

Dekretuaren bidez bere lehendakaria. Aipatutako legearen 5. artikuluan 7.az ezarritakoa betetzeko, Unión General de Trabajadores/UGT sindikatuak eta Arrantza erakundeek zenbait kide berri izendatu dituzte.

Horren ondorioz, honako hau

XEDATU DUT:

Lebenengo artikulua.— Carlos Trevilla Acebo jauna Consejo Económico y Social Vasco—Euskadiko Ekonomia eta Gizarte Arazoetarako Batzordeko kide titularra izendatzea eta Raul Arza Vélez jauna batzorde horren ordezkari kide izendatzea, Unión General de Trabajadores/UGT sindikatuak Raul Arza Vélez jauna eta Félix Pérez Carrasco jauna hurrenez hurren ordezkatzeko aukeratu baititu.

Bigarren artikulua.— Aurelio Bilbao Barandika jauna Consejo Económico y Social Vasco—Euskadiko Ekonomia eta Gizarte Arazoetarako Batzordeko kide titularra izendatzea eta Miguel Iriondo Arizmendi jauna batzorde horren ordezkari kide izendatzea, Arrantza erakundeek Miguel Iriondo Azurmendi jauna eta Aurelio Bilbao Barandika jauna hurrenez hurren ordezkatzeko aukeratu baititu.

Hirugarren artikulua.— Euskal Herriko Agintaritzaren Aldizkarian argitaratzen den egunetik bertatik aurrera izango du indarra dekretu honek.

Vitoria-Gasteizen, 2002ko ekainaren 26an.

Lehendakaria,

JUAN JOSÉ IBARRETXE MARKUARTU.

Zk-4014

EBAZPENA, 2002ko ekainaren 12koa, Lehendakari-tzaren idazkari nagusiarena, Lehendakari-tzaren idazkariak 2000ko maiatzaren 24an emandako Ebazpena zati batez aldatzen duena. Ebazpen haren bidez, onartu egin zen nola aplikatu behar diren Erakunde Nortasunaren Eskuliburuko zehaztasunak paper-tzan, publizitatean, argitalpenetan, ibilgailuetan eta seinaleetan.

Jaurlaritzaren Kontseiluak, 2002ko ekainaren 11n egindako bilkuran, nortasun-ikur bereki bat onartu zuen Eusko Jaurlaritzaren publizitate-kanpaina eta zabalkunde-jarduera guztietan aplikatzeko. Ikurra mezu bateratzaile edo «ikurritz» bat da —Un país en marcha/Aurrera doan herria— eta Eusko Jaurlaritzaren erakunde-markaren goialdean txertatuko da. Akordio berak dioenez, ikurraren berezitasunak nola aplikatu be-

5, en relación con el 7 de la mencionada Ley, Unión General de Trabajadores/UGT y las Organizaciones Pesqueras han realizado nuevas designaciones,

En virtud de lo cual

DISPONGO:

Artículo 1.— Nombrar a D. Carlos Trevilla Acebo miembro titular y a D. Raul Arza Vélez miembro suplente del Consejo Económico y Social Vasco—Euskadiko Ekonomia eta Gizarte Arazoetarako Batzordea, designados por Unión de Trabajadores/UGT, en sustitución de D. Raul Arza Vélez y D. Félix Pérez Carrasco respectivamente.

Artículo 2.— Nombrar a D. Aurelio Bilbao Barandika miembro titular y a D. Miguel Iriondo Arizmendi miembro suplente del Consejo Económico y Social Vasco—Euskadiko Ekonomia eta Gizarte Arazoetarako Batzordea, designados por las Organizaciones Pesqueras, en sustitución de D. Miguel Iriondo Azurmendi y D. Aurelio Bilbao Barandika respectivamente.

Artículo 3.— El presente Decreto surtirá efectos desde el mismo día de su publicación en el Boletín Oficial del País Vasco.

Dado en Vitoria-Gasteiz, a 26 de junio de 2002.

El Lehendakari,

JUAN JOSÉ IBARRETXE MARKUARTU.

Nº-4014

RESOLUCIÓN de 12 de junio de 2002, del Secretario General de la Presidencia, de modificación parcial de la Resolución de 24 de mayo de 2000, del Secretario de la Presidencia, por la que se aprueban las aplicaciones del Manual de Identidad referidas a los soportes de comunicación de Publicidad, Papelería, Publicaciones, Parque Móvil y Señalética.

El Consejo de Gobierno, en la sesión celebrada el día 11 de junio de 2002, aprobó un signo de identidad específico para su aplicación en todas las campañas publicitarias y actuaciones divulgativas del Gobierno Vasco, consistente en la inclusión del mensaje unificador o «claim»- Un país en marcha/Aurrera doan herria- sobre la Marca Corporativa del Gobierno Vasco. Estableciendo en el mismo Acuerdo que, la aplicación de las

har diren zehazteko, Lehendakartzaren idazkari nagusiak ebazpen bat emango du.

Bestalde, abuztuaren 31ko 318/1999 Dekretuak —Eusko Jaurlaritzaren erakunde-nortasunaren eskuliburu arautzen duenak—, Azken Xedapenetatik lehenengoan, ezartzen du Lehendakartzaren idazkariak zehaztuko duela, ebazpen bidez, nola aplikatu behar diren erakunde-nortasunaren oinarriko zehaztasun eta arauak papertzan, publizitatean, argitalpenetan, ibilgailuetan eta seinaleetan.

Aurreko guztiaren ondorioz,

EBATZI DUT:

Lebenengoa.— Lehendakartzaren idazkariak 2000ko maiatzaren 24an emandako Ebazpena zati batez aldatzea. Ebazpen haren bidez, onartu egin zen nola aplikatu behar diren Erakunde Nortasunaren Eskuliburuko zehaztasunak papertzan, publizitatean, argitalpenetan, ibilgailuetan eta seinaleetan.

Bigarrena.— Eskuliburuaren publizitate-euskarrian mezu bateratzaile edo «ikurritz» bat txertatzea —Un país en marcha/Aurrera doan herria—, eranskinean zehaztu bezala.

Hirugarrena.— Ebazpen honek ondorioak sortuko ditu Euskal Herriko Agintaritzaren Aldizkarian argitaratzen den egunaren biharamunetik aurrera.

Vitoria-Gasteiz, 2002ko ekainaren 12a.

Lehendakartzaren idazkari nagusia,
JESÚS PEÑA MARTINEZ.

especificaciones al soporte de Publicidad, se determinará por Resolución del Secretario General de la Presidencia.

Por otro lado, el Decreto 318/1999, de 31 de agosto, por el que se regula el Manual de Identidad Corporativa del Gobierno Vasco en su Disposición Final Primera establece que la aplicación de las especificaciones y normas básicas de identidad corporativa a los diferentes soportes de comunicación, en particular en Papejería, Publicidad, Publicaciones, Parque Móvil y Señalética, se determinará por Resolución del Secretario de la Presidencia

Por todo lo anterior,

RESUELVO:

Primero.— Modificar parcialmente la Resolución de 24 de mayo de 2000, del Secretario de la Presidencia, por la que se aprueban las aplicaciones del Manual de Identidad referidas a los soportes de comunicación de Publicidad, Papelería, Publicaciones, Parque Móvil y Señalética.

Segundo.— Incluir en el soporte de Publicidad del referido Manual, el mensaje unificador o «claim»—Un país en marcha/Aurrera doan herria—, en los términos establecidos en el Anexo.

Tercero.— La presente Resolución surtirá efectos, a partir del día siguiente al de su publicación en el Boletín Oficial del País Vasco.

En Vitoria-Gasteiz, a 12 de junio de 2002.

El Secretario General de la Presidencia,
JESÚS PEÑA MARTINEZ.

Eusko Jaurlaritzaren ikurritza aplikatzeko arauak

Normas de aplicación del claim del Gobierno Vasco

aurrera doan **herria**

un país *en marcha*

EUSKO JAURLARITZA



GOBIERNO VASCO

Eskuliburu honen helburuak

Jaurlaritzaren Kontseiluaren akordio baten bidez, ikurritz berri bat sartzea onartu zen, eta horregatik, egoki iritzi zitzaien ikurritza aplikatzeko jarraibideen eskuliburua argitaratzeari.

Eta horixe da dokumentuaren helburua, alegia, batetik, aurreko Erakunde Nortasunaren Eskuliburua osoago jartzea eta, bestetik, ikurritza Eusko Jaurlaritzaren markari aplikatzeko arauak zehaztea.

Hona hemen zergatik aurkezten dugun ikurritz hau Eusko Jaurlaritzaren Erakunde Nortasunaren Eskuliburuaren eranskin gisa:

1. Bere indarraldiak ez du bidezko egiten eskuliburu orokorrean sartzea, orokorrak izaera iraunkorra baitu.
2. Ikurritzek, normalean, indarraldi txikiagoak dituzte.
3. Eusko Jaurlaritzaren irudiaren bilakaera garrantzitsua da, eta, hortaz, bere filosofiaren eta aplikazioaren azalpenak zehatz-zehatza behar du izan.

Objetivos de este manual

Tras la adopción por parte del Consejo de Gobierno del Acuerdo que aprobaba la inclusión de un nuevo claim se vió la necesidad de plasmar en un manual sus instrucciones de aplicación.

Este es el objetivo del presente documento, complementar el Manual de Identidad Corporativa anterior y definir unívocamente las normas de aplicación del claim sobre la Marca del Gobierno Vasco.

Los motivos por los que presentamos este claim como anexo al manual de identidad corporativa del Gobierno Vasco son:

1. Su plazo de vigencia no aconseja incluirlo en el manual general, documento redactado con vocación de permanencia.
2. Los claims normalmente tienen una vigencia menor.
3. Se trata de una evolución importante de la imagen del Gobierno Vasco: merece, pues, una explicación pormenorizada de su filosofía y sobre todo de su aplicación.

I. Kapituloa

Capítulo I

Aurkibidea

1.1. AURRETIAZ, KONTZEPTUA: "IKURRITZA"	3 or.
1.2. ZERGATIK SARTU IKURRITZ BAT?.....	4 or.
1.3. IKURRITZA.....	5 or.
1.4. IKURRITZAREN ERAIKUNTZA GRAFIKOA.....	6 or.
1.5. BESTE MARKA BATZUEKIN BATERA.....	16 or.
2.1. APLIKAZIO INPRIMATUAK.....	22 or.
3.1. IKUS-ENTZUNEZKO APLIKAZIOAK.....	30 or.

Indice

1.1. CONCEPTO PREVIO: "CLAIM"	pág. 3
1.2. ¿POR QUÉ INCLUIR UN CLAIM?.....	pág. 4
1.3. EL CLAIM.....	pág. 5
1.4. CONSTRUCCIÓN GRÁFICA DEL CLAIM.....	pág. 6
1.5. CONVIVENCIA CON OTRAS MARCAS.....	pág. 16
2.1. APLICACIONES IMPRESAS.....	pág. 22
3.1. APLICACIONES AUDIOVISUALES.....	pág. 30

1.1. Aurretiaz, kontzeptua: “ikurritza”

Zer da ikurritza? > Komunikazioari dagokionez, “ikurritza” esaldi labur bat da, eta erabiltzen da erakunde, konpainia edo marka baten filosofia, jarrera edo gizarte-eginkizuna laburtzeko.

Ikurritza, normalean, marka baten logotipoarekin batera doa publizitate-komunikazioetan, eta itxiera gisa balio du.

Helburuak > Honen guztiaren xedea da behar diren baldintza teknikoak biltzea, ikurritzak koherentzia izan dezan beti komunikazio horien barruan.

Eskuliburu honetan, batez ere ikurritza publizitatean erabiltzeko moduz jardungo dugu.

1.1 Concepto previo: “claim”

¿Qué es un claim? > En términos de comunicación, se emplea “claim”, para designar a una frase corta que resume la filosofía, el posicionamiento o la misión social de una organización, compañía o marca.

El claim normalmente acompaña al logotipo de una marca a modo de cierre en las comunicaciones publicitarias.

Objetivos > Tratamos de recoger los requisitos técnicos necesarios para que dicho claim mantenga siempre una coherencia dentro de dichas comunicaciones.

Hablaremos en este manual sobre todo del empleo en publicidad de dicho claim.

1.2 Zergatik sartu ikurritz bat?

Koherentziari eusteak eraginkortasuna dakar publizitatean > Izan ere, kanpaina guztiez baliatu beharra dago, ezinbestekoa da, publizitatearen jaulkitzailearen ahalik eta irudi argiena ezagutarazi eta finkatzeko. Hori lortzeko, kode grafiko bati lotu behar zaio beti, komunikazio bakoitzaren izenpetzailea zalantzarik gabe Eusko Jaurlaritza dela adierazteko.

Itxiera bera erabiliz, irudia are finkoago geratzen da komunikazio guztietan -batez ere publizitatekoetan-. Horrek lagundu egingo digu Eusko Jaurlaritzaren proiektuei nabaritasun handiagoa ematen Jaurlaritzaren sail eta erakundeen bidez.

Ikurritza homogeneizatuta, ahaleginak bateratzen dira > Ikurritza sartzeak ez die indarrik kentzen sektoreetako mezuei. Eta bera egiteko, nahikoa ideia erakargarria hartu da aintzat, non sailetako ekimen guztiek sartzea izango baitute.

Ikurritza sartzean bilatu nahi izan den eragina da proiektu guztiak Eusko Jaurlaritzaren proiektu orokorraren laguntzaz indartzea.

Azken batean, ikurritza sartzea sinadura bat jartzea da, berme bat.

Ikurritza zuzen aplikatzearen ardura Publizitatearen Sailarteko Batzordearena da, eta sailetako prentsa-arduradunek osatzen dute batzorde hori.

1.2 ¿Por qué incluir un claim?

Mantener una coherencia supone eficacia publicitaria > Porque es imprescindible aprovechar todas las campañas para asentar una imagen lo más nítida posible del emisor de la publicidad. Esto se consigue respetando un código gráfico que identifique inequívocamente al firmante de cada comunicación como Gobierno Vasco.

Esta afianzación de la imagen se refuerza además al utilizar un cierre común en todas las comunicaciones, sobre todo las publicitarias. Esto nos ayudará a conseguir mayor notoriedad para los proyectos del Gobierno Vasco a través de sus distintos departamentos y organismos.

Homogeneizar el claim aúna esfuerzos > La inclusión de un claim no resta potencia a los mensajes sectoriales. Precisamente en su formulación, se ha pensado en una idea lo suficientemente atractiva como para que tengan cabida todas las iniciativas departamentales.

El efecto buscado con la inclusión del claim, es que todos los proyectos se vean reforzados por el proyecto general del Gobierno Vasco.

En definitiva, la inclusión de este claim es una firma, una garantía.

La correcta aplicación del claim será supervisada por la Comisión Interdepartamental de Publicidad integrada por los Responsables de Prensa de cada Departamento.

1.3 Ikurritza

Eusko Jaurlaritzaren posizionamenduak ezaugarri positiboak ditu oinarri. Sektoreetako komunikazio guztiak izenpetzeko moduko posizionamendua > Asmoa da Eusko Jaurlaritzaren oinarritzko eginkizuna -kudeaketa- indartzea. Baina, gizarte osoarentzat eginez eta kontzeptu bateratzailea indartuz.

Aldi berean, herritar guztiak bultzatzen ditu gure herrian dugun aniztasuna defendatzera. Eta hori guztia, baikortasunaren ikuspegitik, gizarteak oro har eskatzen duen bezala.

Ikurritz berriak proiektu estrategikoen komunikazio-ahaleginak katalizatzen ditu > Gure ikurritzak aurrerabidea, garapena eta parte-hartzea islatzen ditu. Azken batean, Eusko Jaurlaritzaren ekimenei elkartu beharreko kontzeptuen batura da.

***aurrera doan
herria***

1.3 El claim

El posicionamiento del Gobierno Vasco está basado en atributos positivos. Un posicionamiento que pueda firmar todas las comunicaciones sectoriales > Se pretende reforzar la función básica del Gobierno Vasco, gestionar. Pero haciéndolo para toda la sociedad vasca y reforzando el concepto integrador.

Pero a la vez, también motiva a cada ciudadano/a a ser defensor de la diversidad y pluralidad existente en nuestro país. Todo ello desde un prisma de optimismo, como demanda de la sociedad en general.

El nuevo claim cataliza los esfuerzos de comunicación de los proyectos estratégicos > Nuestro claim denota progreso, desarrollo y participación. Una suma de conceptos que asociar a las iniciativas del Gobierno Vasco.

***un país
en marcha***

1.4 Ikurritzaren eraikuntza grafikoa

Ondoren, ikurritza nola eraiki behar den zehaztuko dugu, erakunde-koloreak nahiz tipografiak adierazita. Hemen azaltzen diren jarraibideak bete beharrekoak izango dira beti.

1.4.1. Markaren agermoldeak > Ikurritza “erdikoa” eta “etzana” deritzen agermoldeei baino ez zaie aplikatuko, ondoren zehazten den moduan.

Formatu txikiak direnean, “erdikoa” bertsioa da gomendatzen dena.

1.4 Construcción gráfica del claim

A continuación detallaremos la construcción del claim con sus correspondientes tipografías y colores corporativos. Se respetarán siempre las indicaciones aquí expuestas.

1.4.1. Configuraciones de la marca > El claim se aplicará solamente a las disposiciones centrada y horizontal de la marca, tal y como se indica a continuación.

Se recomienda la versión centrada en el caso de formatos pequeños.

1.4.1. Markaren agermoldeak

1.4.1. Configuraciones de la marca

Marka "etzana", elebakarra

Koloreetakoa

Marka "Horizontal" monolingüe

Color



Marka "etzana", elebiduna

Koloreetakoa

Marka "Horizontal" bilingüe

Color



"Erdiko" marka, elebakarra

Koloreetakoa

Marka "Centrada" monolingüe

Color



1.4. Ikurritzaren eraikuntza grafikoa

1.4. Construcción gráfica del claim

1.4.2. Hizkuntzen araberako bertsioak >

Gure proposamena da ikurritzaren enuntziatu bakarra erabiltzea (euskara edo gaztelania), betiere publizitate-euskarri bakoitzaren hizkuntzan jarrita. Gogora dezagun, bada, jatorrizko euskarriaren amaiera baino ez dugula kontzeptua txertatzeko, eta eraginkorragoa dela kontzeptu bakar batean indar guztiak biltzea.

Badakigu, jakin, elebitasunezko egoera batetik abiatzen garela komunikazio guztietan. Horregatik, ikurritzaren formulazio elebiduna ere prestatu dugu, Jaurilaritzaren logoaren ondoan jarriko dena. Aukera hori, gure ustez, behar den kasuetan baino ez litzateke erabili beharko.

1.4.2. Versiones Idiomáticas > Nuestra propuesta aboga por utilizar un único enunciado del claim (Euskara y Castellano) de acuerdo a la lengua de cada original publicitario. Recordemos que sólo disponemos del cierre de cada original para asentar el concepto y es más efectivo concentrar la fuerza en un único concepto.

Sabemos que partimos de una situación de bilingüismo, en todas las comunicaciones; por ello, también hemos desarrollado una formulación bilingüe del claim junto al logo del Gobierno que, en nuestra opinión, sólo debería utilizarse en los casos que lo requieran.

1.4.2. Hizkuntzen arabeko bertsioak

1.4.2. Versiones idiomáticas

Marka "etzana", elebakarra

Marka "Horizontal" monolingüe



"Erdiko" marka, elebakarra

Marka "Centrada" monolingüe

Marka "etzana", elebiduna
Kasu berezietarakoMarka "Horizontal" bilingüe
Para casos excepcionales

1.4. Ikurritzaren eraikuntza grafikoa

1.4. Construcción Gráfica del Claim

1.4.3. Nola erabili koloreak > Ikurritza daraman marka koloreekin edo kolore bakararekin inprimatuko da, dagokion erabilera eta euskarriaren arabera. Orain arte bezala, ezin da erabili markaren armariaren garaiera 8 mm baino txikiagokoa denetan.

1.4.4. Nola erabili kolore bakarra > Kolore bakarraz ari garenean, edozein kolore har daiteke. Batez ere Pantone 301C edo beltza erabiliko da.

Ikurritzean, "aurrera doan" (euskara) eta "en marcha" (gaztelania) zatiak kolore bakarreko bertsioetako kolorearen %70ekoak izango dira.

1.4.3. Utilización en color > La marca con el claim se utilizará en color o monocolor según el uso y soporte que corresponda. Se mantiene la imposibilidad de utilización en aplicaciones en las que el escudo de la marca sea inferior a 8 mm de altura.

1.4.4. Utilización en monocolor > Como monocolor se entiende cualquier color. Se usará preferentemente el Pantone 301C o el negro.

La parte del claim "aurrera doan" (euskera) y "en marcha" (en castellano) será de un 70% del color seleccionado en las versiones monocromáticas.

1.4.3/4. Nola erabili koloreak eta kolore bakarra

1.4.3/4. Utilización en color y monocolor

Marka "etzana", elebakarra
Koloreetakoa

Marca "Horizontal" monolingüe
Color

un país *en marcha*

EUSKO JAURLARITZA



GOBIERNO VASCO

GARRAIO ETA
HERRI LAN SAILA

DEPARTAMENTO DE
TRANSPORTES Y OBRAS PUBLICAS

Marka "etzana", elebakarra
Kolore bakarrekoa

Marca "Horizontal" monolingüe
Monocolor

un país *en marcha*

EUSKO JAURLARITZA



GOBIERNO VASCO

GARRAIO ETA
HERRI LAN SAILA

DEPARTAMENTO DE
TRANSPORTES Y OBRAS PUBLICAS

un país *en marcha*

EUSKO JAURLARITZA



GOBIERNO VASCO

GARRAIO ETA
HERRI LAN SAILA

DEPARTAMENTO DE
TRANSPORTES Y OBRAS PUBLICAS

un país *en marcha*

EUSKO JAURLARITZA



GOBIERNO VASCO

GARRAIO ETA
HERRI LAN SAILA

DEPARTAMENTO DE
TRANSPORTES Y OBRAS PUBLICAS

1.4. Ikurritzaren eraikuntza grafikoa

1.4. Construcción gráfica del claim

1.4.6. Ikurritzaren koloreak > Markari dagozkion koloreak aplikatuko dira, bai eta ikurritzari berari emandakoak ere, ondoren zehaztu bezala.

1.4.6. Colores del claim > Se aplicarán los colores propios de la marca, así como los asignados al propio claim, tal como a continuación se indica.

1.4.6. Ikurritzaren koloreak

1.4.6. Colores del claim

Ikurritzerako zehaztapenak
Koloreetakoa

Indicaciones claim
Color

aurrera doan **herria**

un país *en marcha*

CUATRICROMIA
100% cyan
50% magenta
40% negro

PANTONE 301 C
PANTONE 301 U



C = Paper **distiratsuan** inprimatzeko kolorea
U = Paper **distiragabea** inprimatzeko kolorea

CUATRICROMIA
100% cyan
100% amarillo

PANTONE 347 C
PANTONE 355 U



C = Color para impresión sobre papel **brillo**
U = Color para impresión sobre papel **mate**

Ikurritzerako zehaztapenak
Kolore bakarrekoa

Indicaciones claim
Monocolor

aurrera doan **herria**

un país *en marcha*

CUATRICROMIA
100% cyan
50% magenta
40% negro

PANTONE 301 C
PANTONE 301 U



CUATRICROMIA
70% cyan
35% magenta
28% negro

70% PANTONE 301 C
70% PANTONE 301 U



aurrera doan **herria**

un país *en marcha*

CUATRICROMIA
100% negro

NEGRO



C = Paper **distiratsuan** inprimatzeko kolorea
U = Paper **distiragabea** inprimatzeko kolorea

CUATRICROMIA
70% negro

PANTONE 418 C
PANTONE 418 U



C = Color para impresión sobre papel **brillo**
U = Color para impresión sobre papel **mate**

1.4. Ikurritzaren eraikuntza grafikoa

1.4. Construcción gráfica del claim

1.4.7. Ikurritzaren tipografia > Ikurritzari Akzident Grotesk tipografia aplikatuko zaio, ondoren adierazten diren aldaeren arabera.

1.4.7. Tipografía del claim > Se aplicarán al claim la tipografía Akzident Grotesk en sus diferentes variantes según se indica.

1.4.7 Ikurritzaren tipografia

1.4.7 Tipografía del Claim

aurrera doan **herria** **un país** *en marcha*

Akzidenz Grotesk Bold Cursiva
Akzidenz Grotesk Bold

Akzidenz Grotesk Bold
Akzidenz Grotesk Bold Cursiva

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

Akzidenz Grotesk Bold Cursiva

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

Akzidenz Grotesk Bold Cursiva

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

Akzidenz Grotesk Bold

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

Akzidenz Grotesk Bold

1.5. Beste marka batzuekin batera

Komunikazioa izenpetzen duenaren arabera erabakiko dugu ikurritza sartu ala ez. Kontuan hartuko dira komunikazioa izenpetu dutenen garrantzia, batez ere protagonismo elkarbanatua den kasuetan. Hala ere, beti zehaztuko da zein den komunikazio bakoitzaren erantzule nagusia.

1.5 Convivencia con otras marcas

Decidiremos la inclusión del claim, en función de quién firme la comunicación. Se tendrán en cuenta la importancia de los firmantes de la comunicación, sobre todo en casos de protagonismo compartido, pero siempre se delimitará el responsable último de cada comunicación.

Ikurritza zein kasutan EZ DEN agertzen markaren ondoan:

Ondoko kasuetan, **ikurritza EZ DA sartuko**. Horrelakoetan, eskuliburu orokorraren arabera aplikatuko da Eusko Jaurlaritzaren marka, eta, **beraz, "alboko" marka erabili ahal izango da**.

Hona hemen kasuak:

1. Enpresa pribatu baten markaren ondoan agertzen denean, eta **komunikazioan nagusi dena enpresa bada, ikurritza EZ DA sartuko** Eusko Jaurlaritzaren markan.

- Halaber, marka beste marka batzuen segidarekin batera agertzen denean, ezin da ikurritza sartu.

- Eusko Jaurlaritzaren markaren agerpena bigarren mailakoa edo testigantza hutsa denean ere, ez da aplikatuko.

2. Eusko Jaurlaritzaren marka eta enpresa pribatu batena **maila berean** agertzen direnean ere, ikurritza ez da sartuko.

3. Iragarki ofizialetan eta barne-komunikazioetan, baldin eta, duten informazio-izaeragatik edo eguneroko zerbait izateagatik, markari inolako baliorik eranstean ez badiote.

4. Kanpo-seinaleetan, adibidez, hirietako proiektuen karteletan, baldin eta beren helburua informatzea bada (aurrekontua, datak, deskribapena).

Proiektuak nabaritasun handia duenean eta ikurritzaren filosofiarekin bat egiten duenean, sar daiteke ikurritza komunikazio-euskarri horretan.

5. Papertza ofizialean (txartel, gutun, karpeta eta abarretan).

6. Argitalpenetan, salbu eta beren izaera estrategikoa dela eta gomendagarria den kasuetan.

Casos en los que NO aparece el claim junto a la marca:

En los siguientes casos **NO se incluirá el claim**. Por ello la marca del Gobierno Vasco se aplica según el Manual genérico, y **se admite por tanto el uso de la versión lateral de la Marca**.

Los casos son:

1. Cuando aparezca junto a la marca de una empresa privada y sea **ésta última la que predomine en la comunicación NO se incluirá el claim** en la Marca del Gobierno Vasco.

- Tampoco se permite su inclusión cuando la marca aparezca junto a una enumeración de otras marcas.

- Cuando la presencia de la marca del Gobierno Vasco sea secundaria o simplemente testimonial tampoco se aplicará.

2. Cuando la marca del Gobierno Vasco conviva **al mismo nivel** que la marca de una empresa privada tampoco se incluirá el claim.

3. En anuncios oficiales y comunicaciones internas que, por su carácter meramente informativo y cotidiano, no aporten ningún valor a la marca.

4. En señalizaciones externas tales como cartelería de proyectos urbanos cuya única función sea la informativa (presupuesto, fechas, descripción).

Sólo cuando el proyecto sea de una notoriedad considerable y sea consecuente con la filosofía del claim puede ser valorada su inclusión en este tipo de comunicación.

5. En la papelería oficial (tarjetas, cartas, carpetas, etc...).

6. En las publicaciones, excepto en aquellos casos en los que su carácter estratégico así lo aconseje.

**Ikurritza zein kasutan agertzen DEN
markaren ondoan eta nola aplikatu:**

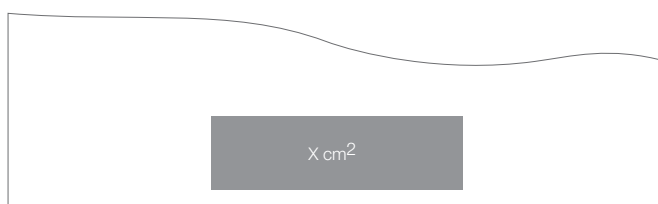
1.5.1. Eusko Jauriaritza bakarrik > Izenpetzaile bakarra Eusko Jauriaritza denean, ikurritza jarri beharko da beti, ezarritakoaren arabera.

**Casos en los que SÍ aparece el claim
junto a la marca y aplicaciones:**

1.5.1. Sólo el Gobierno Vasco > Cuando el único firmante sea el Gobierno Vasco, siempre se aplicará el claim según lo establecido.

Elkarrekiko tamainak

Relación de proporciones



Adibidea

Ejemplo



Ikurritza zein kasutan agertzen DEN markaren ondoan eta nola aplikatu:

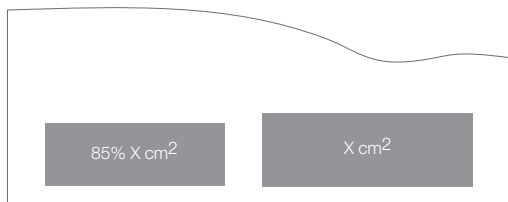
Casos en los que Sí aparece el claim junto a la marca y aplicaciones:

1.5.2. Eusko Jaurlaritza eta harekin zerikusia duten erakundeak > Jaurlaritzaren markarekin batera herri-baltzuen (SPRI adibidez) edo erakunde autonomiadunen (Emakunde adibidez) markak edo Eusko Jaurlaritzaren bestelako ekimenak (Euskadi Informazio Gizartean) agertzen direnean, **ikurritza azalduko da beti Eusko Jaurlaritzaren markarekin batera, erakundearen markaren %85eko proportzioan.**

1.5.2. El Gobierno Vasco y entidades relacionadas > Cuando conviva la Marca con las de sociedades públicas (Ej. Sprri), organismos autónomos (Ej. Emakunde) y otras iniciativas del Gobierno Vasco (Ej. Euskadi en la Sociedad de la Información) **siempre aparecerá la marca del Gobierno Vasco con el claim, en una proporción del 85% de la marca de la entidad.**

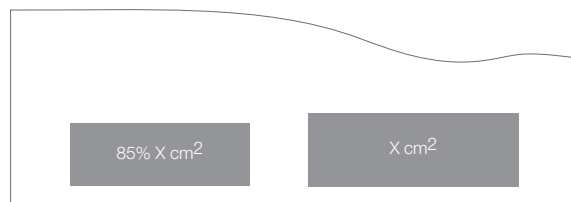
Elkarrekiko tamainak

Relación de proporciones



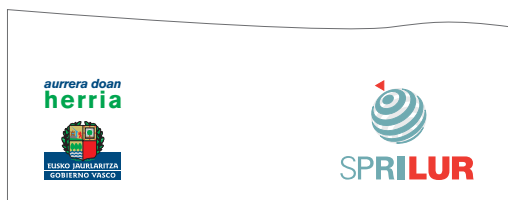
Elkarrekiko tamainak

Relación de proporciones



1. adibidea

Ejemplo 1



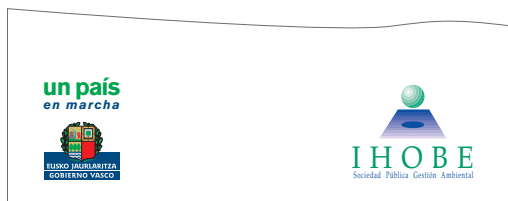
2. adibidea

Ejemplo 2



3. adibidea

Ejemplo 3



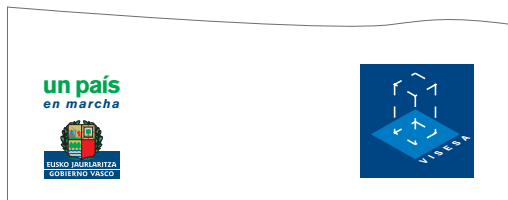
4. adibidea

Ejemplo 4



5. adibidea

Ejemplo 5



6. adibidea

Ejemplo 6



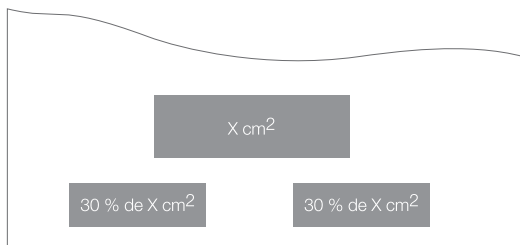
Ikurritza zein kasutan agertzen DEN markaren ondoan eta nola aplikatu:

1.5.3. Eusko Jaurlaritzaren eta beste instituzio batzuk edo enpresa pribatuak >

A) Eusko Jaurlaritzaren parte-hartzea nagusia denean: Kasu honetan, Eusko Jaurlaritzak darama komunikazioaren pisua, bera baita parte-hartze edo dena delako handiena duena. **marka eta ikurritza, horrelakoetan, handi joango dira.**

Elkarrekiko tamainak

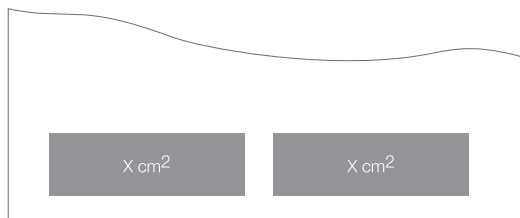
Relación de proporciones



B) Marka biek maila bera dutenean, **Ez da ikurritza sartuko**, eta markaren ohiko erabilera zainduko da. Marka biak neurri berekoak izango dira.

Elkarrekiko tamainak

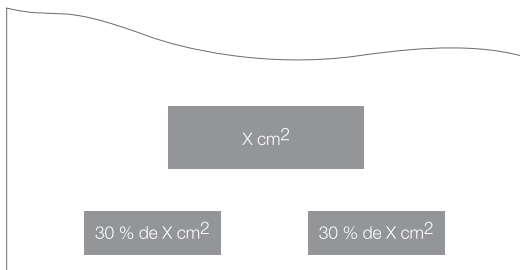
Relación de proporciones



C) Enpresaren parte-hartzea Eusko Jaurlaritzarena baino handiagoa denean: Eusko Jaurlaritzaren markaren agerpena bigarren mailakoa edo testigantza hutsekoa bada edo marken sorta baten barruan azaltzen bada, eskuliburu orokorrean adierazten den moduan aplikatuko da, eta **ez da ikurritzik sartuko**, ez baita behar bezala identifikatuko.

Elkarrekiko tamainak

Relación de proporciones



Oharra: Kasu honetan, arau orokorra aplikatuko da. Hala ere, gomendatzen duguna da gure markarekin batera agertzen den enpresaren erakunde-eskuliburuak errespetatzea. Horrelakoetan, aztertu eta garatuko da aplikazio zehatza.

Casos en los que SÍ aparece el claim junto a la marca y aplicaciones:

1.5.3. El Gobierno Vasco y otras instituciones y empresas privadas >

A) Cuando predomina el Gobierno Vasco: En este caso el peso de la comunicación lo lleva el Gobierno Vasco por su mayor participación o por cualquier otro motivo. **Se aplicará la marca con el claim en mayor tamaño.**

Adibidea

Ejemplo



B) Cuando las dos marcas comparten el mismo nivel. **No se incluirá el claim** y se respetará la aplicación habitual de la marca, manteniendo ambas marcas en las mismas proporciones.

Adibidea

Ejemplo



C) Predomina la empresa sobre el Gobierno Vasco: En el caso en el que la presencia de la marca del Gobierno Vasco sea secundaria, testimonial o aparezca entre una enumeración de Marcas se aplicará como se indica en el Manual genérico y **no se incluirá el claim**, al no poder asegurar su correcta identificación.

Adibidea

Ejemplo



Nota: En este caso se plantea una norma general a aplicar. Sin embargo recomendamos respetar los manuales corporativos de la empresa con la que conviva nuestra marca. En estos casos se estudiará y desarrollará la aplicación concreta.

II. Kapituloa

Capítulo II

2.1 Aplikazio inprimatuak

Ondoren zehazten da nola aplikatu behar den marka -ikurritza eta guzti- zenbait euskarritan. Azpimarratzekoa da markaren ohiko aplikaziotik oraingo honetara dagoen aldaketa bakarra babes-tartea dela, handitu egiten baita proposatutako ikurritza sartzeko.

Hemen, markaren neurriek eta komunikazio-euskarriaren tamainak beren artean izan behar duten proportziozko erlazioa ezartzen dugu. Ondoren azalduko ditugun kasuetan aplikatuko da erlazio hori. Bestelako formatuetarako erabili beharreko erlazioa, berriz, kasu bakoitzean aztertuko da, eta, horrelakoetan, ahal dela, adibide zehatz hauetan adierazitako proportzionalitateari eutsiko zaio.

Markaren agermoldeak > Zaindu egingo dira markarako hemen azalduko alde ukiezin berriak.

Oharra: Adibideak lehenengo kasurako baino ez dira, alegia, Eusko Jaurlaritzak berak bakarrik sinatzen duenerako.

Ondorengo euskarrietan:

- 2.1.1. Egunkariak eta aldizkariak
- 2.1.2. Foiletoak eta aparteko orri gehigarriak
- 2.1.3. Kartelak
- 2.1.4. Kaleko publizitatea
- 2.1.5. Azokak eta erakusketak
- 2.1.6. Aldi baterako seinaleak
- 2.1.7. Jendaurreko ekitaldiak

2.1 Aplicaciones impresas

A continuación se detalla la aplicación concreta de la marca con el claim en diversos soportes. A destacar que lo único que varía sobre la aplicación habitual de la marca es el espacio de protección, que aumenta para alojar el claim propuesto.

Establecemos una relación proporcional entre las dimensiones de la Marca y el tamaño del soporte de la comunicación. Esta relación se aplicará en los casos que a continuación explicamos. En otros formatos diferentes se estudiará la relación a aplicar manteniendo, en lo posible, la proporcionalidad de estos ejemplos concretos.

Configuraciones de la marca > Se respetarán las nuevas zonas de protección de marca aquí expuestas.

Nota: Los ejemplos están desarrollados para el primer caso únicamente, cuando el Gobierno Vasco firma en solitario.

En los siguientes soportes:

- 2.1.1. Prensa y revistas
- 2.1.2. Folletos y encartes
- 2.1.3. Carteles
- 2.1.4. Publicidad exterior
- 2.1.5. Ferias y exposiciones
- 2.1.6. Señalización temporal
- 2.1.7. Actos de relaciones públicas

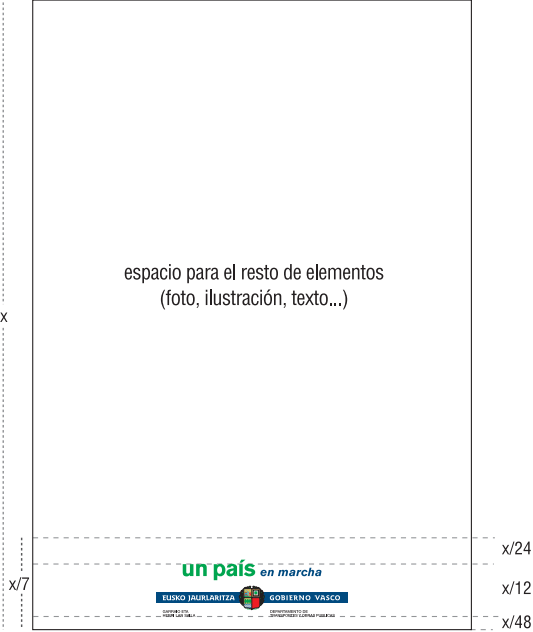
2.1.1. Egunkariak eta aldizkariak

2.1.1. Prensa y revistas

1. adibidea: Egunkariko ORRIALDEA
(255x366 mm)
Marken alde ukiezinak



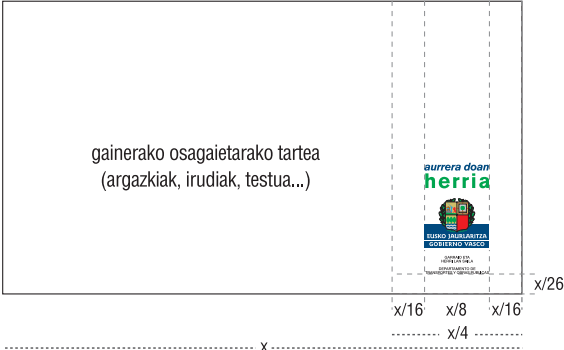
Ejemplo 1: Prensa Página
(255x366 mm.)
Zonas de protección de marcas



2. adibidea: Egunkariko BEHE-HEGALA
(255x144 mm)
Marken alde ukiezinak



Ejemplo 2: Prensa FALDÓN
(255x144 mm.)
Zonas de protección de marcas



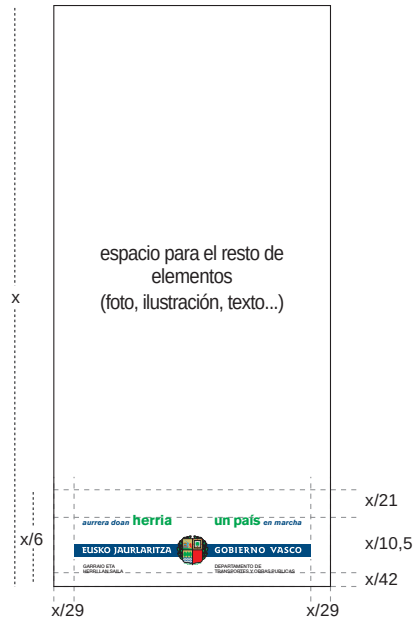
2.1.2. Foiletoak eta aparteko orri gehigarriak

2.1.2. Folletos y encartes

1. adibidea: Foiletoa (azala: 100x210 mm)
Marken alde ukiezinak



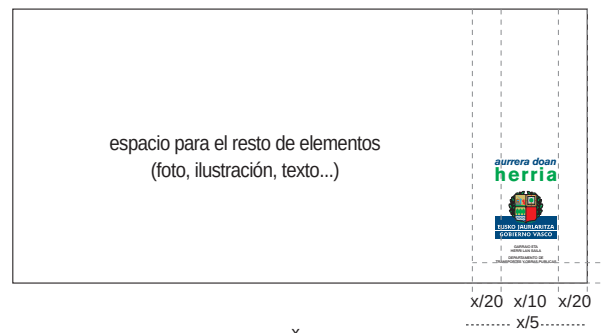
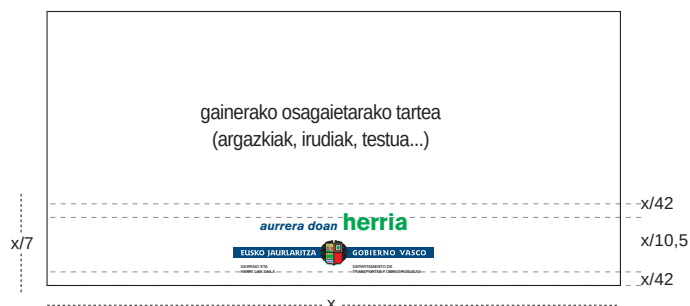
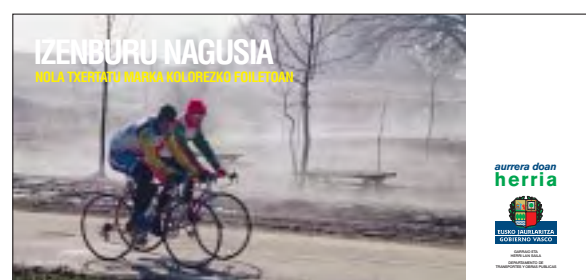
Ejemplo 1: Folleto (Portada: 100x210 mm.)
Zonas de protección de marcas



2. adibidea: Foileto etzanak
(azala: 100x210 mm)
Marken alde ukiezinak



Ejemplo 2: Folleto apaisado
(Portada: 100x210 mm.)
Zonas de protección de marcas



2.1.3. Kartelak

2.1.3. Carteles

1. adibidea: Kartela (500x700 mm)
Marken alde ukiezinak



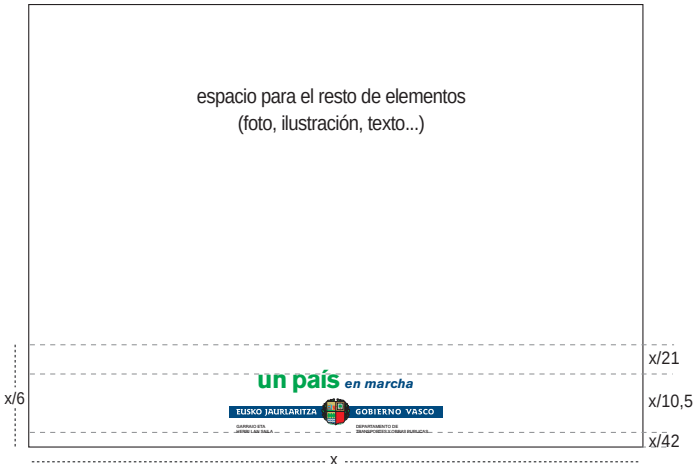
Ejemplo 1: Cartel (500x700 mm.)
Zonas de protección de marcas



2. adibidea: Kartela (700x500 mm)
Marken alde ukiezinak



Ejemplo 2: Cartel (700x500 mm.)
Zonas de protección de marcas



2.1.4. Kaleko publizitatea

2.1.4. Publicidad exterior

1. adibidea: 3x4 kale-hormirudia
Marken alde ukiezinak

Ejemplo 1: Valla 3x4
Zonas de protección de marcas



2. adibidea: 3x8 kale-hormirudia
Marken alde ukiezinak

Ejemplo 2: valla 3x8
Zonas de protección de marcas

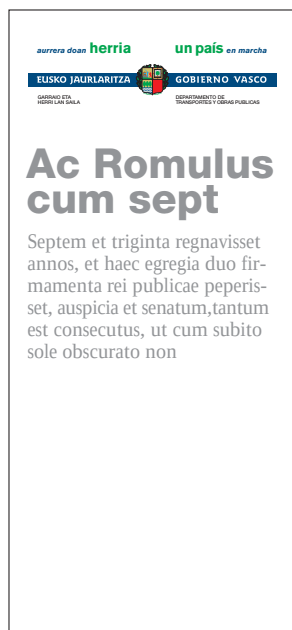


2.1.5. Azokak eta erakusketak

2.1.5. Ferias y exposiciones
2.1.6. Señalización temporal

Aurkezpen-hormirudiak

Marken alde ukiezinak



Aldi baterako seinaleak

Marken alde ukiezinak

Señalización temporal

Zonas de protección de marcas

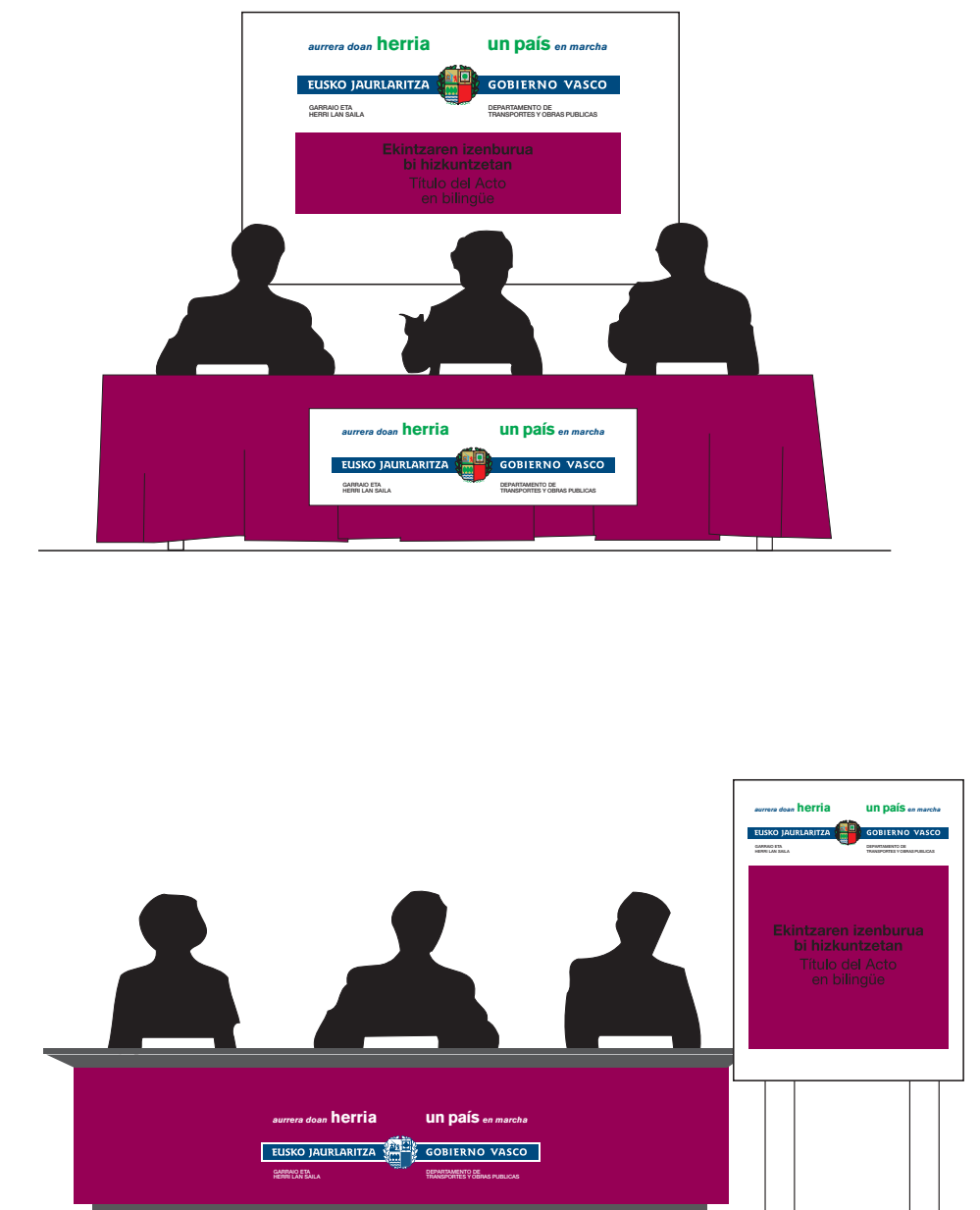


2.1.7. Jendaurreko ekitaldiak

2.1.7. Actos de relaciones públicas

Nola kokatu hormirudiak, TBn eta argazkietan ahalik eta probetxurik handiena lortzeko.

Ejemplos de colocación para un óptimo aprovechamiento en encuadres de TV y fotos.



III. Kapituloa

Capítulo III

3.1. Ikus-entzunezko aplikazioak

3.1.1. TELEBISTA > Arau orokor gisa, Eusko Jaurlaritzaren marka daramaten iragarki guztiek kartela zehatz batekin amaitu behar dute: marka eta ikur-hitza atzeko plano zuriaren gainean jarrita.

Formatuak: Iragarkiaren iraupenaren arabera, kartelak honako formatu hauek izango ditu:

- 45" edo gehiago: Amaierako kartelak gutxienez 5" iraungo du. Eusko Jaurlaritzaren marka eta ikur-hitza atzeko plano zuriaren gainean agertuko dira inprimaturik, eta esaldiari ahotsa jarriko zaio.
- 30": Amaierako kartelak gutxienez 3" iraungo du. Eusko Jaurlaritzaren marka eta ikur-hitza atzeko plano zuriaren gainean agertuko dira inprimaturik, eta esaldiari ahotsa jarriko zaio.
- 30" baino gutxiago: Amaierako kartelak gutxienez 2" iraungo du. Eusko Jaurlaritzaren marka eta ikur-hitza atzeko plano zuriaren gainean agertuko dira inprimaturik. Esaldiari ez zaio ahotsik jarriko, kartelaren iraupena laburra da eta.

3.1.2. IRRATIA > Irratiko iragarki guztiek 4"ko amaiera-esakune bat izango dute, eta bertan "Eusko Jaurlaritza. Aurrera doan herria" esango da. Hizkuntza bakoitzak bere amaiera-esakunea du.

3.1. Aplicaciones audiovisuales

3.1.1. TELEVISIÓN > Como norma general, todos los spots que incluyan la marca del Gobierno Vasco deberán finalizar con una cartela en la que aparecerán marca y claim sobre fondo blanco.

Formatos: Según la duración del spot, la cartela presentará los siguientes formatos:

- 45" o más: La cartela final durará un mínimo de 5". Sobre el fondo blanco se superimpondrá la marca del Gobierno Vasco y el claim, junto a su locución correspondiente.
- 30": La cartela final durará un mínimo de 3". Sobre el fondo blanco se superimpondrá la marca del Gobierno Vasco y el claim, junto a su locución correspondiente.
- Menos de 30": La cartela final durará un mínimo de 2". Sobre el fondo blanco se superimpondrá la marca del Gobierno Vasco y el claim. No hay locución, debido a la corta duración de la cartela.

3.1.2. RADIO > Todas las cuñas incorporarán una cola final de 4" con la locución "Gobierno Vasco, un país en marcha". Existe una cola para cada idioma.

3.1.1. Telebista

3.1.1. Televisión

TELEBISTAKo sekuentzia



Secuencia TELEVISIÓN



3.1.2. Irratia

3.1.2. Radio

Irratiko amaiera-esakunea

"Eusko Jaurlaritza. Aurrera doan herria"

Iraupena: 4"

Bertsioak: euskaraz eta gaztelaniaz

Cola de Radio

"Gobierno Vasco. Un país en marcha"

Duración: 4"

Versiones: Euskera y Castellano