TURISMO”.

Uno. El “FITUR ESPECIAL: RECUPERACIÓN TURISMO” tendrá la consideración de acontecimiento de excepcional interés público a los efectos de lo dispuesto en el artículo 27 de la Ley 49/2002, de 23 de diciembre, de régimen fiscal de las entidades sin fines lucrativos y de los incentivos fiscales al mecenazgo.

Dos. La duración del programa de apoyo a este acontecimiento abarcará desde la entrada en vigor de la Ley 11/2020, de 30 de diciembre, de Presupuestos Generales del Estado para el año 2021 hasta el 31 de diciembre de 2023.

Tres. La certificación de la adecuación de los gastos realizados a los objetivos y planes del programa se efectuará de conformidad con lo dispuesto en la citada Ley 49/2002.

Cuatro. Las actuaciones a realizar serán las que aseguren el

adecuado desarrollo del acontecimiento. El desarrollo y concreción en planes y programas de actividades específicas se realizarán por el órgano competente de conformidad con lo dispuesto en la citada Ley 49/2002.

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

Artículo 27 de la ley 49/2002 de régimen fiscal de las entidades sin fines lucrativos y de los incentivos fiscales al mecenazgo.

Artículo 27. Programas de apoyo a acontecimientos de excepcional interés público.

1. Son programas de apoyo a acontecimientos de excepcional interés público el conjunto de incentivos fiscales específicos aplicables a las actuaciones que se realicen para asegurar el adecuado desarrollo de los acontecimientos que, en su caso, se determinen por Ley.

2. La Ley que apruebe cada uno de estos programas regulará, al

menos, los siguientes extremos:

a) La duración del programa, que podrá ser de hasta tres años.

b) La creación de un consorcio o la designación de un órgano administrativo que se encargue de la ejecución del programa y que certifique la adecuación de los gastos e inversiones realizadas a los objetivos y planes del mismo. En dicho consorcio u órgano estarán representadas, necesariamente, las Administraciones públicas interesadas en el acontecimiento y, en todo caso, el Ministerio de Hacienda. Para la emisión de la certificación será necesario el voto favorable de la representación del Ministerio de Hacienda.

c) Las líneas básicas de las actuaciones que se vayan a organizar en apoyo del acontecimiento, sin perjuicio de su desarrollo posterior por el consorcio o por el órgano administrativo correspondiente en planes y programas de actividades específicas.

d) Los beneficios fiscales aplicables a las actuaciones a que se refiere el párrafo anterior, dentro de los límites del apartado siguiente.

3. Los beneficios fiscales establecidos en cada programa serán,

como máximo, los siguientes:

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

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

Cuando el contenido del soporte publicitario se refiera de modo

esencial a la divulgación del acontecimiento, la base de la deducción será el importe total del gasto realizado. En caso contrario, la base de la deducción será el 25 por 100 de dicho gasto.

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

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

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

puntos porcentuales los porcentajes y límites de las deducciones establecidas en los artículos 19, 20 y 21 de esta Ley.

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

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

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

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

4. La Administración tributaria comprobará la concurrencia de las circunstancias o requisitos necesarios para la aplicación de los beneficios fiscales, practicando, en su caso, la regularización que resulte procedente.

5. Reglamentariamente, se establecerá el procedimiento para la aplicación de los beneficios fiscales previstos en los programas de apoyo a acontecimientos de excepcional interés público.

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

CAPÍTULO III

Procedimiento para la aplicación de los beneficios fiscales previstos en los programas de apoyo a acontecimientos de excepcional interés público.

Artículo 7. Contenido y ámbito de aplicación.

1. La aplicación de los beneficios fiscales, a efectos de lo previsto en el artículo 27 de la Ley 49/2002, estará sujeta, en todo caso, a la ley específica por la que se apruebe el programa de apoyo al acontecimiento de excepcional interés público correspondiente.

2. La aplicación de los beneficios fiscales requerirá el reconocimiento previo de la Administración tributaria conforme al procedimiento regulado en este capítulo.

3. La Administración tributaria podrá comprobar el cumplimiento de los requisitos necesarios para la aplicación de los beneficios fiscales a que se refiere este capítulo y practicar, en su caso, la regularización que resulte procedente.

Artículo 8. Requisitos de los gastos, actividades u operaciones con derecho a deducción o bonificación.

1. A efectos de la aplicación de los incentivos fiscales previstos en el apartado primero del artículo 27.3 de la Ley 49/2002, se considerará que los gastos de propaganda y publicidad de proyección plurianual cumplen los requisitos señalados en dicho apartado cuando obtengan la certificación acreditativa a que se refiere el artículo 10 de este Reglamento y reúnan las siguientes condiciones:

a) Que consistan en:

1. La producción y edición de material gráfico o audiovisual de promoción o información, consistente en folletos, carteles, guías, vídeos, soportes audiovisuales u otros objetos, siempre que sean de distribución gratuita y sirvan de soporte publicitario del acontecimiento.

2. La instalación o montaje de pabellones específicos, en ferias nacionales e internacionales, en los que se promocióne turísticamente el acontecimiento.

3. La realización de campañas de publicidad del acontecimiento, tanto de carácter nacional como internacional.

4. La cesión por los medios de comunicación de espacios gratuitos para la inserción por el consorcio o por el órgano administrativo correspondiente de anuncios dedicados a la promoción del acontecimiento.

b) Que sirvan directamente para la promoción del acontecimiento porque su contenido favorezca la divulgación de su celebración.

La base de la deducción será el importe total del gasto realizado

cuando el contenido del soporte publicitario se refiera de modo esencial a la divulgación de la celebración del acontecimiento. En caso contrario, la base de la deducción será el 25 por ciento del gasto realizado.

2. A efectos de la bonificación en el Impuesto sobre Actividades Económicas prevista en el apartado cuarto del artículo 27.3 de la Ley 49/2002, se entenderá que las actividades de carácter artístico, cultural, científico o deportivo que pueden ser objeto de la bonificación son las comprendidas dentro de la programación oficial del acontecimiento que determinen la necesidad de causar alta y tributar por el epígrafe o grupo correspondiente de las tarifas del impuesto, de modo adicional y con independencia de la tributación por el Impuesto sobre Actividades Económicas que correspondiera hasta ese momento a la persona o entidad solicitante del beneficio fiscal.

3. A efectos de la bonificación en los impuestos y tasas locales prevista en el apartado quinto del artículo 27.3 de la Ley 49/2002, se entenderá que la operación respecto a la que se solicita el beneficio fiscal está relacionada exclusivamente con el desarrollo del respectivo programa cuando se refiera únicamente a actos de promoción y desarrollo de la programación oficial del acontecimiento.

Entre los tributos a que se refiere el mencionado apartado no se

entenderán comprendidos el Impuesto sobre Bienes Inmuebles, el Impuesto sobre Vehículos de Tracción Mecánica y otros que no recaigan sobre las operaciones realizadas.

Artículo 9. Procedimiento para el reconocimiento de los beneficios fiscales por la Administración tributaria.

1. El reconocimiento previo del derecho de los sujetos pasivos a la aplicación de las deducciones previstas en el Impuesto sobre Sociedades, en el Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas y en el Impuesto sobre la Renta de no Residentes se efectuará por el órgano competente de la Agencia Estatal de Administración Tributaria, previa solicitud del interesado.

La solicitud habrá de presentarse al menos 45 días naturales antes del inicio del plazo reglamentario de declaración-liquidación correspondiente al período impositivo en que haya de surtir efectos el beneficio fiscal cuyo reconocimiento se solicita. A dicha solicitud deberá adjuntarse la certificación expedida por el consorcio o por el órgano administrativo correspondiente que acredite que los gastos con derecho a deducción a los que la solicitud se refiere se han realizado en cumplimiento de sus planes y programas de actividades.

El plazo máximo en que debe notificarse la resolución expresa

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

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

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

A la solicitud de dicho reconocimiento previo deberá adjuntarse

certificación expedida por el consorcio o por el órgano administrativo correspondiente que acredite que las actividades de carácter artístico, cultural, científico o deportivo que hayan de tener lugar durante la celebración del respectivo acontecimiento se enmarcan en sus planes y programas de actividades.

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

4. El plazo máximo en que debe notificarse la resolución expresa del órgano competente en los procedimientos previstos en los apartados 2 y 3 de este artículo será de dos meses desde la fecha en que la solicitud haya tenido entrada en el registro del órgano competente para resolver. El cómputo de dicho plazo se suspenderá cuando se requiera al interesado que complete la documentación presentada, por el tiempo que medie entre la notificación del requerimiento y la presentación de la documentación requerida.

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

5. El órgano que, según lo establecido en los apartados anteriores, sea competente para el reconocimiento del beneficio fiscal podrá requerir al consorcio u órgano administrativo correspondiente, o al solicitante, la aportación de la documentación a que se refiere el apartado 1 del artículo 10 de este reglamento, con el fin de comprobar la concurrencia de los requisitos exigidos para la aplicación del beneficio fiscal cuyo reconocimiento se solicita.

Artículo 10. Certificaciones del consorcio o del órgano administrativo correspondiente.

1. Para la obtención de las certificaciones a que se refiere este capítulo, los interesados deberán presentar una solicitud ante el consorcio o el órgano administrativo correspondiente, a la que adjuntarán la documentación relativa a las características y finalidad del gasto realizado o de la actividad que se proyecta, así como el presupuesto, forma y plazos para su realización.

El plazo para la presentación de las solicitudes de expedición de certificaciones terminará 15 días después de la finalización del acontecimiento respectivo.

2. El consorcio o el órgano administrativo correspondiente emitirá, si procede, las certificaciones solicitadas según lo establecido en el apartado anterior, en las que se hará constar, al menos, lo siguiente:

a) Nombre y apellidos, o denominación social, y número de identificación fiscal del solicitante.

b) Domicilio fiscal.

c) Descripción de la actividad o gasto, e importe total del mismo.

d) Confirmación de que la actividad se enmarca o el gasto se ha realizado en cumplimiento de los planes y programas de actividades del consorcio o del órgano administrativo correspondiente para la celebración del acontecimiento respectivo.

e) En el caso de gastos de propaganda y publicidad, calificación de esencial o no del contenido del soporte a efectos del cálculo de la base de deducción.

f) Mención del precepto legal en el que se establecen los incentivos fiscales para los gastos o actividades a que se refiere la certificación.

3. El plazo máximo en que deben notificarse las certificaciones a

que se refiere este artículo será de dos meses desde la fecha en que la correspondiente solicitud haya tenido entrada en el registro del órgano competente para resolver.

Si en dicho plazo no se hubiera recibido requerimiento o notificación administrativa sobre la solicitud, se entenderá cumplido el requisito a que se refiere este artículo, pudiendo el interesado solicitar a la Administración tributaria el reconocimiento del beneficio fiscal, según lo dispuesto en el artículo anterior, aportando copia sellada de la solicitud.

Artículo 11. Remisión de las certificaciones expedidas por el consorcio o el órgano administrativo.

El consorcio o el órgano administrativo correspondiente remitirá al Departamento de Gestión Tributaria de la Agencia Estatal de Administración Tributaria, en los meses de enero, abril, julio y octubre, copia de las certificaciones emitidas en el trimestre anterior conforme a lo previsto en este reglamento, para su ulterior remisión a los correspondientes órganos de gestión.

Si el consorcio o el órgano administrativo correspondiente no hubiera emitido la certificación solicitada según lo establecido en el artículo anterior, deberá remitir copia de la solicitud presentada por el interesado.

Artículo 12. Aplicación del régimen de mecenazgo

prioritario.

1. A efectos de lo dispuesto en el apartado segundo del artículo 27.3 de la Ley 49/2002, las entidades o instituciones beneficiarias del mecenazgo prioritario deberán obtener la correspondiente certificación del consorcio u órgano administrativo correspondiente según lo dispuesto en el artículo 10 de este reglamento, en la que se certifique que la actividad realizada se enmarca dentro de los planes y programas aprobados por dicho consorcio u órgano administrativo correspondiente.
2. Las entidades e instituciones a las que se refiere el apartado anterior expedirán, en favor de los aportantes, las certificaciones justificativas previstas en el artículo 24 de la Ley 49/2002 y remitirán al consorcio u órgano administrativo correspondiente, dentro de los dos meses siguientes a la finalización de cada ejercicio, una relación de las actividades financiadas con cargo a dichas aportaciones, así como copia de las certificaciones expedidas.
3. El consorcio u órgano administrativo correspondiente remitirá copia de las certificaciones recibidas, dentro de los dos meses siguientes a su recepción, al Departamento de Gestión Tributaria de la Agencia Estatal de Administración Tributaria.



ESPECIAL
RECUPERACIÓN
TURISMO

ANEXO II

ANEXO II: MODELOS DE SOLICITUD Y DE CERTIFICADO

MODELO DE SOLICITUD

MODELO DE SOLICITUD ANTE LA COMISIÓN INTERADMINISTRATIVA DEL ACONTECIMIENTO DE EXCEPCIONAL INTERÉS PÚBLICO “FITUR ESPECIAL: RECUPERACIÓN TURISMO” DE CERTIFICACIÓN ACREDITATIVA DE LA ADECUACIÓN DE LOS GASTOS REALIZADOS A LOS OBJETIVOS Y PLANES DEL PROGRAMA DE DICHO ACONTECIMIENTO.

D./Dña. Nobre y apellidos del interesado y, en su caso, de la persona que lo represente con domicilio fiscal (domicilio fiscal), domicilio a efectos de notificaciones en (identificación del lugar que se señale a efectos de notificaciones) y NIF en la actualidad desarrollando o habiendo desarrollado las actividades que se adjuntan en el anexo.

SOLICITO

A la Comisión Interadministrativa del Acontecimiento de Excepcional Interés Público “FITUR ESPECIAL: RECUPERACIÓN TURISMO” la expedición de certificación, en la que conste que la actividad llevada a cabo, consistente en gastos de publicidad esencial por importe de _____ Euros, consistente en _____, y publicidad no esencial por importe de _____ Euros, se ha realizado en cumplimiento de los objetivos y planes del programa establecido por la Comisión Interadministrativa del Acontecimiento de Excepcional Interés Público “FITUR ESPECIAL: RECUPERACIÓN TURISMO” de tal manera que le puedan ser de aplicación los beneficios fiscales previstos en la Disposición adicional nonagésima tercera de la Ley 11/2020, de 30 de diciembre de Presupuestos Generales del Estado para 2021 sobre beneficios fiscales aplicables al Acontecimiento de Excepcional Interés Público “FITUR ESPECIAL: RECUPERACIÓN TURISMO” y en la Ley 49/2002, de 23 de diciembre, de régimen fiscal de las entidades sin fines lucrativos y de los incentivos fiscales al mecenazgo.

Declaro que el ejercicio económico de la entidad coincide con el año natural (en caso contrario indicar otro) y para que conste, a los efectos oportunos, firmo en _____, a _____ de _____ de 202__.

Firma del solicitante o acreditación de la autenticidad de su voluntad expresa por cualquier medio válido en Derecho.

Dirigido a la Secretaría de la Comisión Interadministrativa del Acontecimiento de Excepcional Interés Público “FITUR ESPECIAL: RECUPERACIÓN TURISMO”, dirección: IFEMA MADRID – FITUR, Avenida del Partenón, 5, 28042 Madrid.

ACTIVIDADES CONSISTENTES EN GASTOS DE PROPAGANDA Y PUBLICIDAD (I)

Esta solicitud se refiere al siguiente tributo (elegir uno):

- ☐ Impuesto sobre Sociedades.
- ☐ Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas (aplicable cuando los sujetos pasivos realicen actividades económicas en régimen de estimación directa).
- ☐ Impuesto sobre la Renta de no Residentes.

Requisitos a cumplimentar:

- ☐ Las actividades a las que se refiere la solicitud se realizaron o se realizan en cumplimiento de los planes y programas de actividades aprobados por la Comisión Interadministrativa del Acontecimiento de Excepcional Interés Público "FITUR ESPECIAL: RECUPERACIÓN TURISMO".

ACTIVIDADES CONSISTENTES EN GASTOS DE PROPAGANDA Y PUBLICIDAD (II)

Los gastos de propaganda y publicidad de proyección plurianual consisten en:

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

Y sirven directamente para la promoción del acontecimiento porque su contenido favorezca la divulgación de su celebración.

ACTIVIDADES CONSISTENTES EN GASTOS DE PROPAGANDA Y PUBLICIDAD (III)

Documentación que se aporta a esta solicitud (marcar los que correspondan):

- Fotocopia compulsada del DNI y del Número de Identificación fiscal, si se trata de personas físicas, o autorización a la Comisión Interadministrativa del Acontecimiento de Excepcional Interés Público “FITUR ESPECIAL: RECUPERACIÓN TURISMO” para que realice la comprobación de los Datos de identificación personal que figuran en el DNI mediante el Sistema de Verificación de Datos.
- Las sociedades mercantiles deberán presentar original o fotocopia compulsada de los siguientes documentos: escritura de constitución, estatutos, inscripción en el Registro Mercantil y código de identificación fiscal.
- En el caso de asociaciones o fundaciones, original o fotocopia compulsada de sus estatutos, código de identificación fiscal y certificado de inscripción en el registro correspondiente.
- Declaración del domicilio fiscal realizada por el firmante de la solicitud.
- Copia compulsada del poder del solicitante con acreditación de su inscripción en el Registro Mercantil. Se aconseja que los sucesivos trámites sean suscritos por el mismo representante, salvo que si firma otro representante acredite la correspondiente representación. En el supuesto de que el solicitante actúe por medio de representante deberá acreditarse dicha representación por cualquier medio suficiente en Derecho, de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 5 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas.
- Memoria descriptiva de las características y finalidad del gasto realizado o de la actividad que se proyecta y su relación directa con la celebración del Acontecimiento de Excepcional Interés Público “FITUR ESPECIAL: RECUPERACIÓN TURISMO” expresando en que supuesto, de entre los contemplados en los objetos y planes del programa establecido por la Comisión Interadministrativa del Acontecimiento de Excepcional Interés Público “FITUR ESPECIAL: RECUPERACIÓN TURISMO” se enmarca.
- Acreditación del gasto en publicidad realizado, o a realizar, mediante relación de facturas satisfechas. También será válida la acreditación mediante certificación expedida por la/s empresa/s que han realizado el servicio, así como la declaración del solicitante en la que se desglose el importe total de los gastos publicitarios.
- Acreditación, en su caso, del contrato suscrito o presupuesto de la actividad con expresión de la forma y plazos para su realización.
- Acreditación del carácter esencial de los gastos de publicidad mediante la indicación del tamaño y duración del logotipo insertado en los diferentes soportes publicitarios.
- Acreditación, en su caso, del coste de producción de las etiquetas en el supuesto de inserción del logotipo en elementos separables del envase o, del coste de los trabajos de serigrafía si el logotipo se inserta en el propio envase.

ACTIVIDADES CONSISTENTES EN GASTOS DE PROPAGANDA Y PUBLICIDAD (III)

- Acreditación, en su caso, del coste de edición, producción y distribución de folletos y catálogos.
- Acreditación de la aportación para la promoción, divulgación, apoyo y mecenazgo a la celebración del Acontecimiento de Excepcional Interés Público “FITUR ESPECIAL: RECUPERACIÓN TURISMO” de acuerdo con el contrato firmado entre las partes de fecha _____ de _____ de 202_____, considerando que las cantidades percibidas lo son en concepto de donaciones irrevocables, puras y simples.
- Cualquier otra documentación que se considere necesaria para la justificación del beneficio fiscal aplicable.
- Se presentará además un soporte informático en el que se pueda visualizar la campaña publicitaria llevada a cabo.

ANEXO II: MODELOS DE SOLICITUD Y DE CERTIFICADO (I)

MODELO DE CERTIFICACIÓN GENÉRICA

D. _____, en calidad Secretario/a de la Comisión Interadministrativa del Acontecimiento de Excepcional Interés Público “FITUR ESPECIAL: RECUPERACIÓN TURISMO”.

CERTIFICO

Que la Comisión Interadministrativa del Acontecimiento de Excepcional Interés Público “FITUR ESPECIAL: RECUPERACIÓN TURISMO”, adoptó, entre otros, y con el voto favorable del representante del Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas, el acuerdo siguiente, según consta en el Acta de la sesión celebrada en _____, el día ____ de _____ de _____

Solicitud de _____ de certificación de donación y adecuación de los gastos realizados a los objetivos y planes del programa de apoyo al Acontecimiento de Excepcional Interés Público “FITUR ESPECIAL: RECUPERACIÓN TURISMO”.

“Visto el escrito de solicitud de certificación de la adecuación de los gastos realizados a los objetivos y planes del programa de apoyo al Acontecimiento de Excepcional Interés Público “FITUR ESPECIAL: RECUPERACIÓN TURISMO”, presentado con fecha de entrada en el Registro de la Comisión Interadministrativa _____ por D. _____ NIF _____, en nombre y representación de _____ NIF _____, domicilio fiscal en y domicilio a efectos de notificaciones en _____, a los efectos de beneficiarse de los incentivos fiscales previstos en el artículo 27 de la Ley 49/2002, de 23 de diciembre, de régimen fiscal de las entidades sin fines lucrativos y de los incentivos fiscales al mecenazgo.

Visto el documento de ingreso recibido por _____ por un importe de _____ Euros en concepto de aportación para la promoción, divulgación, apoyo y mecenazgo a la celebración del Acontecimiento de Excepcional Interés Público “FITUR ESPECIAL: RECUPERACIÓN TURISMO”, de acuerdo con el contrato firmado entre las partes de fecha _____ de _____, considerando que las cantidades percibidas lo son en concepto de donaciones irrevocables, puras y simples.

ANEXO II: MODELOS DE SOLICITUD Y DE CERTIFICADO (II)

Vista la documentación presentada por _____ en la que consta que ha realizado gastos de publicidad y propaganda de proyección plurianual, en el periodo comprendido entre el _____ de _____ de _____ y el _____ de _____ de _____, en televisión, radio, prensa, internet, catálogos y otros soportes publicitarios, cuya cuantía asciende a _____ Euros, excluido el IVA SOPORTADO DEDUCIBLE, según el siguiente desglose:

- Televisión _____
- Radio _____
- Prensa _____
- Internet _____
- Soportes publicitarios en la calle _____
- Otros soportes (_____) _____

A dicha solicitud le resulta de aplicación lo dispuesto en, entre otros: disposición adicional quincuagésima segunda de la Ley 11/2020, de 30 de diciembre de Presupuestos Generales del Estado para 2021, 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, en los artículos 8 y 10 del Reglamento para la aplicación del régimen fiscal de las entidades sin fines lucrativos y de los incentivos fiscales al mecenazgo, aprobado por el Real Decreto 1270/2003, de 10 de octubre.

Teniendo en cuenta lo anteriormente expuesto, la Comisión Interadministrativa del Acontecimiento de Excepcional Interés Público “FITUR ESPECIAL: RECUPERACIÓN TURISMO”, una vez tramitado el correspondiente expediente administrativo adoptó, con el voto favorable del representante del Ministerio de Hacienda y Función Pública, el siguiente acuerdo:

Confirmar, a efectos de lo dispuesto en la normativa legal citada en la parte expositiva del presente acuerdo y toda la que resulte de aplicación, que el gasto en campañas publicitarias declaradas por NIF _____ y domicilio fiscal en _____, por importe de _____ Euros (_____ euros), excluido el IVA soportado deducible, se adecuan dentro de los planes y programas aprobados por la Comisión Interadministrativa del Acontecimiento de Excepcional Interés Público “FITUR ESPECIAL: RECUPERACIÓN TURISMO”, divulgando dicho acontecimiento:

ANEXO II: MODELOS DE SOLICITUD Y DE CERTIFICADO (III)

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

La ejecución de dichos gastos deberá quedar suficientemente acreditada ante la Administración Tributaria a efectos del disfrute de los beneficios fiscales previstos en el mencionado artículo 27 de la Ley 49/2002; beneficios fiscales que, en su caso, serán reconocidos por el órgano competente de la Agencia Estatal de Administración Tributaria, previa solicitud de la mercantil _____

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

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

Y para que conste y surta efectos donde fuere necesario, de acuerdo con los artículos 9 y 10 del Reglamento para la aplicación del régimen fiscal de las entidades sin fines lucrativos y de los incentivos fiscales al mecenazgo, expido la presente certificación de orden y con el visto bueno del Presidente/a de la Comisión Interadministrativa, en _____, a _____ de _____ de 202 ____.

Firma del Secretario/a de la Comisión Interadministrativa del Acontecimiento de Excepcional Interés Público “FITUR ESPECIAL: RECUPERACIÓN TURISMO”



ESPECIAL
RECUPERACIÓN
TURISMO

CONTACTO
DUDAS Y CONSULTAS

CONTACTO

Marta Peñas

DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN, MARKETING Y PATROCINIOS

(34) 678 67 96 28

martap@ifema.es

PATROCINIOS IFEMA MADRID

(34) 689 637 910 / 678 625 816

patrocinios@ifema.es

DUDAS Y CONSULTAS

“BOE” Núm. 30, de 2/2/2018. Resolución de 25 de enero de 2018, de la Dirección General de Tributos, por la que se aprueba el Manual de aplicación de los beneficios fiscales previstos en el apartado primero del artículo 27.3 de la Ley 49/2002, de 23 de diciembre, de régimen fiscal de las entidades sin fines lucrativos y de los incentivos fiscales al mecenazgo, correspondientes a los gastos de propaganda y publicidad de proyección plurianual, que sirvan para la promoción de los acontecimientos de excepcional interés público.

“BOE” Núm. 139, de 11/06/2022. Resolución de 9 de junio de 2022, de la Dirección General de Tributos, por la que se interpretan criterios del Manual de aplicación de los beneficios fiscales previstos en el apartado primero del artículo 27.3 de la Ley 49/2002, de 23 de diciembre, de régimen fiscal de las entidades sin fines lucrativos y de los incentivos fiscales al mecenazgo, correspondientes a los gastos de propaganda y publicidad de proyección plurianual, que sirvan para la promoción de los acontecimientos de excepcional interés público, aprobado por la Resolución de 25 de enero de 2018.



ESPECIAL
RECUPERACIÓN
TURISMO