

ERAKUNDE-NORTASUNAREN ESKULIBURUA
MANUAL IDENTIDAD CORPORATIVA



ASTEKLIMA

Euskadiko Klima eta Energiaren Astea
Semana del Clima y la Energía de Euskadi

2025

Ø1 AURKIBIDEA / ÍNDICE

- Ø2 SARRERA / INTRODUCCIÓN _Ø6
- Ø3 NAMING-A / NAMING _Ø8
- Ø4 ESPARRU KONTZEPTUALA / MARCO CONCEPTUAL _1Ø
- Ø5 MARKA / LA MARCA _12
- Ø6 PROPORTZIOAK - ERRESPETU-EREMUA / PROPORCIONES - ÁREA DE RESPETO _14
- Ø7 HIZKUNTZAK / IDIOMAS _16
- Ø8 KOLOREA / COLOR _18
- Ø9 BERTSIOAK - GUTXIENeko TAMAINA / VERSIONES - TAMAÑO MÍNIMO _2Ø
- 1Ø ERABILERA OKERRAK / USOS INCORRECTOS _22
- 11 TIPOGRAFIA / TIPOGRAFÍA _24
- 12 APLIKAZIOAK / APLICACIONES _26

Ø2 INTRODUCCIÓN / SARRERA

ESKULIBURU HONEN HELBURUA
DA ARAUAK ESKAINTZEA
ASTEKLIMA MARKA BEHAR
BEZALA ERABILTZEKO.

EL OBJETIVO DE ESTE MANUAL
NO ES OTRO SINO EL DE
ELABORAR UNAS NORMAS
**QUE REFLEJEN, ADEMÁS DE SU
IMAGEN, LOS VALORES QUE
ESTA IDENTIDAD CONLLEVA.**

Arau horiekiko fideltasuna funtsezko pieza bat da irudi publiko koherente, indartsu, positibo eta gogobetegarri bat lortzeko.

Eskuliburu honen erabilera egokiak ikur grafikoak, koloreak eta tipografiak zein papertegi-materialak behar bezala erabiltzea eskatzen du.

Eskuliburuaren uneren batean nortasunaren zabalkundea bere kargu izan duten horientzako xedaturik dago. Hori dela eta, arauen multzo hau zurrunda da, baina aldi berean malgua, elengabeko aldaketetara egokitzeko.

Onarpena eta desberdintzea ikusmen-nortasun ona bilatzen dituen helburuetako bat da; bereziki, gaur egun, informazio-saturazio handia baitago.

Era berean, hartzaile guztiek modu berean aitortu, onartu eta ulertu dezatela konpainiak helarazi nahi duen irudia.

-

La fidelidad a estas normas es una pieza clave para conseguir una imagen pública coherente, fuerte, positiva y satisfactoria.

El buen uso de este manual exige el empleo correcto de los signos gráficos, colores y tipografías, así como del material de papelería.

El manual está destinado a aquellas personas de quienes dependa en un momento dado la difusión de la identidad. Por ello, este conjunto de normas es rígido y a la vez, flexible, para adaptarse a los continuos cambios.

El reconocimiento y la diferenciación es uno de los propósitos que persigue una buena identidad visual; sobre todo hoy en día, que existe una saturación de información importante.

También que todos los receptores reconozcan, asimilen y comprendan de igual manera la imagen que la compañía quiere transmitir.

Ø3 NAMING-A / NAMING

ASTEKLIMA

Publiko ezberdinek ekitaldia modu azkarrean identifikatu eta gorde dezaten, ekitaldiaren izena argia, laburra, oihartzun handikoa eta nazioarte mailan irakurterraza izan behar da.

Gainera, ekitaldia nazioarteko erreferentzia bilakatzeaz gain helburua euskal gizartearen enpatia denez, gertuko izen baten aldeko apustua egin da, euskal herritarra konprometituago sentitu dadin.

-

Para lograr que los diferentes públicos identifiquen y retengan rápidamente el evento su nombre debe ser claro, conciso, sonoro y fácilmente legible en un ámbito internacional.

Además, como el objetivo es, además de convertir al evento en una referencia internacional, involucrar a la sociedad vasca en su conjunto, se apuesta por un nombre cercano, que ayude a la ciudadanía vasca a sentirse más comprometida.

Ø4 ESPARRU KONTZEPTUALA

MARCO CONCEPTUAL

ASTEKLIMA + + EUSKADI

EKITALDIAREN NAMING-A
NAMING EVENTO

BEROTZE GLOBALA
CALENTAMIENTO GLOBAL

EKITALDIAREN KOKAPEN GEOGRAFIKOA
LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA EVENTO

Ø5 MARKA / LA MARCA



ASTEKLIMA 2025

Euskadiko Klima eta Energiaren Astea
Semana del Clima y la Energía de Euskadi

Barrek planetaren tenperaturaren igozea sinbolizatzen dute eta gama kromatiko gisa mapa termiko batena erabiltzen da. Gainera, barrek Euskadiren E-ari egiten diote erreferentzia. Elementu horrek euskarri ezberdinak artikulatzea ahalbidetuko digu, planetaren berotze globala ardatz gisa hartuz.

-

Las barras simbolizan la elevación de temperatura del planeta, utilizando como gama cromática la propia de un mapa térmico. Además, las barras hacen referencia a la E de Euskadi. Este elemento nos permitirá articular los diferentes soportes, tomando como eje el calentamiento global del planeta.

06 PROPORTZIOAK / ERRESPETU-EREMUA

PROPORCIONES / ÁREA DE RESPETO



ASTEKLIMA markak BABES-EREMUA du eta bertan ez da elementu grafikorik —nahiz testua zein argazkiak (hondoko argazkiak izan ezik) zein beste marka batzuk— jarri behar, horien irakurketa onena bermatze aldera. Marka inguruan espazio bat duela erreproduzitu beharko da beti (jarraian datorren proportzioan ezartzen denarekin bat etorritik), edozein kolorelako hondo batean zein marko batean.

La marca ASTEKLIMA tiene un ÁREA de PROTECCIÓN en la que no se debe colocar ningún elemento gráfico, ya sea texto, fotografías (aparte de imágenes de fondo) u otras marcas, con el fin de garantizar su óptima lectura. La marca siempre deberá reproducirse con un espacio alrededor conforme se establece en la siguiente proporción, ya sea en un fondo de cualquier tipo de color o marco.

Ø7 HIZKUNTZAK: BERTSIOAK

IDIOMAS: VERSIONES



-
Bertsio elebiduna: (Euskara-Gaztelania)
Versión Bilingüe: (Euskera-Castellano)



-
1. bertsioa - hizkuntza: ingelesa
Versión 1 idioma: inglés

Ø8 KOLOREA / COLOR

CMYK	RGB
0/100/100/0	227/6/19
0/80/80/0	233/79/53
0/60/80/0	240/127/60
0/35/90/0	249/177/34
20/0/85/0	221/222/58
35/0/60/0	184/213/132
55/0/35/0	122/198/182
70/5/15/0	46/180/211
90/0/0/0	0/168/231



ASTEKLIMA

Euskadiko Klima eta Energiaren Astea

Semana del Clima y la Energía de Euskadi

2025

CMYK	RGB
0/0/0/100	0/0/0

CMYK	RGB
0/0/0/80	51/51/51

Kolorea alderdi erabakigarria da irudi korporatiboaren konfigurazioan. Kolore korporatiboak inprimatutako bitartekoetan zein bitarteko digitalean behar bezala erreproduzitzeko balore ezberdinak deskribatzen ditugu.

Definitutako koloreei dagokienez, ikusmen-nortasunaren konfigurazioa indargabetuko luketen desbideratze edo hurbillze kromatikoak saihestu behar dira.

-

El color es un aspecto determinante en la configuración de la imagen corporativa. Describimos los diferentes valores para la correcta reproducción de los colores corporativos, tanto en medios impresos como digitales.

Deben evitarse desviaciones o aproximaciones cromáticas respecto a los colores definidos, que desvirtuarían la configuración de la Identidad Visual.

Ø9 BERTSIOAK / GUTXIENENKO TAMAINA

VERSIONES / TAMAÑO MÍNIMO



Negro sobre fondo blanco



Negro sobre fondos grises claros



Blanco sobre fondos grises oscuros



Blanco sobre fondo negro



Negro sobre imágenes de tonos claros



Blanco sobre imágenes de tonos oscuros

Zuri-beltzeko bertsioa **BEHAR-BEHARREZKOA DENEAN BAKARRIK ERABILIKO DA**: esate baterako, markaren irakurgarritasuna bermatzeko behar adinako ikusmen-contraste bat behar duten koloretako hondoak, hondo fotografikoak eta abar.

-

La versión en blanco y negro **SOLO SE UTILIZARÁ CUANDO SEA ESTRUCTAMENTE NECESARIO**: como los fondos de color, fondos fotográficos, etc... en los que se necesite un contraste visual suficiente, para asegurar la legibilidad de la marca.



Balazetan, marka antolaketa bertikal batean erabili ahalko da.

-

Ocasionalmente, la marca se podrá utilizar en una disposición vertical.



Zenbait aplikaziotan (merchandisinga, boligrafoak, pinak, saltoki txikiak orokorrean) nabarmen murriztu beharko da markaren tamaina.

Markaren irakurgarritasun egokia lortzeko, aplikatutako gutxieneko tamaina (zabalera) ez da 55 mm baino txikiagoa izango.

-

En algunas aplicaciones (merchandising, bolígrafos, pins, pequeñas superficies en general) habrá que reducir considerablemente el tamaño de la marca.

Para conseguir la correcta legibilidad de la marca, el tamaño mínimo aplicado no será inferior a 55 mm. de anchura.

10 ERABILERA OKERRAK / USOS INCORRECTOS



Ez erreproduzitu sinboloa edo logotipoa beren-beregi adierazi ez diren koloreetan.

No reproduzca el símbolo o logotipo en ningún color que no sean los estrictamente indicados.



Ez luzatu edo desitxuratu imagotipoaren elementuetako bat ere.

No estire o distorsione ninguno de los elementos del imago tipo.



Ez erabili imagotipoa irudien eremu nahasgarrietan, hondo konplexuen gainean, edo kontraste-faltak irakurgarritasuna murrizten duen tokietan.

No utilice el imago tipo en confusas áreas de imágenes, sobre fondos complejos, o donde la falta de contraste reduzca la legibilidad.



Ez sortu tamaina-lotura berririk..

No cree nuevas relaciones de tamaño.



Ez erantsi itzalen edo ingeraden gisako elementuetan.

No agregue elementos como sombras o contornos.



Ez aldatu imagotipoan erabilitako tipografia.

No cambie la tipografía utilizada en el imago tipo.

EZ ALDATU INOIZ IMAGOTIPOA EDO BERE ELEMENTU INDIVIDUALAK.

Garrantzitsua da imagotipoaren aldaketekin ez esperimentalzea. Anizman daitekeen grafiko kontrolatu batek markaren eragina maximizatzen laguntzen du.

Arau horiek ez dira arbitrarioak eta kasu guztietan jarraitu beharko dira.

-

NUNCA ALTERE O MODIFIQUE EL IMAGOTIPO O SUS ELEMENTOS INDIVIDUALES.

Es importante no experimentar con variaciones del imago tipo. Una gráfica controlada y reconocible ayuda a maximizar el impacto de la marca.

Estas normas no son arbitrarias y deben ser seguidas en todos los casos.

11 TIPOGRAFIA / TIPOGRAFÍA

Fashion Fetish Light

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z
Ø 1 2 3 4 5 6 7 8 9 ¤ ! " \$ % & ' () = ? ¸ * ^ _ ` | @ # ¤ ∞ − ÷
" " ≡ [] ∩ ∅ ¥ ® £ ¤ Å ∫ √ ∑ ∫ ∫ − { μ √ © ∑ Ω ∫

Fashion Fetish Regular

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z
Ø 1 2 3 4 5 6 7 8 9 ¨ ! " \$ % & / () = ? ¿ * ^ _ | @ # € ∞ − ÷
™ ≡ [] π φ ⊗ Ⓐ Ⓑ Å ∫ ∆ ∇ ∏ § − { μ ν © Σ Ω ≤

Fashion Fetish Heavy

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z
ø 1 2 3 4 5 6 7 8 9 ¢ ! " \$ % & / () = ? ¿ * ^ \ | @ # € ∞ - ÷
"" ≡ [] П О У ® Æ Œ Å ∫ ∧ √ ∓ ∙ ~ { μ √ © Σ Ω ≤

Tipografia korporatiboaren normalizazioa ikusmen-nortasunaren elementu bat gehiago bezala sartzen da, aplikazio korporatibo guztietan batasuna eta harmonia emate aldera.

FAMILIA FASHION FETISH ezartzen da tipografia korporatibo gisa.

Letra mota indartsu eta konstantea da. Hau da, irazu lodien eta finen artean dagoen irudi-lotura, irakurteraza da erabat eta oso aproposa da edozein testu edo pantaila erabiltzeko.

—

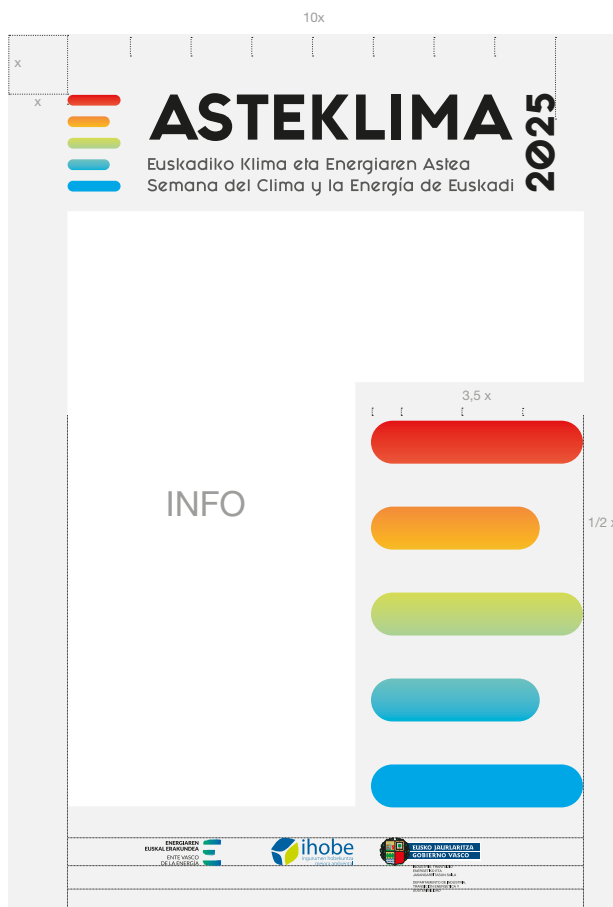
La normalización de la tipografía corporativa se introduce como un elemento más del sistema de identidad visual, al objeto de conferir unidad y armonía en todas las aplicaciones corporativas.

Se establece como tipografía corporativa la **FAMILIA FASHION FETISH.**

Se trata de un tipo de letra robusta, constante. Es decir, la relación de aspecto que existe entre los trazos gruesos y los delgados, altamente legible muy apropiada para cualquier uso de texto o pantalla.

12 APLICACIONES / APLIKAZIOAK

EEE-EVE + IHOBE + EUSKO JAURLARITZA-GOBIERNO VASCO





ASTEKLIMA 2025

Euskadiko Klima eta Energiaren Astea
Semana del Clima y la Energía de Euskadi

urriaren 17tik
25era

Del 17 al 25
de octubre
2025

Donostia San
Sebastián







ASTEKLIMA 2025

Euskadiko Klima eta Energiaren Astea
Semana del Clima y la Energía de Euskadi

urriaren 17tik
25era

Del 17 al 25
de octubre
2025

Donostia San
Sebastián

www.asteklima.eus







ASTEKLIMA 2025

Euskadiko Klima eta Energiaren Astea
Semana del Clima y la Energía de Euskadi

TECNALIA WEBINAR

17/25-10-2025

Palacio de Congresos y Auditorio Kursaal.

17:30 - 19:00





ERAKUNDE KOLABORATZAILEA ENTIDAD COLABORADORA

ERAKUNDE KOLABORATZAILEA ENTIDAD COLABORADORA

ERAKUNDE KOLABORATZAILEA ENTIDAD COLABORADORA

ERAKUNDE KOLABORATZAILEA ENTIDAD COLABORADORA

ROLLUP OROKORRA / ROLLUP GENERAL:

EEE-EVE + IHOBE + EUSKO JAURLARITZA-GOBIERNO VASCO

Orientazio-proportzioak / Proporciones orientativas.

ERAKUNDE-NORTASUNAREN ESKULIBURUA
MANUAL IDENTIDAD CORPORATIVA

ASTEKLIMA 2025
Euskadiko Klima eta Energiaren Astea
Semana del Clima y la Energía de Euskadi

TECNALIA WEBINAR

17/25-10-2025
Palacio de Congresos y Auditorio Kursaal.
17:30 - 19:00
www.asteklima.eus

ERAKUNDE KOLABORATZAILEA ENTIDAD COLABORADORA

ERAKUNDE KOLABORATZAILEA ENTIDAD COLABORADORA

ERAKUNDE KOLABORATZAILEA ENTIDAD COLABORADORA

ERAKUNDE KOLABORATZAILEA ENTIDAD COLABORADORA

ASTEKLIMA 2025
Euskadiko Klima eta Energiaren Astea
Semana del Clima y la Energía de Euskadi

INFO

ERAKUNDE KOLABORATZAILEA ENTIDAD COLABORADORA

ERAKUNDE KOLABORATZAILEA ENTIDAD COLABORADORA

ERAKUNDE KOLABORATZAILEA ENTIDAD COLABORADORA

ERAKUNDE KOLABORATZAILEA ENTIDAD COLABORADORA

ASTEKLIMA 2025
Euskadiko Klima eta Energiaren Astea
Semana del Clima y la Energía de Euskadi

urriaren 17tik 25era
Del 17 al 25 de octubre 2025
Donostia San Sebastián
www.asteklima.eus

ERAKUNDE KOLABORATZAILEA ENTIDAD COLABORADORA

ERAKUNDE KOLABORATZAILEA ENTIDAD COLABORADORA

ERAKUNDE KOLABORATZAILEA ENTIDAD COLABORADORA

ERAKUNDE KOLABORATZAILEA ENTIDAD COLABORADORA



ASTEKLIMA

Euskadiko Klima eta Energiaren Astea
Semana del Clima y la Energía de Euskadi

2025