

Identitate Korporatiboaren Eskuliburua

Euskadi Basque Country marka turistikoaren erabilera-eskuliburua

Manual de Identidad Corporativa

Manual de uso de la marca turística Euskadi Basque Country



Merkatu nazionalean erabili beharreko Xede Marka **EUSKADI Basque Country** izan behar du. Eta bere gauzatze grafikoa hemen adierazitakoa izango da.

Nazioarteko merkatuetan ahalik eta gehien ulertzeko helburuarekin, Xede Marka hainbat hizkuntzataraz itzuliko da, eskuliburu honen amaieran azaltzen den bezala.

Eskuliburuan ezarritako arauen aplikazioa laguntza eraginkorra izango da identifikazio eta komunikazio elementuak sortu, diseinatu eta produzitzeko prozesu bakoitzean ildo koherente bati jarraitzeko.

En el mercado nacional la Marca Destino a utilizar ha de ser **EUSKADI Basque Country**. Y su materialización gráfica será la aquí expuesta.

Con el objetivo de una comprensión máxima en los diferentes mercados internacionales, la Marca Destino se traducirá a los diferentes idiomas, como se explica al final de este Manual.

La aplicación de las normas establecidas en el manual será una ayuda eficaz para seguir una línea coherente en cada uno de los procesos de concepción, diseño y producción de elementos de identificación y de comunicación.

EUSKADI
BASQUE COUNTRY

HELMUGA MARKA		ELKARBIZITZA BESTE MARKA BATZUEKIN		APLIKAZIOAK	
LA MARCA DESTINO	4	CONVIVENCIA CON OTRAS MARCAS	15	APLICACIONES	29
1.1 Bertsio positiboa		2.1 Sarrera		3.1 Mapak	
1.1 Versión positiva	5	2.1 Introducción	16	3.1 Mapas	30
1.2 Bertsio negatiboa		2.1 Sarrera / PUBLIKO OROKORRARENTZAKO euskarriak		3.2 Webgunea / Orri nagusia	
1.2 Versión negativa	6	2.1 Introducción / Soportes dirigidos al PÚBLICO GENERAL	18	3.2 Web / Home	31
1.3 Babes-eremua		2.1 Sarrera / PUBLIKO PROFESIONALARENTZAKO euskarriak		3.3 Prentsa-txostena	
1.3 Zona de protección	7	2.1 Introducción / Soportes dirigidos al PÚBLICO PROFESIONAL	19	3.3 Dossier de prensa	32
1.4 Eraikuntza eta modulazioa		2.2 Elkarbizitza Marka Korporatiboekin		3.4 Prentsa-iragarkia	
1.4 Construcción y modulación	8	2.2 Convivencia con Marcas Corporativas	20	3.4 Anuncio de prensa	33
1.5 Markaren tipografia		2.3 Elkarbizitza Lehiakortasun Zigilu edo Gidekin		3.5 Laguntzen enpresa onuradunak	
1.5 Tipografía de la Marca	9	2.3 Convivencia con Sellos o Guías de Competitividad	21	3.5 Empresas beneficiarias de ayudas	34
1.6 Tipografia korporatiboa		2.4 Elkarbizitza Produktu Markekin (liburuxkak)			
1.6 Tipografía corporativa	10	2.4 Convivencia con Marcas de Producto (folletos)	24		
1.7 Kolore korporatiboak		2.4 Elkarbizitza Produktu Markekin (produktu-ekitaldiak)			
1.7 Colores corporativos	11	2.4 Convivencia con Marcas de Producto (eventos de producto)	26		
1.8 Erabilera okerrak		2.5 Elkarbizitza beste Marka mota batzuekin			
1.8 Usos incorrectos	12	2.5 Convivencia con otro tipo de Marcas	27		
1.9 Aplikazioen adibideak atzealde eta argazkien gainean		2.6 Elkarbizitza esloganekin			
1.9 Ejemplos de aplicaciones sobre fondos y fotografías	13	2.6 Convivencia con Eslóganes	28		
1.10 Erreproduktzio-tamaina txikiak					
1.10 Tamaños mínimos de reproducción	14				
				NAZIOARTEKO APLIKAZIOAK	
				APLICACIONES INTERNACIONALES	35
				4.1 Nazioarteko inguruneetarako xede-markak	
				4.1 Marcas destino para entornos internacionales	36
				4.2 “Basque Country” Marka	
				4.2 Marca “Basque Country”	37
				4.3 “Euskadi Pays Basque” Marka	
				4.3 Marca “Euskadi Pays Basque”	39
				4.4 “Baskenland” Marka	
				4.4 Marca “Baskenland”	40
				4.5 “Paesi Baschi” Marka	
				4.5 Marca “Paesi Baschi”	41
				4.6 Nazioarteko azokak	
				4.6 Ferias Internacionales	42
				4.7 Liburuxkak / Mapak	
				4.7 Folletos / Mapas	43
				4.8 Webgunea / Orri nagusia	
				4.8 Web / Home	44



#1

HELMUGA MARKA
LA MARCA DESTINO

1.1 Bertsio positiboa

1.1 Versión positiva

Hau da Marka nagusia eta lehentasunezko erabilera izan beharko du; urdina atzealde zuri edo argi baten gainean. Ahal den neurrian, horrela irudikatu behar da beti, bai bitarteko fisikoetan eta bai digitaletan.

Erabiliko den atzealdea oso iluna bada eta irakurgarritasuna zailtzen badu, ondoren azalduko den bertsio negatiboa erabiliko da.

Esta es la Marca principal y deberá ser de uso prioritario; color azul sobre un fondo blanco o claro. En la medida de lo posible ha de representarse siempre de esta manera, tanto en los medios físicos como digitales.

Si el fondo sobre el que se va a aplicar es tan oscuro que dificulta su legibilidad, se utilizará entonces la versión negativa que a continuación se recoge.

EUSKADI
BASQUE COUNTRY

1.2 Bertsio negatiboa

1.2 Versión negativa

Irakurgarritasun ezagatik marka nagusia erabili ezin dugun kasuetan bakarrik aplikatuko da Marka negatiboan.

La aplicación de la Marca en negativo se limitará a los casos en los que no podamos utilizar la marca principal debido a la falta de legibilidad.

EUSKADI
BASQUE COUNTRY

EUSKADI
BASQUE COUNTRY

EUSKADI
BASQUE COUNTRY

1.3 Babes-eremua

1.3 Zona de protección

Babes-eremua ez du ezein testuk inbaditu behar.

Eremu hori errespetatzeak Markaren ikuspen eta irakurgarritasun onenak bermatzen ditu.

La Zona de protección no debe ser invadida por ningún tipo de texto.

El respeto a esta zona asegura una visión y legibilidad óptima de la Marca.



1.4 Eraikuntza eta modulazioa
1.4 Construcción y modulación



1.5 Markaren tipografia

1.5 Tipografía de la Marca

Logotipoan erabilitako tipografia propioa da eta euskal grafiarekin identifikatzen diren ezaugarriak dituzten karaktere tipografikoetan oinarrituta egin da. Formatua trazatuta dago eta ez da editagarria.

La tipografía utilizada en el Logotipo es propia y ha sido elaborada sobre la base de unos caracteres tipográficos cuyos rasgos se identifican con la grafía vasca. Su formato está trazado y no es editable.

SKAI
IE COUN1

1.6 Tipografia korporatiboa

1.6 Tipografía corporativa

Bi tipografia ezarri dira, bai pieza fisikoetarako (paper-gauzak, liburuxkak, katalogoak, direktorioa, gutunak, etab.) nahiz digitaletarako.

Testu-gorputzetarako **Fira Sans** tipografia eta titularretarako **Oswald** tipografia, biak ala biak beren aldagai guztietan.

Horiez gain, **Kalam** ere erabili da publizitate-titularretarako tipografia osagarri gisa.

Horiek guztiak Google Fonts-en daude eta, horregatik, doan deskarga daitezke:

Se establecen dos tipografías, tanto para para las piezas físicas (papelería, folletos, catálogos, directorio, cartas, etc.) como digitales.

Para los cuerpos de texto la tipografía **Fira Sans** y para los titulares la tipografía **Oswald**, ambas en todas sus variantes.

Además, se incluye también la **Kalam** como tipografía complementaria para titulares publicitarios.

Todas ellas están incluidas en Google Fonts y por tanto se pueden descargar gratuitamente:

<https://fonts.google.com/specimen/Fira+Sans?query=fira+sans>

<https://fonts.google.com/specimen/Oswald?query=oswald>

<https://fonts.google.com/specimen/Kalam?query=kalam>

FIRA SANS

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
.,()?%&\$+=!1234567890

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
.,()?%&\$+=!1234567890

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
.,()?%&\$+=!1234567890

OSWALD

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
.,()?%&\$+=!1234567890

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
.,()?%&\$+=!1234567890

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
.,()?%&\$+=!1234567890

KALAM

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
.,()?%&\$+=!1234567890

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
.,()?%&\$+=!1234567890

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
.,()?%&\$+=!1234567890

1.7 Kolore korporatiboak

1.7 Colores corporativos



PANTONE 301

LAUKROMIA / CUATRICOMÍA

Cian 100%

Magenta 70%

Amarillo 0%

Negro 20%

RGB

R43 G74 B143

HEXADECIMAL

2b4a8f

RAL

RAL 5017

VERKEHRSBLAU

BLU SEGNALE

#1 | HELMUGA MARKA | LA MARCA DESTINO

1.8 Erabilera okerrak

1.8 Usos incorrectos

EUSKADI Basque Country Marka zatiezina da eta ezingo da zatikatu. Unitate gisa funtzionatzen du eta **EUSKADI** eta **Basque Country** baturan hartzen du bere benetako zentzua.

Haren egitura bi lerrokoa da, kutxan eta beti hemen ageri den posizioan eta ordenan; goian **EUSKADI** eta azpian **Basque Country**. Antolaketa hori ezingo da inolaz ere eraldatu.

La Marca **EUSKADI Basque Country** es indivisible y no podrá fragmentarse. Funciona como una unidad y es en la suma de **EUSKADI** y **Basque Country** que adquiere su verdadero sentido.

Su arquitectura es en dos líneas, a caja y siempre en la posición y orden que aquí figura; arriba **EUSKADI** y debajo **Basque Country**. Disposición que bajo ningún concepto podrá invertirse.

EUSKADI
BASQUE COUNTRY ✓

~~BASQUE COUNTRY
EUSKADI~~

~~EUSKADI~~

~~EUSKADI
BASQUE
COUNTRY~~

~~EUSKADI
BASQUE COUNTRY~~

~~EUSKADI
BASQUE COUNTRY~~

1.9 Aplikazioen adibideak atzealde eta argazkien gainean
1.9 Ejemplos de aplicaciones sobre fondos y fotografías



Atzealde argien gainean marka positiboa erabiliko da.

Sobre fondos claros se utilizará la marca positiva

Atzealde ilunen gainean marka negatiboa erabiliko da

Sobre fondos oscuros se utilizará la marca negativa

1.10 Erreprodukzio-tamaina txikienak
1.10 Tamaños mínimos de reproducción

Gehieneko tamaina mugagabe batetik abiatuta, erreprodukzio inprimatuaren (liburuxkak, iragarkiak, etab.) gutxieneko tamainak ezartzen dira eta baita digitalarenak ere (web-orria, bideoa, sare sozialak, etab.).

Desde un tamaño máximo ilimitado, se establecen unos tamaños mínimos de reproducción impresa (folletos, anuncios, etc.) y digital (Web, Vídeo, RRSS, etc).



Euskarri fisikoa
Soporte físico



Euskarri digitala
Soporte digital

#2

An aerial photograph of a coastal town, likely San Sebastián, showing a large bay filled with boats, a densely built-up urban area along the coast, and green hills in the foreground and background. The image is split vertically: the left half shows the town and bay in natural colors, while the right half is overlaid with a solid blue color. The text is centered on the right side.

ELKARBIZITZA BESTE MARKA BATZUEKIN
CONVIVENCIA CON OTRAS MARCAS

2.1 Sarrera

2.1 Introducción

EUSKADI Basque Country Marka euskal turismoaren Marka nagusia da, helmuga zehaztu eta definitzen duen Marka baita.

Hil ala biziko garrantzia du Marka, oro har, Euskadiko Turismoaren elementu eta euskarri guztietan agertzeak.

Baina xede-publikoa kontuan hartuta, aplikazio desberdinak izango ditu, hain zuzen ere:

- **PUBLIKO OROKORRARENTZAT, EUSKADI Basque Country** Marka da protagonista, eta Turismo Sailaren Marka, bestalde, sinadura izango da
- **PUBLIKO PROFESIONALARENTZAT, EUSKADI Basque Country** sinadura izango da Basquetour Markekin eta Turismo Sailarekin konbinatuta.

La Marca **EUSKADI Basque Country** es la Marca principal del Turismo vasco, ya que es la Marca que determina y define el destino.

Es de vital importancia que la Marca aparezca, en términos generales, en todos los elementos y soportes del Turismo de Euskadi.

Teniendo en cuenta el público objetivo tendrá, sin embargo, diferentes aplicaciones, siendo:

- Para el **PÚBLICO GENERAL**, la Marca **EUSKADI Basque Country** es la protagonista, mientras que la Marca del Departamento de Turismo actuará a modo de firma.
- Para el **PÚBLICO PROFESIONAL**, **EUSKADI Basque Country** actuará a modo de firma en combinación con las Marcas de Basquetour y el Departamento de Turismo.

The logo consists of the word "EUSKADI" in a large, bold, blue serif font, with the word "BASQUE COUNTRY" in a smaller, bold, blue sans-serif font directly beneath it.

2.1 Sarrera

2.1 Introducción

Hemen erakusten dira **EUSKADI Basque Country** Markarekin batera biziko diren Basquetour Marka eta Turismo Sailaren Marka.

Dauden aukeretatik bi hauek aukeratu dira, beren Marka-egitura eta inprimatze-eremua elkarren antzekoak direlako eta, ondorioz, elkarrekin bizi direnean, grafikoki eta bisualki orekatuta geratzen direlako.

Aquí se muestra la Marca de Basquetour y la Marca del Departamento de Turismo que convivirán con la Marca **EUSKADI Basque Country**.

De las diferentes opciones existentes se han escogido estas dos porque su arquitectura de Marca y área de impresión son bastantes similares entre sí, quedando por tanto gráfica y visualmente equilibradas cuando conviven.



#2 | ELKARBIZITZA BESTE MARKA BATZUEKIN | CONVIVENCIA CON OTRAS MARCAS

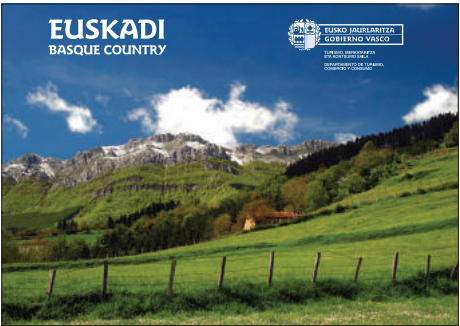
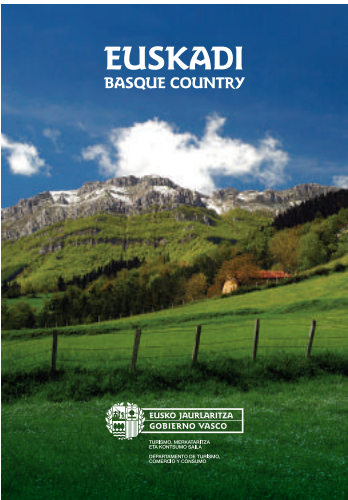
2.1 Sarrera / PUBLIKO OROKORRENTZAKO euskarriak
2.1 Introducción / Soportes dirigidos al PÚBLICO GENERAL

Euskarriaren helburua produktua nahiz helmuga sustatzea denean eta xede-publikoa **PUBLIKO OROKORRA** denean, **EUSKADI Basque Country** da lehenetsi behar den Marka:

- **EUSKADI Basque Country** Marka > protagonista
- Sail Marka > sinadura gisa
 - Liburuxka baten edo katalogo baten kontrazalean.
 - Iragarki baten barrenean.
 - Webgune baten orri-oinean.

Cuando el soporte va destinado tanto a la promoción del producto como del destino y el público objetivo es el **PÚBLICO GENERAL**, **EUSKADI Basque Country** es la Marca a priorizar:

- Marca **EUSKADI Basque Country** > protagonista
- Marca de Departamento > a modo de firma
 - En la contraportada de un folleto o un catálogo.
 - En la parte inferior de un anuncio.
 - En el footer de una web.



#2 | ELKARBIZITZA BESTE MARKA BATZUEKIN | CONVIVENCIA CON OTRAS MARCAS

2.1 Sarrera / PUBLIKO PROFESIONALARENTZAKO euskarriak
2.1 Introducción / Soportes dirigidos al PÚBLICO PROFESIONAL

Xede-publikoa **PUBLIKO PROFESIONALA** denean, **EUSKADI Basque Country** Marka Turismo Saila, Basquetour edo horien mendeko beste Marka korporatibo batzuekin (Saretour, Euskadiko Behatoki Turistikoa, etab.) batera ageri da.

Egoera horretan, **EUSKADI Basque Country** Markak sinadura gisa jokutzen du, eta honako ordena eta proportzio hauek ezartzen ditu, Basquetour eta Turismo Saila Markekin batera.

En el caso de que el público objetivo sea el **PÚBLICO PROFESIONAL**, la Marca **EUSKADI Basque Country** convive con Marcas corporativas tales como el Departamento de Turismo, Basquetour u otras dependientes de estas (Saretour, Observatorio Turístico de Euskadi, etc.).

En esta circunstancia, la Marca **EUSKADI Basque Country** actúa a modo de firma, estableciéndose los órdenes y proporciones siguientes, en combinación con las Marcas de Basquetour y del Departamento de Turismo.

Igorlea **Basquetour** denean
Cuando el emisor es **Basquetour**



Igorlea **Saila** denean
Cuando el emisor es el **Departamento**



Igorlea **Basquetour** denean
Cuando el emisor es **Basquetour**



Igorlea **Saila** denean
Cuando el emisor es el **Departamento**

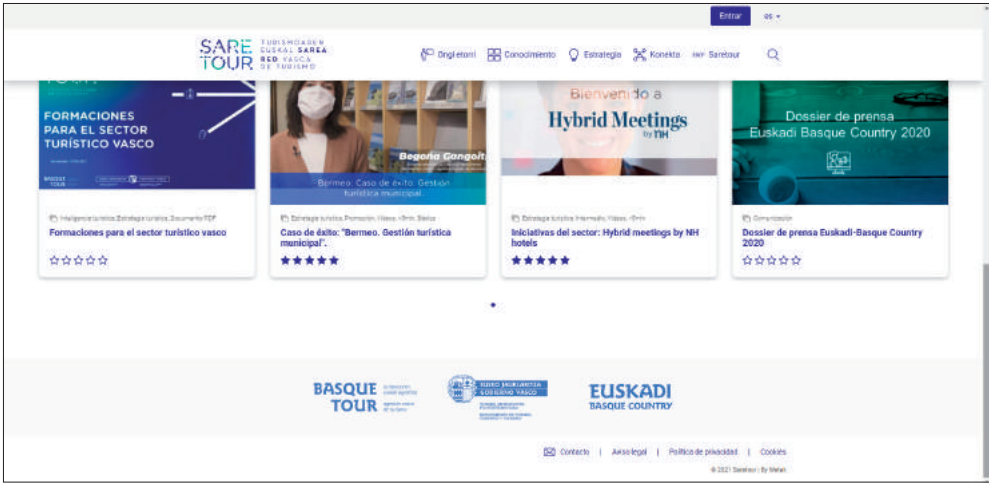


#2 | ELKARBIZITZA BESTE MARKA BATZUEKIN | CONVIVENCIA CON OTRAS MARCAS

2.2 Elkarbizitza Marka Korporatiboekin
2.2 Convivencia con Marcas Corporativas

Basquetourren eta Turismo Sailaren mendeko marka korporatiboen euskarriek Basquetour, Turismo Saila eta **EUSKADI Basque Country** Markak izango dituzte sinadura gisa, marka nagusiaren, kasu honetan Saretourren, % 50 eta % 70 arteko proportzioan.

Los soportes de Marcas Corporativas dependientes de Basquetour y el Departamento de Turismo incorporarán a modo de firma las Marcas de Basquetour, el Departamento de Turismo y **EUSKADI Basque Country**, en una proporción de entre un 50 y un 70% de la Marca principal, en este ejemplo, Saretour.



#2 | ELKARBIZITZA BESTE MARKA BATZUEKIN | CONVIVENCIA CON OTRAS MARCAS

2.3 Elkarbizitza Lehiakortasun Zigilu edo Gidekin

2.3 Convivencia con Sellos o Guías de Competitividad

Lehiakortasun Zigiluei buruzko materialak, oro har, **PUBLIKO PROFESIONALARENTZAT** dira. Kasu honetan, honako hau da hierarkia:

- Lehiakortasun Zigilua > protagonista
- **EUSKADI Basque Country** Marka > sinadura gisa, Basquetour eta Turismo Saila Markekin konbinatuta, Lehiakortasun Zigiluaren % 50 eta % 70 arteko proportzioan.
 - Liburuxka baten edo katalogo baten kontrazalean.
 - Iragarki baten beheko aldean.
 - Webgune baten orri-oinean.

Los materiales que se realizan sobre Sellos de Competitividad en general se destinan al **PÚBLICO PROFESIONAL**. En este caso la jerarquía ha de ser la siguiente:

- Sello de Competitividad > protagonista
- Marca **EUSKADI Basque Country** > a modo de firma en combinación con las Marcas de Basquetour y del Departamento de Turismo, a una proporción entre el 50 y 70% del Sello de Competitividad.
 - En la portada o contraportada de un folleto o un catálogo.
 - En la parte de abajo de un anuncio.
 - En el footer de una web.



#2 | ELKARBIZITZA BESTE MARKA BATZUEKIN | CONVIVENCIA CON OTRAS MARCAS

2.3 Elkarbizitza Lehiakortasun Zigilu edo Gidekin
2.3 Convivencia con Sellos o Guías de Competitividad

Lehiakortasun Zigiluen Power Pointeko txantiloien kasuan, Marken kokapenak eta hierarkia agertzen dira hemen, eta aldatu egingo dira azalaren, barneko pantailaren edo azken orrialdearen arabera.

Lehentasuna emango zaio Lehiakortasun Zigiluari, eta horren azpian titularra egongo da; Basquetour, Turismo Saila, eta **EUSKADI Basque Country**, bestalde, sinadura gisa joango dira.

En el caso de las plantillas de Power Point de Sellos de Competitividad aquí se muestran las ubicaciones y jerarquía de las diferentes Marcas, que irán variando en función de la portada, pantalla interior o última página.

Se otorga prioridad al Sello de Competitividad, bajo el cual irá el titular, mientras que Basquetour, el Departamento de Turismo y **EUSKADI Basque Country** irán a modo de firma.



AZALA
PORTADA



BARNEALDEA
INTERIOR



AZKEN ORRIALDEA
ÚLTIMA PÁGINA

#2 | ELKARBIZITZA BESTE MARKA BATZUEKIN | CONVIVENCIA CON OTRAS MARCAS

2.3 Elkarbizitza Lehiakortasun Zigilu edo Gidekin

2.3 Convivencia con Sellos o Guías de Competitividad

Euskarria, **PUBLIKO PROFESIONALAZ GAIN PUBLIKO OROKORRENTZAT** ere baldin bada, honako hau izango da hierarkia:

- **EUSKADI Basque Country** protagonista, lehiakortasun-zigiluak edo -gidak jarraituko diotelarik garrantzian.
- Basquetour eta Turismo Saila sinadura gisa agertuko dira, Helmuga Markaren % 50 eta % 70 arteko proportzioan.
 - Katalogo baten edo iragarki baten azalaren edo kontrazalaren beheko aldean.
 - Webgune baten orri-oinean.

En el caso de que el soporte, además de al **PÚBLICO PROFESIONAL**, también vaya destinado al **PÚBLICO GENERAL**, la jerarquía sería:

- **EUSKADI Basque Country** protagonista, seguida en importancia del sello o guía de competitividad.
- Basquetour y Departamento de Turismo figurarían a modo de firma, a una proporción entre el 50 y 70% de la Marca Destino.
 - En la parte inferior de la portada o contraportada de un catálogo o anuncio.
 - En el footer de una web.



#2 | ELKARBIZITZA BESTE MARKA BATZUEKIN | CONVIVENCIA CON OTRAS MARCAS

2.4 Elkarbizitza Produktu Markekin (liburuxkak)

2.4 Convivencia con Marcas de Producto (folletos)

Ahal den heinean, Helmuga Marka liburuxkaren goialdean eta erdian aplikatuko da beti. Bertsio positiboa edo negatiboa erabili ahal izango da argazkiaren atzealdeko kolorearen arabera.

Titularrerako Oswald tipografia erabiliko dugu.

Produktuaren Marka behean eta erdian jarriko dugu, Helmuga Markaren % 50 eta % 70 arteko proportzioan.

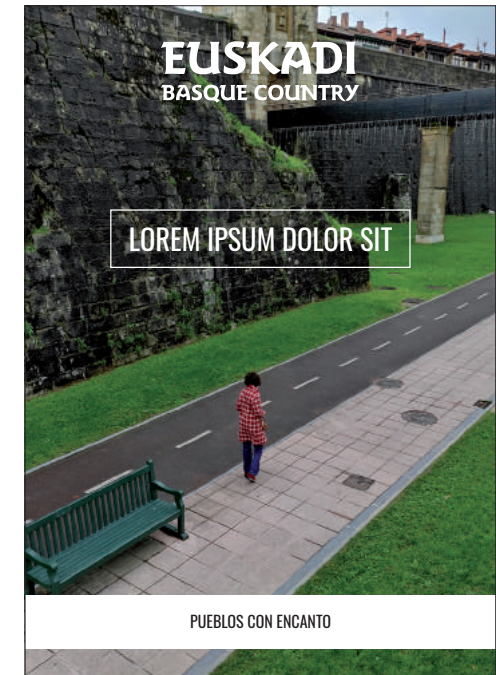
Liburuxka Produktuaren Marka batekin bat ez badator, beheko banda zurian produktuaren generikoa jarriko litzateke (Herri Xarmangarriak, Txangoak itsasontzian, etab.) eskuliburu honetan jasotako Oswald tipografian.

En la medida de lo posible la aplicación de la Marca destino ha de ser siempre en la zona superior del folleto y centrada. Se podrá utilizar la versión positiva o negativa dependiendo del color de fondo de la fotografía.

Para el titular utilizaremos la tipografía Oswald.

La Marca de Producto la pondremos abajo centrada y a una proporción entre el 50 y 70% de la Marca Destino.

En el caso de que el folleto no se corresponda con una Marca de Producto, en la banda blanca inferior se pondría el genérico del producto (Pueblos con Encanto, Excursiones en Barco, etc.) en la tipografía Oswald recogida en este Manual.



Orrialde honetan erakutsitako adibideak pisuen eskemak eta marken gutxi gorabeherako kokapena dira. Amaierako diseinua kasu bakoitzean zehazten dena izango da.

Los ejemplos mostrados en esta página son esquemas de pesos y ubicación aproximada de marcas. El diseño final será el que se determine en cada caso.

#2 | ELKARBIZITZA BESTE MARKA BATZUEKIN | CONVIVENCIA CON OTRAS MARCAS

2.4 Elkarbizitza Produktu Markekin (liburuxkak)

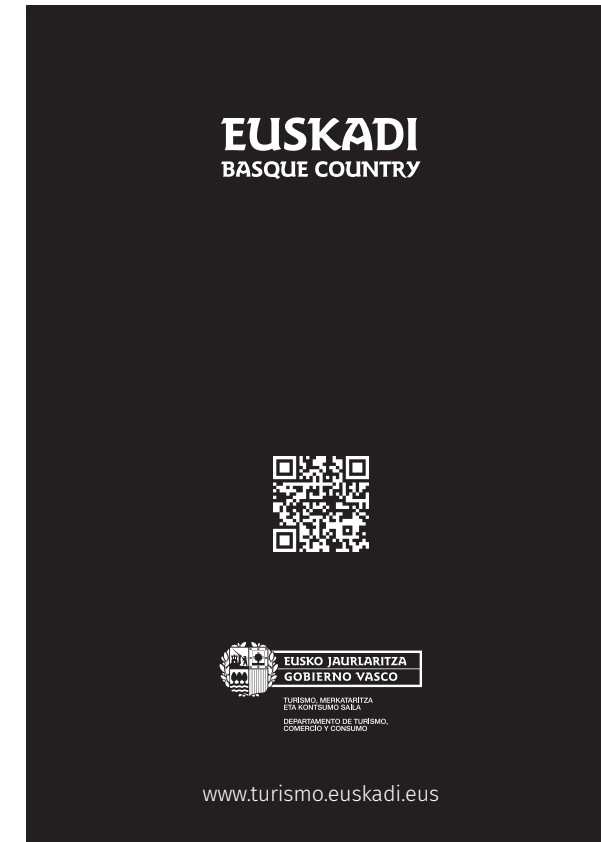
2.4 Convivencia con Marcas de Producto (folletos)

Liburuxka turistikoetan, Turismo Sailaren Marka sinadura gisa jarriko da, ahal izanez gero kontrazalaren beheko aldean.

Kasu horretan, **EUSKADI Basque Country** eta Turismo Sailaren Markek tamaina baliokidea izango dute.

En los folletos turísticos, la Marca del Departamento de Turismo irá a modo de firma, preferiblemente en la parte inferior de la contraportada.

En este caso, las marcas de **EUSKADI Basque Country** y el Departamento de Turismo tendrán un tamaño equivalente.



#2 | ELKARBIZITZA BESTE MARKA BATZUEKIN | CONVIVENCIA CON OTRAS MARCAS

2.4 ElkARBIZITza Produktu Markekin (produktu-ekitaldiak)

2.4 Convivencia con Marcas de Producto (eventos de producto)

Produktu jakin bati buruzko ekitaldia egiten denean (Euskadi Gastronómica, Surfing Euskadi, The Basque Route, etab.), produktuak hartuko du protagonismoa eta ondoren Helmuga Markak. Turismo Sailaren Marka sinadura gisa agertuko da, karteletan, ekitaldiari buruzko liburuxketan eta abarretan.

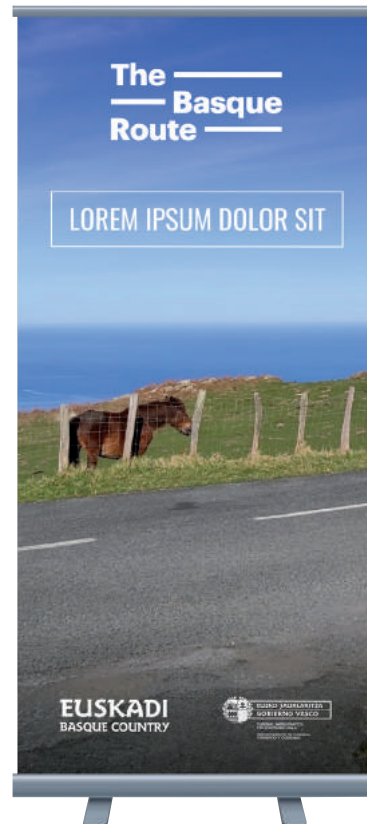
Produktuaren berezko markarik ez badago, produktuaren izena titular gisa jarriko da Eskuliburuan jasotako Oswald tipografian.

Ekitaldia nazioartekoa den kasuetan, Turismo Sailaren Marka ez da jarriko.

Cuando se lleva a cabo un evento de un producto en concreto (Euskadi Gastronómica, Surfing Euskadi, The Basque Route, etc.) será el producto el que adquiere el protagonismo, seguido de la Marca Destino, actuando la Marca del Departamento de Turismo a modo de firma, ya sea en cartelería, folletos del evento, etc.

En caso de no existir una Marca propia de producto, se pondrá el nombre de producto a modo de titular en la tipografía Oswald recogida en el Manual.

En los casos en los que el evento sea internacional, no se incluirá la Marca del Departamento de Turismo.



#2 | ELKARBIZITZA BESTE MARKA BATZUEKIN | CONVIVENCIA CON OTRAS MARCAS

2.5 Elkarbizitza beste Marka mota batzuekin

2.5 Convivencia con otro tipo de Marcas

Beste Marka batzuek parte hartzen duten ekitaldietan (marka komertzialak, udalenak, etab.) bi agertoki ezarriko dira:

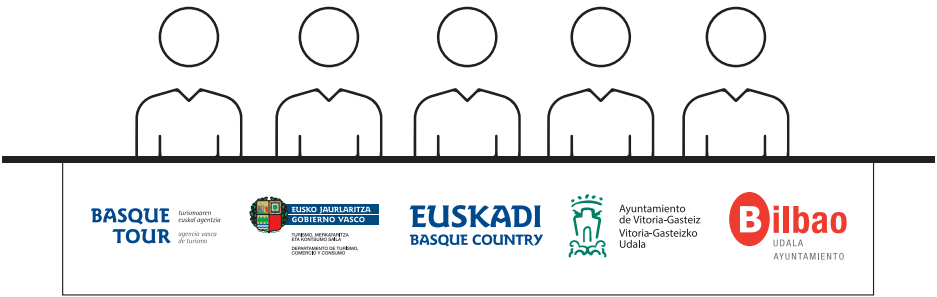
A. Antolatzailea Basquetour edo Turismo Saila denean eta babesle gisa beste Marka batzuk daudenean, Basquetour, Turismo Saila eta **EUSKADI Basque Country** Markak lehenetsiko dira. Marka laguntzaile edo babesle bakarra egonez gero, hiru Markak tamaina berean jarriko dira.

B. Ekitaldiaren antolatzaileak **beste Marka edo Markak** direnean, horiei emango zaie lehentasuna.

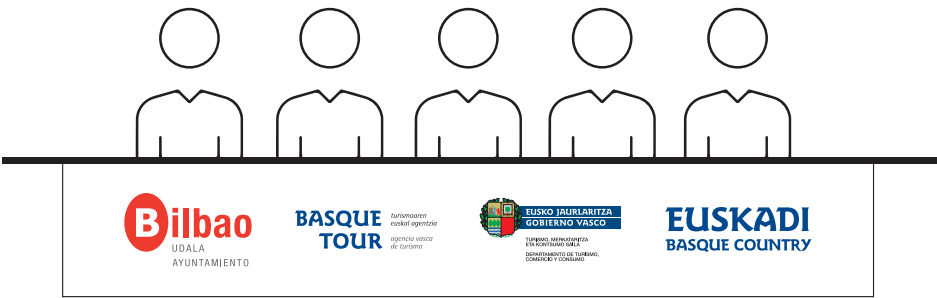
En eventos en las que participan otras Marcas (marcas comerciales, de ayuntamientos, etc.) se establecen dos escenarios:

A. Cuando el organizador es Basquetour o el Departamento de Turismo y existen otras Marcas a modo de espónsor, se priorizarán las Marcas de Basquetour, Departamento de Turismo y **EUSKADI Basque Country**.
Si solo hubiera una Marca colaboradora o espónsor, las tres Marcas irían al mismo tamaño.

B. Cuando es **la otra u otras Marcas las organizadoras** del evento, serán éstas las que se prioricen.



- A -



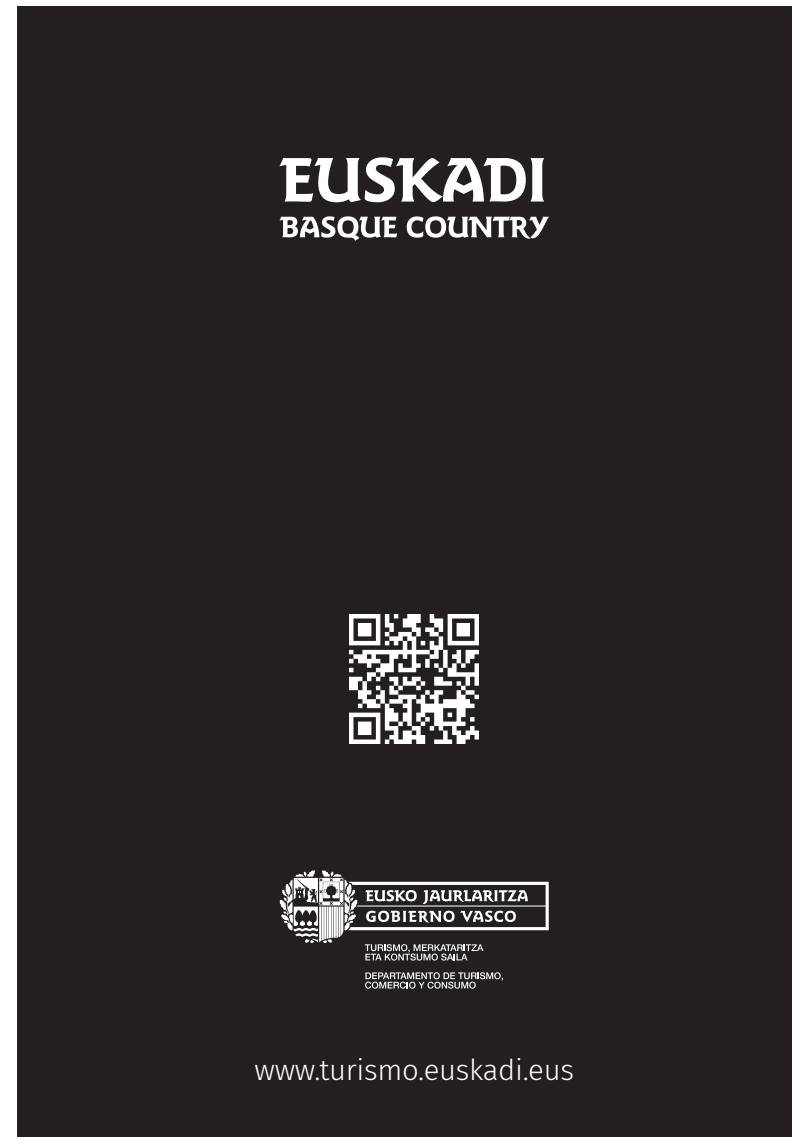
- B -

2.6 Elkarbizitza esloganekin

2.6 Convivencia con Eslóganes

“Euskadi, bien común”, “Euskadi, auzolana” eta “Euskadi, auzolana, bien común” Eusko Jaurlaritzak euskal herritarrei zuzendutako eslogan gisa, hasiera batean ez dira jarriko publiko orokorrarentzako pieza batean, baldin eta euskal herritarren erabilera eskusiborako ez badira (barne turismoa). Gainera, publizitate-erabilerako piezetan soilik erabiliko dira.

“Euskadi, bien común”, “Euskadi, auzolana” y “Euskadi, auzolana, bien común” como eslóganes del Gobierno Vasco dirigidos a la ciudadanía vasca, en principio no irán en ninguna pieza destinada al público general, salvo que sea de uso exclusivo para ciudadanos de Euskadi (turismo interior). Además, se utilizará únicamente en piezas de uso publicitario.



#3



APLIKAZIOAK
APLICACIONES

#3 | APLIKAZIOAK | APLICACIONES

3.1 Mapak

3.1 Mapas

Pieza inprimatuen azaletan, hala nola mapa eta liburuxketan, Helmuga Markak leku garrantzitsua hartu behar du diseinuan. Horregatik, maketazioaren goiko aldean jartzea gomendatzen da, ahal izanez gero erdian jarrita eta Babesgunea errespetatuz. Horrela, argitalpen guztien helburu erkidea **EUSKADI Basque Country** helmuga turistiko gisa sustatzea izango da.

Kontrazalean, Helmuga Marka leku nagusian eta Turismo Sailaren Marka sinadura gisa jarriko ditugu berriro **EUSKADI Basque Country** Markaren proportzio berean.

En la portada de piezas impresas tales como mapas y folletos, la Marca Destino ha de ocupar un lugar importante en el diseño. Por ello se recomienda que se sitúe en la zona superior de la maquetación, a ser posible centrada y respetando la Zona de Protección. De esta manera todas las publicaciones tendrán como objetivo común promocionar **EUSKADI Basque Country** como destino turístico.

En la contraportada, volvemos a emplazar la Marca Destino, ocupando también un lugar predominante y la Marca del Departamento de Turismo a modo de firma, en la misma proporción que **EUSKADI Basque Country**.



Liburuxketan aplikatzeko, ikus 23. eta 24. orrialdeak
Para aplicación en folletos ver páginas 23 y 24

#3 | APLIKAZIOAK | APLICACIONES

3.2 Webgunea / Orri nagusia

3.2 Web / Home

EUSKADI Basque Country Marka izango da protagonista eta ezkerrean edo zentratuta jarriko da, diseinuaren arabera, eta ahal izanez gero 150 pixeleko zabaleran.

EUSKADI hitza edo **EUSKADI BASQUE COUNTRY** titularraren zati gisa erabiliz gero, ezingo da erabili Helmuga Markaren logoaren tipografian. Horretarako, Eskuliburu honetan jasotako Kalam tipografia erabiltzea gomendatzen da.

Orri-oinean, sinadura gisa, **EUSKADI Basque Country** eta Turismo Saila Markak jarriko dira webgunearen buruko Markaren % 50 eta % 70 arteko proportzioan.

La Marca **EUSKADI Basque Country** será la Marca protagonista y se colocará a la izquierda o centrada, dependiendo del diseño, preferiblemente a una anchura de 150 pixeles.

En caso de utilizar la palabra **EUSKADI** o **EUSKADI BASQUE COUNTRY** como parte del titular, nunca podrá materializarse en la tipografía del logo de la Marca Destino. Para ello se aconseja el uso de la tipografía Kalam recogida en este Manual.

En el footer, a modo de firma, se incluirán las Marcas de **EUSKADI Basque Country** y el Departamento de Turismo, a una proporción del 50-70% respecto a la Marca en la cabecera de la web.



#3 | APLIKAZIOAK | APLICACIONES

3.3 Prentsa-txostena

3.3 Dossier de prensa

Helmuga Markak izan behar du komunikazioaren protagonista eta, horregatik, tamaina nabarmenean kokatu behar da azalaren goiko aldean. Basquetour eta Turismo Saila Markak kontrazalean jarriko dira sinadura gisa, **EUSKADI Basque Country** Markaren % 50 eta % 70 arteko proportzioan.

La Marca Destino ha de ser la protagonista de la comunicación, por lo que ha de ubicarse a un tamaño destacado en la zona superior de la portada. Las Marcas de Basquetour y Departamento de Turismo irán ubicadas en la contraportada a modo de firma, a una proporción del 50-70% de la Marca **EUSKADI Basque Country**.



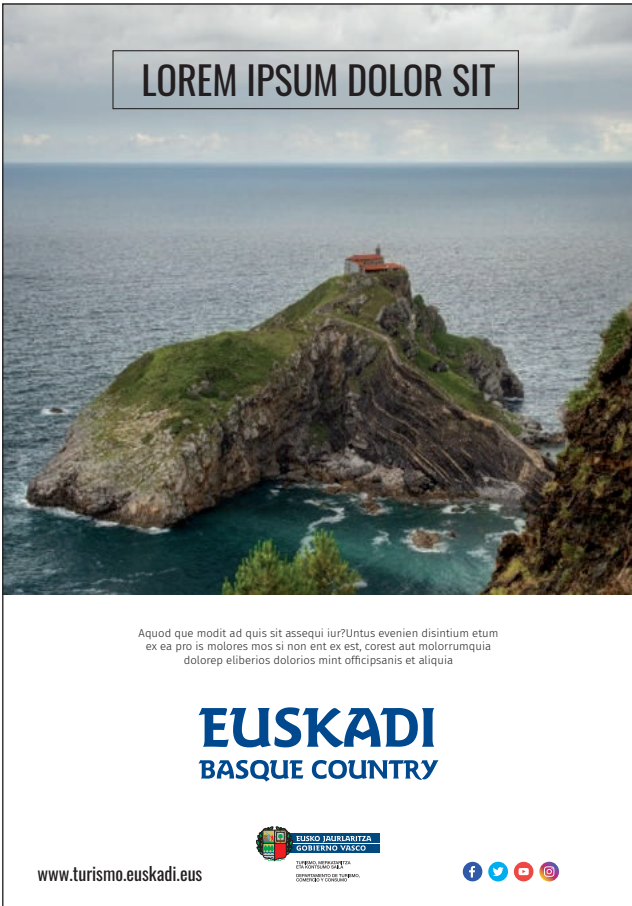
#3 | APLIKAZIOAK | APLICACIONES

3.4 Prentsa-iragarkia

3.4 Anuncio de prensa

PUBLIKO OROKORRARI zuzenduta dauden eta helmuga sustatzen duten piezen logika berari jarraituz, **EUSKADI Basque Country** izango da Marka protagonista, eta Turismo Sailaren Marka sinadura gisa agertuko da, Helmuga Markaren % 50eko proportzioan.

Siguiendo la misma lógica de piezas anteriores dirigidas al PÚBLICO GENERAL y que promocionan el destino, **EUSKADI Basque Country** será la Marca protagonista, mientras que la del Departamento de Turismo actuará a modo de firma, a una proporción del 50% de la Marca Destino.



Marken gutxi gorabeherako pisuaren eta kokapenaren eskema adierazlea. Behin betiko diseinua kasu bakoitzean zehazten dena izango da.

Esquema indicativo de peso y ubicación aproximada de las marcas. El diseño definitivo será el definido en cada caso.

3.5 Laguntzen enpresa onuradunak

3.5 Empresas beneficiarias de ayudas

Komunikazio grafikoko eta ikus-entzunezko euskarriak prestatzeko, sustapenari, merkaturatzeko eta komunikazio-estrategiei dagozkien jardura guztietan, **EUSKADI Basque Country** eta Turismo Saila Markak jarri beharko dira, ordena horretan eta dagokien atalean (Babeslea, Laguntzailea edo kasu bakoitzean dagokiona), ahal izanez gero lehen tokian, baldin eta neurri handiagoan parte hartzen duen beste Marka edo erakunde bat ez badago.

Marka laguntzaile edo babesleak 6 baino gehiago badira, Turismo Sailaren Marka adierazi beharko da nahitaez, eta alde batera utzi ahal izango da **EUSKADI Basque Country**.

Web orriak sortu edo eguneratzeari dagokionez, erakunde onuradunak www.turismo.euskadi.eus ataria lotuko duen banner bat ere jarri beharko du bere web orrian.

En todas las actuaciones correspondientes a la elaboración de soportes de comunicación gráficos y audiovisuales, promoción, comercialización y estrategias de comunicación, deberán incorporar las Marcas de **EUSKADI Basque Country** y del Departamento de Turismo, por este orden, en el apartado que corresponda (Patrocinador, Colaborador o de lo que se trate en cada caso), preferiblemente en primer lugar, salvo que haya alguna otra Marca o entidad que participe en mayor medida.

En el caso de que las Marcas colaboradoras o patrocinadoras sean más de 6, sólo será obligatorio reflejar la Marca del Departamento de Turismo, pudiéndose prescindir de **EUSKADI Basque Country**.

En lo referente a la creación o actualización de páginas web, la entidad beneficiaria deberá también establecer en su página web un banner que vincule al portal de turismo www.turismo.euskadi.eus



#4

NAZIOARTEKO APLIKAZIOAK APLICACIONES INTERNACIONALES



#4 | NAZIOARTEKO APLIKAZIOAK | APLICACIONES INTERNACIONALES

4.1 Nazioarteko inguruneetarako xede-markak

4.1 Marcas destino para entornos internacionales

Jarraian, Xede Marka erabilienak eta herrialde bakoitzean duten aplikazioa adieraziko dira.

Hala ere, xede-marka berriak sortu ahal izango dira, beste hizkuntza batzuetara itzuliko direnak.

Oro har, bi hitzez osatutako xede-markek (Basque Country eta Paesi Baschi) bertsio horizontala eta bertikala dituzte, eta azken hori da gehien erabiltzen dena. Hiru hitzez osatutako markek, hala nola Euskadi Pays Basquek, marka bertikala baino ez dute izango (bi lerrotan), eta hitz bakarreko markek, esaterako Baskenlandek, bertsio horizontala baino ez dute izango.

A continuación, se indican las Marcas Destino más utilizadas y su aplicación en los diferentes países.

No obstante, podrán crearse nuevas marcas destino, con traducción a otros idiomas.

Como norma general las marcas destino que consten de 2 palabras (Basque Country y Paesi Baschi) cuentan con versión horizontal y vertical, siendo esta última la de uso preferente. Las marcas con 3 palabras, como Euskadi Pays Basque, solo contarán con marca vertical (en 2 líneas) y las marcas con una sola palabra, como Baskenland, solo contarán con la versión horizontal.

EUSKADI
BASQUE COUNTRY

Merkatu nazionalako erabilera. (ez nazioartekoa)
Uso en el mercado nacional. (no internacional)

BASQUE
COUNTRY

Ingelesez hitz egiten den merkatuko eta xede-marka propiorik sortu ez zaien nazioarteko merkatuetako erabilera.
Uso en el mercado de habla inglesa y en aquellos mercados internacionales para los que no se haya creado una Marca Destino propia.

BASQUE COUNTRY

EUSKADI
PAYS BASQUE

Frantziako merkatuko erabilera.
Uso en el mercado francés.

BASKENLAND

Alemaniano merkatuko erabilera.
Uso en el mercado alemán.

PAESI
BASCHI

Italiako merkatuko erabilera.
Uso en el mercado italiano.

PAESI BASCHI

4.2 “Basque Country” Marka
4.2 Marca “Basque Country”

Basque Country marka ingelesez hitz egiten den merkatuetan erabiliko da, eta itzultako Xede Markarik ez duten herrialdeetan.

Irakurgarritasun ezagatik marka nagusia erabili ezin dugun kasuetan bakarrik aplikatuko da Marka negatiboan.

La marca Basque Country se empleará en los mercados de habla inglesa y para uso en aquellos países que no dispongan de una Marca Destino traducida.

La aplicación de la Marca en negativo se limitará a los casos en los que no podamos utilizar la marca principal debido a la falta de legibilidad.

**BASQUE
COUNTRY**

Lehentasunezko erabilera. Bertsio positiboa bertikalean
Uso preferente. Versión positiva en vertical



Bertsio negatiboa
Versión negativa

BASQUE COUNTRY

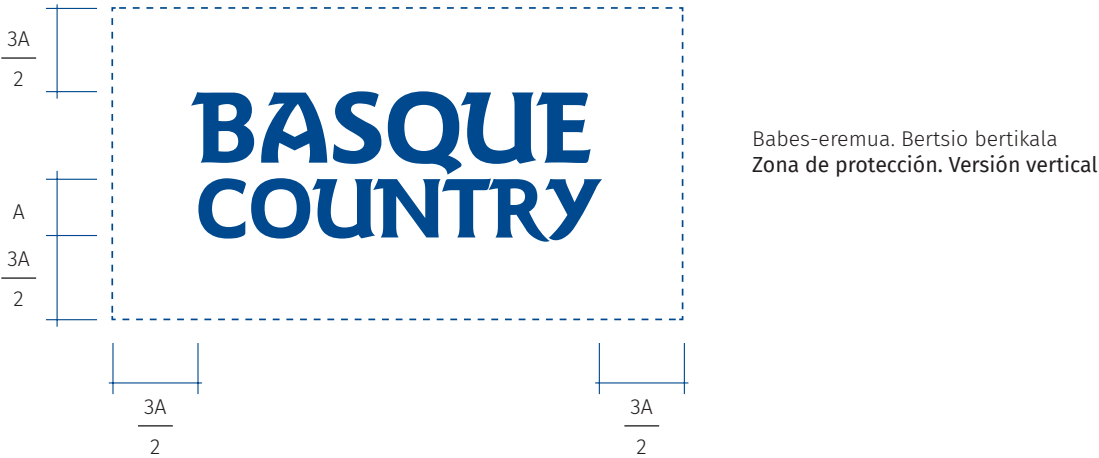
Bertsio positiboa horizontalean
Versión positiva en horizontal



Bertsio negatiboa
Versión negativa

4.2 “Basque Country” Marka

4.2 Marca “Basque Country”



4.3 “Euskadi Pays Basque” Marka

4.3 Marca “Euskadi Pays Basque”

Xede-marka xede duen merkatuko hizkuntzara itzuliko da.

La marca destino se traducirá al idioma del mercado al que vaya dirigido.



Lehentasunezko erabilera. Frantzia
Uso preferente. Francia



Bertsio negatiboa
Versión negativa



Babes-eremua
Zona de protección

4.4 “Baskenland” Marka
4.4 Marca “Baskenland”

Xede-marka xede duen merkatuko hizkuntzara itzuliko da.

La marca destino se traducirá al idioma del mercado al que vaya dirigido.

BASKENLAND

Lehentasunezko erabilera. Alemania
Uso preferente. Alemania



Bertsio negatiboa
Versión negativa



Babes-eremua
Zona de protección

4.5 “Paesi Baschi” Marka
4.5 Marca “Paesi Baschi”

Xede-marka xede duen merkatuko hizkuntzara itzuliko da.

La marca destino se traducirá al idioma del mercado al que vaya dirigido.

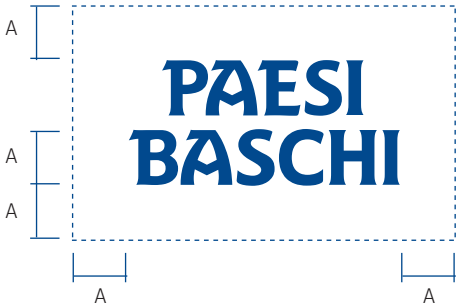
PAESI BASCHI

**PAESI
BASCHI**

Lehentasunezko erabilera. Italia
Uso preferente. Italia



Bertsio negatiboa
Versión negativa



Babes-eremua
Zona de protección

#4 | NAZIOARTEKO APLIKAZIOAK | APLICACIONES INTERNACIONALES

4.6 Nazioarteko azokak

4.6 Ferias Internacionales

Azoketan herrialde hartzaileko hizkuntzara itzulita erabiliko da Xede Marka.

Adibide gisa, FITURen **EUSKADI Basque Country** marka erabiliko da, Londresko WTM-n **BASQUE COUNTRY** edo ITB Berlinen **BASKENLAND**.

En las Ferias se utilizará la Marca Destino traducida al idioma del país anfitrión de la misma.

A modo de ejemplo, en FITUR se empleará la marca **EUSKADI Basque Country**, en la WTM de Londres **BASQUE COUNTRY** o **BASKENLAND** en la ITB Berlín.



Londresko WTM azokako aplikazio-eredua.
Ejemplo de aplicación en la Feria WTM Londres.



Berlingo ITB azokako aplikazio-eredua.
Ejemplo de aplicación en la Feria ITB Berlín.

#4 | NAZIOARTEKO APLIKAZIOAK | APLICACIONES INTERNACIONALES

4.7 Liburuxkak / Mapak

4.7 Folletos / Mapas

Nazioarteko katalogoetan edo liburuxketan, xede-marka dagokion hizkuntzara itzulitakoa izango da.

En los catálogos o folletos con destino internacional, la marca destino será la traducida a su idioma correspondiente.



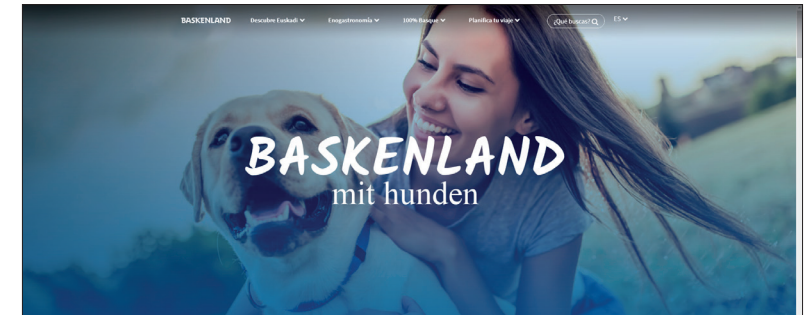
#4 | NAZIOARTEKO APLIKAZIOAK | APLICACIONES INTERNACIONALES

4.8 Webgunea / Orri nagusia

4.8 Web / Home

Irizpide bera aplikatuko litzateke atzerriko herrialdeetan erabiltzen diren euskarri guztietan..

Este mismo criterio se aplicaría en todo tipo de soportes que se lleven a cabo en países extranjeros.



EUSKADI BASQUE COUNTRY ESKULIBURUAREN LABURPEN-TAULA | CUADRO RESUMEN MANUAL EUSKADI BASQUE COUNTRY

ARAU OROKORRA / NORMA GENERAL		
Publiko orokorrarentzako euskarriak Soportes dirigidos al público general	EUSKADI Basque Country da marka protagonista eta Turismo Sailarena sinadura gisa agertzen da.	EUSKADI Basque Country es la marca protagonista y la del Departamento de Turismo actúa a modo de firma.
Publiko profesionalarentzako euskarriak Soportes dirigidos al público profesional	Basquetour eta/edo Turismo Saila, igorlearen arabera, lehen planoan egongo lirateke, eta Euskadi Basque Country, bestalde, sinadura gisa agertuko litzateke.	Basquetour y/o el Departamento de Turismo, según quien sea el emisor, estarían en primer término, mientras EUSKADI Basque Country actuaría a modo de firma.
ELKARBIZITZA BESTE MARKA ETA APLIKAZIO BATZUEKIN / CONVIVENCIA CON OTRAS MARCAS Y APLICACIONES		
Marka korporatiboekin (adibidez: Saretour) Con marcas corporativas (ejemplo: Saretour)	Saretour marka protagonista gisa agertzen da. Basquetour, Turismo Saila eta EBC, bestalde, sinadura gisa agertzen dira marka nagusiaren % 50 eta % 70 arteko proportzioan.	Saretour actúa como marca protagonista. Las marcas de Basquetour, Departamento de Turismo y EUSKADI Basque Country a modo de firma a un 50-70% de la marca principal.
Lehiakortasun-zigiluekin Con sellos de competitividad	Lehiakortasun-zigilua marka protagonista gisa agertzen da. Basquetour, Turismo Saila eta EBC, bestalde, sinadura gisa agertzen dira marka nagusiaren % 50 eta % 70 arteko proportzioan.	El sello de competitividad actúa como marca protagonista. Las marcas de Basquetour, Departamento de Turismo y EUSKADI Basque Country a modo de firma a un 50-70% de la marca principal.
Produktu-markekin : Liburuxkak, mapak eta beste batzuk Con marcas de producto: Folletos, mapas y otros	Azalean, marka protagonista EBC izango da, eta bigarren mailan jarriko da produktu-marka edo -generikoa, marka nagusiaren % 50 eta % 70 arteko proportzioan. Turismo Sailaren marka sinadura gisa agertuko da kontrazalean.	En la portada, la marca protagonista será EUSKADI Basque Country, seguido en un segundo término de la marca o genérico de producto a un 50-70% de la marca principal. La marca del Departamento de Turismo se reflejará a modo de firma en contraportada.
Produktu-markekin : Web-orria eta alde bakarreko inprimakiak Con marcas de producto: Web e impresos a una sólo cara	Helmuga sustatzea xede duen web-orrian (eta alde bakarreko inprimaketan), protagonismoa EBC-k izango du, bigarren mailako produktuan edo generikoan, eta Sailaren logoa web-orriaren orri-oinean edo inprimakiaren beheko aldean agertuko da sinadura gisa (marka nagusiaren % 50 eta % 70 arteko proportzioan).	En la web destinada a promocionar el destino (y en impresos a única cara), el protagonismo será para la marca EUSKADI Basque Country, el producto o genérico en un segundo término, mientras que el logo del Departamento irá en el footer de la web o en la parte baja del impreso a modo de firma (50-70% de la marca principal).
Produktua edo Helmuga sustatzeko ekitaldiak: Eventos de promoción de Producto o Destino:	Produktu-ekitaldietarako karteletan, gonbidapenetan eta abarretan, produktuaren marka edo generikoa izango litzateke protagonista, eta EBC bigarren mailan agertuko litzateke; Turismo Sailaren marka sinadura gisa agertuko litzateke. Ekitaldia helmuga sustatzekoa izango balitz, marka nagusia EBC izango litzateke, eta Saila sinadura gisa agertuko litzateke (nagusiaren % 50-70).	En eventos de producto, tanto para cartelería, invitaciones, etc. la marca o genérico de producto sería la protagonista, en un segundo término EUSKADI Basque Country, mientras que la del Dpto de Turismo actuaría a modo de firma. Si el evento fuera de promoción del destino, la marca protagonista sería EUSKADI Basque Country y el Departamento actuaría a modo de firma (50-70% de la principal).
Turismo Sailaren kolaborazio, babes eta laguntza-onuradunen argitalpenak Publicaciones de colaboraciones, patrocinios y beneficiarios de ayudas del Departamento de Turismo	Erabili beharreko markak EBC eta Saila dira, ordena horretan, dagokion atalean (Babeslea, Laguntzailea edo kasu bakoitzean dagokiona), ahal izanez gero, lehen tokian, neurri handiagoan parte hartzen duen beste marka edo erakunderen bat dagoenean izan ezik. Marka laguntzaile edo babesleak 6 baino gehiago badira, Turismo Sailaren Marka adierazi beharko da nahitaez, eta alde batera utzi ahal izango da EBC.	Las marcas a utilizar son EUSKADI Basque Country y Departamento, por este orden, en el apartado que corresponda (Patrocinador, Colaborador o de lo que se trate en cada caso), preferiblemente, en primer lugar, salvo que haya algún otra marca o entidad que participe en mayor medida. En el caso de que las marcas colaboradoras o patrocinadoras sean más de 6, solo será obligatorio reflejar el logo del Departamento de Turismo, pudiéndose prescindir del de EUSKADI Basque Country.
Publiko profesionalarentzako ekitaldiak Eventos al público profesional	Basquetourrek edo Turismo Sailak antolatzen duten eta publiko profesionala xede duten ekitaldiak, hiru markekin eta ordena honetan sinatuko dira: Basquetour, Turismo Saila eta EBC, baldin eta helmuga/ produktuaren sustapena ez bada. Beste erakunde edo marka batek parte hartzen badu, Basquetour marka kenduko da, eta Turismo Sailaren eta EBCren logoekin soilik sinatuko da, ordena horretan.	Aquellos eventos organizados por Basquetour o el Departamento de Turismo que tengan como público objetivo el profesional se firmarán con las tres marcas y por este orden: Basquetour, Departamento de Turismo y EUSKADI Basque Country, siempre y cuando no se trate de promoción de destino/producto. Si participa alguna otra entidad o marca, se eliminaría la marca Basquetour, firmándose únicamente con los logos del Departamento de Turismo y EUSKADI Basque Country, por este orden.
NAZIOARTEKOA / INTERNACIONAL		
Arau orokorra Norma general	Nazioartean, Xede Marka dagokion herrialdeko hizkuntzara egokituko da, adibidez, Basque Country (GB), Baskenland (Alemania), Paesi Baschi (Italia) eta EUSKADI Pays Basque (Frantzia), egiten diren beste egokitzapenez gain (japoniera, portugesa, etab.). Sailaren marka ez da erabiliko atzerriko herrialdeetan, eta Xede Markak ordezkatuko du.	A nivel internacional, la Marca Destino se adaptará al idioma del país al que vaya dirigido, por ejemplo, Basque Country (GB), Baskenland (Alemania), Paesi Baschi (Italia) y EUSKADI Pays Basque (Francia), además de las diferentes adaptaciones que se vayan realizando (japonés, portugués, etc.) La marca del Departamento no se utilizará en países extranjeros, quedando esta representada por la Marca Destino.
Nazioarteko azokak: Ferias internacionales	Xede Markatzat hartuko da azoka hartzen duen herrialdeko hizkuntzara itzulitako marka.	Se utilizará como Marca Destino, la marca traducida al idioma del país anfitrión de la Feria.
Produktuak/helmuga sustatzeko liburuxkak eta web-orria: Folletos y web de promoción de productos o destino	Beste herrialde batzuetarako liburuxketan, katalogoetan edo web-orrietan, xede-marka dagokion herrialdeko hizkuntzara itzulita egongo da.	En folletos, catálogos o webs dirigidas a otros países, la marca destino figurará traducida al idioma del país al que va dirigido.