

I. COMUNIDAD DE MADRID

D) Anuncios

Consejería de Cultura, Turismo y Deporte

- 13** *ADENDA primera de 10 de septiembre de 2026, al convenio de colaboración entre la Comunidad de Madrid, Madrid Destino Cultura Turismo y Negocio, S. A., e IFEMA Madrid, para la promoción internacional de Madrid como destino turístico para el desarrollo como plan de acción conjunto del Destination Package para la edición de 2026.*

En Madrid, a 10 de septiembre de 2026.

REUNIDOS

De una parte, D. Mariano de Paco Serrano, Consejero de Cultura, Turismo y Deporte de la Comunidad de Madrid, nombrado mediante Decreto 47/2023, de 23 de junio, de la Presidencia de la Comunidad de Madrid, y en virtud de lo dispuesto en el Decreto 264/2023, de 5 de diciembre, por el que se establece la estructura orgánica de la Consejería de Cultura, Turismo y Deporte, en su redacción vigente tras la modificación por los Decretos 22/2024, de 10 de abril y 16/2026, de 4 de marzo, así como en la normativa competencial que justifica su intervención, en concreto el artículo 3 del Decreto 48/2019, de 10 de junio, del Consejo del Gobierno, por el que se regula la actividad convencional de la Comunidad de Madrid.

De otra parte, D. Ángel Martín Vizcaíno, en nombre y representación de la sociedad municipal Madrid Destino Cultura Turismo y Negocio, S.A. (en adelante, “Madrid Destino”), con CIF A-84073105 y domicilio social en Madrid, Centro Cultural Conde Duque, calle Conde Duque, 9-11, C.P. 28015, actúa en su calidad de Consejero Delegado según escritura pública otorgada el 1 de agosto de 2023 ante el Notario de Madrid D. Antonio de la Esperanza Rodríguez, con el número 3987 de su Protocolo e inscrita en el Registro Mercantil de Madrid en el Tomo 41138, Folio 41, Hoja M-360295, inscripción 161, autorizado para la firma de este convenio por acuerdo de la Comisión Ejecutiva del Consejo Administración de Madrid Destino en su sesión celebrada con fecha de 5 de marzo de 2025.

De otra parte, D. José Vicente de los Mozos Obispo, en nombre y representación de la Institución Ferial de Madrid, como Presidente del Comité Ejecutivo de la misma, en virtud de las atribuciones conferidas en los Estatutos de IFEMA Madrid y en la escritura otorgada ante el Notario del Ilustre Colegio de Madrid D. Vicente de Prada Guaita de fecha 13 de julio de 2020 y orden de protocolo n.º 711.

Reconociéndose las partes, en la representación que ostentan, capacidad para la suscripción de la presente adenda al convenio de colaboración,

EXPONEN

Primero

Que en fecha 12 de junio de 2025 las Partes arriba indicadas suscribieron un convenio de colaboración para la promoción internacional de Madrid como destino turístico, cuyo objeto consiste en la colaboración de las Partes para la mejora del posicionamiento turístico de la Comunidad de Madrid y de la ciudad de Madrid en mercados internacionales emisores de turismo, potenciando el fortalecimiento de la marca Madrid en el ámbito internacional; el incremento del impacto de la actividad de promoción y comercialización turística de la Comunidad de Madrid y la ciudad de Madrid; así como el establecimiento de los cauces y herramientas que permitan la planificación coordinada de la actividad promocional del destino Madrid mediante la participación de las entidades públicas y el asesoramiento de las asociaciones y empresas madrileñas más representativas.

La finalidad del convenio consiste en la realización de actuaciones conjuntas para la planificación, desarrollo y evaluación de la promoción turística de la ciudad y la región de Madrid mediante, entre otras cosas, la elaboración de propuestas o planes de acción conjuntos para la promoción de la marca Madrid.

Segundo

Que la Fórmula 1 supone que Madrid cuente con otro evento deportivo de trascendencia internacional, que viene a completar los eventos deportivos que ya se celebran en la capital. En este sentido, la Fórmula 1 se caracteriza por ser uno de los eventos deportivos más seguidos del mundo, con el impacto positivo que ello genera, además, para el tejido económico de la ciudad y de la región, así como para la marca Madrid.

La importancia, desde un ámbito deportivo y cultural, de la celebración del Gran Premio de Fórmula 1 en la ciudad de Madrid se puede sintetizar a través de los siguientes datos:

- Las carreras de Fórmula 1 comenzaron a disputarse en 1950 y son actualmente la competición de automovilismo más prestigiosa y la serie deportiva anual más popular del mundo, con toda la repercusión y beneficios que la celebración de un evento de este tipo tiene para las ciudades que lo albergan.
- La asistencia total de espectadores a las diferentes carreras disputadas a lo largo del calendario se encuentra en torno a los 6 millones, con una audiencia global en TV de unos 1.550 millones de espectadores.
- Los grandes premios de Fórmula 1 forman parte de los eventos deportivos más importantes del mundo, siendo superados únicamente por eventos como los Juegos Olímpicos, el Mundial de Fútbol, la final de la Super Bowl americana o la final de la Champions League de fútbol.

En definitiva, el Gran Premio de Fórmula 1 se configura como un evento con una gran repercusión internacional, posicionando Madrid como un destino deportivo-cultural del más alto nivel.

La relevancia de este evento no se agota exclusivamente en su esfera deportiva o cultural, ya que la celebración de este Gran Premio de Fórmula 1 supondrá un importante posicionamiento de la ciudad y de la región de Madrid a nivel internacional, impulsando la marca Madrid de forma exponencial a través del desarrollo de una serie de actuaciones y planes conjuntos, teniendo un impacto de más de 70 millones de telespectadores de media por cada Gran Premio.

Por lo que la celebración del Gran Premio de Fórmula 1 se configura como un acto de especial proyección tanto deportiva como cultural, cuyo desarrollo ha sido considerado de interés general para la ciudad y la región de Madrid, a la vista del impacto que, desde un punto de vista deportivo, cultural y también económico, y de proyección internacional que va a tener aquel en Madrid.

Tercero

Que la Institución Ferial de Madrid (IFEMA) es la entidad titular de los derechos para la promoción y organización del evento deportivo denominado Gran Premio de Fórmula 1 de España para el periodo 2026-2035, de acuerdo con los contratos suscritos con Formula One Management (FOM) y Formula One World Championship (FOWC).

Cuarto

Que como titular de los derechos para la promoción y organización del evento denominado Formula 1 Gran Premio de España, IFEMA es titular del paquete de derechos designado *Destination Signage Package* recogido en el Acuerdo de Derechos del Circuito suscrito entre FOM e IFEMA, definido como el derecho a recibir un paquete de señalización no visible desde pista pero sí visible en televisión (cuando sea captada por cámara aérea) destinado a promover la ciudad de Madrid y/o la Comunidad de Madrid y/o España y/o cualquier otra marca de destino orientada a la promoción de un país, provincia, región y/o cualesquiera otros logotipos o lemas turísticos, a través de las actuaciones recogidas en la cláusula segunda de la presente adenda.

Quinto

Que con fecha de 27 de julio de 2026 el Comité de Valoración aprobó el aprovechamiento de los derechos adquiridos por IFEMA a FOM y FOWC del producto llamado *Destination Signage Package* del Fórmula 1 Gran Premio de España a celebrar en el circuito de IFEMA.

La cláusula séptima del convenio suscrito el 12 de junio de 2025 establece una Comisión de Seguimiento del mismo para el seguimiento técnico y económico de aquel.

En su reunión de 29 de julio de 2026 la Comisión de seguimiento valoró y aprobó la propuesta de modificación del Convenio con el fin de incluir en la planificación y desarrollo de las acciones de promoción turística de la ciudad y la región de Madrid en el año 2026 el desarrollo del plan de acción conjunto del *Destination Signage Package* en el ámbito de celebración del Gran Premio de España de Fórmula 1, lo que supone una modificación de las aportaciones previstas en el Convenio para 2026 y de los porcentajes de participación para este proyecto.

Sexto

Que la cláusula décima del convenio, bajo la rúbrica *duración y modificación*, prevé que “en cualquier momento anterior a la finalización de su vigencia, el presente convenio podrá ser modificado, mediante acuerdo expreso de los firmantes que deberá efectuarse en la correspondiente adenda, de acuerdo con el artículo 49.g) de la Ley 40/2015, de 1 de octubre, de Régimen Jurídico del Sector Público”.

Séptimo

Que las Partes consideran que existe una concurrencia de objetivos y fines entre el objeto del convenio de colaboración suscrito para la promoción de Madrid como destino turístico y la proyección internacional que ofrece el Gran Premio de Fórmula 1 de España, por ello consideran de interés ampliar el objeto de la promoción de Madrid, prevista y regulada en el convenio suscrito, para el desarrollo en 2026 del plan de acción conjunto del *Destination Signage Package* en el ámbito de celebración del Gran Premio de España de Fórmula 1 mediante la suscripción de la presente adenda modificativa de acuerdo con las siguientes

CLÁUSULAS

Primera

Objeto

La presente adenda modificativa tiene por objeto incluir la planificación y el desarrollo de la promoción turística de la ciudad y la región de Madrid en el ámbito de la celebración del Gran Premio de España de Fórmula 1 mediante el desarrollo, como plan de acción conjunto, del *Destination Signage Package* para la edición de 2026. Dicho desarrollo se realizará a través del desarrollo de actuaciones y planes conjuntos previamente determinados por el Comité de Valoración de fecha 27 de julio de 2026, en parte financiadas con el presupuesto disponible del Convenio para 2026. Los citados planes y actuaciones se desarrollarán de acuerdo con las condiciones fijadas en el Anexo I.

Asimismo, la presente adenda conlleva la modificación del Plan de acción anual y de los porcentajes de participación de las tres Partes exclusivamente respecto de las actuaciones correspondientes al *Destination Signage Package* para su edición de 2026.

El objetivo es aprovechar la promoción internacional que el Gran Premio de España de Fórmula 1 proporciona a nivel deportivo y cultural para ampliar los objetivos y finalidades previstos en el convenio de colaboración, y que supondrá la mejora del posicionamiento turístico de la Comunidad de Madrid y de la ciudad de Madrid en mercados internacionales; así como el fortalecimiento de la marca Madrid en el ámbito internacional a través de la promoción turística en un evento de primer nivel deportivo y cultural.

Segunda

Descripción del Destination Signage Package

El llamado *Destination Signage Package* consiste en un paquete de activaciones para la promoción turística de Madrid en el ámbito del Campeonato del Mundo de Fórmula 1 a través de una serie de actuaciones y planes conjuntos a desarrollar durante la celebración del evento Gran Premio de España de Fórmula 1, integrados por los siguientes:

1. Derechos de propiedad intelectual del Gran Premio de España de F1.

Para el desarrollo de la promoción turística de la marca Madrid, el *Destination Signage Package* incluye el uso y utilización del logotipo de Fórmula 1; así como el uso de imágenes

del evento Gran Premio de España de F1, en las condiciones que se acuerden. Estas imágenes incluyen imágenes tomadas por IFEMA sobre el evento, sin incluir vehículos en pista.

2. Activos de imagen de marca (branding).

Uso del branding que se acuerde de la marca Madrid en las siguientes zonas del circuito:

- Imagen de marca en una escapatoria del circuito con señalización visible en televisión. Las escapatorias del circuito son aquellas áreas de seguridad situadas en el exterior de las curvas.
- Imagen de marca en las cubiertas de los pabellones 1 y 2 de IFEMA con señalización visible en televisión mediante cámara aérea.
- Imagen de marca en el muro del pabellón 12 de IFEMA con señalización visible en televisión.
- Imagen de marca en activos no televisados del circuito como accesos, señalética direccional (wayfinding), mapas, escenarios y estructuras temporales, traseras de pantallas o puntos de información; con una posición destacada en la categoría de colaboración turística dentro de la estructura de *local event supporters* del Gran Premio de Fórmula 1.

3. Derechos de comunicación y promoción.

El *Destination Signage Package* engloba una serie de derechos en materia de comunicación y promoción de la marca Madrid, entre los que se incluyen los siguientes:

- Derecho a usar imágenes estáticas, compradas a proveedor oficial de fotos de F1 con descuento; en las condiciones que se fijen. Las imágenes estáticas se refieren a imágenes tomadas por los fotógrafos oficiales de F1 e incluyen pilotos y vehículos en pista.
- Derecho a disponer de cuatro anuncios de 30 segundos en la pantalla gigante cada día del Gran Premio de España de Fórmula 1 (viernes a domingo).
- Derecho a la emisión de una nota de prensa y/o evento de prensa conjunto para anunciar el partnership, sometido a la necesaria autorización de FOM.
- Derecho a adquirir publicidad digital en los canales digitales oficiales de Fórmula 1 (F1.com, App de F1 y canal de YouTube de F1) con un descuento preferente del 15 % sobre la tarifa digital oficial de Fórmula 1 para *partners*.

4. Visibilidad en todos los eventos organizados por Madring, así como en la página web, redes sociales y newsletters asociados al Gran Premio de España de Fórmula 1. Dicha visibilidad engloba el derecho a utilizar imágenes del circuito para todo tipo de campañas promocionales. Dichas imágenes incluyen imágenes del circuito Madring sin vehículos en pista.

Desde una perspectiva de promoción turística y posicionamiento internacional, la Fórmula 1 constituye una de las plataformas de marketing de destinos más relevantes a nivel global. Para un destino turístico, la aportación económica adicional recogida en esta adenda conlleva asociar la marca de la región a una audiencia global estimada de 71 millones de espectadores por Gran Premio, según los datos oficiales de la temporada 2025.

Teniendo en cuenta un escenario conservador de cinco exposiciones por espectador, generaría aproximadamente 355 millones de impactos potenciales. Esta metodología se alinea con los modelos de valoración de impactos y equivalencias publicitarias que se utilizan en la medición de patrocinios deportivos y de destino.

Todas las actuaciones se desarrollarán de acuerdo con las condiciones expuestas en el Anexo I.

Tercera

Aportaciones de las Partes

1. IFEMA se compromete, además del cumplimiento de las obligaciones recogidas en la cláusula tercera del convenio, a las siguientes obligaciones:

- a) Realizar la gestión, ejecución y supervisión de cada una de las actividades de promoción que integran el *Destination Signage Package* y que se recogen en la cláusula 2.^a de esta adenda.

La cuantificación económica de las actuaciones a desarrollar por IFEMA, recogidas en esta adenda para el año 2026, se eleva a la cantidad estimada de 700.000 euros, con una aportación estimada de 100.000 euros en recursos humanos y de 600.000 euros en producción, de acuerdo con lo dispuesto en el anexo II a esta adenda.

2. La Comunidad de Madrid, a través de la Consejería de Cultura Turismo y Deporte, se compromete, además del cumplimiento de las obligaciones recogidas en la cláusula tercera del convenio, a las siguientes obligaciones:

- a) Realizar, para el año 2026, una aportación económica adicional de 1.900.000 euros IVA incluido (un millón novecientos mil euros) con cargo al subconcepto 44900 *Otras transferencias del sector público del programa 432 A de los presupuestos generales de la Comunidad de Madrid para el ejercicio 2026*.

La Comunidad de Madrid realizará dicha aportación adicional en la modalidad de pago anticipado tras la firma de la presente adenda, previa presentación de un aval por parte de IFEMA por dicho importe. La cancelación del mismo se realizará tras la presentación, antes del 31 de diciembre de 2026 y conforme a la documentación establecida en la cláusula cuarta de la presente adenda.

3. Madrid Destino se compromete, además del cumplimiento de las obligaciones recogidas en la cláusula tercera del convenio, a las siguientes obligaciones:

- a) Realizar, para el año 2026, una aportación económica adicional de 1.900.000 euros IVA incluido (un millón novecientos mil euros).

Madrid Destino realizará dicha aportación adicional como provisión de fondos para la financiación de las acciones conjunta en los términos previstos en la cláusula quinta del Convenio relativa a la justificación de gastos.

Cuarta

Justificación de los gastos

IFEMA Madrid justificará los gastos derivados de la ejecución del *Destination Signage Package* recogido en la cláusula segunda del presente convenio.

La justificación de los gastos se realizará una vez finalizado el Gran Premio de Fórmula 1, con anterioridad al día 31 de diciembre de 2026, y se realizará en los siguientes términos:

1. Mediante una memoria explicativa de las actuaciones llevadas a cabo en la ejecución de la adenda que elaborará IFEMA Madrid. En la memoria deberá quedar acreditado que la financiación aportada por la Comunidad de Madrid y Madrid Destino se ha destinado a las actuaciones propias del *Destination Signage Package* recogidas en la cláusula segunda de esta adenda.

2. Mediante la elaboración de un informe externo de medición 360° que analizará de forma integral la exposición, visibilidad y valor económico equivalente generado por el *Destination Signage Package* en el Gran Premio de España de Fórmula 1 en Madrid, a través de la cobertura obtenida en televisión y plataformas de streaming, prensa digital y medios online, redes sociales, canales digitales propios (web y newsletters), acciones de comunicación institucional y promocional, así como en los activos y activaciones presenciales desarrollados dentro del circuito. El estudio cuantificará el valor generado mediante la asignación económica de los impactos obtenidos, utilizando referencias de mercado, modelos de equivalencia publicitaria y multiplicadores de calidad y contexto.

Estos resultados se recogerán en un informe ejecutivo que ofrecerá una visión objetiva, consolidada y cuantificable de la repercusión y el retorno alcanzados a través de la colaboración con el evento, identificando el impacto generado en cada canal monitorizado y su contribución al valor global obtenido.

3. Los gastos por subcontratación y los gastos de personal de la aportación de IFEMA Madrid se justificarán aportando la documentación prevista en la cláusula quinta del Convenio principal en la justificación de la aportación de la Comunidad de Madrid referida al Anexo III.

4. La Comisión de Seguimiento, con posterioridad a la entrega de la memoria explicativa de las actuaciones realizadas con las aportaciones de la Comunidad de Madrid y Madrid Destino respetando los porcentajes de la aportación del Convenio y de la Adenda, podrá determinar que parte de las aportaciones efectuadas al amparo del convenio principal se justifiquen de acuerdo con lo previsto en la presente cláusula. La cuantía a justificar de conformidad con la presente cláusula deberá establecerse de manera expresa previamente.

Quinta

Vigencia y aplicación del Convenio

La vigencia de la presente Adenda finalizará al cumplimiento de las actuaciones comprometidas, tras la justificación con fecha anterior al 31 de diciembre de 2026 de las actuaciones ejecutadas, estableciendo como causa específica de resolución anticipada la cancelación de la celebración del Gran Premio de Fórmula 1 en la ciudad de Madrid por cualquier causa, adicional a las previstas en la cláusula Undécima del Convenio, con restitución de las aportaciones no ejecutadas sin que sea posible su acumulación a las aportaciones del ejercicio 2027.

En lo no previsto expresamente en esta Adenda I, se estará a lo establecido en el Convenio, el cual se mantiene inalterado y con plena vigencia entre las partes en todo lo no expresamente modificado por la presente Adenda I, la cual se une con carácter inseparable al Convenio, sin que tenga carácter independiente del mismo.

En prueba de conformidad, se formaliza y firma la presente Adenda I al Convenio de Colaboración firmado entre las partes para la promoción internacional de Madrid como destino turístico por medios electrónicos, siendo su fecha del inicio de su vigencia la correspondiente a la firma del representante de la Comunidad de Madrid, o en ausencia de fecha en el pie de firma, la que figure en el encabezamiento.

La formalización de la presente Adenda se limita a las activaciones del *Destination Signage Package* sin que la Comunidad de Madrid o Madrid Destino asuman ningún tipo de responsabilidad frente a Formula One Marketing Limited y Formula One World Championship o terceros que le correspondan a IFEMA Madrid por los compromisos y obligaciones asumidos en los contratos suscritos con fecha de 11 de noviembre de 2023 para la promoción y organización del evento deportivo denominado Gran Premio de Fórmula 1 de España para el período comprendido entre los años 2026 a 2035.

Los Anexos I y II se consideran parte indisoluble de esta Adenda I.

Madrid, a 10 de septiembre de 2026.—El Consejero de Cultura, Turismo y Deporte de la Comunidad de Madrid, Mariano de Paco Serrano.—El Consejero-Delegado de Madrid Destino, Cultura, Turismo y Negocio, S. A., Ángel Martín Vizcaíno.—El Presidente del Comité Ejecutivo de IFEMA Madrid, José Vicente de los Mozos Obispo.

ANEXO I

CONDICIONES DE USO DE LOS DERECHOS QUE INTEGRAN EL *DESTINATION SIGNAGE PACKAGE*.

De acuerdo con lo dispuesto en el Acuerdo de Derechos del Circuito suscrito entre IFEMA, Formula One Management (FOM) y Formula One World Championship (FOWC), el paquete de derechos designado en el mismo *Destination Signage Package* se configura como el derecho a recibir un paquete de señalización no visible desde pista pero sí visible en televisión (cuando sea captada por cámara aérea) destinado a promover cualquier marca de destino orientada a la promoción de un país, provincia, región y/o cualesquiera otros logotipos o lemas turísticos.

En concreto, el paquete de derechos denominado Destination Signage Package incluye los siguientes:

1. Derechos de propiedad intelectual del Gran Premio de España de F1.

Para el desarrollo de la promoción turística de la marca Madrid, el Destination Package incluye el uso y utilización del logotipo de Fórmula 1; así como el uso de imágenes del evento Gran Premio de España de F1, en las condiciones que se acuerden.

2. Activos de imagen de marca (branding).

Uso del branding que se acuerde de la marca Madrid en las siguientes zonas del circuito

- Imagen de marca en una escapatoria del circuito con señalización visible en televisión. Las escapatorias del circuito son aquellas áreas de seguridad situadas en el exterior de las curvas.
- Imagen de marca en las cubiertas de los pabellones 1 y 2 de IFEMA con señalización visible en televisión mediante cámara aérea.
- Imagen de marca en el muro del pabellón 12 de IFEMA con señalización visible en televisión.
- Imagen de marca en activos no televisados del circuito como accesos, señalética direccional (wayfinding), mapas, escenarios y estructuras temporales, traseras de pantallas o puntos de información; con una posición destacada en la categoría de colaboración turística dentro de la estructura de *local event supporters* del Gran Premio de Fórmula 1.

3. Derechos de comunicación y promoción.

El *Destination Signage Package* engloba una serie de derechos en materia de comunicación y promoción de la marca Madrid, entre los que se incluyen los siguientes:

- Derecho a usar imágenes estáticas, compradas a proveedor oficial de fotos de F1 con descuento; en las condiciones que se fijen.
- Derecho a disponer de cuatro anuncios de 30 segundos en la pantalla gigante cada día del Gran Premio de España de Fórmula 1 (viernes a domingo).
- Derecho a la emisión de una nota de prensa y/o evento de prensa conjunto para anunciar el partnership, sometido a la necesaria autorización de FOM.
- Derecho a adquirir publicidad digital en los canales digitales oficiales de Fórmula 1 (F1.com, App de F1 y canal de YouTube de F1) con un descuento preferente del 15 % sobre la tarifa digital oficial de Fórmula 1 para *partners*.

4. Espacio de activación en una fan zone de aproximadamente 200 metros cuadrados para distribución y muestras gratuitas (sampling) de productos o actividades turísticas relativas a la marca Madrid.

5. Visibilidad en todos los eventos organizados por Madring, así como en la página web, redes sociales y newsletters asociados al Gran Premio de España de Fórmula 1. Dicha visibilidad engloba el derecho a utilizar imágenes del circuito para todo tipo de campañas promocionales.

El objeto del presente anexo I es regular, con carácter general, las CONDICIONES DE USO de los citados derechos, de acuerdo con las condiciones fijadas por FOM.

1. En relación con los Derechos de IP, el socio del paquete o *Destination Partner* podrá utilizar el nombre oficial del Gran Premio de España de F1 en las comunicaciones y el logo en formato *lock-up* elaborado por F1 en condición de *Destination Partner*.

Dicho uso tendrá carácter exclusivo y no será sublicenciable, quedando limitado a fines de comunicación corporativa y promoción turística o de destino. En ningún caso se permitirá el uso comercial directo, incluyendo, a título enunciativo, la comercialización de productos que incorporen la marca F1 sin la correspondiente autorización expresa.

2. En cuanto al uso de imágenes estáticas, estas deberán ser adquiridas exclusivamente a través del proveedor oficial autorizado por FOM (*Getty*). Como parte del *Destination Signage Package*, el Partner podrá beneficiarse de un descuento del 15% sobre las tarifas oficiales vigentes de dicho proveedor, sin que en ningún caso se entienda que las imágenes están incluidas de forma gratuita dentro del paquete.

El uso de estas imágenes estará siempre sujeto a la regla de presencia mínima de tres equipos distintos para garantizar el uso de la imagen como colectividad. La Regla de los tres equipos consiste en que deben incluirse tres equipos de F1 con igual protagonismo.

3. Todo uso de estos activos de propiedad intelectual o imágenes estará sujeto al cumplimiento de la guía de uso establecida al efecto por FOM, así como a un proceso de aprobación previa caso por caso, tanto por parte de FOM como del Promotor cuando resulte de aplicación.
4. Respecto a la nota de prensa y comunicación del acuerdo, cualquier comunicación pública asociada al acuerdo, incluyendo notas de prensa, anuncios o similares, estará sujeta a la aprobación previa de FOM. Esta aprobación abarcará el contenido, los elementos visuales y el momento de publicación.

En consecuencia, el socio no podrá anunciar unilateralmente el acuerdo ni utilizar mensajes o claims que no estén alineados con los criterios y posicionamiento de la F1.

5. En lo relativo a la publicidad digital en espacios propios de Fórmula 1, el socio podrá acceder al inventario digital del evento en los formatos disponibles en cada momento en inventario incluyendo la web oficial, redes sociales, app y otras plataformas digitales asociadas.
Dicho acceso se realizará conforme a las tarifas oficiales vigentes, con paquetes específicos por formatos y territorios, sobre las que se aplicará un descuento del 15% incluido en el *Destination Signage Package*. Este acceso estará sujeto a la aprobación previa de los contenidos por parte de FOM y/o el Promotor, y en ningún caso implicará exclusividad en categoría.

ANEXO II.- APORTACIONES IFEMA MADRID

DEPARTAMENTO	CATEGORÍA	Nº PERSONAS	HORAS PRE-VISTAS DEDICACION	IMPORTE ESTIMADO 2026
D. Fórmula 1	Director de Fórmula 1	1	40	4.738
	Jefe de Marketing	1	90	8.517
	Marketing	1	75	2.834
	Jefe de Comunicación	1	75	2.834
	Jefe de Comunicación	1	90	8.517
	Jefe Comercial	1	75	4.358
			445	31.797
D. Marketing	Director de Marketing	1	45	5.330
	Jefe de Medios	1	45	2.615
	Técnico Marketing	1	45	1.700
			135	9.645
D. Servicios y experiencia de Cliente	Directora de Servicios y Experiencia de Cliente	1	60	5.678
	Jefe de Atención al cliente y Operativa	1	30	1.743
	Técnico Servicios de Publicidad y Señalización	1	60	2.267
		1	0	0
			150	9.688
Operaciones	Director Operaciones	1	40	4.738
	Director Area D. Técnica	1	20	1.893
	Director Producción de Eventos	1	60	5.678
	Jefe de Producción de Eventos	1	60	3.487
	Técnico Area de Producción	1	75	4.358
	Técnico Area de Producción	1	90	3.400
			345	23.553
D. Asesoría Jurídica	Director Asesoría Jurídica	1	56	6.633
	Jefe Asesoría Jurídica	1	40	2.324
	Técnico Asesoría Jurídica	1	18	665
			114	9.623
D. Compras	Director Compras	1	21	1.987
	Jefe Compras	1	28	1.627
	Jefe Compras	1	28	1.627
	Técnico Compras	1	56	2.331
			133	7.572
D. Económico - Financiera	Director Económico Financiero	1	36	4.264
	Jefe de Control de Gestión	1	36	2.092
	Jefe de Control de Gestión	1	14	814
	Técnico Control de Gestión	1	25	952
			111	8.122
TOTAL RECURSOS HUMANOS			1.433	100.000

CONVENIO PARTICIPACION EN F1
Destination Signage Package by Madrid Turismo

APORTACIONES	2026	% Aportación
COMUNIDAD DE MADRID Consejería de Cultura Turismo y Deporte	1.900.000	42%
MADRID DESTINO	1.900.000	42%
IFEMA MADRID Aportar el paquete de derechos designado Destination Signage Package	700.000	16%
<i>Producción, montaje y desmontaje de las activaciones de marca</i>	600.000	
<i>Prestación servicio personal propio de IFEMA MADRID</i>	100.000	

(03/14.764/26)

