

Identitate Korporatiboaren Eskuliburua

Manual de identidad corporativa

EUSKADI
TURISMOA
euskal entitate publikoa
entidad pública vasca

Zertarako balio du eskuliburu honek?

Gida operatibo bat da, zein marka erabili, nola idatzi eta Euskadiko gainerako marka-ekosistemarekin nola uztartu erabakitzeko. Marka edozein testuingurutan modu koherentean aplikatzeko eta interpretazio indibidualak saihesteko irizpide komunak ezartzen ditu.

Irizpide partekatua

Orain arte, talde bakoitzak intuizioz erabakitzen zuen marka nola erabili. Eskuliburu honek arauak jasotzen ditu, edonork erabaki berera irits dadin, erabakia nork hartzen duen gorabehera.

01 Koherentzia

Euskarri guztietan ezagutzen den ikusizko eta hitzezko sistema bakarra, BOEtik Instagramera.

02 Autonomia

Eguneroko kasu gehienetan kontsultatu gabe erabakitzeko arau argiak.

03 Koherentzia instituzionala

Euskadi Turismoa marka Eusko Jaurlaritzaren marka-multzoarekin lerrokatuta.

Nola irakurri

Atal bakoitzak galdera zehatz bati erantzuten dio. Presaka bazabiltza, joan zuzenean eranskinera: erabakiak hartzeko gida azkarrera.

Atala	Honi erantzuten dio
Ikusizko identitatea	Marka nola ikusten den: logotipoa, kolorea, tipografia eta erabilera.
Nomenklatura	Zer izen erabili eta noren aurrean.
Elkarbizitza	Nola erlazionatzen den beste marka batzuekin, barruan zein kanpoan.
Aktibazio-protokoloa	Noiz hitz egin modu instituzionalean eta noiz helmuga-moduan.
Ahotsa eta tonua	Markak idatziz zer tonu duen.

¿Para qué sirve es este manual?

Es una guía operativa para decidir qué marca usar, cómo escribirla y cómo convive con el resto del ecosistema de Euskadi. Establece criterios comunes para aplicar la marca de forma coherente en cualquier contexto y evitar interpretaciones individuales.

Un criterio compartido

Hasta ahora, cada equipo resolvía el uso de la marca por intuición. Este manual documenta las reglas para que cualquier persona llegue a la misma decisión, sin depender de quién la tome.

01 Consistencia

Un único sistema visual y verbal que se reconoce en todos los soportes, del BOE a Instagram.

02 Autonomía

Reglas claras para decidir sin consultar en la mayoría de los casos cotidianos.

03 Coherencia institucional

La marca de Euskadi Turismoa alineada con el conjunto de marcas del Gobierno Vasco.

Cómo leerlo

Cada bloque resuelve una pregunta concreta. Si tienes prisa, ve directo al anexo: guía rápida de decisión.

Bloque	Responde a
Identidad visual	Cómo se ve la marca: logotipo, color, tipografía y uso.
Nomenclatura	Qué nombre uso y ante quién.
Convivencia	Cómo se relaciona con otras marcas, dentro y fuera.
Protocolo de activación	Cuándo hablo en modo institucional y cuándo en modo destino.
Voz y tono	Cómo suena la marca por escrito.

Aurkibidea

01. IKUSIZKO IDENTITATEA .4

• Logotipoa

• Babes-eremuak

• Gutxieneko tamaina

• Bertsio monokromatikoa

• Kolore korporatiboak

• Tipografia

• Erabilera argazki-hondoen gainean

• Erabilera okerrak

02. NOMENKLATURA .15

• Nomenklatura

• Erabilera-kasuak

03. BESTE MARKA BATZUEKIN BATERA ERABILTZEA .18

• Barne-elkarkidetza

• Kanpo-elkarkidetza

• Proportzio-, hurrenkera- eta hizkuntza-arauak

• Erabaki-zuhaitza: nola ebatzi marka-elkarkidetza bat kontsultatu gabe

04. AKTIBAZIO-PROTOKOLOA .26

• Modu instituzionala vs. helmuga-modua

• Aztertutako kanalak eta esleitutako modua

• Erabilera-kasuak

05. AHOTS ETA TONU INSTITUZIONALA .29

• Ahotsaren printzipioak

• Erabilera-kasuak

06. AZPIMARKEN SINADURA-ETA BABES-SISTEMA .31

• Babes-irizpidea

• Azpimarka bakoitzaren egungo egoera

• Erabilera-kasuak

07. ERANSKINA: ERABAKIAK HARTZEKO GIDA AZKARRA .35

• Zer marka erabili?

• Zerekin batera agertzen da?

• Zalantzarik al dut?

08. APLIKAZIOAK .37

• Paper-gauzak

• Agenda

• Akreditazioa

• Webgunea

Índice

01. IDENTIDAD VISUAL .4

• Logotipo

• Zonas de protección

• Reducción mínima

• Versión monocromática

• Colores corporativos

• Tipografía

• Usos sobre fondos fotográficos

• Usos incorrectos

02. NOMENCLATURA .15

• Nomenclatura

• Casos de uso

03. CONVIVENCIA CON OTRAS MARCAS .18

• Convivencia interna

• Convivencia externa

• Reglas de proporción, orden y lenguaje

• Árbol de decisión: cómo resolver una convivencia sin consultar

04. PROTOCOLO DE ACTIVACIÓN .26

• Modo institucional vs. modo destino

• Canales auditados y modo asignado

• Casos de uso

05. VOZ Y TONO INSTITUCIONAL .29

• Principios de voz

• Casos de uso

06. SISTEMA DE FIRMAS Y ENDOSO DE SUBMARCAS .31

• Criterio de endoso

• Estatus actual de cada submarca

• Casos de uso

07. ANEXO: GUÍA RÁPIDA DE DECISIÓN .35

• ¿Qué marca uso?

• ¿Con quién va acompañada?

• ¿Tengo dudas?

08. APLICACIONES .37

• Papelería

• Agenda

• Acreditación

• Web

1.

IKUSIZKO IDENTITATEA

IDENTIDAD VISUAL

Logotipoa

Logotipoa Eusko Jaurlaritzaren identitate-sisteman dagoeneko erabiltzen den tipografia korporatiboan oinarrituta eraikitzen da, lehendik dauden marka instituzionalekiko jarraitutasuna mantenduz, pieza honetarako tipografia espezifiko bat sartu beharrean.

Logotipo nagusi elebiduna
Logotipo principal bilingüe



Logotipo

El logotipo se construye sobre la tipografía corporativa ya utilizada en el sistema de identidad del Gobierno Vasco, manteniendo continuidad con las marcas institucionales existentes en vez de introducir una tipografía específica para esta pieza.

Logotipo nagusi elebakarra
Logotipo principal monolingüe



Babes-eremuak

Kanpoko ezein elementuk —testuak, irudiak edo orri-ertzak— ezin du logotipoaren inguruko gutxieneko perimetroa inbaditu. Segurtasun-eremua 'E' letraren altueraren arabera ezartzen da. Testuek, argazkiek edo beste marka batzuek ezin dute espazio hori hartu.

Zonas de protección

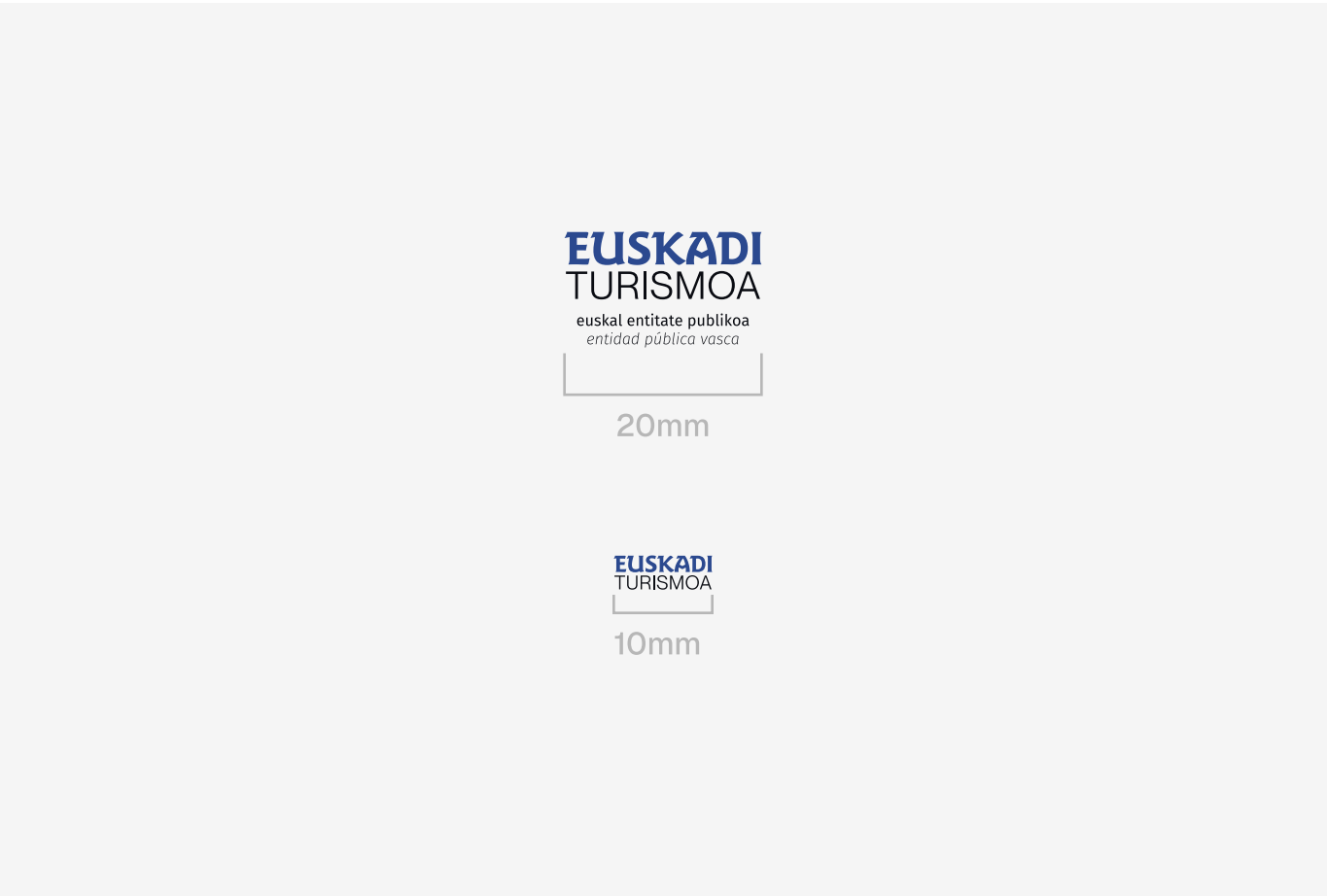
Ningún elemento ajeno —texto, imagen, borde de página— debe invadir el perímetro mínimo alrededor del logotipo. La zona de seguridad se establece a partir de la altura de la 'E'. Este espacio no debe ser invadido por elementos adyacentes, ya sean texto, fotografías u otras marcas.



Gutxieneko tamaina

Logotipoa euskarri, pantaila eta gailu digital guztietan irakurgarria eta argia izan dadin, ez da ondoren adierazitakoa baino tamaina txikiagoan erabili behar.

Inprimatzeko
Para impresión



Deskribatzailea duten inprimaketetan, logotipoak gutxienez 20 mm-ko zabalera izan behar du. Deskribatzailerik gabe erabiltzen denean, ezin da 10 mm baino txikiagoa izan.

No se podrá usar el logotipo en un tamaño inferior a 20mm de ancho para impresiones que incluyen el descriptivo. Y no podrá ser inferior a 10mm cuando se utilice el logotipo sin descriptivo.

Reducción mínima

Para garantizar la legibilidad y claridad del logotipo en todos los soportes, pantallas y dispositivos digitales, el logotipo no debe utilizarse en tamaños inferiores a los que se indican a continuación.

Pantailetarako
Para pantallas



Deskribatzailea duten inprimaketetan, logotipoak gutxienez 80 px-ko zabalera izan behar du. Deskribatzailerik gabe erabiltzen denean, ezin da 50 px baino txikiagoa izan.

No se podrá usar el logotipo en un tamaño inferior a 80 px de ancho para impresiones que incluyen el descriptivo. Y no podrá ser inferior a 50 px cuando se utilice el logotipo sin descriptivo.

Bertsio monokromatikoa

Bertsio monokromatikoa erabiliko da erreprodukzio-, aplikazio- edo diseinu-beharrengatik logotipoa kolore korporatiboetan erabiltzea ezinezkoa edo desegokia denean.

Versión monocromática

La versión monocromática es la que se utilizará cuando por necesidades de reproducción, de aplicación o de diseño no sea posible o aconsejable la utilización del logotipo en sus colores corporativos.



Kolore korporatiboak

Urdina Euskadi Turismoaren ikusizko identitatearen kolore nagusi gisa ezartzen da, Eusko Jaurlaritzaren marka eta erakundeetan dagoen kolore-identitatearekin bat etorriz.

Aukera horrek ikusizko koherentzia eta batasun instituzionala mantentzen ditu Euskadiko komunikazio-ekosistemako marka guztiekin. Aldi berean, urdinak Euskadi Turismoa erakundeari lotutako marka gisa berehala identifikatzen laguntzen du.

Kolore korporatiboa modu koherentean aplikatu behar da, eskuliburu honetan ezarritako kolore-erreferentziak errespetatuz eta euskarri eta hedabide guztietan behar bezala erreproduzituko dela bermatuz.

Colores corporativos

El azul se establece como el color principal de la identidad visual de Euskadi Turismoa, en línea con la identidad cromática presente en las diferentes marcas y organismos del Gobierno Vasco.

Esta elección permite mantener una coherencia visual y una unidad institucional con el conjunto de marcas que forman parte del ecosistema de comunicación de Euskadi. Al mismo tiempo, el uso del azul contribuye a reforzar el reconocimiento inmediato de Euskadi Turismoa como una marca vinculada a la institución.

El color corporativo deberá aplicarse de forma consistente, respetando las referencias cromáticas establecidas en este manual y garantizando su correcta reproducción en los diferentes soportes y medios.

Azul

Pantone301

CMYK100 / 70 / 0 / 20

HEX#2b4a8f

RGB43 / 74 / 143

Negro

CMYK90 / 78 / 59 / 88

HEX#0A0D13

RGB10 / 13 / 19

Gris

CMYK17 / 12 / 13 / 0

HEX#DBDBDB

RGB219 / 219 / 219

Tipografía

Logotipoak Eusko Jaurlaritzaren identitate-sisteman ezarritako tipografia korporatiboa hartzen du oinarri, lehendik dauden marka instituzionalekiko koherentzia eta jarraitutasun bisuala bermatzeko, berariazko tipografia berri bat sortu beharrean.

ITC Goudy Sans

ITC Goudy Sans Std Bold tipografiaren aldaera batean oinarrituta dago, euskal serifak gehituta, eta Eusko Jaurlaritzan normalizatuta dago. Grafismo eta trazadura propioak ditu; azken forman ez da letra-tipo komertzial editagarria, baina tipografia klasiko bat du erreferentzia.

Tipografía

El logotipo se construye sobre la tipografía corporativa ya normalizada en el sistema de identidad del Gobierno Vasco, manteniendo continuidad con las marcas institucionales existentes en vez de introducir una tipografía original para esta pieza.

ITC Goudy Sans

Basada en una variación de ITC Goudy Sans Std Bold con serifas vascas añadidas, ya normalizada en el Gobierno Vasco. Mantiene grafismo propio, trazado, no corresponde a una fuente comercial editable en su forma final pero sí referencia a una clásica.

AaBbCcDd Book Medium Bold Black

AaBbCcDdEeFfGgHhIijjKkLlMmNnOoPpQqRrSsTtUuVvWw
XxYyZz0123456789€£\$&%@?+-=

Tipografía

Geist

Geist tipografia (Google Fonts), Light lodieran, TURISMOA hitzean erabiltzen da, multzoa orekatzeko.

Tipografía

Geist

Tipografía Geist (Google Fonts) en su cuerpo “light” en la palabra TURISMOA, equilibrando el conjunto.

AaBbCcDd

Light
Regular
Medium

Semibold
Bold
Extrabold

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMmNnOoPpQqRrSsTtUuV
vWwXxYyZz0123456789€£\$&%@?+- =

Tipografía

Fira Sans

Deskribatzailean Fira Sans tipografia erabiltzen da.

AaBbCcDd

Light
Regular
Medium

Semibold
Bold
Extrabold

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMmNnOoPpQqRrSsTtUuVvW
wXxYyZz0123456789€£\$&%@?+- =

Tipografía

Fira Sans

Se utiliza la tipografía Fira Sans en el descriptivo.

Erabilera argazki-hondoen gainean

Logotipoa argazki-hondoen gainean aplikatzean, edozein iruditan behar bezala erreproduzitzen eta irakurtzen dela bermatu behar dugu.

Kontraste handiko irudiak erabiltzea saihestu behar da, markaren indarra ahuldu eta haren ikusgarritasuna murriztu dezaketelako.

Usos sobre fondos fotográficos

Para la aplicación del logotipo sobre fondos fotográficos tenemos que asegurar la buena reproducción y legibilidad del logotipo sobre cualquier imagen.

Hay que evitar la utilización de imágenes con un fuerte contraste que debilite la potencia de la marca y reduzca su visibilidad.



Erabilera okerra

Logotipoa argazki-hondoen gainean aplikatzean, edozein iruditan behar bezala erreproduzitzen eta irakurtzen dela bermatu behar dugu.



Usos incorrectos

Para la aplicación del logotipo sobre fondos fotográficos tenemos que asegurar la buena reproducción y legibilidad del logotipo sobre cualquier imagen.



2.

NOMENKLATURA

NOMENCLATURA

Nomenklatura

Erakundeak lau izendapen erabiltzen ditu, bakoitza erabilera-eremu jakin bati lotuta. Ondorengo taulak horietako bakoitza noiz erabili behar den zehazteko irizpideak ezartzen ditu.

Nomenclatura

La organización opera con cuatro denominaciones, cada una con un ámbito de uso específico. La siguiente tabla establece los criterios para determinar cuándo debe utilizarse cada una.

Nodoa / Nodo	Izaera / Naturaleza	Erabilera zuzena / Uso correcto	Publikoa / Público
Basquetour	Sozietate-izena / erakunde juridikoa Razón social / entidad jurídica	Kontratuetan, BOEn, fakturazioan eta dokumentazio juridiko-administratiboan soilik. Exclusivamente en contratos, BOE, facturación y documentación jurídico-administrativa.	Zuzenekorik ez Ninguno directo
Euskadi Turismoa	Erabilera instituzionaleko marka Marca institucional de uso	Komunikazio instituzional guztia, gobernantza, sektore profesionala, azokak eta Eusko Jaurlaritzarekiko harremana. Toda la comunicación institucional: gobernanza, sector profesional, ferias y relación con el Gobierno Vasco.	Profesionala / instituzionala (B2B) Profesional / institucional (B2B)
Euskadi Basque Country	Helmuga-marka Marca de destino	Bidaariari zuzendutako turismo-sustapeneko komunikazio formala. Comunicación formal de promoción turística dirigida a visitantes.	Azken kontsumitzailea (B2C) Público final (B2C)
Visit Euskadi	Euskadi Basque Countryren hashtaga Hashtag de Euskadi Basque Country	Tonu hurbileko sare sozialetan (Instagram, TikTok) erabiltzen den etiketa (#VisitEuskadi). Ez da marka independente gisa hartzen; benetako igorlea Euskadi Basque Country da beti. Etiqueta (#VisitEuskadi) usada en canales sociales de tono cercano (Instagram, TikTok). No es cuenta ni marca independiente; el emisor real es siempre Euskadi Basque Country.	Azken kontsumitzailea sareetan Público final en redes

Amaierako araua: ekimen berri oro publiko zuzena duten bi nodoetako baten barruan izendatuko da —Euskadi Turismoa edo Euskadi Basque Country—, taula hau zuzenean aplikatuta.

Regla de cierre: cualquier iniciativa nueva se nombra dentro de uno de los dos nodos con públicos directos – Euskadi Turismoa o Euskadi Basque Country –, aplicando directamente esta tabla.

Erabilera-kasuak

Casos de uso

Egoera bakoitzak erabaki zuzen bat du. Irizpidea ez da lehentasun pertsonala, funtzioa baizik: nork igortzen duen, zer balio duen eta nori zuzentzen zaion.

Cada situación tiene una decisión correcta. El criterio no es la preferencia, sino la función: quién emite, con qué validez y hacia quién se comunica.

Sektoreko datuei buruzko prentsa-ohar baten sinadura

Firma de un comunicado de prensa sobre datos del sector

ZUZENA

CORRECTO



Euskadi Turismoa

Turismo, Merkataritza eta Kontsumo Sailarekin batera, oharra Euskadi.eus bidez zabaltzen denean.

Con mención al Departamento de Turismo, Comercio y Consumo cuando el comunicado se distribuye vía Euskadi.eus.

OKERRA

INCORRECTO



«Basquetour» edo «Turismoaren Euskal Agentzia»

Titularrean edo sinaduran: gaur egun taldea bera nahasten duen identitate bikoitza sortzen du.

En el titular o en la firma genera la doble identidad que hoy confunde internamente al propio equipo.

Hornitzaile batekin zerbitzuak emateko kontratua

Contrato de prestación de servicios con una empresa proveedora

ZUZENA

CORRECTO



Basquetour, S.A.

Sozietate-izen osoa, balio juridikoa duen dokumentu orotan dagokiona.

Razón social completa, como corresponde a cualquier documento con validez jurídica.

OKERRA

INCORRECTO



Euskadi Turismoa

Erabilera-markak ez du, eta ez du izan behar, kontratu-baliorik.

La marca de uso no tiene, ni debe tener, validez contractual.

Mendi-ibilbide bati buruzko Instagram argitalpena

Publicación en Instagram sobre una ruta de senderismo

ZUZENA

CORRECTO



Euskadi Basque Country

Igorle gisa, #VisitEuskadi etiketarekin eta tonu hurbilarekin: azken kontsumitzaileari zuzendutako helmuga-komunikazioa da.

Como emisor, con la etiqueta #VisitEuskadi si el tono del post es cercano. Es comunicación de destino a consumidor final.

OKERRA

INCORRECTO



Euskadi Turismoa

Modu instituzionala aktibatuko luke erabiltzaileak inspiraziozko testuinguru gisa —eta ez profesional gisa— hautematen duen egoera batean.

Activaría el modo institucional en un contexto que el usuario percibe como inspiracional, no profesional.

3.

BESTE MARKA BATZUEKIN BATERA ERABILTZEA

CONVIVENCIA CON OTRAS MARCAS

Beste marka batzuekin batera erabiltzea

Elkarbizitzak marka gainerako ekosistema instituzional eta turistikoarekin nola agertzen den ordenatzen du, Eusko Jaurlaritzaren sistemaren barruan eta marka pribatu edo antolatzailekideen aurrean. Euskarri partekatu bakoitzean hierarkia, proportzioa eta irakurketa-ordena ezartzen dira.

Convivencia con otras marcas

La convivencia de Euskadi Turismoa con otras marcas es la fuente más frecuente de duda operativa, y hasta ahora se resolvía caso a caso, por criterio individual o consulta directa a la persona de turno. Este bloque fija un protocolo cerrado — quién decide la jerarquía, en qué proporción y en qué orden — para que la mayoría de los casos se resuelvan sin necesidad de escalar a nadie.

Barne-elkarbizitza

Convivencia interna

Honekin batera / Junto con	Noiz agertzen den Euskadi Turismoarekin batera / Cuándo aparece junto a Euskadi Turismoa	Hierarkia eta proportzioa / Jerarquía y proporción
Eusko Jaurlaritza (irudi instituzional nagusia) Gobierno Vasco (imagen institucional general)	Batera finantzatutako edo Euskadi.eus-en argitaratutako edozein euskarritan, edo sozietate publikoen irudi korporatiboari buruzko araudiak hala eskatzen duenean. Cualquier soporte cofinanciado, publicado en Euskadi.eus o donde la normativa de imagen corporativa de sociedades públicas lo exija.	Eusko Jaurlaritzaren logotipoa bere araudiaren arabera aplikatzen da, eta nahitaez bete behar da. Euskadi Turismoak igorle tekniko gisa duen sinadurari eusten dio; ez da inoiz desagertzen, EJK komunikazioa gidatzen badu ere. El logotipo del Gobierno Vasco se aplica según su propia normativa de obligado cumplimiento; Euskadi Turismoa mantiene su firma como responsable, nunca queda disuelta aunque el GV encabece.
Beste zuzendaritza eta sozietate publiko batzuk Otras direcciones y sociedades públicas	Ekitaldi politikoetan, Sailak gidatutako prentsasurekoetan eta politika publikoko iragarkietan. Actos políticos, ruedas de prensa lideradas por el Departamento, anuncios de política pública.	Sailak gidatzen du mezua; Euskadi Turismoak ikusgai jarraitzen du, datuen edo aurkeztutako programaren arduradun tekniko gisa. El Departamento lidera el mensaje; Euskadi Turismoa se mantiene visible como responsable técnico de los datos o el programa presentado
Euskadi Basque Country Euskadi Basque Country	Ez dira euskarri berean agertzen, trantsizio editorial esplizitua dagoenean izan ezik (adibidez, amaieran helmugaren webgunera bideratzen duen dossier instituzional batean). No conviven en el mismo soporte salvo transición editorial explícita (p. ej., un dossier institucional que remite a la web de destino en su cierre).	Bat datozenean, marka bakoitzak bere eduki-blokea sinatzen du; ez dira inoiz lockup berean bateratzen. Cuando coinciden, cada marca firma su propio bloque de contenido. Nunca se funden en un mismo lockup.
Programa eta azpimarka propioak Programas y submarcas propias	06 blokean ezarritako babes-estatusaren arabera. Según el estatus de endoso fijado en el bloque 06.	06 blokean ezarritako babes-estatusaren arabera. Según el estatus de endoso fijado en el bloque 06.

Kanpo-elkarkidetza

Convivencia externa

Honekin batera / Junto con	Hierarkia-araua / Regla de jerarquía	Laguntza-testua / Lenguaje de acompañamiento
Maila bereko erakunde publiko antolatzailekideak (Foru Aldundia, Udala, beste autonomia-agentzia bat) Instituciones públicas pares, coorganizadoras (Diputación Foral, Ayuntamiento, otra agencia autonómica)	Antolakidetzaren pisuaren araberrako hurrenkera: deialdia egiten duen eta baliabide gehien jartzen dituen erakundea agertuko da lehenengo; pisua parekoa bada, indarrean dagoen protokolo-hurrenkera jarraituko da. Orden por peso de la coorganización: quien convoca y aporta más recursos encabeza; si el peso es equivalente, se sigue el orden protocolario vigente	«Elkarrekin antolatua» "Organizado conjuntamente por"
Turismo, Merkataritza eta Kontsumo Saila Departamento de Turismo, Comercio y Consumo	Ekitaldi politikoak, Sailak gidatutako prentsaurrekoak eta politika publikoko iragarkiak. Actos políticos, ruedas de prensa lideradas por el Departamento, anuncios de política pública	Sailak gidatzen du mezua; Euskadi Turismoak ikusgai jarraitzen du, aurkeztutako datuen edo programaren arduradun tekniko gisa. El Departamento lidera el mensaje; Euskadi Turismoa se mantiene visible como responsable técnico de los datos o el programa presentado
Estatuko edo nazioz gairdiko erakundeak (Turespaña, Europar Batasuneko funtsak, Interreg programak) Organismos estatales o supranacionales (Turespaña, fondos de la Unión Europea, programas Interreg)	Erakunde finantzatzaileak eskatutako irudi-araudia nagusituko da; legezko betebeharra da, eta ez gida honen irizpidea. Prevalece la normativa de imagen exigida por el organismo financiador. Es obligación legal, no criterio de esta guía	Euskadi Turismoak erakunde onuradun edo betearazle gisa sinatuko du, araudi horrek ezartzen dituen kokapena eta proportzioa errespetatuz. Euskadi Turismoa firma como entidad beneficiaria o ejecutora, en el lugar y proporción que esa normativa exija
Babesle eta partner pribatuak (airelineak, plataforma teknologikoak, sektoreko enpresak) Patrocinadores y partners privados (aerolíneas, plataformas tecnológicas, empresas del sector)	Euskadi Turismoak ez du inoiz hierarkia bisual baliokiderik partekatzen marka pribatu batekin; babeslea haren mende geratuko da tamainari eta kokapenari dagokienez. Euskadi Turismoa nunca comparte una jerarquía visual equivalente con una marca privada; el patrocinador quedará subordinado a ella en cuanto a tamaño y ubicación.	«...(r)en laguntzarekin» / «Babeslea:» — inoiz ez «...(r)ekin aliantzan», ezta maila bereko lockup-ik ere. "Con la colaboración de" / "Patrocina" — nunca "en alianza con" ni lockups a la par
Komunikabideak Medios de comunicación	Ez dago marken arteko elkarkidetzarik: komunikabideak ez du Euskadi Turismoarekin batera sinatzen; argitalpen-kanal gisa baino ez da aipatzen. No hay convivencia de marca: el medio no firma junto a Euskadi Turismoa, solo se referencia como canal de publicación	Ez da inola ere lockup bateraturik erabiliko. No aplica lockup conjunto en ningún caso
Nazioarteko azoka edo ekitaldi baten antolatzailea (anfitrioiia) Organizador de una feria o evento internacional (anfitrión)	Antolatzailearen esparruan edo plataforman, haren irudi-arauak aplikatuko dira salbuespenik gabe. Dentro del recinto o plataforma del anfitrión rigen sus normas de imagen sin excepción	Euskadi Turismoak bere identitate osoa zuzenean kudeatzen duen espazioan soilik aplikatuko du (standa, areto propioa). Euskadi Turismoa aplica su identidad completa únicamente en el espacio que gestiona de forma directa (stand, sala propia)

Proportzio-, hurrenkera- eta hizkuntza-arauak

Tamaina-araua

Kanpoko marka batek ere —Eusko Jaurlaritzak izan ezik, legezko aginduz— ezin du Euskadi Turismoaren tamaina bera izan edo hark baino pisu bisual handiagoa eduki Euskadi Turismoa erakunde antolatzailea den euskarri batean.

Salbuespen gisa, maila bereko beste erakunde publiko batzuekin hitzarmen bidez formalizatutako antolakidetzan, tamaina baliokideko logotipoak erabili ahal izango dira baliabideen ekarpenak baliokideak direnean. Kasu horietan, marken aurkezpen-hurrenkerak indarrean dagoen protokoloa jarraituko du.

Hurrenkera-araua

Bi marka baino gehiago daudenean, irakurketa-hurrenkera ekarpenaren pisuaren arabera ezartzen da (finantza-ekarpena, antolakuntza-ekarpena edo legezko agindua), eta ez ohituraren edo eskaera lehenengo nork egin duen kontuan hartuta.

Hizkuntza-araua

Logotipo bakoitzarekin batera doan aditza edo preposizioa (antolatzen du / laguntzen du / babesten du / ...r)en laguntzarekin) tamaina bezain loteslea da. Bi erakundek ez dute inoiz «antolatzen du» aditza partekatuko, hitzarmen bidez formalizatutako antolakidetzaz dagoenean izan ezik.

Reglas de proporción, orden y lenguaje

Regla de tamaño

Ninguna marca externa —salvo el Gobierno Vasco por mandato legal— puede aparecer al mismo tamaño o con mayor peso visual que Euskadi Turismoa en un soporte donde esta es la entidad organizadora.

Como excepción, en las coorganizaciones formalizadas por convenio con otras instituciones públicas del mismo nivel, podrán utilizarse logotipos de tamaños equivalentes cuando la aportación de recursos sea equivalente. En estos casos, el orden de presentación de las marcas seguirá el protocolo vigente.

Regla de orden

Con más de dos marcas, el orden de lectura sigue el peso de la aportación (financiera, organizativa o de mandato legal), nunca la costumbre o quién lo solicitó primero.

Regla de lenguaje

El verbo o preposición que acompaña a cada logotipo (organiza / colabora / patrocina / con el apoyo de) es tan vinculante como el tamaño. Dos organizaciones no comparten nunca el verbo "organiza" salvo coorganización formalizada por convenio.

Erabaki-zuhaitza: nola ebatzi marka-elkarkidetza bat kontsultatu gabe

1. Ba al dago beste marka bat agertzea eskatzen duen legezko betebeharririk edo kofinantzaketa-araudirik?

Baiezkoa bada: araudi horrek eskatzen dituen proportzioa eta kokapena aplikatuko dira, interpretaziorako tarterik gabe. Ezezkoa bada: 2. urratsa.

2. Beste erakundea Eusko Jaurларitza edo Turismo Saila al da?

Baiezkoa bada: barne-elkarkidetzaren taula aplikatuko da. Ezezkoa bada: 3. urratsa.

3. Beste erakundea euskarriaren edo ekitaldiaren antolatzailekidea al da (baliabideak jartzen ditu, edukia erabakitzen du)?

Baiezkoa bada: kanpo-elkarkidetzaren taulako antolakidetzari dagokion lerroa aplikatuko da. Ezezkoa bada: 4. urratsa.

4. Beste erakundeak babesten edo laguntzen al du, antolatzailekide izan gabe?

Baiezkoa bada: mendeko posizioan geratuko da, goian zehaztutako babesletza-hizkuntza erabiliz. Ezezkoa bada: 5. urratsa.

5. Euskarria hirugarren baten espazioan sortzen al da (azoka, komunikabidea, plataforma)?

Baiezkoa bada: espazio horren barruan anfitrioiaren arauak aplikatuko dira. Ezezkoa bada: 6. urratsa.

6. Aurreko bost galderek kasua ebazten ez badute, benetan kasu berri baten aurrean gaude:

Markaren Arduradunari kontsultatuko zaio, eta erantzuna erabaki-zuhaitz honetan txertatuko da hurrengo urteko berrikuspenean, inoiz ez aurreko bost urratsak agortu baino lehen.

Árbol de decisión: cómo resolver una convivencia sin consultar

1. ¿Existe una obligación legal o normativa de cofinanciación que exija la presencia de otra marca?

Si sí: se aplica la proporción y posición que esa normativa exige, sin margen de interpretación. Si no: paso 2.

2. ¿La otra entidad es el Gobierno Vasco o el Departamento de Turismo?

Si sí: se aplica la tabla de convivencia interna. Si no: paso 3.

3. ¿La otra entidad coorganiza el soporte o evento (aporta recursos, decide contenido)?

Si sí: se aplica la fila de coorganización de la tabla de convivencia externa. Si no: paso 4.

4. ¿La otra entidad patrocina o colabora sin coorganizar?

Si sí: queda subordinada, con el lenguaje de patrocinio definido arriba. Si no: paso 5.

5. ¿El soporte se produce en el espacio de un tercero (feria, medio, plataforma)?

Si sí: rigen las normas del anfitrión dentro de ese espacio. Si no: paso 6.

6. Si ninguna de las cinco preguntas anteriores resuelve el caso, es un caso genuinamente nuevo:

Se consulta al Guardián de Marca y la respuesta se incorpora a este árbol en la siguiente revisión anual, nunca antes de agotar los cinco pasos previos.

Erabaki-zuhaitza: nola ebatzi marka-elkarkidetza bat kontsultatu gabe

Honako hauek aurreko erabaki-zuhaitza azaltzeko balizko adibideak dira — ez dira benetako kasuen erregistro batetik ateratakoak, baizik eta sektorean aurreikus daitezkeen kasuistiketatik, eta erreferentzia gisa balioko dute praktikak berezko aurrekariak sortu arte.

Árbol de decisión: cómo resolver una convivencia sin consultar

Los siguientes son ejemplos potenciales que ilustran el árbol de decisión anterior. No proceden de un registro de casos reales, sino de la casuística previsible del sector, y sirven como referencia hasta que la práctica genere precedentes propios.

Nazioarteko azoka batean Foru Aldundi batekin partekatutako standa (balizko adibidea) ZUZENA CORRECTO Sinadura bateratua: «Euskadi Turismoak eta [Lurraldea]ko Foru Aldundiak elkarrekin antolatua», baliabideen ekarpena parekoa bada, tamaina baliokideekin; parekoa ez bada, indarrean dagoen protokolo-hurrenkeraren arabera. Firma conjunta "organizado por Euskadi Turismoa y Diputación Foral de [Territorio]", con tamaños equivalentes si la aportación de recursos es equivalente, o en el orden protocolario vigente si no lo es.	Stand conjunto con una Diputación Foral en una feria internacional (ejemplo potencial) OKERRA INCORRECTO Standa Foru Aldundiaren markarekin soilik aurkeztea, Euskadi Turismoa laguntza-logo txiki batera mugatuta, antolakidetza % 50ekoa denean. Presentar el stand solo bajo la marca de la Diputación, con Euskadi Turismoa reducida a un logo pequeño de acompañamiento, cuando la coorganización es al 50%.
Next Generation EU edo Interreg funtsekin kofinantzatutako kanpaina (balizko adibidea) ZUZENA CORRECTO Funtsak eskatutako irudi-eskuliburua hitzez hitz aplikatzen da (EBren ikurra, araututako kofinantzaketa-testua); Euskadi Turismoak erakunde betearazle gisa sinatzen du, araudi horrek baimentzen duen tokian. Se aplica literalmente el manual de imagen exigido por el fondo (emblema UE, texto de cofinanciación normado); Euskadi Turismoa firma como entidad ejecutora en el lugar que esa normativa permita.	Campaña cofinanciada por fondos Next Generation UE o Interreg (ejemplo potencial) OKERRA INCORRECTO Europako finantzaketaren ikurra norberaren diseinu-irizpideen arabera ordezkatzeari edo tamainaz aldatzeari legezko betebeharra da, ez marka-erabakia. Sustituir o redimensionar el emblema de financiación europea por criterio propio de diseño; es una obligación legal, no una decisión de marca.

Erabaki-zuhaitza: nola ebatzi marka-
elkarkidetza bat kontsultatu gabe

Árbol de decisión: cómo resolver una
convivencia sin consultar

Kirol- edo kultura-ekitaldi baten babesa (balizko adibidea) ZUZENA CORRECTO Euskadi Turismoa «laguntzailea» edo «...(r)en babesarekin» formularekin agertzen da, ekitaldiaren antolatzailearekiko tamaina eta kokapen subordinatuan. Euskadi Turismoa aparece como "colabora" o "con el patrocinio de", en tamaño y posición subordinados al organizador del evento.	Patrocinio de un evento deportivo o cultural (ejemplo potencial) OKERRA INCORRECTO Ekitaldiaren antolatzailearekin maila bereko lockup bat adostea; horrek antolatzearen eta babestearen arteko bereizketa lausotzen du, eta bloke honetako tamaina-araua urratzen du. Negociar un lockup a la par con el organizador del evento; desdibuja la distinción entre organizar y patrocinar, y compromete la regla de tamaño de este bloque.
Nazioarteko azoka batean Espainiako standean (Turespaña) egotea (balizko adibidea) ZUZENA CORRECTO Turespañaren espazioaren barruan haren irudi-eskuliburua aplikatzen da; Euskadi Turismoak bere identitate osoa espazio horren barruan zuzenean kudeatzen duen moduluan edo erakusmahaian soilik aplikatzen du. Dentro del espacio de Turespaña rige su manual de imagen; Euskadi Turismoa aplica su identidad completa únicamente en el módulo o mostrador que gestiona de forma directa dentro de ese espacio.	Presencia en el stand de España (Turespaña) en una feria internacional (ejemplo potencial) OKERRA INCORRECTO Euskadi Turismoaren sinadura-sistema osoa (hierarkia, koloreak, antolamendua) zuzenean kudeatzen ez dituen Espainiako standaren eremu komunetan aplikatzea. Aplicar el sistema de firma completo de Euskadi Turismoa (jerarquía, colores, disposición) en zonas comunes del stand de España que no gestiona directamente.

4.

AKTIBAZIO- PROTOKOLOA PROTOCOLO DE ACTIVACIÓN

Aktibazio-protokoloa: modu instituzionala vs. helmuga-modua

Sare sozialetako kanalek bi modu desberdinetan jarduten dute gaur egun, dokumentatutako aktibazio-irizpiderik gabe. Atal honek kanalez kanal arauak ezartzen ditu aztertutako kontaktu-puntuetarako, eta etorkizuneko edozein kanaletarako irizpide orokorra finkatzen du.

Arau orokorra

Edukiak sektorea informatu, prestatu edo instituzionalki ordezkatzeko badu	→	modu instituzionala (Euskadi Turismoa)
Edukiak helmugako esperientzia inspiratu, sustatu edo saltzen badu	→	helmuga-modua (Euskadi Basque Country, #VisitEuskadi etiketarekin tonu hurbileko sareetan)
Kanal berak ez du modua argitalpenaren arabera aldatzen	→	kanal batek bi moduetan maiz hitz egin behar badu, banatu egin behar dela adierazten du, ez moduen arteko muga lausotu behar denik.

Protocolo de activación: modo institucional vs. modo destino

Los canales sociales operan hoy en dos modos distintos sin criterio de activación documentado. Este bloque fija la regla canal por canal para los touchpoints auditados, y establece el criterio general para cualquier canal futuro.

Regla general

Si el contenido informa, forma o representa institucionalmente al sector	→	modo institucional (Euskadi Turismoa).
Si el contenido inspira, promociona o vende experiencia de destino	→	modo destino (Euskadi Basque Country, con la etiqueta #VisitEuskadi en redes de tono cercano).
Un mismo canal no cambia de modo según el post	→	si un canal necesita hablar en los dos modos de forma recurrente, es una señal de que necesita desdoblarse, no de que el modo deba difuminarse.

Aztertutako kanalak eta esleitutako modua

Canales auditados y modo asignado

Canala	Canal	Modua	Modo	Igorlea	Emisor
	Linkedin oficial	Instituzionala	Institucional	Euskadi Turismoa	
	X / Twitter	Instituzionala	Institucional	Euskadi Turismoa	
	YouTube korporativo	Instituzionala	Institucional	Euskadi Turismoa	
	Facebook korporativo	Instituzionala	Institucional	Euskadi Turismoa	
	Instagram	Helmuga	Destino	Euskadi Basque Country (con etiqueta #VisitEuskadi)	
	TikTok	Helmuga	Destino	Euskadi Basque Country (con etiqueta #VisitEuskadi)	
	YouTube de destino	Helmuga	Destino	Euskadi Basque Country	

Erabilera-kasuak

Vídeo institucional sobre el Código Ético del Turismo

Turismoaren Kode Etikoari buruzko bideo instituzionala

ZUZENA

CORRECTO

Euskadi Turismoak sinatutako kanal instituzionala (LinkedIn, YouTube korporatiboa), Etikoa programaren zigilu gisa.

Canal institucional (LinkedIn, YouTube korporativo) firmado por Euskadi Turismoa, con Etikoa como sello del programa.

Campaña de sostenibilidad dirigida a turistas

ZUZENA

CORRECTO

Euskadi Basque Country igorle gisa sareetan (#VisitEuskadi etiketarekin) eta material formaletan ere. Euskadi Basque Country como emisor en redes (con la etiqueta #VisitEuskadi) y también en materiales formales.

Casos de uso

OKERRA

INCORRECTO

Bere horretan Instagramen edo TikToken argitaratzea: formatu eta tonu instituzionalak ez datoz bat bidaiaiarekiko tonu hurbileko kanal batekin, eta helmuga-modua lausotzen dute.

Publicarlo tal cual en Instagram/TikTok: el formato y tono institucional no encajan en un canal de tono cercano al visitante, y desdibuja el modo destino.

OKERRA

INCORRECTO

Euskadi Turismoa markarekin sinatzea. Hartzailea bidaiaria da, ez sektorea; hemen marka instituzionala erabiltzeak jatorriari buruzko nahasmena berriro sortzen du. Firmarla como Euskadi Turismoa. El destinatario es el visitante, no el sector; usar la marca institucional aquí reintroduce la confusión de origen.

5.

AHOTS ETA TONU INSTITUZIONALA

VOZ Y TONO INSTITUCIONAL

Ahotsaren printzipioak

Principios de voz

Printzipioa	Principio	Praktikan	En la práctica
Autoritatea, distantziarik gabe	Autoridad sin distancia	Ezagutza teknikotik hitz egiten da, ez hizkera instituzional ulergaitzetik. Behatokiaren (Enfokatur) datu bat azaldu egiten da, ez da berez agerikoa balitz bezala aipatzen.	Se habla desde el conocimiento técnico, no desde la jerga institucional impenetrable. Un dato del Observatorio (Enfokatur) se explica, no se cita como si fuera evidente.
Lehen pertsona instituzionala, ez pertsonala	Primera persona institucional, no personal	Erakundeak Euskadi Turismoa gisa hitz egiten du, ez pertsona jakin baten ospearen bidez; horrek zuzendari nagusiaren figurarekiko antzemandako mendekotasuna zuzentzen du.	La organización habla como Euskadi Turismoa, no a través de la notoriedad de una figura individual; corrige la dependencia detectada en la figura de la Dirección General.
Zehaztasuna handinahikeriaren aurretik	Concreción antes que grandilocuencia	Turismo-superlatiboak saihesten dira ("kontrastez betetako lekua", "helmuga paregabea"); erregistro hori Euskadi Basque Countryri dagokio, ez ahots instituzionalari.	Se evitan superlativos turísticos ("un lugar de contrastes", "un destino único"); ese registro corresponde a Euskadi Basque Country, no a la voz institucional.
Diseinuz elebiduna, ez izapidez	Bilingüe por diseño, no por trámite	Euskara eta gaztelania arreta-maila berarekin lantzen dira; ingelesa nazioarteko proiektzioa duen testuinguru guztietan aktibatzen da, ez ondoren erantsitako osagarri gisa.	Euskera y castellano con el mismo nivel de cuidado; el inglés se activa en todo contexto de proyección internacional, no como añadido posterior.

Erabilera-kasuak

Casos de uso

Behatokiaren (Enfokatur) txosten baten argitalpena	Publicación de un informe del Observatorio (Enfokatur)
ZUZENA CORRECTO Tonu teknikoa, datuak testuinguruan eta Euskadi Turismoaren egiletza esplizitua, ikusizko diseinuak Euskadi.eus-en eskuliburua jarraitu arren. Tono técnico, datos en contexto, autoría explícita de Euskadi Turismoa aunque el diseño visual siga el manual de Euskadi.eus.	OKERRA INCORRECTO Sustapen- edo helmuga-hizkera: Enfokatur autoritate intelektualeko aktiboa da, ez marketin-pieza bat, eta halaxe entzun behar du. Un lenguaje promocional o de destino: Enfokatur es un activo de autoridad intelectual, no una pieza de marketing, y así debe sonar.

6.

AZPIMARKEN SINADURA- ETA BABES-SISTEMA

SISTEMA DE FIRMAS Y ENDOSO DE SUBMARCAS

Azpimarken sinadura- eta babes-sistema

Euskadi Turismoaren progamek eta proiektuek —Etikoa, Basquetour Learning, Let’s MICE, Basque Events, Enfokatur edo etorkizuneko beste edozein ekimenek— babes-arau esplizitua behar dute: noiz mantendu beren ikusizko identitatea eta noiz jardun sistema nagusiaren barruan. Arau hori gabe, programa bakoitzak bere kabuz ebazten du galdera, loturarik gabeko azpimarken multzoa sortuz.

Babes-irizpidea

«Zer identitate emango diot honi?» galdetu aurretik, irizpide honen arabera erantzuten da, eta ez nork kudeatzen duenaren arabera.

Sistema de firma y endoso de submarcas

Los programas y proyectos de Euskadi Turismoa —Etikoa, Basquetour Learning, Let's MICE, Basque Events, Enfokatur, y cualquier iniciativa futura— necesitan una regla explícita de endosado: cuándo mantienen identidad visual propia visiblemente ligada a la marca madre, cuándo se integran sin identidad propia, y cuándo, si alguna vez aplica, operan de forma independiente. Sin esa regla, cada programa termina resolviendo la pregunta por su cuenta generando un árbol de submarcas inconexas.

Criterio de endoso

Antes de preguntar "¿qué identidad le doy a esto?", se responde con este criterio y no según quien lo gestiona.

Egoera	Estatus	Honakoetan aplikatzen da...	Se aplica cuando...	Sinadura-araua	Regla de firma
Babestutako marka	Marca endosada	Programak bere sektorean aitortza edo ospe propioa du, eta/edo hirugarrenekin partekatutako gobernantzak identitate bereizia eskatzen du.	El programa tiene reconocimiento o reputación propia en su sector, y/o gobernanza compartida con terceros que requiere una identidad diferenciada	Bere logotipo edo imagotipoa mantentzen du, baina Euskadi Turismoaren babesa modu ikusgarrian gehitzen du («Euskadi Turismoaren programa bat» sinadurarekin).	Mantiene su logotipo o imagotipo propio, pero incorpora de forma visible un vínculo con Euskadi Turismoa (firma "un programa de Euskadi Turismoa")
Programa integratua	Programa integrado	Hirugarrenen aldetik aitortza bereizirik behar ez duen barne-jarduera ildoa da.	Es una línea de actividad interna sin necesidad de reconocimiento diferenciado por terceros	Ez du ikusizko identitate propiorik; zuzenean Euskadi Turismoaren ikusizko sistemaren barruan komunikatzen da.	Sin identidad visual propia; se comunica directamente bajo el sistema visual de Euskadi Turismoa
Marka independentea	Marca independiente	Kanpoko agindu batek berariaz eskatzen du (bere identitate-sistema arautua duen hirugarren baten finantzaketa edo zuzendaritza).	Un mandato externo lo exige explícitamente (financiación o dirección de un tercero con su propio sistema de identidad normado)	Ez du nahitaezko babes ikusgarririk; salbuespenezko kasuetarako gordeta dago, eta egungo programetako batek ere ez du irizpide hori osorik betetzen.	Sin vínculo visible obligatorio; reservado a casos excepcionales; ningún programa actual cumple este criterio de forma completa

Azpimarka bakoitzaren egungo egoera

Estatus actual de cada submarca

Azpimarka / programa Submarca/programa	Babes-egoera Estatus de endoso	Sinadura-araua Regla de firma
Etikoa (Turismoaren Kode Etikoa) Etikoa (Código Ético del Turismo)	Babestutako marka Marca endosada	Bere imagotipoa mantentzen du; «Euskadi Turismoaren programa bat» sinadura gehitzen du orri-oinean eta komunikazioen amaieran, sektorean aitortza propioa izateko irizpidea betetzen baitu. Mantiene su imagotipo; incorpora firma "un programa de Euskadi Turismoa" en pie de página y cierre de comunicaciones. Cumple el criterio de reconocimiento propio en el sector
Basquetour Learning	Programa integratua Programa integrado	Euskadi Turismoaren tipografia- eta kolore-sisteman integratzen da; ez du logotipo independenterik behar, ez baitago babesa justifikatzen duen gobernantza partekaturik edo aitortza bereizirik. Se integra bajo el sistema tipográfico y cromático de Euskadi Turismoa; no requiere logotipo independiente, sin gobernanza compartida ni reconocimiento diferenciado que justifique el endoso
Let's MICE Let's MICE	Babestutako marka Marca endosada	Bere tipografia bereizgarria mantentzen du; Euskadi Turismoaren logotipoa nahitaez gehitzen du euskarri guztietan, 01. atalean araututako gutxieneko tamainan, MICE segmentuan aitortza propioa duen produktu-marka baita. Mantiene su tipografía distintiva; incorpora obligatoriamente el logotipo de Euskadi Turismoa en todo soporte, tamaño mínimo normado en el bloque 01. Es una marca de producto con reconocimiento propio en el segmento MICE
Basque Events	Programa integratua (migrazioan) Programa integrado (en migración)	Paleta instituzionala hartzen du, 01. atalean definitutakoa, eta gris/magenta paleta pixkanaka baztertzen du; migrazioak identitate bereiziaren sistema bateratzen du. Adopta la paleta institucional definida en el bloque 01, sustituyendo su paleta gris/magenta; sin identidad diferenciada propia una vez completada la migración
Enfokatur (Turismoaren Euskal Behatokia) Enfokatur (Observatorio Vasco del Turismo)	Babestutako marka, gobernantza partekatuarekin Marca endosada, con gobernanza compartida	Sailaren aginduz Euskadi.eus-en eskuliburua jarraitzen du; Euskadi Turismoa beti agertu behar da erakunde betearazle gisa kredituetan eta egiletzan. Gobernantza partekatuak babesa justifikatzen du, logotipo bereizi propiorik ez izan arren. Sigue el manual de Euskadi.eus por mandato del Departamento; Euskadi Turismoa debe constar siempre como entidad ejecutora en créditos y autoría. La gobernanza compartida justifica el endoso aunque no tenga logotipo propio diferenciado

Printzipio gidaria: irtenbidea ez da azpimarka bakoitzaren identitatea ezabatzea balio aitortua ematen duenean, baizik eta aurreko babes-irizpidearen bidez marka nagusiari modu ikusgarrian lotzea, bakar batek ere berriz marka umezurtz gisa jardun ez dezan.

Principio rector: la solución no es eliminar la identidad propia de cada submarca cuando aporta valor reconocido, sino anclarla visiblemente a la marca madre mediante el criterio de endoso anterior, para que ninguna vuelva a operar como marca huérfana.

Erabilera-kasuak

Casos de uso

Ekimen edo programa berri bat sortzea

Creación de una nueva iniciativa o programa

ZUZENA

CORRECTO

Lehenik orri honetako babes-irizpidea aplikatzen da: gobernantza partekatua badu edo bere sektorean aitortza propioa bilatzen badu, babestutako marka da; bestela, logotiporik gabe integratzen da Euskadi Turismoaren ikusizko sistemaren sinadurarekin.

Se aplica primero el criterio de endoso de este bloque: si tiene gobernanza compartida o busca reconocimiento propio en su sector, es marca endosada; si no, se integra sin identidad propia. Solo si el caso no encaja con claridad en ninguno de los tres estatus se consulta al Guardián de Marca.

OKERRA

INCORRECTO

Besterik gabe identitate propioa ematea: horixe zuzentzen du eskuliburu honek; azpimarka bat ere ez da independente jaiotzen kanpoko agindu batek behartzen ez badu.

Que el equipo responsable diseñe su propio logotipo de forma autónoma antes de aplicar este criterio, es exactamente el patrón que generó el árbol de submarcas no gobernado.

7.

ERANSKINA: ERABAKIAK HARTZEKO GIDA AZKARRA

ANEXO: GUÍA RÁPIDA DE DECISIÓN

Eranskina: erabakiak hartzeko gida azkarra

Berehala kontsultatzeko, dokumentu osoa irakurri beharrik gabe.

Zer marka erabili? ¿Qué marca uso?

Balio juridikoa duen dokumentua al da (kontratua, faktura, BOE)? ¿Es un documento con validez jurídica (contrato, factura, BOE)?	→	Basquetour, S.A.
Sektore profesionalari, prentsa espezializatuari, Eusko Jaurlaritzari edo erakundeei zuzentzen natzaie? ¿Hablo a sector profesional, prensa especializada, GV o instituciones?	→	Euskadi Turismoa
Bidaiaariari edo azken kontsumitzaileari zuzentzen natzaio euskarri formal batean? ¿Hablo al público final en soporte formal?	→	Euskadi Basque Country
Bidaiaariari zuzentzen natzaio sare sozialetan, tonu hurbilean? ¿Hablo a visitantes en redes sociales, tono cercano?	→	Euskadi Basque Country, con la etiqueta #VisitEuskadi

Zalantzarik al dut?

Inori galdetu aurretik, berrikusi elkarbizitza-taulak (03. atala) eta babes-irizpidea (06. atala); kasu gehienetan hor dago erantzuna. Kasua horietako batean ere sartzen ez bada soilik, kontsultatu Markaren Arduradunari euskarria ekoitzi aurretik.

Anexo: guía rápida de decisión

Para consulta inmediata, sin necesidad de leer el documento completo.

Zerekin batera agertzen da? ¿Con quién va acompañada?

Jarraitu 03. ataleko erabaki-zuhaitza Sigue el árbol de decisión del bloque 03	→	legezko betebeharra; ondoren Eusko Jaurlaritza / Saila; gero antolaketa partekatua; babesa; eta azkenik hirugarren baten espazioa. obligación legal, luego Gobierno Vasco/ Departamento, luego coorganización, luego patrocinio, luego espacio de un tercero.
Programa edo zigilua (Etikoa, Let's MICE) Programa o sello (Etikoa, Let's MICE)	→	aplikatu 06. ataleko babes-irizpidea. aplica el criterio de endoso del bloque 06.
Bidaiaariari edo azken kontsumitzaileari zuzentzen natzaio euskarri formal batean? ¿Hablo público final en soporte formal?	→	Euskadi Basque Country
Helmugari soilik lotutako materialak Materiales de destino puro	→	Euskadi Basque Country bakarrik. Euskadi Basque Country en solitario.

¿Tengo dudas?

Antes de consultar a nadie: revisa las tablas de convivencia (bloque 03) y el criterio de endoso (bloque 06); ahí está la respuesta en la gran mayoría de los casos. Solo si el caso no encaja en ninguna, consulta al Guardián de Marca antes de producir el soporte.

8.

APLIKAZIOAK APLICACIONES

Paper-gauzak

Papelería



Agenda

Agenda



Akreditazioa



Acreditación

