

MANUAL DE
IMAGEN CORPORATIVA



OPENGELA



ÍNDICE

1. Introducción	3
2. La marca	8
ELEMENTOS DE LA MARCA	9
VERSIONES	10
PROPORCIONES	11
COLORES CORPORATIVOS	13
TIPOGRAFÍA CORPORATIVA	14
TAMAÑOS MÍNIMOS	18
APLICACIONES CROMÁTICAS	20
3. Aplicaciones corporativas	31
3.1 PAPELERÍA BÁSICA	33
3.2 SEÑALIZACIÓN	42
3.3 PUBLICIDAD	46
4. Convivencia con la marca y el programa LIFE	52
5. Web y dispositivos móviles	56
6. Oficinas de distrito	60
6.1 PERSONALIZACIÓN POR DISTRITO	61
6.2 NORMAS GENERALES	64
6.3 CARTELES TEMPORALES	66
6.4 PLACAS PERMANENTES	69
6.5 ROTULACIÓN OFICINAS	71

1 > INTRODUCCIÓN



> INTRODUCCIÓN

Opengela es la marca que identifica al modelo vasco de implantación de oficinas de proximidad que acompañan al vecindario en los barrios donde se desarrolla la regeneración urbana. Ha obtenido el apoyo de la Comisión Europea a través del programa Horizon 2020 (proyecto bajo el nombre HIROSS4all, en el periodo 2019-2022) y del programa LIFE (proyecto BIRTUOSS, 2023-2026).

La marca Opengela recoge la esencia de ambos proyectos, que han permitido extender el modelo desde los primeros barrios piloto (en Txonta –Eibar- y Otxarkoaga –Bilbao-) hasta numerosos municipios en toda Euskadi, no solo centrados en la rehabilitación de edificios sino también en aspectos sociales, económicos y ambientales.

La identidad corporativa se aplica en todas las oficinas de proximidad y en todos los soportes donde está presente Opengela (web, redes sociales, folletos, presentaciones...).

> INTRODUCCIÓN

Este manual de normas universales se edita con el fin de garantizar la correcta aplicación de la marca OPENGELA en todas sus apariciones. Es de vital importancia para la imagen que queremos transmitir el respetar las pautas que se indican: colores, tipografías, márgenes, tamaños y proporciones..., para conseguir implantar una imagen clara, concreta y concisa, reforzando así una imagen del programa moderna y global.

Terminología utilizada en el manual

Marca: El conjunto del símbolo más el logotipo, registrado, se trata de un término global y recoge todos los aspectos que definen la compañía, aspectos físicos y abstractos: Posicionamiento, reputación, filosofía, personalidad, comunicación, ...

Denominaremos marca a todo el conjunto, incluyendo el claim en los casos concretos.

Símbolo: La parte simbólica o icónica de la marca, en este caso el círculo que representa la A interior, la fundición y en la que se intuye una cuchara de fundir.

Isotipo: Se trataría del símbolo, utilizado de forma separada del logotipo, es decir, en representación de éste pero sin incluir la parte legible (logotipo).

Logotipo: Se trataría de la parte denominativa de la marca. En este caso “OPENGELA”.

Soporte: El soporte físico sobre el que la marca va a ser reproducida. Papel, textil etc...

Arte final: Archivo listo para ser reproducido con una técnica en concreto.

> INTRODUCCIÓN



Síntesis del nacimiento del nuevo símbolo

El nuevo símbolo pretende reflejar la esencia del proyecto OPENGELA; la rehabilitación de viviendas en barrios vulnerables.

Este nace de la unión de dos ideogramas iniciales:

1. Por un lado un ideograma formado por franjas horizontales, que van dibujando los diferentes pisos de un edificio o vivienda. Para crear volumen las distintas franjas tienen dos tonos y nos permiten distinguir dos caras de un edificio.
2. Por otro lado hemos utilizado el concepto de rehabilitación a través de un signo gráfico de tres flechas apuntando hacia arriba que se relaciona con el desarrollo, la evolución, el progreso, etc.

Asimismo, la flecha nos indica actividad en marcha, que algo está abierto y se relaciona con las oficinas o ventanillas únicas del proyecto OPENGELA.

La unión de los dos símbolos gráficos da lugar al nuevo ideograma. Un edificio formado por bandas horizontales que acaba coronado con un frontón en forma de flecha. La flecha adquiere nueva importancia al ser de un color diferente al resto.

El nuevo símbolo para OPENGELA es sencillo, resume los valores de la marca, fácil de recordar, moderno pero perdurable en el tiempo.

> INTRODUCCIÓN

Sistemas de impresión.

Cada sistema de impresión posee unas características concretas, los colores pueden reproducirse directamente o por mezcla de otros colores, las siguientes son las técnicas más habituales:



Cuatricromía. Se trata del sistema habitual utilizado en imprenta para las impresiones “a todo color” como catálogos, anuncios en revistas... Por otra parte y simplificando, se trata de la técnica que utilizan la mayoría de impresoras en color basadas en 4 cartuchos. Se compone de los valores porcentuales de Cyan, magenta, amarillo y negro (CMYK).



RGB. Visualización habitual de los colores en pantallas de ordenador, televisión etc... consta de 3 valores para Rojo, verde y azul (RGB).



Tintas directas. Forma de impresión directa de los colores corporativos, en tinta roja por una parte y gris por la otra. Habitual en imprenta (p.e. papelería corporativa o tarjetas), en serigrafía (p.e. sobre ropa de trabajo).



RAL. Sistema internacional normalizado para pintura. Se basa en dos colores planos al igual que las tintas directas.



Aplicación monocromática. Cuando la reproducción se va a realizar a una única tinta.



Aplicación monocromática en blanco y negro. Cuando la reproducción se va a realizar a una única tinta, en este caso el negro.

2 > LA MARCA

- Elementos de la marca
- Versiones
- Proporciones
- Colores corporativas
- Tipografía corporativa
- Tamaños mínimos
- Aplicaciones cromáticas



> LA MARCA



Elementos de la marca

La marca OPEN GELA está compuesta por 2 elementos: Símbolo: La parte simbólica o icónica de la marca, en este caso el edificio rematado con una flecha. Logotipo: Se trataría de la parte denominativa de la marca. En este caso "OPENGELA". Dicho logotipo está formado por dos palabras diferentes "open" (en inglés: abierto) y gela (en euskera se refiere a oficina, ventanilla al público). Estas dos palabras se diferencian por medio de una familia diferente de una misma fuente. Pero siempre han de ir juntas y nunca separadas en la marca.

La relación de tamaños y la posición de estos 2 elementos son invariables y serán respetados en cualquier caso.

Para facilitar la aplicación de la marca en los diferentes soportes existen variaciones de la marca que serán establecidas en este manual así como la utilización de dichas variantes.

> LA MARCA

Versiones de la marca



1. VERSIÓN HORIZONTAL

La marca se forma con la unión del anagrama o isotipo y el logotipo tal como ya hemos mencionado en este manual. En esta versión el isotipo se sitúa a la izquierda; y a su derecha, centrado en la vertical, el logotipo.



2. VERSIÓN VERTICAL

En esta versión el isotipo se coloca por encima del logotipo quedando éste centrado con respecto a la flecha que corona el isotipo.

Esta opción se utilizará en aquellas aplicaciones en las que la mayoría de los elementos, textos, imágenes o gráficos, están centrados y requieren de una marca más centrada gráficamente.

En esta aplicación de la marca el isotipo tiene mucho más protagonismo, y la usaremos por tanto cuando queramos potenciar el elemento gráfico frente al texto.

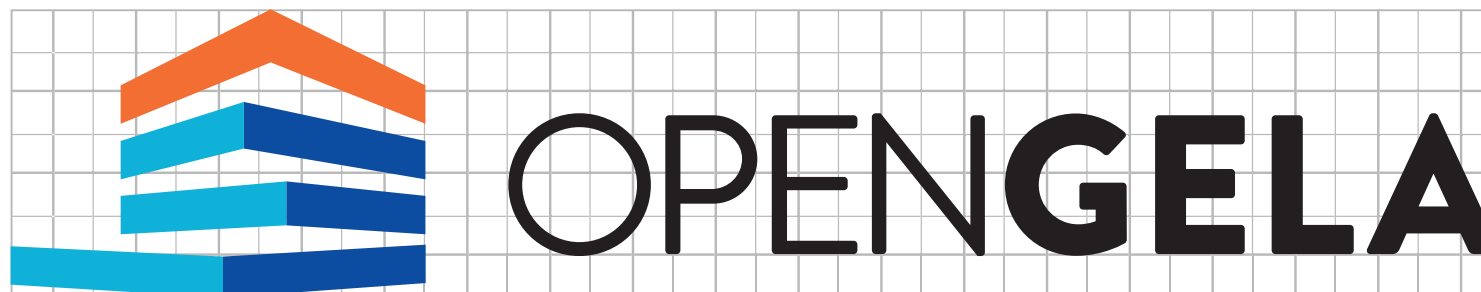
> LA MARCA

Proporciones de la marca

Las proporciones de la marca son invariables y serán respetadas en cualquier caso. Se adjuntan además los archivos vectoriales de la marca para que puedan ser reproducidas de forma fidedigna. En los casos en los que se necesite construir la marca partiendo de plano, se debe respetar esta cuadrícula.

En ningún caso deben variar las distancias entre los caracteres que forman el nombre de la marca, ni entre el isotipo y el logotipo.

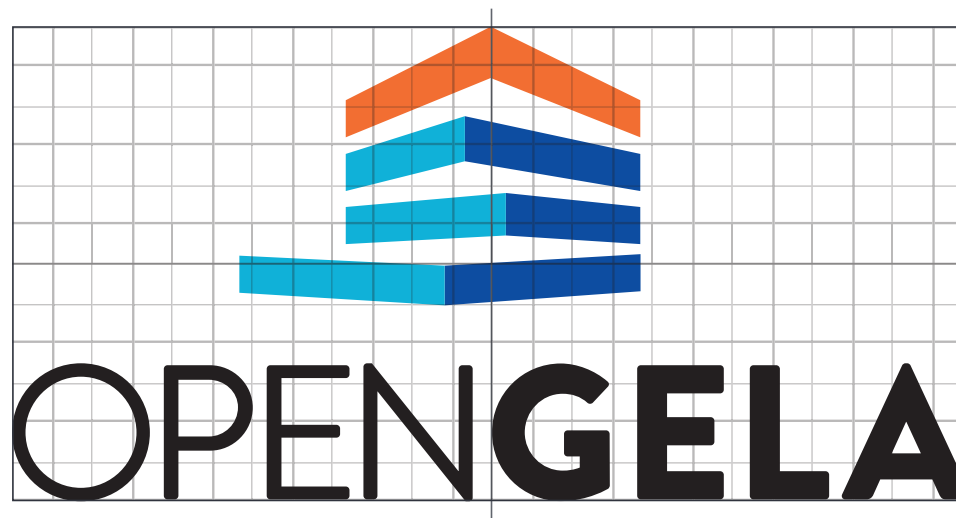
1. VERSIÓN HORIZONTAL



> LA MARCA

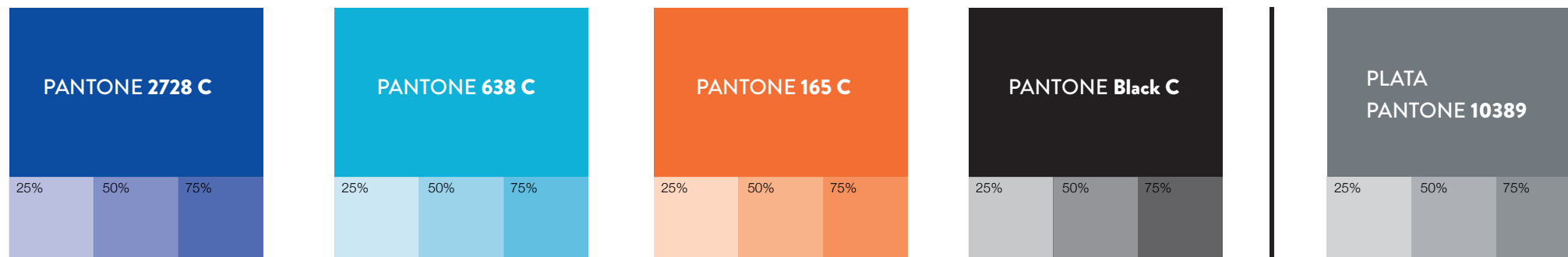
Proporciones de la marca






2. VERSIÓN VERTICAL



> LA MARCA

Colores corporativos



	CUATRICROMÍA	RGB	PANTONE	RAL	HTML
	C M Y N	R G B			
 AZUL OSCURO	90 68 0 0	0 71 187	PANTONE 2728 C	RAL 5002	0047BB
 AZUL CLARO	86 0 9 0	0 175 215	PANTONE 638 C	RAL 5012	00AFD7
 NARANJA	0 70 100 0	255 103 31	PANTONE 165 C	RAL 2009	FF671F
 NEGRO	63 62 59 94	45 41 38	PANTONE Black C	RAL 9005	7B8085
 PLATA	0 0 0 0	123 128 133	PANTONE 10389 C*	RAL 9022	0047BB

*El plata P10389 se utilizará exclusivamente en aquellas aplicaciones especiales como catálogos específicos, campaña de navidad etc... en las que se quiera trasladar una percepción de calidad y excepcionalidad de la comunicación.

> LA MARCA

Tipografía corporativa

Utilizaremos siempre el alfabeto “Brandon Grotesque” para toda la tipografía corporativa.
En concreto el logotipo se conforma de dos palabras con dos tipos diferentes de esta misma familia.



OPEN

Brandon Grotesque Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz123456789

GELA

Brandon Grotesque Black

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz123456789

> LA MARCA

Tipografía corporativa

Para las distintas necesidades tipográficas (direcciones, textos, nombres, etc...) usaremos siempre el alfabeto “Brandon Grotesque” en el resto de las variantes de la familia.

Brandon Grotesque Thin

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz123456789

Brandon Grotesque Thin Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz123456789

Brandon Grotesque Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz123456789

Brandon Grotesque Light Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz123456789

Brandon Grotesque Regular Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz123456789

Brandon Grotesque Medium

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz123456789

Brandon Grotesque Medium Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz123456789

Brandon Grotesque Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz123456789

Brandon Grotesque Bold Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz123456789

Brandon Grotesque Black

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz123456789

Brandon Grotesque Black Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz123456789

> LA MARCA

Tipografía complementaria

Para cualquier documento creado para la web o web móvil, utilizando programas de Office, por ejemplo, Word, PowerPoint, Excel, así como para cualquier correo electrónico o firma electrónica; la tipografía será **Century Gothic**.

Century Gothic Bold

ABCDEFGHIJKLMNÑOP
QRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstu
vwxyz123456789

Century Gothic Regular

ABCDEFGHIJKLMNÑOP
QRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstu
vwxyz123456789

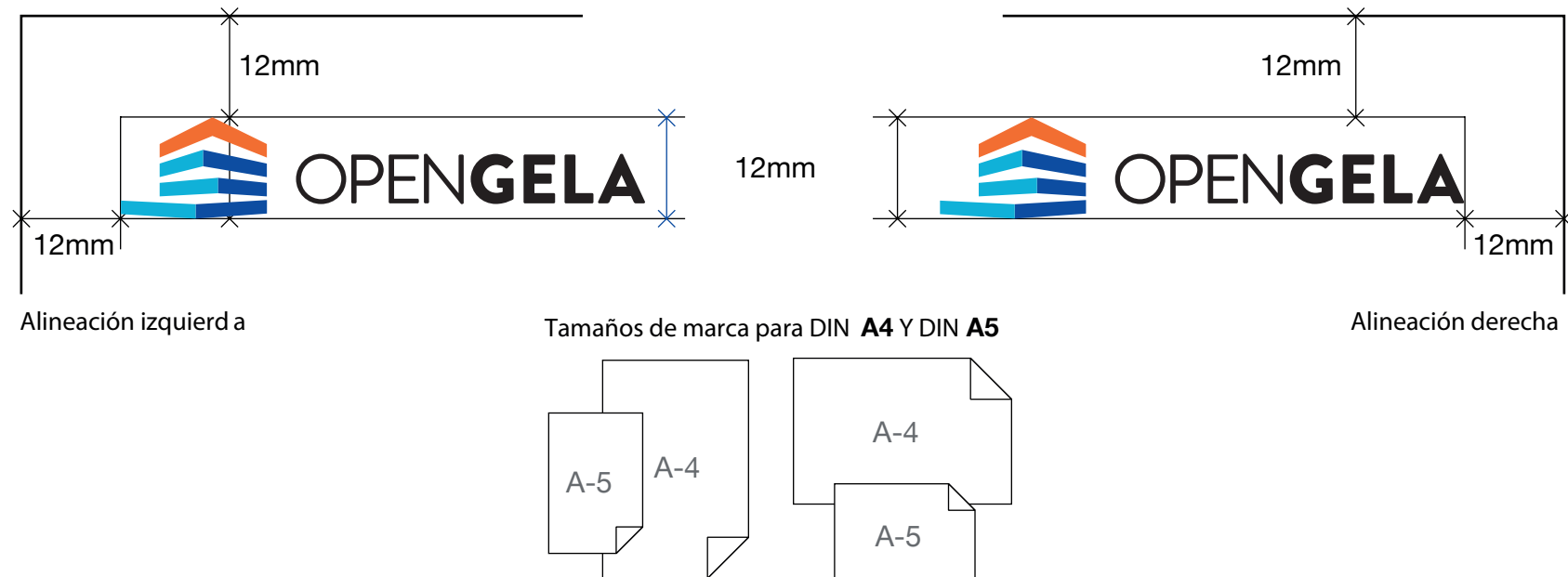
Century Gothic Italic

ABCDEFGHIJKLMNÑOP
QRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstu
vwxyz123456789

Century Gothic Bold Italic

ABCDEFGHIJKLMNÑOP
QRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstu
vwxyz123456789

> LA MARCA



Tamaños estandarizados de la marca

Una imagen corporativa sólida no sólo se basa en el respeto a las proporciones, tipografías y colores. Logramos la coherencia de todas las aplicaciones gráficas y la uniformidad de todas las comunicaciones que van a convivir estableciendo tamaños fijos en la inserción de la marca. Facturas, albaranes, hojas de carta, ofertas etc... convivirán a un mismo nivel para nuestro público objetivo, por lo que debemos evitar que la marca aparezca con pequeñas variaciones en los diferentes soportes.

La distancia con respecto a los límites del papel será igual a la altura del símbolo.

Esta regla no es válida para las tarjetas corporativas, en las que por lo reducido de su espacio el tamaño de la marca es algo inferior. Su tamaño y posición se detallan en el apartado Aplicaciones corporativas/tarjeta.

> LA MARCA











Tamaños mínimos

Cada una de las técnicas de impresión posee unas características diferenciadas cuyo resultado final depende a su vez del soporte utilizado, de forma que la reducibilidad de la marca impresa en offset (impresión a dos tintas) sería algo superior en una impresión a dos tintas que en una cuatricromía. En el caso de una serigrafía por ejemplo, la reducibilidad sobre un adhesivo vinílico es muy superior a la reproducibilidad sobre un soporte textil. Por los motivos anteriormente expuestos, este apartado es una guía meramente orientativa. Recomendamos seguir las orientaciones del impresor. Así mismo recomendamos solicitar una prueba de color y dar el visto bueno a una prueba impresa sobre el soporte final. El otro factor que se ha tenido en cuenta es la legibilidad/tamaño de impresión. Tal y como comentábamos en el apartado de los tamaños estandarizados, es importante que las inserciones sobre un mismo soporte se mantengan invariables. En la siguiente página se muestra un cuadro de reducciones aconsejadas:

> LA MARCA

Reducción de la marca

	 CUATRICROMÍA	 RGB	 PANTONE	 SERIGRAFÍA	 MONOCROMÍA	 B/N
	25 mm	150 pixels	25 mm	55 mm	25 mm	25 mm
	20 mm	120 pixels	20 mm	60 mm	20 mm	20 mm

> LA MARCA

Aplicación positiva color

Es la aplicación que mejor representa la marca.

Puede aplicarse en rgb o html en pantallas movil o multimedia, en cmyk en sistemas de impresión, o en cualquier otro sistema; bien sea serigrafía, técnicas de impresión directa, etc.



> LA MARCA

Aplicación monocroma positiva

Se trata la marca impresa a una sola tinta. El gris es reproducido en una sola tinta, por lo que su uso se limitará a aplicaciones en las que las limitaciones de la técnica de impresión así lo exijan y que a su vez el resultado final pueda ser interpretado como consecuencia directa de ésta. Es el caso de los sellos de caucho.

Se debe utilizar únicamente cualquiera de las tintas directas corporativas.



> LA MARCA

Aplicación monocroma negativa

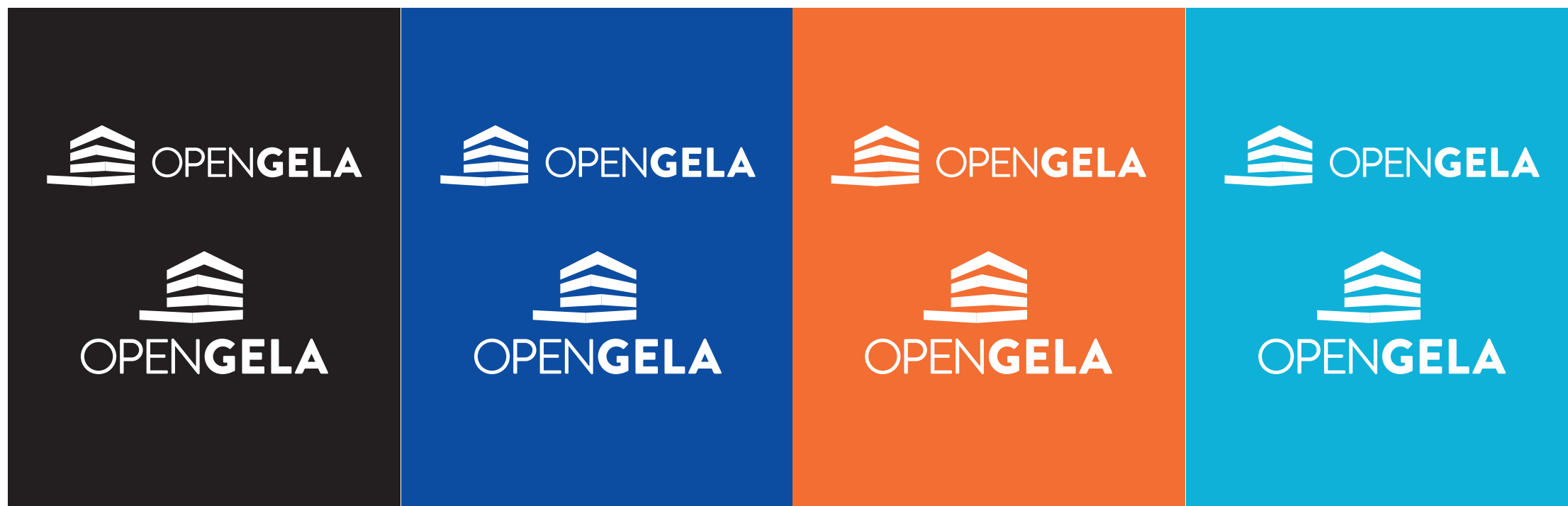
Se trata de la marca impresa en negativo sobre los colores planos corporativos.

 PANTONE Black C

 PANTONE 2728 C

 PANTONE 165 C

 PANTONE 638 C



> LA MARCA

Aplicación negativa a dos tintas

En algunos casos se puede optar por una aplicación en negativo en dos tintas utilizando el naranja corporativo para darle más impacto a la marca. Solo se usará en negativo sobre un fondo oscuro



PANTONE 165 C



> LA MARCA

Aplicación monocromo en plata

Se trata de autorizar aplicaciones puntuales, su uso se limitará a usos concretos como letras corpóreas metálicas, aplicación directa sobre producto o hitos puntuales como un aniversario, preferiblemente aplicada en stamping (impresión metálica brillante).

■ PANTONE 10389 C*



> LA MARCA

Aplicación positiva en tramas de 1 tinta

Se utiliza una sola tinta corporativa pero en todas las gamas de dicha tinta. El caso más claro es su utilización en la prensa en blanco y negro.

 PANTONE Black C



 PANTONE 2728 C



 PANTONE 165 C



 PANTONE 638 C



> LA MARCA

Aplicación de la marca en diferentes fondos

Según el tipo de fondo, en función de su color y tonalidad sobre el que se aplique la marca se podrán utilizar las diferentes versiones cromáticas.

Presentamos a continuación varios ejemplos de fondos y sus correspondientes aplicaciones.



> LA MARCA

Aplicación de la marca en diferentes fondos

Según el tipo de fondo, en función de su color y tonalidad sobre el que se aplique la marca se podrán utilizar las diferentes versiones cromáticas.

Presentamos a continuación varios ejemplos de fondos y sus correspondientes aplicaciones.



> LA MARCA

Aplicación de la marca en diferentes fondos



> LA MARCA

Aplicación de la marca en diferentes fondos



> LA MARCA

Aplicaciones incorrectas de la marca

Presentamos algún ejemplo de aplicaciones totalmente prohibidas.

Las tintas planas han de ser las corporativas y no otras. Si esto no es posible se utilizará el negro o el blanco.



Las proporciones entre logotipo y símbolo no pueden alterarse. Tampoco las distancias entre ellos.



Los colores de la marca no podrán ser alterados.



La marca no deberá estar deformada en ningún caso.



3

APLICACIONES CORPORATIVAS

- 3.1. PAPELERÍA BÁSICA
- 3.2. SEÑALIZACIÓN
- 3.3. PUBLICIDAD



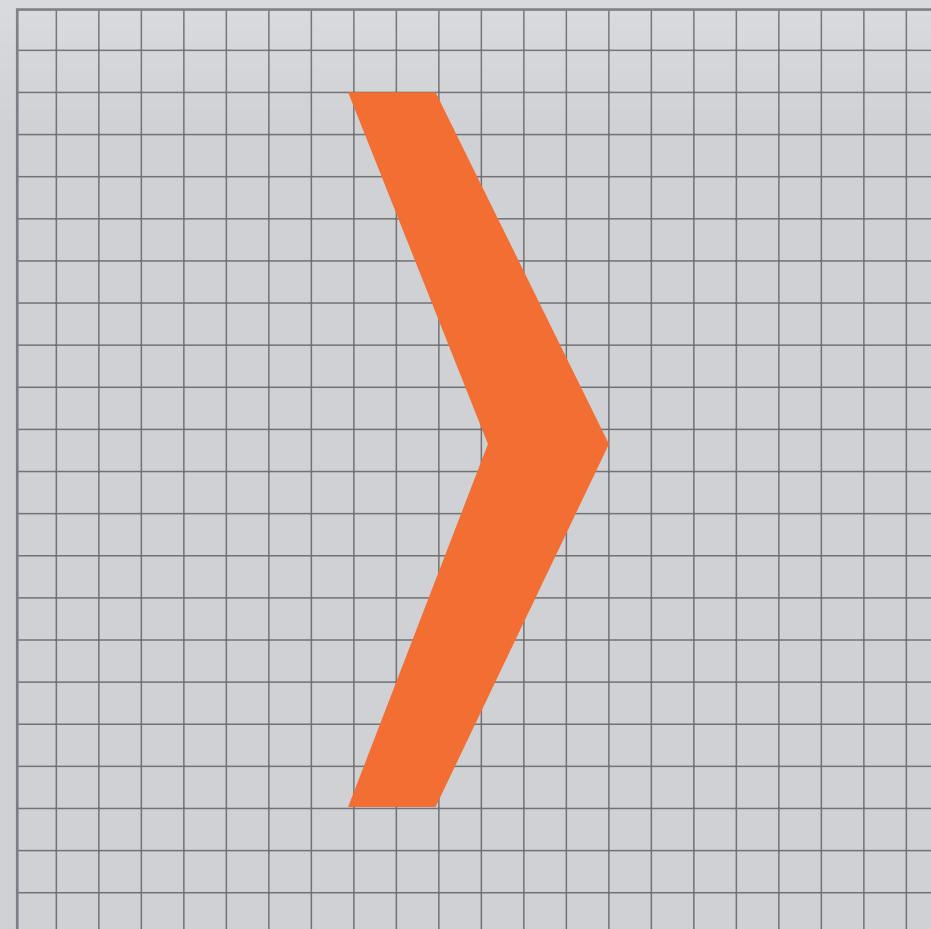
> APLICACIONES CORPORATIVAS

La flecha como elemento gráfico

Además de los elementos visuales de la marca que ya hemos definido; logotipo, colores y tipografía corporativos, vamos a utilizar un elemento gráfico que va a contribuir a identificar y dar fuerza a todos los elementos visuales de la marca; se trata de la flecha naranja que corona el edificio en el símbolo.

Esta podrá ir en color naranja, blanco o en cualquiera de los colores corporativos en los que puede ir impreso el logotipo.

Se aplicará en todas las aplicaciones visuales, tanto en papelería, publicaciones, online, etc, siempre siguiendo las pautas de este manual.



3.1. PAPELERÍA BÁSICA



> APLICACIONES CORPORATIVAS

Papelería básica

En este apartado se encuentran las pautas para la construcción de las diferentes aplicaciones de la papelería básica que empleará OPENGELA. Se recomienda la impresión en los colores directos corporativos.

Tarjeta de presentación personal

El siguiente modelo de tarjeta debe ser utilizado por el personal de OPENGELA.

Se establecen dos opciones, una en los 4 colores corporativos y otra en el naranja corporativo.

Debe ser construida con las siguientes especificaciones:

Formato: 55 x 85 mm.

Tipo de papel: cartulina 250 gr.

Color: blanco.



> APLICACIONES CORPORATIVAS
Papelería básica

Tarjetas no personales

Se establecen distintas opciones, una en los 4 colores corporativos y otras dos en el naranja y azul corporativos.

Formato: 55 x 85 mm.

Tipo de papel: cartulina 250 gr.

Color: blanco.



> APLICACIONES CORPORATIVAS
Papelería básica

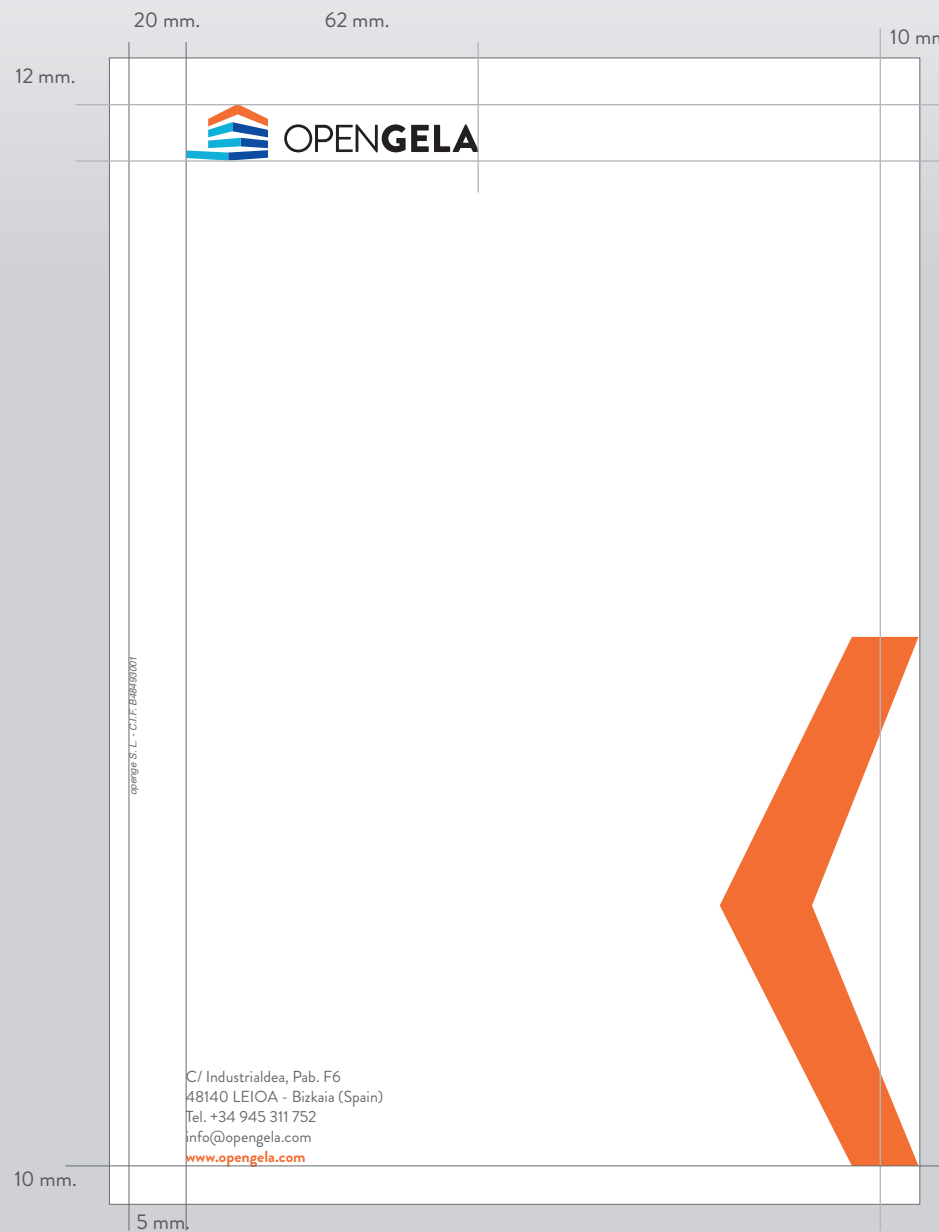
Hoja carta

Se recomienda la impresión en los colores directos corporativos. Debe ser construida con las siguientes especificaciones:

Formato: 210 x 297 mm.

Tipo de papel: ofset 100 gr.

Color: blanco.



> APLICACIONES CORPORATIVAS

Papelería básica

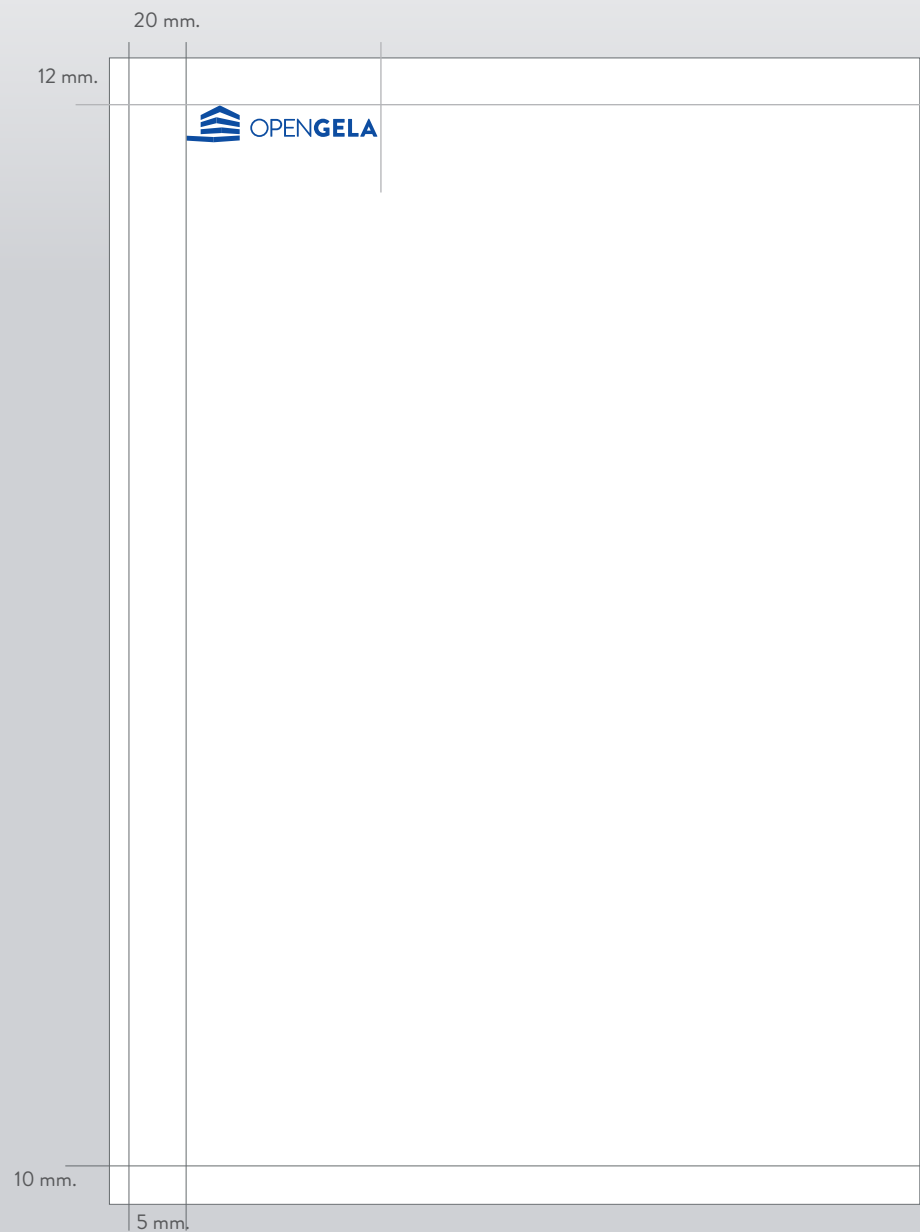
Carta - 2ª hoja

Se recomienda la impresión en los colores directos corporativos.
Debe ser construida con las siguientes especificaciones:

Formato: 210 x 297 mm.

Tipo de papel: ofset 100 gr.

Color: blanco.



> APLICACIONES CORPORATIVAS

Papelería básica

Sobre americano

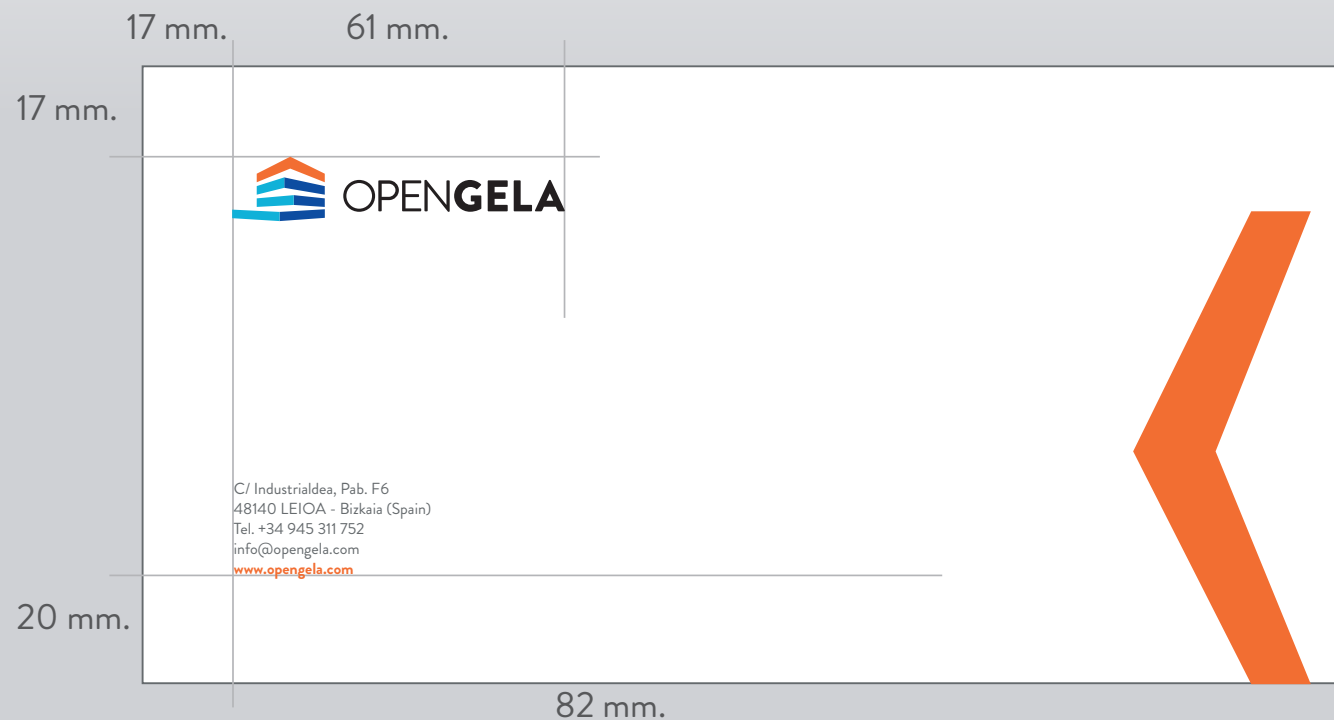
Se recomienda la impresión en los colores directos corporativos.

Debe ser construida con las siguientes especificaciones:

Formato: 110 x 220 mm.

Tipo de papel: adhesivo con tira de silicona.

Color: blanco.



> APLICACIONES CORPORATIVAS

Papelería básica

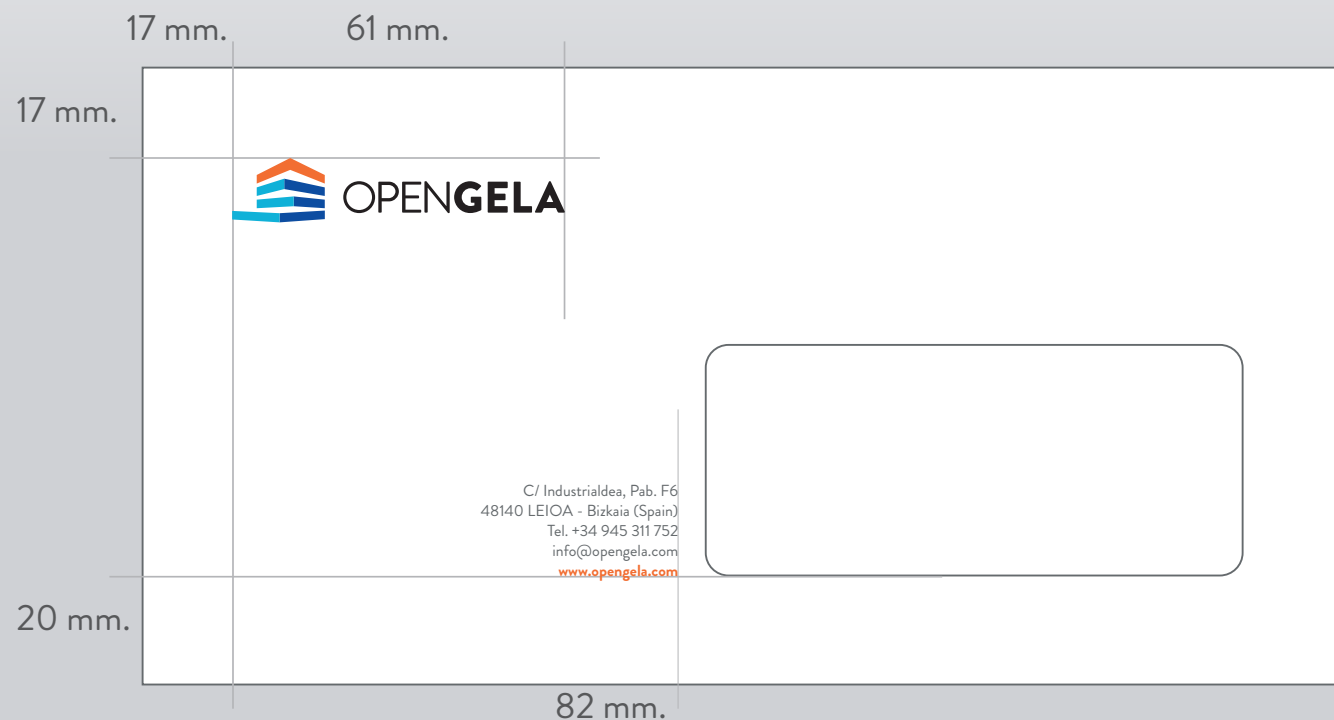
Sobre americano con ventana

Se recomienda la impresión en los colores directos corporativos.
Debe ser construida con las siguientes especificaciones:

Formato: 110 x 220 mm.

Tipo de papel: adhesivo con tira de silicona.

Color: blanco.

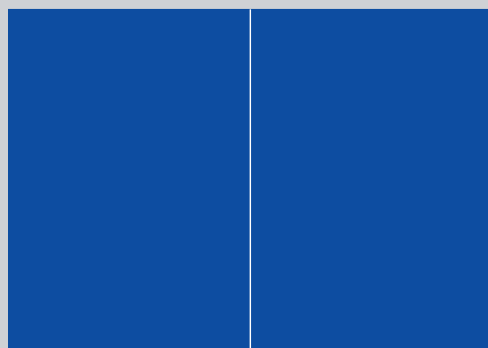


> APLICACIONES CORPORATIVAS

Papelería básica

La carpeta de prestigio

La carpeta corporativa se utilizará para enviar o entregar en mano documentación. Este soporte se recomienda imprimir en cuatricromía más la tinta plana naranja, el símbolo y logotipo se reservarán del color naranja por blanco. El acabado será plastificado mate. El interior se imprimirá en color azul oscuro corporativo al que se le superpone un barniz de protección al repintado.



Cara interior

Formato: 305 x 432 mm.
Tipo de papel: cartulina 350 gr.
Color: blanco.
Acabado: Plastificado mate.



Cara exterior

> APLICACIONES CORPORATIVAS
Papelería básica

La carpeta de prestigio



> 3.2.
SEÑALIZACIÓN



> APLICACIONES CORPORATIVAS
Señalización

Stands para eventos

Para eventos, exhibiciones y jornadas se contempla la utilización de diferentes soluciones; como los roll up y los stands desmontables.

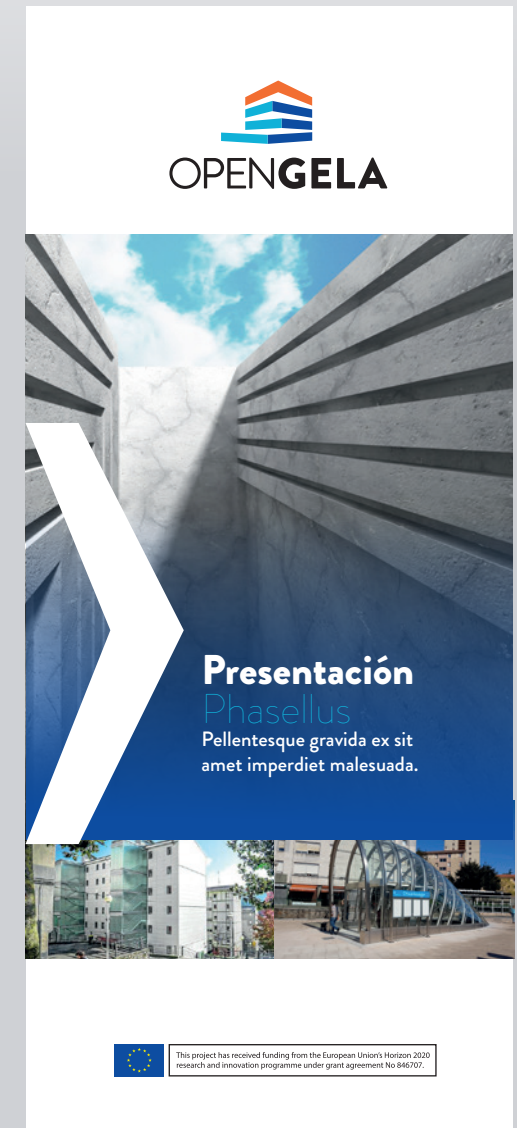


ROLL UP DESMONTABLE

Formatos: 1000 x 2000 mm. / 800 x 2000 mm.

Imagen: vinilo impreso

Soporte: acero.



> APLICACIONES CORPORATIVAS
Señalización

Stands para eventos

Idea de expositor desmontable
 con mostrador curvo

EXPOSITOR DESMONTABLE

Formato: 3400 x 2100x 30 mm.

Imagen: tela impresa

Soporte: estructura de barras en PVC.



MOSTRADOR DESMONTABLE

Formato: 99 x 84 x 36,5 mm.

Imagen: tela impresa

Soporte: acero y pvc.





> 3.3.
PUBLICIDAD



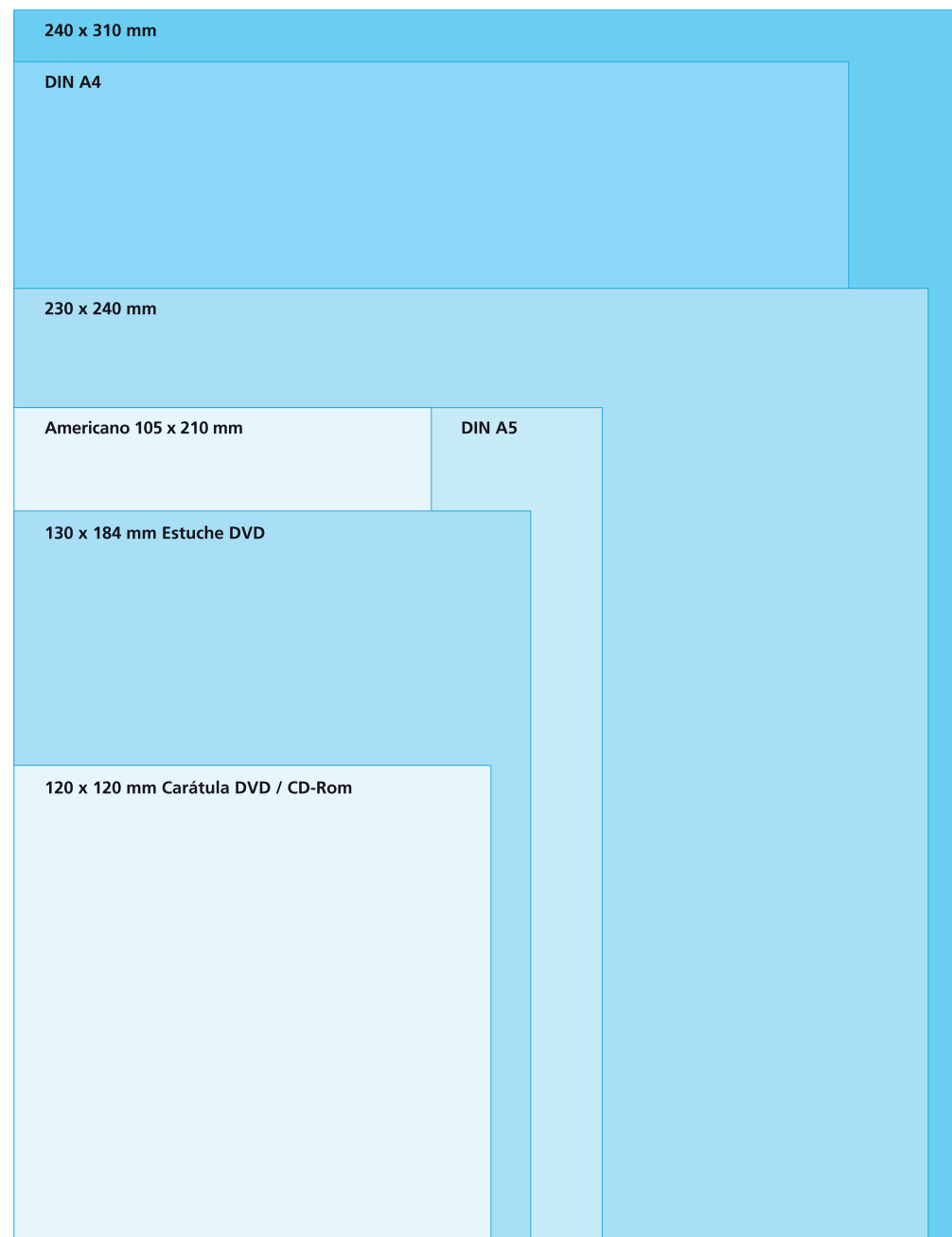
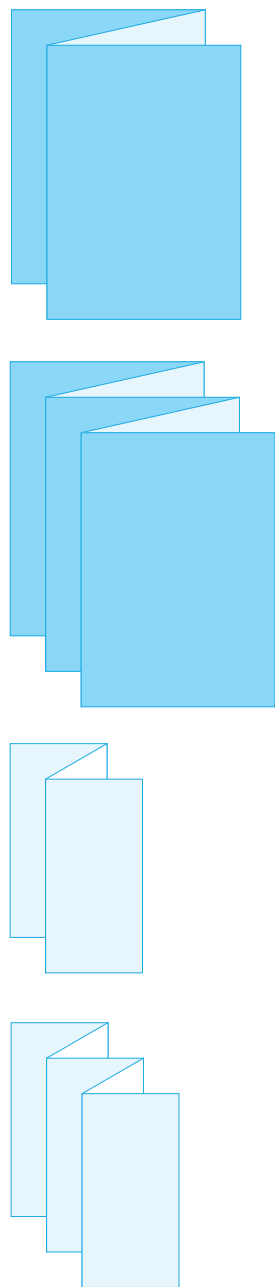
> **APLICACIONES CORPORATIVAS**
Publicidad offline

Papeles y formatos

Para las publicaciones de OPENGELA se recomienda utilizar únicamente papeles con acabado mate, estucado mate o bien ofset pigmentado sin imitación de texturas. La ventaja del papel mate reside en que no refleja la luz y no entorpece la lectura de los textos.

Aparte de estas características, los papeles que se elijan para las publicaciones deberán tener el gramaje suficiente para que no deje transparentar en una cara de una página lo impreso en la otra.

Cuando se da un acabado de plástico a la portada de una publicación, se recomienda que éste sea mate.

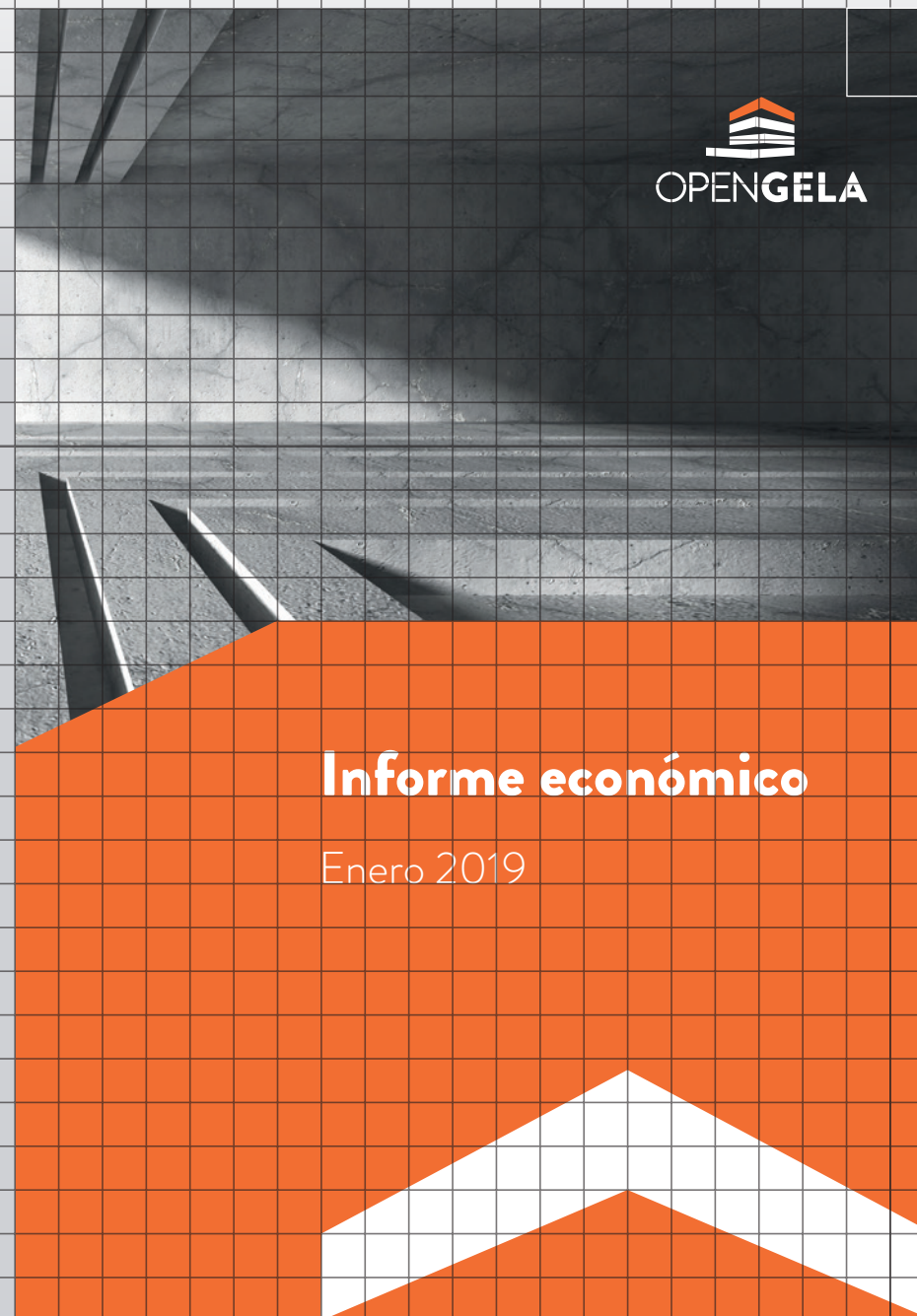


> APLICACIONES CORPORATIVAS

Publicidad offline

Sistema gráfico para portadas DIN A5 A4 y superiores

Además de la flecha ya utilizada en las aplicaciones de papelería, en los soportes de publicidad; catálogos, folletos, publicidad en prensa, etc, utilizamos una forma cuadrangular con una esquina cortada a la izquierda. En este espacio se aplicará el naranja o el azul oscuro corporativo exclusivamente, y en reserva en blanco irían los textos, título, subtítulo, etc.



> APLICACIONES CORPORATIVAS

Publicidad offline

Ejemplos de portadas

Existen dos modelos uno con el logotipo encima de la imagen en la versión en negativo con la flecha en naranja. Se usará siempre que la imagen sea lo suficientemente oscura.

En la segunda versión el logotipo se aplica a todo color sobre el fondo blanco. Asimismo los textos van en positivo sobre el blanco.



> APLICACIONES CORPORATIVAS
Publicidad offline

**Sistema gráfico para portadas
tamaño americano 105x210**



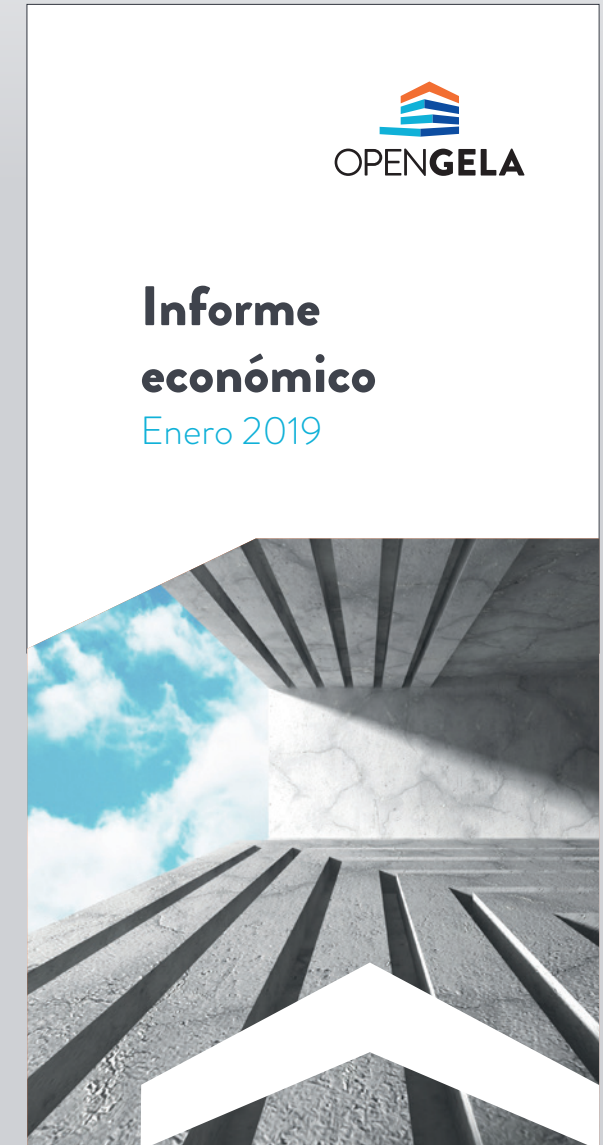
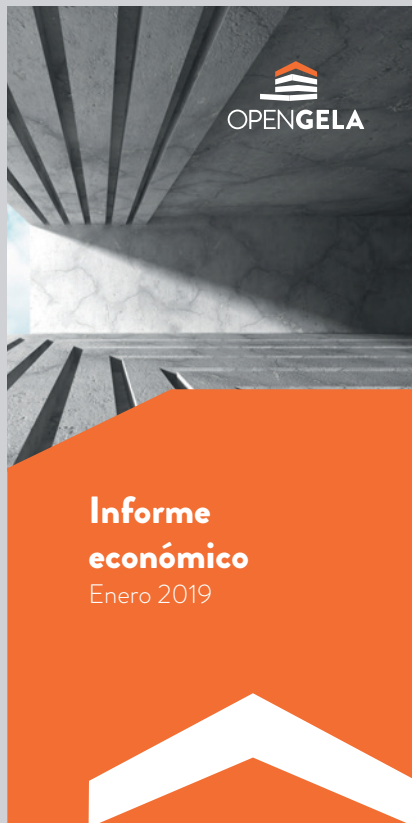
> APLICACIONES CORPORATIVAS

Publicidad offline

Ejemplos de portadas

Existen dos modelos uno con el logotipo encima de la imagen en la versión en negativo con la flecha en naranja. Se usará siempre que la imagen sea lo suficientemente oscura.

En la segunda versión el logotipo se aplica a todo color sobre el fondo blanco. Así mismo los textos van en positivo sobre el blanco.



4

CONVIVENCIA
CON LA MARCA
DE LA UNIÓN
EUROPEA

PROGRAMA
LIFE



> CONVIVENCIA CON LA MARCA DE LA COMISIÓN EUROPEA

Versiones color de la marca. Versiones en HORIZONTAL

Las reglas vienen marcadas por el manual del programa LIFE: https://cinea.ec.europa.eu/programmes/life/communication-and-gdpr-rules_en

Por regla general, se pone la bandera azul de Europa con el LIFE dentro (en amarillo) + el lema 'CO-funded by the EU'.



**Co-funded by
the European Union**



**Co-funded by
the European Union**



**Co-funded by
the European Union**



**Co-funded by
the European Union**



**Co-funded by
the European Union**



**Co-funded by
the European Union**



**Co-funded by
the European Union**

> CONVIVENCIA CON LA MARCA DE LA COMISIÓN EUROPEA

Versiones en VERTICAL.



LEMA DESCRIPTIVO

Solo en material donde se viertan posibles opiniones (newsletters, notas de prensa, página web...) se añadirá el lema dentro de un cuadrado.

Co-funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or CINEA. Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them.

En inglés

Co-financiado por la Unión Europea. Los puntos de vista y opiniones expresadas son únicamente los de sus autores y no reflejan necesariamente los de la UE o CINEA. Ni la Unión Europea ni la autoridad financiadora pueden ser consideradas responsables de ellos.

En castellano

> CONVIVENCIA CON LA MARCA DE LA COMISIÓN EUROPEA

Papelería básica

Tarjetas



5

WEB Y DISPOSITIVOS MÓVILES



> WEB Y DISPOSITIVOS MÓVILES

Página web

▼ ESP | EUS | ENG

OPENGELA HOME ▼ SOBRE OPENGELA ▼ CASOS ▼ NOTICIAS ▼ CONTACTO ▼ Q     

Una oficina de distrito para la renovación de viviendas.

Para facilitar, llave en mano, soluciones a propietarios de viviendas, para la renovación integral de su vivienda, acompañándole en todo el proceso.

Permitirá a los ciudadanos vascos el acceso a profesionales de confianza y la mejora significativa de la eficiencia energética, financiación asequible y también en definitiva la mejora de su calidad de vida..

OTXARKOAGA
Txotena Kalea, 33, 48004 Bilbo, Bizkaia
Tel. 94 444 00 05
info@otxargela.com
www.opengela.com

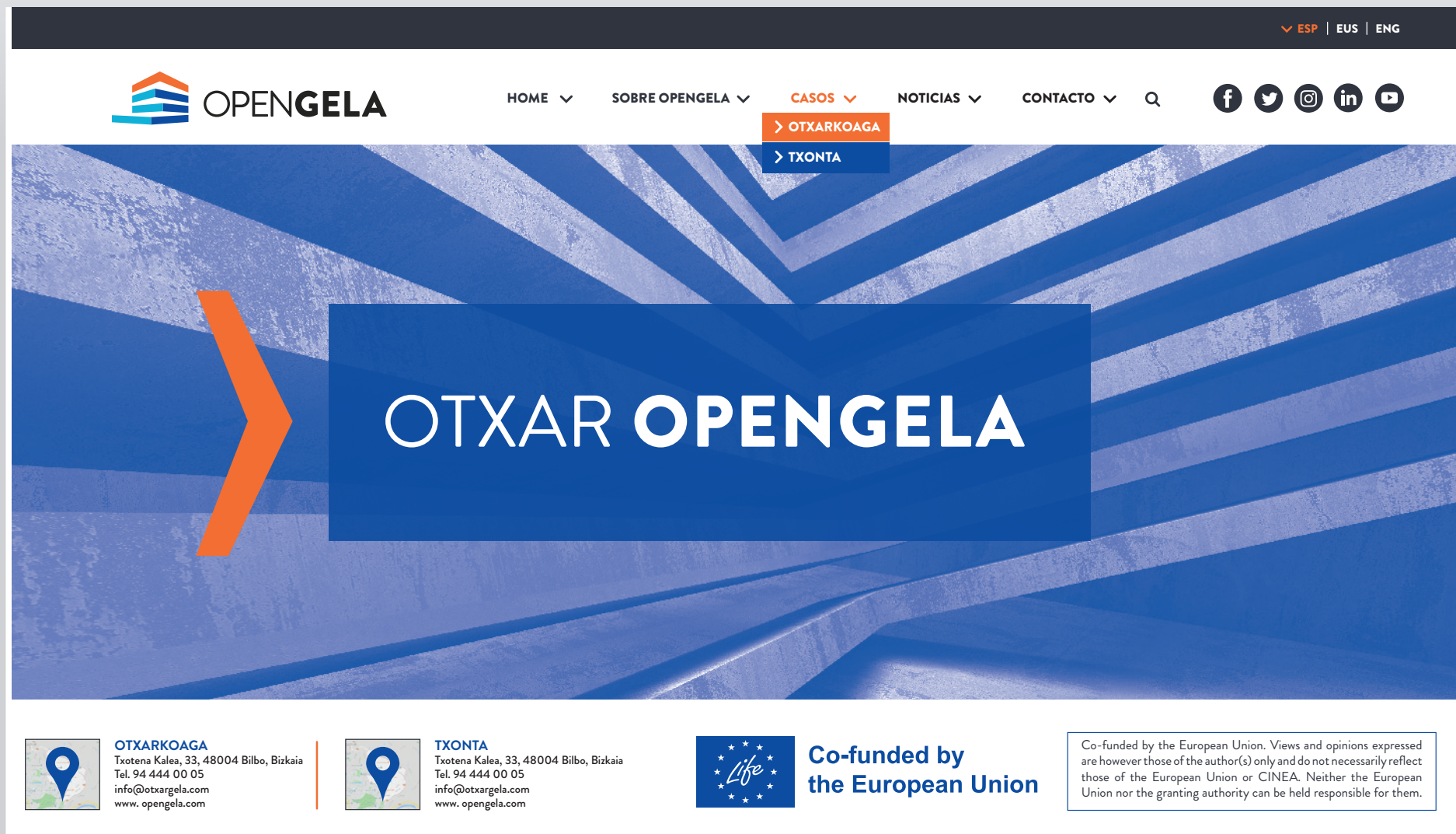
TXONTA
Txotena Kalea, 33, 48004 Bilbo, Bizkaia
Tel. 94 444 00 05
info@otxargela.com
www.opengela.com

 **Co-funded by the European Union**

Co-funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or CINEA. Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them.

> WEB Y DISPOSITIVOS MÓVILES

Página web



> WEB Y DISPOSITIVOS MÓVILES

Dispositivos móviles



6

OFICINAS DE DISTRITO

- 6.1 NORMAS PARA LA PERSONALIZACIÓN DE LA MARCA POR DISTRITO
- 6.2 NORMAS GENERALES
1. TARJETAS
- 6.3 CARTELES TEMPORALES
- 6.4 PLACAS PERMANENTES
- 6.5 ROTULACIÓN OFICINAS



TXONTA OPENGELA

EUSKO JAURLARITZA GOBIERNO VASCO
LEKUALDIA, 14. EIBAR DEPARTAMENTO DE PLÁSTICOS Y TRANSPORTE



TXONTA AUZOKO HIRI-BERRONERATZ

Helburua: Sakoneko berritze integrala.
Onuraduna: Bizilagunen komunitatea.
Txonta kalea, 14. Eibar
Dirulaguntza: XXX.XXX €
Amaiera epea: 2024ko abendua

REGENERACIÓN URBANA DEL BARRIO DE TXONTA

Objetivo: Rehabilitación integral profunda
Beneficiario: Comunidad de personas prop
Calle de Txonta, 14, Eibar
Subvención: XXX.XXX €
Plazo finalización: Diciembre 2024

> OFICINAS DE DISTRITO

En un intento de identificación con el barrio la marca hará compatible su uso local en las distintas oficinas de distritos de cada barrio incorporando el nombre del barrio en la propia marca.

6.1. Normas para la personalización de la marca por distrito

Se establecen tres posibilidades para la personalización, en función de la dimensión del nombre definido.

Las tres opciones regulan la relación de proporciones entre el símbolo / nombre / OPENGELA. Estableciendo como preferente la opción 1, secundaria la opción 2 y ocasional la opción 3.

No se contempla ninguna otra aplicación fuera de las normas de estas tres opciones.

Se muestran como ejemplo una para cada caso.

OPCIÓN 1



OPCIÓN 2

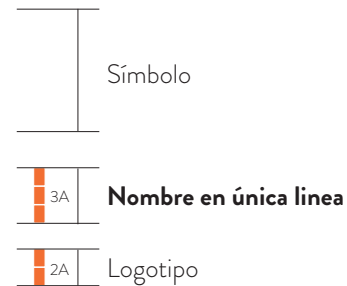


OPCIÓN 3

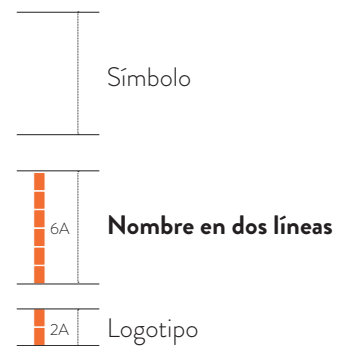


> OFICINAS DE DISTRITO

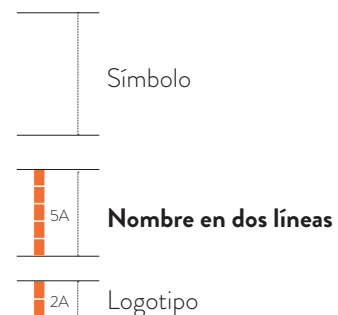
OPCIÓN 1
preferente



OPCIÓN 2
secundaria



OPCIÓN 3
ocasional



> OFICINAS DE DISTRITO

La opción principal será la vertical. Como segunda opción, para rotulaciones especiales se permitirá la opción horizontal. Se muestran como ejemplo una para cada caso.

OPCIÓN
HORIZONTAL 1



OPCIÓN
HORIZONTAL 2



OPCIÓN
HORIZONTAL 3



> 6.2. Normas Generales

Todas las convocatorias, licitaciones, convenios y resto de instrumentos jurídicos, que se desarrollen en este ámbito, deberán contener tanto en su encabezamiento como en su cuerpo de desarrollo la siguiente referencia:

Si son **con** Financiación Europea:

«Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia - Financiado por la Unión Europea - NextGenerationEU»

Si son **sin** Financiación Europea:

«Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia»

Para la creación de documentos que precisen realizarse en euskera, el texto «Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia» deberá traducirse como:

«Berreskuratze, Eraldaketa eta Erresilientzia Plana»

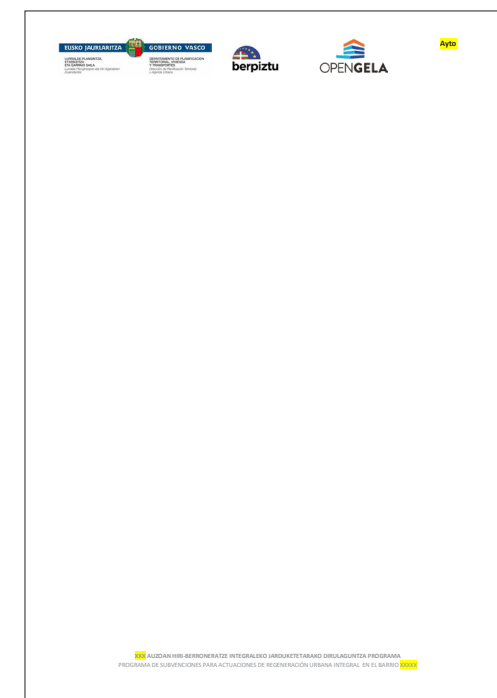
Se aplicará a documentos como:

- Tarjetas de visita
- Formularios de solicitudes de ayudas
- Anuncios de licitación
- Pliegos de cláusulas administrativas y de prescripciones técnicas
- Contratos
- Trabajos presentados por el contratista (estudios, informes, encuestas, otros)
- Nota de prensa (referencia en el cuerpo del texto)

Modelo documentos con Sellos NEXT-EU



Modelo documentos con Sellos FONDOS-PROPIOS



> OFICINAS DE DISTRITO

Tarjetas

Se establecen tres opciones, una en los 4 colores corporativos y otras dos en el naranja y azul corporativos.

Formato: 55 x 85 mm.

Tipo de papel: cartulina 250 gr.

Color: blanco.

Brandon Grotisque Medium 8pt
Brandon Grotisque Regular Italic 8pt

Brandon Grotisque Light 6pt



Modelo tarjeta con fondos NEXT-EU

Modelo tarjeta con fondos propios



> OFICINAS DE DISTRITO

6.3. Carteles Temporales

Si se opta por el uso de carteles, vallas o lonas para publicitar las actuaciones o proyectos durante el periodo de ejecución se utilizarán las plantillas con un ejemplo aplicado que se muestran a continuación.

En función de la financiación del proyecto se establecen dos modelos: con financiación europea o sin ella.

Los carteles que se coloquen en las obras deberán tener un tamaño coherente a la cuantía de la financiación con un formato mínimo de 420 x 280 mm y proporcional a las plantillas adjuntas.



420x280 mm

Aumento proporcional



> OFICINAS DE DISTRITO

CON financiación europea

Marca personalizada

Contenido

Flecha

TXONTA AUZOKO HIRI-BERRONERATZEA

Helburua: Sakoneko berritze integrala.
Onuraduna: Bizilagunen komunitatea.
 Txonta kalea, 14. Eibar
EBk emandako dirulaguntza: XXX.XXX €
Berpiztu funtsek emandako dirulaguntza: XXX€
Amaiera epea: 2024ko abendua

REGENERACIÓN URBANA DEL BARRIO DE TXONTA

Objetivo: Rehabilitación integral profunda.
Beneficiario: Comunidad de personas propietarias. Calle de Txonta, 14. Eibar
Ayuda económica otorgada por la UE: XXX.XXX €
Ayuda económica otorgada por los fondos Berpiztu: XXX€
Plazo finalización: Diciembre 2024

Financiado por la Unión Europea NextGenerationEU
 GOBIERNO DE ESPAÑA MINISTERIO DE VIVIENDA Y AGENCIA URBANA
 Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia
 EUSKO JAURLARITZA GOBIERNO VASCO
 DEPARTAMENTO DE PLANEAMIENTO TERRITORIAL, INFRAESTRUCTURAS Y MOVILIDAD
 berpiztu
 EIBAR
 Debegesa

TXONTA AUZOKO HIRI-BERRONERATZEA

Helburua: Sakoneko berritze integrala.
Onuraduna: Bizilagunen komunitatea.
 Txonta kalea, 14. Eibar
EBk emandako dirulaguntza: XXX.XXX €
Berpiztu funtsek emandako dirulaguntza: XXX€
Amaiera epea: 2024ko abendua

REGENERACIÓN URBANA DEL BARRIO DE TXONTA

Objetivo: Rehabilitación integral profunda.
Beneficiario: Comunidad de personas propietarias. Calle de Txonta, 14. Eibar
Ayuda económica otorgada por la UE: XXX.XXX €
Ayuda económica otorgada por los fondos Berpiztu: XXX€
Plazo finalización: Diciembre 2024

Versión con la marca en Opción 3

12A
Contenido

A Línea de marcas, logos, emblemas

1/2A

A

> OFICINAS DE DISTRITO

SIN financiación europea

Marca personalizada

Contenido

Flecha

TXONTA AUZOKO HIRI-BERRONERATZEA

Helburua: Sakoneko berritze integrala.
Onuraduna: Bizilagunen komunitatea.
 Txonta kalea, 14. Eibar
Berpiztu funtsek emandako dirulaguntza: XXX€
Amaiera epea: 2024ko abendua

REGENERACIÓN URBANA DEL BARRIO DE TXONTA

Objetivo: Rehabilitación integral profunda.
Beneficiario: Comunidad de personas propietarias. Calle de Txonta, 14. Eibar
Ayuda económica otorgada por los fondos Berpiztu: XXX€
Plazo finalización: Diciembre 2024

Logos: ELUSKO JAURLARITZA, GOBIERNO VASCO, berpiztu, HIRIBANKO UDALAK, Debegesa

TXONTA AUZOKO HIRI-BERRONERATZEA

PIO XII, BELASKOENEA, ADUANA ZAHARRA OPENGELA

REGENERACIÓN URBANA DEL BARRIO DE TXONTA

Logos: berpiztu, HIRIBANKO UDALAK, Debegesa

Versión con la marca en Opción 3

12A
Contenido

A Línea de marcas, logos, emblemas

1/2A

A

Ministerio / Gobierno Vasco / Berpiztu / Ayuntamiento / Entidad colaboradora (en caso de que exista)

> OFICINAS DE DISTRITO

6.4. Placas Permanentes

Una vez finalizada la obra se colocará una placa permanente en lugar visible del edificio beneficiario.

Formato 297 x 198 mm en aluminio, serigrafiada en dos tintas: blanco y naranja Pantone 165 C.

La línea de marcas/logos /emblemas, sigue las mismas normas que en los carteles temporales, con la diferencia de que aquí se utilizará sólo una tinta en esta línea.

En función de la financiación del proyecto se establecen dos modelos: con financiación europea o sin ella.

En cuanto al periodo de tiempo, debe instalarse en un plazo de tres meses a partir de la conclusión de la obra y por un periodo de, al menos, 4 años.



CON financiación europea

> OFICINAS DE DISTRITO



SIN financiación europea

> OFICINAS DE DISTRITO

6.5. Rotulación oficinas

Para la rotulación de oficinas utilizaremos los mismos elementos gráficos indicados anteriormente en los carteles:
 1. Marca OPENGELA personalizada / 2. Línea de marcas, logos, emblemas / 3. Elemento gráfico corporativo: flecha

Materiales: Vinilo de corte al ácido y vinilo de corte opaco dos colores: blanco y naranja Pantone 165 C

CON financiación europea



Casos especiales donde no se puede vinilar los cristales

> OFICINAS DE DISTRITO

SIN financiación europea



Casos especiales donde no se puede vinilar los cristales