SPIRIT SLOVENIJA

Celostna grafična podoba kampanje

GREEN. CREATIVE. SMART.

PROJEKT	GREEN. CREATIVE. SMART. KAMPANJA		
NOSILEC	SPIRIT Slovenija		
DATUM	1. 7. 2024	**VERZIJA**	končna

1.

GREEN.
CREATIVE.
SMART.

GRAFIČNA PODOBA KOMUNIKACIJSKE KAMPANJE
GREEN. CREATIVE. SMART.

SPIRIT SLOVENIJA

> UVOD

SPIRIT Slovenija je javna agencija Republike Slovenije za spodbujanje investicij, podjetništva in internacionalizacije. Pod okriljem ene agencije se uresničujejo usmeritve razvojnih programov Slovenije s ciljem doseganja podjetniške, inovativne, tehnološko razvite, izvozno naravnane in tujim investitorjem privlačne destinacije.

MED KLJUČNIMI NALOGAMI SPIRIT SLOVENIJA V TUJINI SO:

- promocija Slovenije in slovenskega gospodarstva v tujini,
- sodelovanje s tujimi investitorji in tujimi podjetij, ki bi investirala v slovenska podjetja ali vstopila na slovenski trg – predstavljanje priložnosti ter svetovanje in usmerjanje procesa v začetnih fazah izkazanega interesa,
- predstavljanje priložnosti za sodelovanje s tujimi podjetji – B2B kupci, ki iščejo dobavitelje za svoje proizvodne verige zunaj meja svojih držav,
- predstavljanje in odpiranje priložnosti slovenskim podjetjem na tujih trgih,
- predstavljanje Slovenije nadarjenim posameznikom, ki iščejo nove poslovne izzive zunaj meja svojih držav (visoko izobraženi kadri, lastniki start up podjetij ...).

> ZAKAJ GREEN. CREATIVE. SMART. OZIROMA ZELENA. USTVARJALNA. PAMETNA.?

Gre za poimenovanje komunikacijske kampanje znamke I feel Slovenia na področju gospodarstva kot odziv na njegova pričakovanja po dvigu prepoznavnosti in ugleda Slovenije v mednarodnem okolju. Namenjena je celoviti in enotni promociji slovenskega gospodarstva na globalnem konkurenčnem trgu.

Slovensko gospodarstvo je trajnostno naravnano in usmerjeno k uporabniku, ponuja kreativne, inovativne in dostopne rešitve za ljudi ter za dolgoročen razvoj družbe. Kampanja izpostavlja ključne konkurenčne prednosti Slovenije na nišnih področjih zelenega gospodarstva, okoljskih tehnologij, robotizacije, mobilnosti, digitalizacije, razvoja in raziskav ter kreativne industrije.

> CILJ KAMPANJE

SPIRIT Slovenija želi s komunikacijsko kampanjo GREEN. CREATIVE. SMART. in njeno poenoteno aplikacijo na komunikacijska in predstavitvena orodja graditi prepoznavnost Slovenije in slovenskega gospodarstva v tujini.

S kampanjo želi naročnik v tujini:

- dvigniti prepoznavnosti in promovirati Slovenijo kot smart - tehnološko razvito, kreativno naravnano in zeleno državo,
- graditi pozitivno podobo države,
- promovirati stabilno in napredno poslovno okolje in
- promovirati zelene, inovativne in pametne rešitve, ki so jih razvila slovenska podjetja.

GREEN. CREATIVE. SMART.

GREEN.
CREATIVE.
SMART.

> BARVNI SISTEM

> Barvni sistem izhaja iz podobe IFS in podobe javne agencije SPIRIT Slovenija, ki sta dodatno nadgrajeni z oranžno in sivo barvo.

Pantone 377U
c45 m0 y100 k 25
R 120 G 162 B 47

Pantone 5405
c50 m0 y0 k60
R 66 G 107 B 127

Črna

Pantone Bright orange C
c0 m75 y100 k 0
R 255 G 94 B 0

Pantone 432 U
Black 70%
R 103 G 108 B 115

> ČRKOPISI

> 1. raven
družina Helvetica Neue LT Com

> 2. raven
družina Gotham

> 3. raven
družina Chaparral

družina Helvetica Neue LT Com

Primer:

minuskule:

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
àáâãäāăåąæaéćčċçďđðèéêëēĕėęĝğġģĥħìíîïīĩįıijĵķ
ĺľļłŀńňñņòóôõöōŏőøoeþŕřŗśŝšşsßťţŧùúûüūŭůűų
ŵýÿỳźžż

verzalke:

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVXYZ
ÀÁÂÃÄ ĂÅĄÆAÉĆČĊÇĎĐÐÈÉÊËĒĔĖĘĜĞĠĢĤĦÌÍ
ÎÏĪĨĮĴĶĹĽĻŁĿŃŇÑŅÒÓÔÕÖŌŎŐØOEÞŔŘŖŚŜŠŞŞŤ
ŢŦÙÚÛÜŪŬŮŰŲŴÝŶŸŹŽŻ

številke: matematični simboli:
0123456789 +−=≠×÷≈>≥<≤±%‰½¼¾ ¹²³

ločila, simboli in denarne valute:

#/|¦_^~*†‡§¶@©®™ ªº¤€$¢£ƒ¥ ff

družina Gotham

Primer:

minuskule:

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
àáâãäāăåąæaéćčċçďđðèéêëēĕėęğġģĥìíî
ïīĩįı
ķĺľļłŀńňñņòóôõöōŏőøøoeþŕřŗśšşsßťţùúûüū
ŭůű
ųŵẁẃẅỳýŷÿźžż

verzalke:

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVXYZ
ÀÁÂÃÄ ĂÅÅĄÆAÉĆČĊÇĎĐÐÈÉÊËĒĔĖĘĞĠĢĤ
ÌÍÎÏĪĨĮĶĹĽĻŁĿŃŇÑŅÒÓÔÕÖŌŎŐØØOEÞŔ
ŘŖŚŠŞ
ŢŤŢÙÚÛÜŪŬŮŰŲẀẂŴẄỲÝŶŸŹŽŻ

številke: matematični simboli:
0123456789 +−=≠×÷≈>≥<≤±%‰⁄

ločila, simboli in denarne valute:

#/|_^~*†‡§¶@©®™ ªº€$¢£ƒ¥ ff

družina Chaparral

Primer:

minuskule:

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
àáâãäāăåąæaéćčċçďđðèéêëēĕėęğġģìíîïīĩįı
ķĺľļłŀńňñņòóôõöōŏőøoeþŕřŗśšşsßťţùúûüūŭů
űųýŷÿźžż

verzalke:

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVXYZ
ÀÁÂÃÄ ĂÅĄÆAÉĆČĊÇĎĐÐÈÉÊËĒĔĖĘĞĠ
ÌÍÎÏĪĨĮĶĹĽĻŁĿŃŇÑŅÒÓÔÕÖŌŎŐØOEÞŔŘŖŚŠŞ
ŢŤŢÙÚÛÜŪŬŮŰŲÝŶŸŹŽŻ

številke: matematični simboli:
0123456789 +−=≠×÷≈>≥<≤±%‰⁄

ločila, simboli in denarne valute:

#/|_^~*†‡§¶@©®™ ªº€$¢£ƒ¥ ff

KOMUNIKACIJA SKOZI FOTOGRAFIJO

IZHODIŠČA ZA IZBOR FOTOMATERIALOV

> FOTOGRAFIJA

> Uporaba fotografije je ključna pri komuniciranju sporočila kampanje. Izbor fotografij naj bo premišljen glede na vsebino, ki jo sporočamo, ter možnost optimalne uporabe glede na obseg ostalih elementov (predvsem dolžina teksta).

> Pri komuniciranju določenega poudarka iščemo fotografijo, ki podpira sporočilo:

> **GREEN.** Slovenska podjetja razvijajo nove poslovne modele, ki omogočajo rast brez negativnih posegov v okolje. Z njihovo pomočjo ustvarjajo rešitve za mednarodni trg, ki so namenjene ohranjanju narave.

> **CREATIVE.** Industrijski dizajn, znamčenje, kreativna industrija ter razvoj in raziskave, ki so rezultat talentiranih ustvarjalcev, predstavljajo temeljno strateško prednost slovenskega gospodarstva, s katero ustvarjamo dodano vrednost zaposlenih, izdelkov, storitev in procesov.

> **SMART.** Strateška usmerjenost v hitrejši razvoj digitalne družbe, družbe znanosti in informacijskokomunikacijske tehnologije ustvarjajo pogoje za oblikovanje novih in naprednih rešitev, s katerimi ustvarjamo konkurenčno prednost slovenskega gospodarstva (internet stvari, veriženje podatkovnih blokov, patentne rešitve, pametne tehnologije, pametna mesta, vasi in skupnosti, pametna mobilnost, pametne tovarne, pametne hiše, pametna omrežja, pametno upravljanje ...).

Pri komuniciranju vseh treh poudarkov hkrati uporabimo fotografijo, ki v svoji sporočilnosti zajema vse zgoraj našteto.

> KOMENTAR: Uporabljamo predvsem fotografije prebojnih rešitev ambasadorjev slovenskega gospodarstva, ki ponazarjajo zeleno, ustvarjalno in pametno gospodarstvo Slovenije. Nabor ustreznih fotografij za vse tri poudarke iz naziva kampanje bomo v prihodnje še razširili.

> Fotografija naj bo barvna in čim manj manipulirana.

I FEEL SLOVENIA

GREEN. CREATIVE. SMART.

SLOVENIA BUSINESS
SPIRIT Slovenia
Business Development Agency

SLOVENIA BUSINESS

Co-funded by
the European Union

GREEN. CREATIVE. SMART.

Empowering business

SPOT | SLOVENIAN BUSINESS POINT

GREEN. CREATIVE. **SMART.**

REPUBLIC OF SLOVENIA

> ZNAK I FEEL SLOVENIA

> Kampanja GCS se vedno komunicira v navezavi z znamko IFS (in tudi upošteva priročnik CGP IFS).

1. Znak IFS naj bo ločen od naslova kampanje Green. Creative. Smart. IFS je krovna znamka države, ki predstavlja splošne vrednote državljanov. GCS pa je komunikacijska kampanja za promocijo vrednot slovenskega gospodarstva v tujini. Razlika in povezava med njima je jasna.

2. Komunikacija GCS na določenih kanalih naj bo čim bolj čista, jasna in brez umestitve dodatnih logotipov (primer plakat, zunanje oglaševanje, press wall), v kolikor ti niso potrebni.

3. Za hitrejšo prepoznavnost kampanje kot promocije gospodarstva uvajamo opcijski aktivacijski nagovor EMPOWERING BUSINESS, ki se ga po potrebi lahko uporabi tam, kjer ima pomembno dodano vrednost.

Primeri uporabe v nadaljevanju.



NAZIV KAMPANJE

NAZIV KAMPANJE IN AKTIVACIJSKI NAGOVOR

- **AKTIVACIJSKI NAGOVOR**
  opcijsko
- Human Nature - Demo
  rotiran 1°
  share 20°
  horizontalno raztegnjen na 125°
- barva črna, siva oz. negativ

Empowering business

- **NAZIV KAMPANJE**
  horizontalna verzija
- Helvetica Neue LT Com
  67 medium condensed
- barva črna, siva oz. negativ
- med besedami je enkraten presledek

GREEN. CREATIVE. SMART.

- **NAZIV KAMPANJE**
  vertikalna verzija
- Helvetica Neue LT Com
  67 medium condensed
- Leading je enak velikosti črkopisa
- barva črna, siva oz. negativ

GREEN.
CREATIVE.
SMART.

NAZIV KAMPANJE

NAZIV KAMPANJE S POUDARKI

- **NAZIV KAMPANJE S POUDARKOM**
  vertikalna verzija
- Helvetica Neue LT Com
  67 medium condensed
  97 Black Condensed

GREEN.
CREATIVE.
SMART.

GREEN.
CREATIVE.
SMART.

GREEN.
CREATIVE.
SMART.

- **NAZIV KAMPANJE S POUDARKOM**
  horizontalna verzija
- Helvetica Neue LT Com
  67 medium condensed
  97 Black Condensed

GREEN. CREATIVE. SMART.
GREEN. **CREATIVE.** SMART.
GREEN. CREATIVE. **SMART.**

- **Poudarek**
  Ne glede na poudarek, se velikost besed ne spreminja, saj je distinkcija dovoljšnja.

NASLOVI, BESEDILA IN IKONE

- **NASLOV**
- Chaparral pro semibold
- razmik med vrsticami pri dvovrstičnem naslovu je enak velikosti črkopisa
- razmik med črkami je 50

- **RAZMEJEVALNE ČRTE**
  Nastopajo med naslovom in besedilom ter med besedilom in morebitnimi logotipi v nogi
- odmik od besedila je enak odmiku od naslova

- **IKONE**
  Ikone se uporabljajo iz nabora ikon, ki so definirane glede na vsebino

- **BESEDILO**
- družina Gotham

- **PODLAGA**
  Podlage nastopajo v štirih različicah:

- Črna (multiply transparenca), kadar Green. Creative. Smart. nastopa brez poudarkov
- Oranžna (multiply transparenca) s poudarkom CREATIVE
- Modra (multiply transparenca) s poudarkom SMART
- Zelena (multiply transparenca) s poudarkom GREEN ali pa se prilagajajo fotografiji pod podlago.

STABLE ECONOMIC ENVIRONMENT WITH EFFICIENT SOLUTIONS

Slovenia is an open economy for foreign investors, ranking highly as one of the FDI less restrictive countries among OECD members

Slovenia leads in cross-border trade efficiency, which makes doing business fast and simple

With one of the world's most reliable and secure energy supply system, Slovenia enables companies to operate 24/7

Investors see Slovenia as a leading country in macroeconomic stability and one of the safest places in the world

PRIPADAJOČI ZNAKI IN LOGOTIPI

PRIPADAJOČI ZNAKI IN LOGOTIPI V NOGI KOT PODPIS - NEKAJ PRIMEROV UPORABE

> PRIPADAJOČI LOGOTIPI V PODPISU KAMPANJE

V nogah elementov se pojavljajo različni pripadajoči logotipi nosilcev kampanje - kombinacije so različne in se prilagajajo posameznemu elementu po sledečem redu:

> 1. Navedba organizatorja, sofinancerja dogodka ipd. (npr. dodamo logotip Slovenia Business s pripisom SPIRIT Slovenia)

> 2. Navedba projekta SPOT kot financerja izdelave določenega materiala (npr. brošure, press stene, vabila). V temu primeru se morajo izpostaviti naslednji logotipi: SPOT + Sofinancira EU

> 3. Drugi primeri navajanja logotipov:

a) Slovenia Business s pripisom SPIRIT Slovenia + SPOT (kot izvajalca storitev na področju promocije slovenskega gospodarstva v tujini) + Republika Slovenija (uporaba ni obvezna, kadar ga na vizualu nadomešča logotip IFS) + Sofinancira EU (kot financer aktivnosti promocije slovenskega gospodarstva v tujini)

b) Slovenia Business s pripisom SPIRIT Slovenia + MGTŠ (kadar bo MGTŠ financiral aktivnost promocije slovenskega gospodarstva v tujini iz integralnih sredstev) in Slovenia Business s pripisom SPIRIT Slovenia + drug financer (kadar bo promocijo slovenskega gospodarstva v tujini izvajala druga organizacija). Znak Slovenia Business s pripisom SPIRIT Slovenia se vedno navaja na prvem mestu, ker je nosilec kampanje.

c) Druga organizacija + SPIRIT Slovenija (kadar bo promocijo izvajala druga organizacija, se njihov logo postavi na prvo mesto, sledi logo Slovenia Business s pripisom SPIRIT Slovenia, brez dodatnih logotipov SPOT, saj je agencija nosilka kampanje in kot takšna vedno navedena na njenih vizualih).

> **LOGOTIPI - PRIMERI UPORABE**
Uporabljamo jih v pozitivni ali negativni obliki, izjemoma je lahko znak Slovenia Business barven, zaradi večje distinkcije.

> Znak Slovenia Business ločujemo od ostalih logotipov (znakov) s črto, hierarhija je prikazana na primeru.

> Minimalna širina grafičnega elementa v znaku Co-funded by the EU je 12 mm.

Pomembno: v komunikaciji z domačo javnostjo uporabljamo pripadajoče logotipe v slovenski jezikovni različici, v komunikaciji s tujo javnostjo pa v angleški jezikovni različici.

SLOVENIA BUSINESS | SPOT SLOVENIAN BUSINESS POINT | REPUBLIC OF SLOVENIA | Co-funded by the European Union

SLOVENIA BUSINESS
SPIRIT Slovenia
Business Development Agency
| SPOT SLOVENIAN BUSINESS POINT | REPUBLIC OF SLOVENIA | Co-funded by the European Union

SLOVENIA BUSINESS | SPOT SLOVENIAN BUSINESS POINT | REPUBLIC OF SLOVENIA | Co-funded by the European Union

SLOVENIA BUSINESS | SPIRIT Slovenia Business Development Agency | SPOT SLOVENIAN BUSINESS POINT | REPUBLIC OF SLOVENIA | Co-funded by the European Union

min 12 mm

I FEEL SLOVENIA IN NAZIV KAMPANJE

PRIMER MEDSEBOJNIH ODNOSOV ELEMENTOV NA PRIMERU OGLASA

> **IFS znak**
> pozicioniranje na format po CGP IFS

> **Naziv kampanje (poudarjen)**

> **Naslov**

> **Ikone in besedilo**

> **Znaki in logotipi v nogi**



I FEEL SLOVENIA IN NAZIV KAMPANJE

PRIMER RAZMERIJ IFS, NAZIVA KAMPANJE TER AKTIVACIJSKEGA NAGOVORA

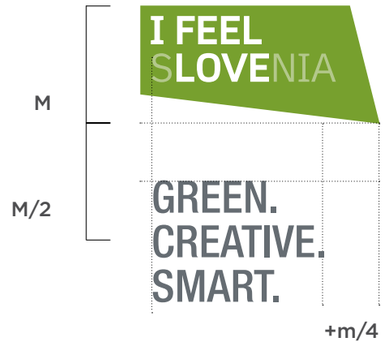
> ODNOS NAZIVA KAMPANJE DO IFS ZNAKA

- Širina naziva kampanje je najmanj m (širina IFS znaka), se pa lahko povečuje/pomanjšuje z m, vendar ne manj kot m/4. Odmikanje proti desni se izvaja po istem modulu (zmanjšanem-povečanem).
- Odmikanje navzdol se izvaja po modulu M (višina IFS znaka) (zmanjšanem-povečanem).

- **AKTIVACIJSKI NAGOVOR (opcijsko)**
  je pozicioniran nad nazivom kampanje, odmaknjen za polovico višine črke (y/2) (primer). Minimalna širina sega do konca besede creative (x) (vertikalna in horizontalna postavitev). Pri manjših razmerjih naziva kampanje uporaba aktivacijskega nagovora ni smiselna.

- **KOMENTAR**
- Aktivacijski nagovor “empowering business” se lahko uporabi tam, kjer je primerno/zaželeno poudariti, da gre za komuniciranje POSLOVNEGA OKOLJA Slovenije.
- V izjemnih primerih je lahko razmerje med aktivacijskim nagovorom in nazivom kampanje tudi drugačno (glej primer majice).











Pozicioniranje naziva kampanje je odvisno od velikosti naziva kampanje in velikosti formata.



Pomembno: V primeru, da je razpoložljiv format medija večji, je sprejemljivo, da ob umeščenem znaku IFS, aktivacijskem nagovoru in naslovu kampanje ostaja več belega prostora.
Manj(še) je več(je).

APLIKATIVNA RAVEN

Primeri enotnega, logičnega in predvsem jasno sporočilnega sistema komuniciranja kampanje Green. Creative. Smart. skušajo razrešiti kompleksnost, ki jo prinaša:

- včasih nejasno podajanje glavnega sporočila določenega komunikacijskega/promocijskega materiala
- včasih premalo definirano osnovno področje, ki ga promoviramo - t.j. POSLOVNO OKOLJE SLOVENIJE
- nejasno definirane ravni komuniciranja - ali gre za splošno promocijo slovenskega poslovnega okolja, njegovega ožjega dela/sektorja/regije ali zelo specifičnega dogodka/podjetja/izdelka.

Zato smo se pri pripravi materialov osredotočili na tri glavne ravni komuniciranja:

- **1. raven oz. splošna raven:** predstavitev slovenskega gospodarskega okolja kot priložnosti za tuje kupce (predstavitev ponudbenih možnosti slovenskega gospodarstva) in investitorje (predstavitev investicijskega okolja). Ta raven krepi podobo slovenskega gospodarskega okolja, podkrepljeno z dokazi o privlačnosti tega okolja za tujo poslovno javnost.
- **2. raven:** predstavitev posameznih sektorjev ali regij kot priložnosti za investitorje ali kupce. Ta raven predstavlja bolj konkretne poslovne in investicijske priložnosti glede na posamezni gospodarski sektor ali regijo.
- **3. raven:** predstavitev posameznih podjetij/izdelkov/storitev. Ta raven predstavi sodelujoča podjetja na sejmu, gospodarski delegaciji, poslovnemu srečanju oz. drugih dogodkih.

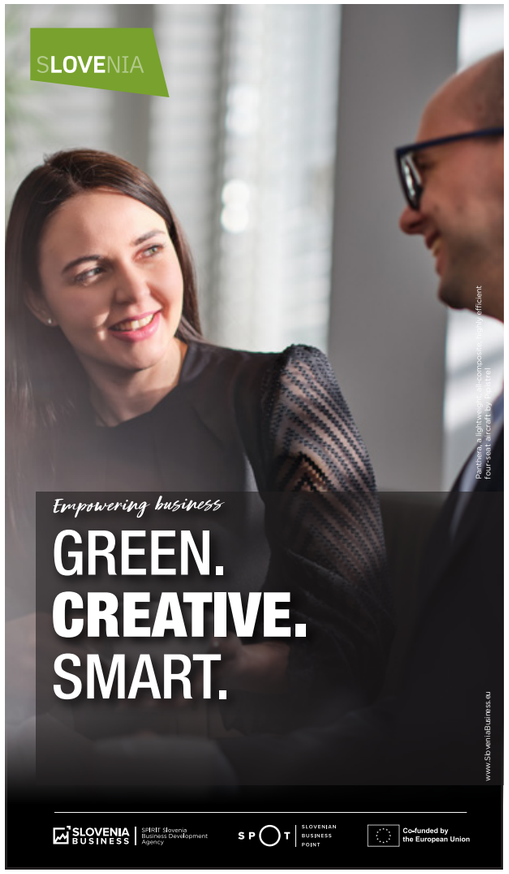
KOMENTAR
Tri ravenski pristop se glede na naravo dela in potreb javne agencije SPIRIT Slovenija osredotoča predvsem na segmentiranje podobe brošur in sejemskih nastopov. Ostali grafični elementi/materiali gravitirajo k uporabi pretežno 1. ravni.

POMEMBNO
Pri pripravi naslovnic brošur (in v nekaterih primerih sejemskih postavitev) se povezana elementa logotip IFS in naziv kampanje Green. Creative. Smart. pomakneta v podredni položaj osnovnemu sporočilu, ki ga želimo komunicirati - premik v zgornji levi kot v centralnem delu komunikacijskega elementa pušča dovolj prostora za glavno sporočilo.

- Pri naslovih brošur se nagibamo k uporabi imena SLOVENIA/SLOVENIA's/...

PROMOCIJSKI MATERIALI - SPLOŠNA RAVEN

OGLASI IN PLAKATI









> VSEBINSKA RAZLAGA

- V kolikor se predstavlja splošno slovensko gospodarsko okolje (raven 1), je vizualizacija naziva kampanje (z ali brez aktivacijskega nagovora) v prvem planu.
- V kolikor se promovira sektorski, regijski ali drugače specifični del slovenskega gospodarstva (raven 2 in 3), se lahko uporaba naziva kampanje v oglasu prestavi v podrejen položaj informaciji, ki jo želimo sporočiti.
  Prikazano na primerih v nadaljevanju.

> IZVEDBENA RAZLAGA

- Naziv kampanje je vedno podložen z barvno ploskvijo, ki ima multiply transparenco, kadar nima spremljajočega besedila oz. je le to krajše. Intenzivnost transparence se določa glede na podlago in ni fiksna. Tako omogoča, da je slika še vedno vidna, hkrati pa je naziv kampanje bolj viden, izstopajoč.
- Kadar nastopi daljše besedilo (npr. z ikonami, kot v primeru), podlagamo samo besedilo, da ne pokrivamo prevelike površine slike. Transparentna podlaga pod besedili se prilagodi barvam fotografije. V dvomu uporabi eno od barv iz tega CGP.

PROMOCIJSKI MATERIALI

ENOSTAVNA SPLETNA OGLASNA PASICA / PASICA ZA SPLETNA MESTA PARTNERJEV









Pomembno: Na spletnih pasicah omemba pripadajočih logotipov (organizatorja, financerja, ...) ni potrebna, je pa potrebno njihovo pravilno navedbo zagotoviti na pristajalnih spletnih straneh, na katere je pasica povezana.

PROMOCIJSKI MATERIALI

PREDSTAVITVENI VIDEO

ZAČETNI KADER



PODPIS V ŽIVEM KADRU



ZAKLJUČNI KADER



PROMOCIJSKI MATERIALI

PREDSTAVITVENI VIDEO / PRIMER SEKTORSKA RAVEN





ZAČETNI KADER ZAKLJUČNI KADER

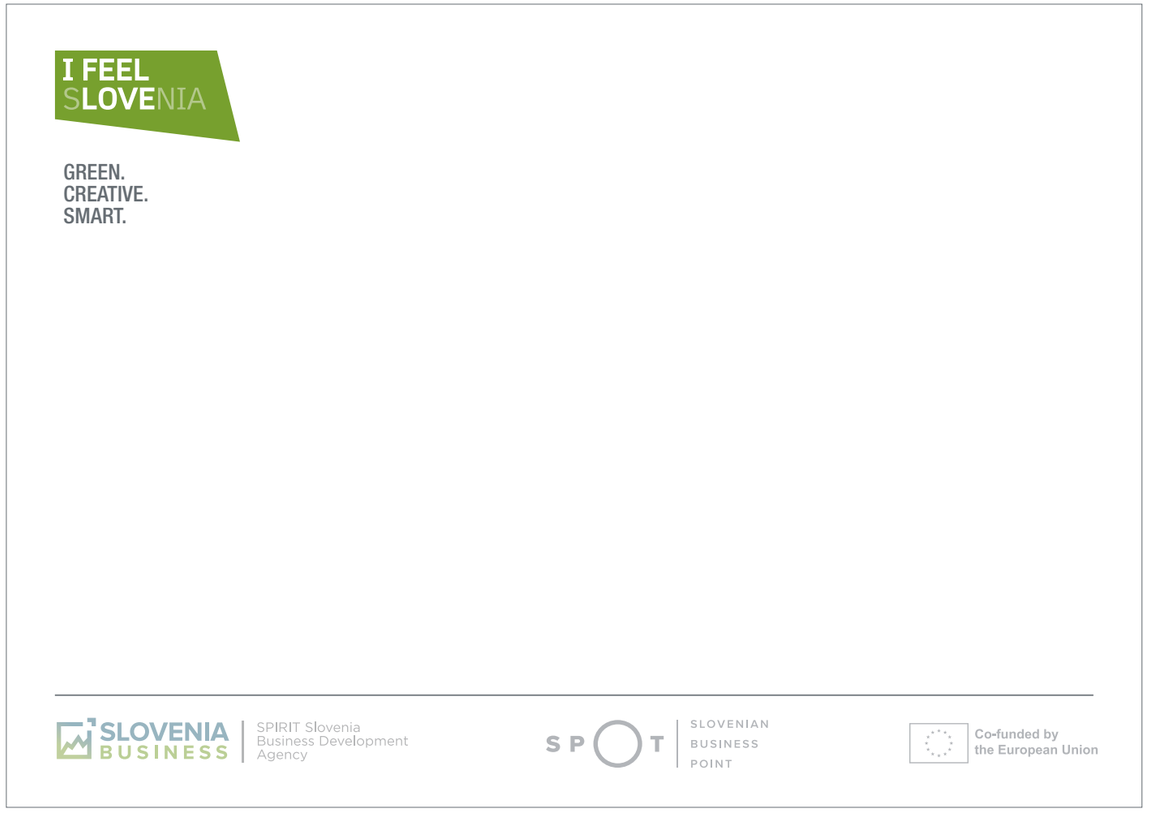
Komentar: Pri umeščanju znaka IFS in naslova kampanje lahko v primeru, ko uporabljena fotografija ne zagotavlja dovoljšnjega kontrasta, uporabimo transparentno pasico (črna z multiply efektom), ki je v spodnjem delu nagnjena pod istim kotom kot znak IFS.

PROMOCIJSKI MATERIALI

PPT PREDLOGA



ZAČETNA STRAN



TIPIČNA STRAN

PROMOCIJSKI MATERIALI

WORD PREDLOGA / A4

I FEEL SLOVENIA

Empowering business
GREEN. CREATIVE. SMART.

DOPISNI LIST

SLOVENIA BUSINESS | SPIRIT Slovenia Business Development Agency

SPOT SLOVENIAN BUSINESS POINT

Co-funded by the European Union

NADALJEVALNI LIST

3.1.

GREEN.
CREATIVE.
SMART.

PROMOCIJSKI MATERIALI

MAPA / A4



3.1. GREEN. CREATIVE. SMART.

PROMOCIJSKI MATERIALI

MAJICA

> **KOMENTAR**
> Odstopanja od prej navedenih razmerij so v posebnih primerih dovoljena.
> Držimo se odmika aktivacijskega nagovora od GCS: y/2 (glej razmerja)











Pomembno:
Pri znamčenju manjših promocijskih materialov velja načelo minimalizma.

PROMOCIJSKI MATERIALI - SPLOŠEN NIVO

PINGVIN IN TRANSPARENTI

> **KOMENTAR**

> Kadar zaradi preozkega formata uporaba fotografije ni smiselna, se lahko uporabljajo variante samo z napisom GREEN. CREATIVE. SMART.









PROMOCIJSKI MATERIALI - SPLOŠEN NIVO

PRESS STENA

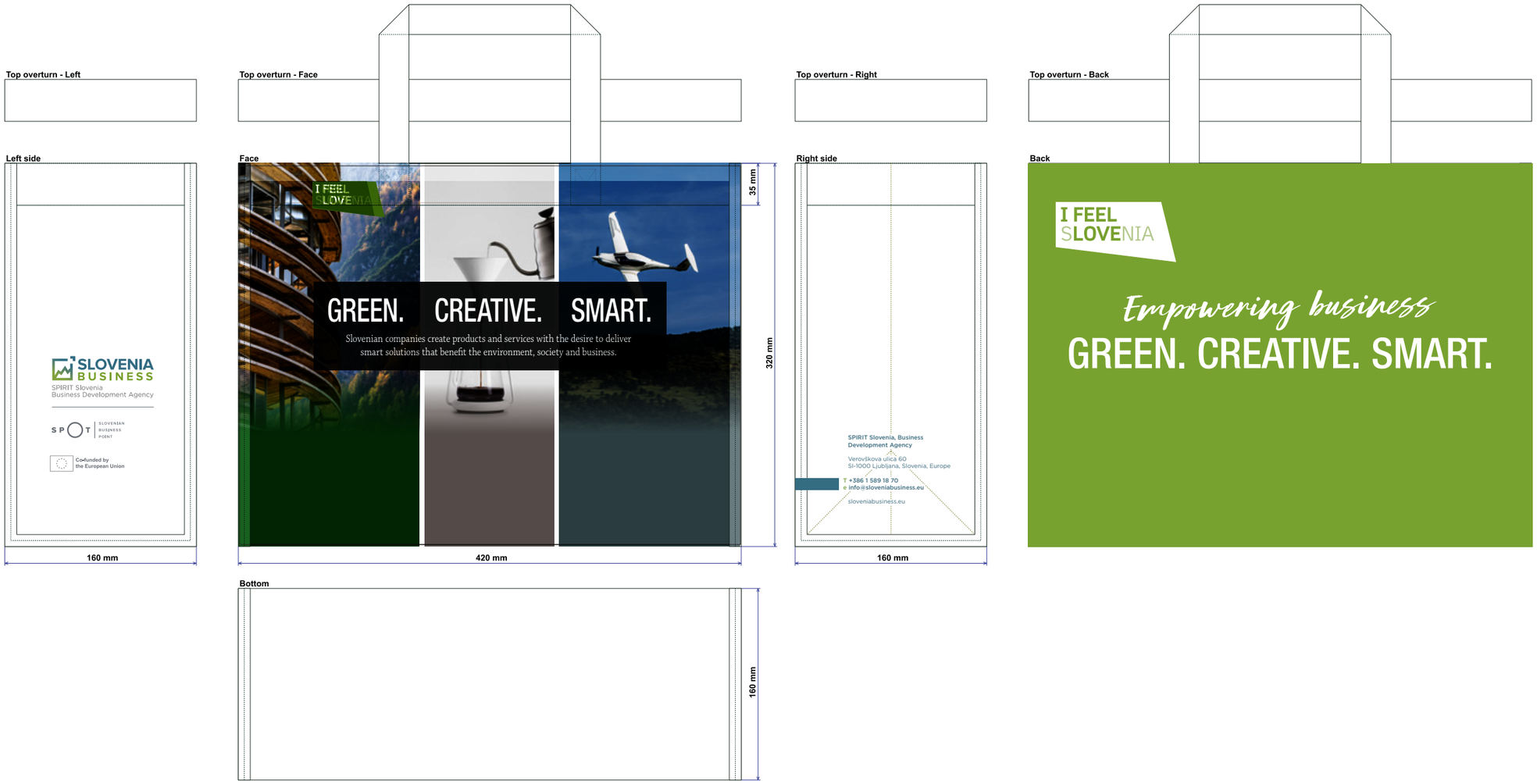




> **KOMENTAR**
> Uporabimo lahko tri fotografije, ki pripadajo določenemu poudarku iz naziva kampanje.
> Uporabimo pa lahko tudi eno fotografijo, v motivu katere so zaobjeti vsi trije poudarki.
> Navedba logotipov v nogi: nujno (zaradi virov financiranja)
> Naziv kampanje pozicioniramo v višino oči.

PROMOCIJSKI MATERIALI - SPLOŠEN NIVO

VREČKA



NASLOVNICE BROŠUR

SPLOŠNA RAVEN (RAVEN 1)

SPIRIT SLOVENIJA

> RAZDELITEV BROŠUR NA RAVNI

> Zaradi vsebinske kompleksnosti smo predloge komuniciranja kampanje GCS na brošurah predstavili na treh ravneh:

> 1. RAVEN:
SPLOŠNA brošura, ki predstavlja slovensko gospodarsko okolje kot celoto in kot priložnosti za tuje kupce (predstavitev ponudbenih možnosti slovenskega gospodarstva) in investitorje (predstavitev investicijskega okolja).
Gre predvsem za brošure, ki krepijo podobo (imidž) slovenskega gospodarskega okolja, podkrepljeno z dokazi o privlačnosti tega okolja za tujo poslovno javnost.

> **KOMENTAR**
Naslovi v prikazanem likovnem stilu omogočajo lažjo aplikativnost na različne fotografske vsebine. Tako rešujemo zagate z interferenco s podlago, hkrati pa dodajamo jasen, čist komunikacijski jezik.
> Črke so izrezane iz bele podlage in skozi njih preseva podlaga.
> V vseh brošurah prevzame vlogo podlage fotografija, ki ni obdelana, vendar pa je tematsko in kompozicijsko prilagojena brošuri-tematiki.
> GCS skupaj z IFS znakom tvori bolj povezano celoto in deluje na ravni “žiga”, označevalca na “drugi” ravni.



NASLOVNICE BROŠUR

SEKTORSKA RAVEN (RAVEN 2)

> 2. RAVEN:
Brošura s predstavitvijo posameznih sektorjev ali regij kot priložnosti za investitorje ali kupce. Gre za brošure, ki predstavljajo bolj konkretne poslovne in investicijske priložnosti glede na posamezni gospodarski sektor ali regijo.



Komentar:
v primeru, da uporabljena fotografija ne zagotavlja dovoljšnjega kontrasta z logotipi, se del fotografije, kjer se jih navaja, potemni ali posvetli.

NASLOVNICE BROŠUR

REGIJSKA RAVEN (RAVEN 2)



NASLOVNICE BROŠUR

SPECIFIČNA RAVEN (RAVEN 3)

> 3. RAVEN:
Brošura s predstavitvijo posameznih podjetij / izdelkov / storitev na dogodkih. Gre za brošuro, ki predstavi sodelujoča podjetja na sejmu, gospodarski delegaciji, poslovnemu srečanju ipd.



VABILO / OGLAS

SPECIFIČNA RAVEN (RAVEN 3)

> 3. RAVEN:
V primeru, da se določen sejemski nastop Slovenije promovira v sejemskih publikacijah točno določenega sejma, se pripravi oglas z 2. in/ali 3. ravni - napis IFS + naslov kampanje Green. Creative. Smart. se premakne v zgornji levi kot, osrednji del oglasa se nameni glavnemu sporočilu: kje, kdaj, kdo se na tem sejmu v okviru Slovenije predstavlja.



Komentar:
Glavno sporočilo predstavimo v beli pasici, z izrezom črk. Tako jasno določimo hierarhijo sporočilnosti oz. poudarimo vsebino v centralnem delu oglasa/vabila.

SEJEMSKE POSTAVITVE

UVOD

Celostna zasnova sejemskih nastopov mora biti enostavna, jasna, izvedljiva in prilagodljiva glede na razpoložljiv razstavni prostor.

Povečevati mora prepoznavnosti Slovenije, slovenskega poslovnega okolja in njegovih ključnih prednosti v tujini, s svojimi kreativnimi rešitvami pa vzbuditi pozornost obiskovalca in ga privabiti na ogled, kjer lahko pridobi več informacij.

> ZGRADBA RAZSTAVNEGA PROSTORA

Pri razstavnih prostorih smo mnogokrat prostorsko omejeni, zato predstavljamo dva tipa postavitev glede na razpoložljivo kvadraturo prostora: mali in veliki.

Za oba tipa smo pripravili tudi predloge vsebinskih/grafičnih rešitev in sicer zopet na **treh komunikacijskih ravneh:**

> **Splošna raven 1:**
predstavitev slovenskega gospodarskega okolja kot priložnosti za tuje kupce (predstavitev ponudbenih možnosti slovenskega gospodarstva) in investitorje (predstavitev investicijskega okolja).
Ta raven krepi podobo slovenskega gospodarskega okolja, podkrepljeno z dokazi o privlačnosti tega okolja za tujo poslovno javnost.

> **Sektorska / regijska raven 2:**
predstavitev posameznih sektorjev ali regij kot priložnosti za investitorje ali kupce. Ta raven predstavlja bolj konkretne poslovne in investicijske priložnosti glede na posamezni gospodarski sektor ali regijo.

> **Specializirana raven 3:**
predstavitev posameznih podjetij/izdelkov/storitev. Ta raven predstavi sodelujoča podjetja na sejmu, gospodarski delegaciji, poslovnemu srečanju, dogodku ipd.

SEJEMSKE POSTAVITVE

VSEBINA NA POSAMIČNIH DELIH RAZSTAVNEGA PROSTORA

SPIRIT SLOVENIJA

KRONA:

najvišji del razstavnega prostora, kjer jasno komuniciramo KDO razstavlja.
Obvezna je uporaba:
> zapis SLOVENIA

Kadar je le mogoče (ko ima krona dve stranici), je obvezna še uporaba:
> logo IFS
> naziv kampanje GREEN. CREATIVE. SMART.

Opcijsko še:
> aktivacijski nagovor Empowering Business

Pomembno: Sporočilo na kroni je enako za vse tri komunikacijske nivoje.

GLAVNI KORPUS:

sistem večjih talnih panelnih postavitev v osrčju razstavnega prostora,
ki jasno označuje KAJ želimo sporočiti/predstaviti.
Tu uporabimo naslednje vsebinske rešitve:

ZA SPLOŠNO RAVEN 1:
> logo IFS
> splošno komunikacijo GREEN. CREATIVE. SMART. (uporaba slednjih je obvezna, kadar uporaba v kroni ni bila mogoča).
> komuniciranje posamičnih poudarkov
> priložnostni slogan + podpis organizatorja/financerja sejemskega nastopa

ZA SEKTORSKO/REGIJSKO RAVEN 2:
> logo IFS in komunikacijsko kampanjo GREEN. CREATIVE. SMART., katere uporaba je obvezna, kadar uporaba v kroni ni bila mogoča
> komuniciranje glavnega komunikacijskega sporočila (sektor ali regija)
> priložnostni slogan + podpis organizatorja/financerja sejemskega nastopa

ZA SPECIALIZIRANO RAVEN 3:
> logo IFS in komunikacijsko kampanjo GREEN. CREATIVE. SMART., katere uporaba je obvezna, kadar uporaba v kroni ni bila mogoča
> predstavitev vseh sodelujočih podjetij na sejmu
> skupni priložnostni slogan + podpis organizatorja/financerja sejemskega nastopa Slovenije na način splošnega nivoja 1.

Na vseh postavitvah je obvezna uporaba logotipa Slovenia Business s pripisom SPIRIT Slovenia Business Development Agency. Logotip s pripisom se mora pojaviti najmanj enkrat, v ostalih primerih je lahko brez pripisa.
Med financerje je treba umestiti še logotip Republic of Slovenia ali Ministry of the Economy, Tourism and Sport (preveriti je treba pogodbo vira financiranja).
Če je vir financiranja projekt SPOT, na sejemski prostor obvezno umestimo še angleški logotip SPOT in logotip Co-funded by the EU.

MANJŠI TALNI ELEMENTI:

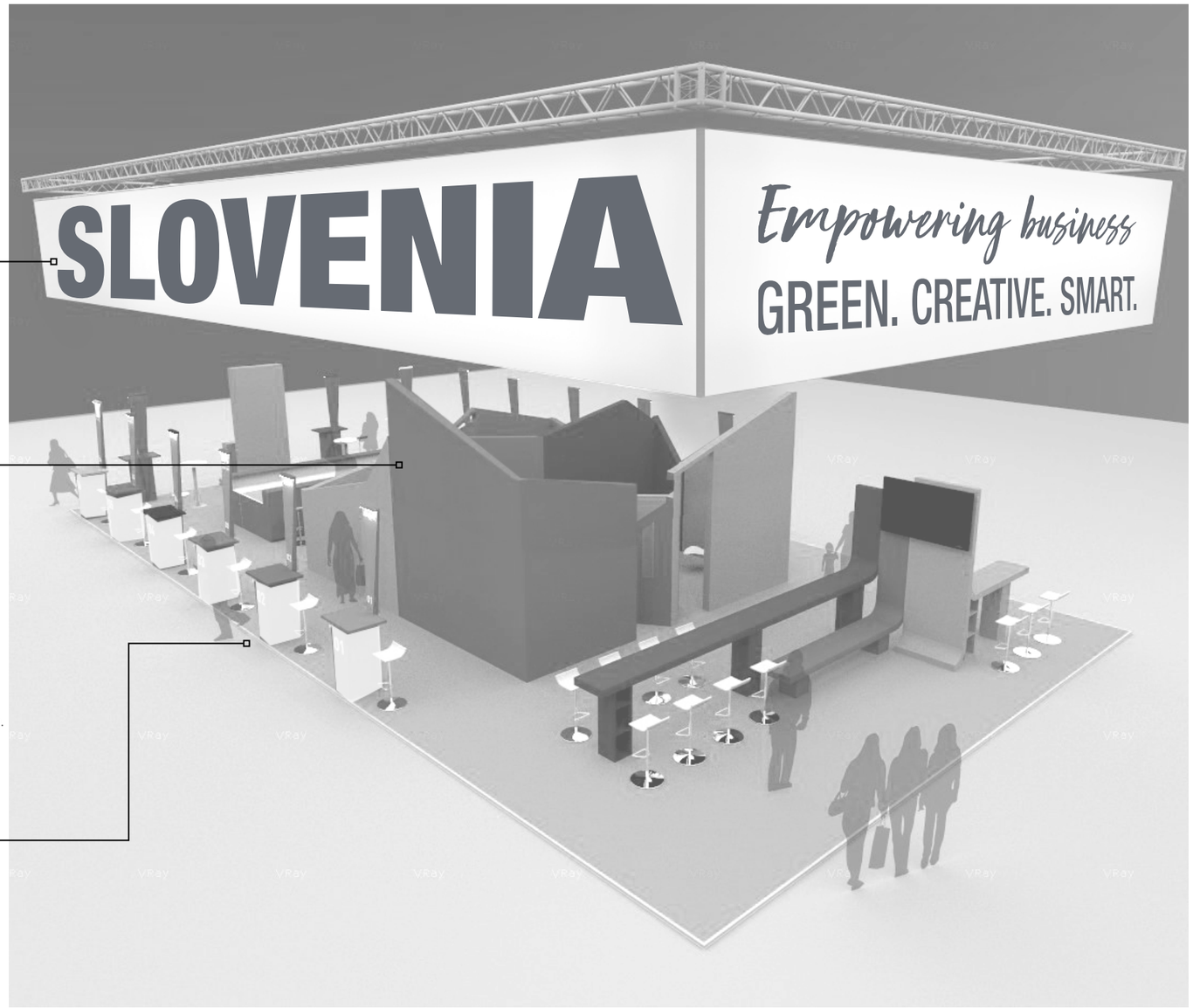
sistem pultov, morebitne manjše pregradne površine ipd.,
kjer komuniciramo poudarke iz širše komunikacijske zgodbe.

NA SPLOŠNI RAVNI 1:
> uporabimo ikone z izpostavitvijo določene prednosti Slovenije (vzete iz kreative večjih panelov)

NA SEKTORSKI/REGIJSKI RAVNI 2:
> izpostavimo ključne prednosti Slovenije oz. njene regije ali sektorja

NA SPECIALIZIRANI RAVNI 3:
> vsakemu podjetju, ki se predstavlja na sejmu, prepustimo pripadajoči del talnih elementov, ki mu pripadajo v enakovrednem deležu.

Za vpis v katalog razstavljavcev uporabimo zapis: Slovenia Business
(SPIRIT Slovenia Business Development Agency).



Pomembno: kjer ostaja prostor, ga lahko zapolnimo s komuniciranjem prednosti Slovenije na način splošne ravni 1.

SEJEMSKE POSTAVITVE

PRIMERI POSAMEZNIH POSTAVITEV - MALI SEJEM, SPLOŠNI NIVO 1



Predstavljeni predlog umestitve prikazuje “idealno” situacijo, ko so vsi trije nivoji pod “upravljanjem” javne agencije SPIRIT Slovenija. V primeru, ko si agencija deli prostor z drugimi subjekti, se mora z njimi ustvariti konsenz glede končne umestitve.

SEJEMSKE POSTAVITVE

PRIMERI POSAMEZNIH POSTAVITEV - MALI SEJEM, SPLOŠNI NIVO 1



Napis SLOVENIA je opcijski.

Predstavljeni predlog umestitve prikazuje “idealno” situacijo, ko so vsi trije nivoji pod “upravljanjem” javne agencije SPIRIT Slovenija. V primeru, ko si agencija deli prostor z drugimi subjekti, se mora z njimi ustvariti konsenz glede končne umestitve.

SEJEMSKE POSTAVITVE

PRIMERI POSAMEZNIH POSTAVITEV - MALI SEJEM, SEKTORSKI /REGIJSKI NIVO 2

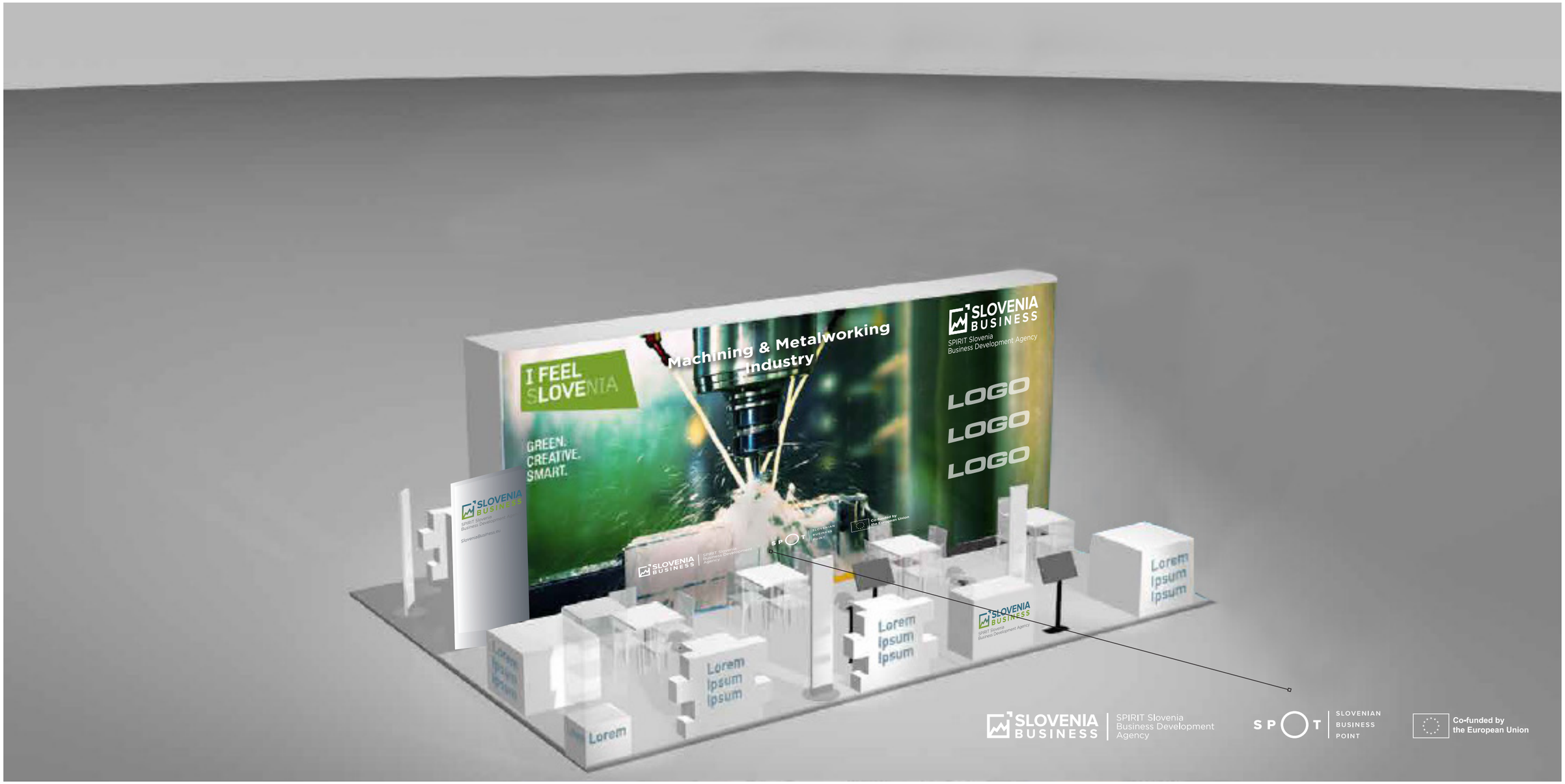


V primeru, da ni levega stranskega panoja, se vizual kampanje IFS+GCS umesti s pasico v zgornji del osrednjega panoja.

Predstavljeni predlog umestitve prikazuje “idealno” situacijo, ko so vsi trije nivoji pod “upravljanjem” javne agencije SPIRIT Slovenija. V primeru, ko si agencija deli prostor z drugimi subjekti, se mora z njimi ustvariti konsenz glede končne umestitve.

SEJEMSKE POSTAVITVE

PRIMERI POSAMEZNIH POSTAVITEV - MALI SEJEM, SEKTORSKI /REGIJSKI NIVO 2



V primeru, da ni levega stranskega panoja, se vizual kampanje IFS+GCS umesti s pasico v zgornji del osrednjega panoja.

Predstavljeni predlog umestitve prikazuje “idealno” situacijo, ko so vsi trije nivoji pod “upravljanjem” javne agencije SPIRIT Slovenija. V primeru, ko si agencija deli prostor z drugimi subjekti, se mora z njimi ustvariti konsenz glede končne umestitve.

SEJEMSKE POSTAVITVE

PRIMERI POSAMEZNIH POSTAVITEV - MALI SEJEM, SPECIALIZIRANI NIVO 3



V primeru, da ni levega stranskega panoja, se vizual kampanje IFS+GCS umesti s pasico v zgornji del osrednjega panoja.

Predstavljeni predlog umestitve prikazuje “idealno” situacijo, ko so vsi trije nivoji pod “upravljanjem” javne agencije SPIRIT Slovenija. V primeru, ko si agencija deli prostor z drugimi subjekti, se mora z njimi ustvariti konsenz glede končne umestitve.

SEJEMSKE POSTAVITVE

PRIMERI POSAMEZNIH POSTAVITEV - MALI SEJEM, SPECIALIZIRANI NIVO 3



V primeru, da ni levega stranskega panoja, se vizual kampanje IFS+GCS umesti s pasico v zgornji del osrednjega panoja.

Predstavljeni predlog umestitve prikazuje “idealno” situacijo, ko so vsi trije nivoji pod “upravljanjem” javne agencije SPIRIT Slovenija. V primeru, ko si agencija deli prostor z drugimi subjekti, se mora z njimi ustvariti konsenz glede končne umestitve.

SEJEMSKE POSTAVITVE

PRIMERI POSAMEZNIH POSTAVITEV - VELIKI SEJEM, SPLOŠNI NIVO 1 // SVETLA PODLAGA



Predstavljeni predlog umestitve prikazuje “idealno” situacijo, ko so vsi trije nivoji pod “upravljanjem” javne agencije SPIRIT Slovenija. V primeru, ko si agencija deli prostor z drugimi subjekti, se mora z njimi ustvariti konsenz glede končne umestitve.

SEJEMSKE POSTAVITVE

PRIMERI POSAMEZNIH POSTAVITEV - VELIKI SEJEM, SPLOŠNI NIVO 1 // ZELENA PODLAGA



Predstavljeni predlog umestitve prikazuje “idealno” situacijo, ko so vsi trije nivoji pod “upravljanjem” javne agencije SPIRIT Slovenija. V primeru, ko si agencija deli prostor z drugimi subjekti, se mora z njimi ustvariti konsenz glede končne umestitve.

SEJEMSKE POSTAVITVE

PRIMERI POSAMEZNIH POSTAVITEV - VELIKI SEJEM, SEKTORSKI / REGIJSKI NIVO 2



Predstavljeni predlog umestitve prikazuje “idealno” situacijo, ko so vsi trije nivoji pod “upravljanjem” javne agencije SPIRIT Slovenija. V primeru, ko si agencija deli prostor z drugimi subjekti, se mora z njimi ustvariti konsenz glede končne umestitve.

SEJEMSKE POSTAVITVE

PRIMERI POSAMEZNIH POSTAVITEV -VELIKI SEJEM, SPECIALIZIRAN NIVO 3



Predstavljeni predlog umestitve prikazuje “idealno” situacijo, ko so vsi trije nivoji pod “upravljanjem” javne agencije SPIRIT Slovenija. V primeru, ko si agencija deli prostor z drugimi subjekti, se mora z njimi ustvariti konsenz glede končne umestitve.

SEJEMSKE POSTAVITVE

PRIMER SEJEMSKE POSTAVITVE, KJER ZARADI TEMATIKE SEJMA UPORABA ZNAMKE I FEEL SLOVENIA NI PRIMERNA.





Pomembno:
V takem primeru tudi uporaba naziva kampanje Green. Creative. Smart. ni dovoljena in se jo nadomesti z napisom SLOVENIA.

SEJEMSKE POSTAVITVE

PRIMER SEJEMSKE POSTAVITVE “OCTANORM” Z OMEJENIM PROSTOROM ZA UMEŠČANJE VIZUALOV KAMPANJE GREEN. CREATIVE. SMART.



Komentar:
V takšnih primerih priporočamo uporabo panelov v zunanjih kotih razpoložljivega korpusa.

Navajanje pojasnjevalnih napisov nad logotipi:

- kadar gre za označbo vira financiranja, proporočamo uporabo nadpisa “Financed by”.
- kadar gre za označbo organizatorja sejemskega nastopa, priporočamo uporabo nadpisa “Organized by”.
- kadar gre za označbo organizatorja in financerja, priporočamo uporabo nadpisa “Powered by”.

SEJEMSKE POSTAVITVE

PRIMER SEJEMSKE POSTAVITVE, KJER GRE ZA POSEBEN DIZAJN

Možne rešitve umeščanja vizualov:

- kadar je za umestitev vizualov na razpolago t.i. “krona” oz. zgornja konstrukcija/obod, nanjo umestimo znak I FEEL SLOVENIA in naziv kampanje SLOVENIA's DESIGN FUTURE.



SEJEMSKE POSTAVITVE

PRIMER SEJEMSKE POSTAVITVE, KJER GRE ZA POSEBEN DIZAJN



a) verzija z uporabo samostoječega (osvetljenega) totema



b) verzija z uporabo samostoječe španske stene

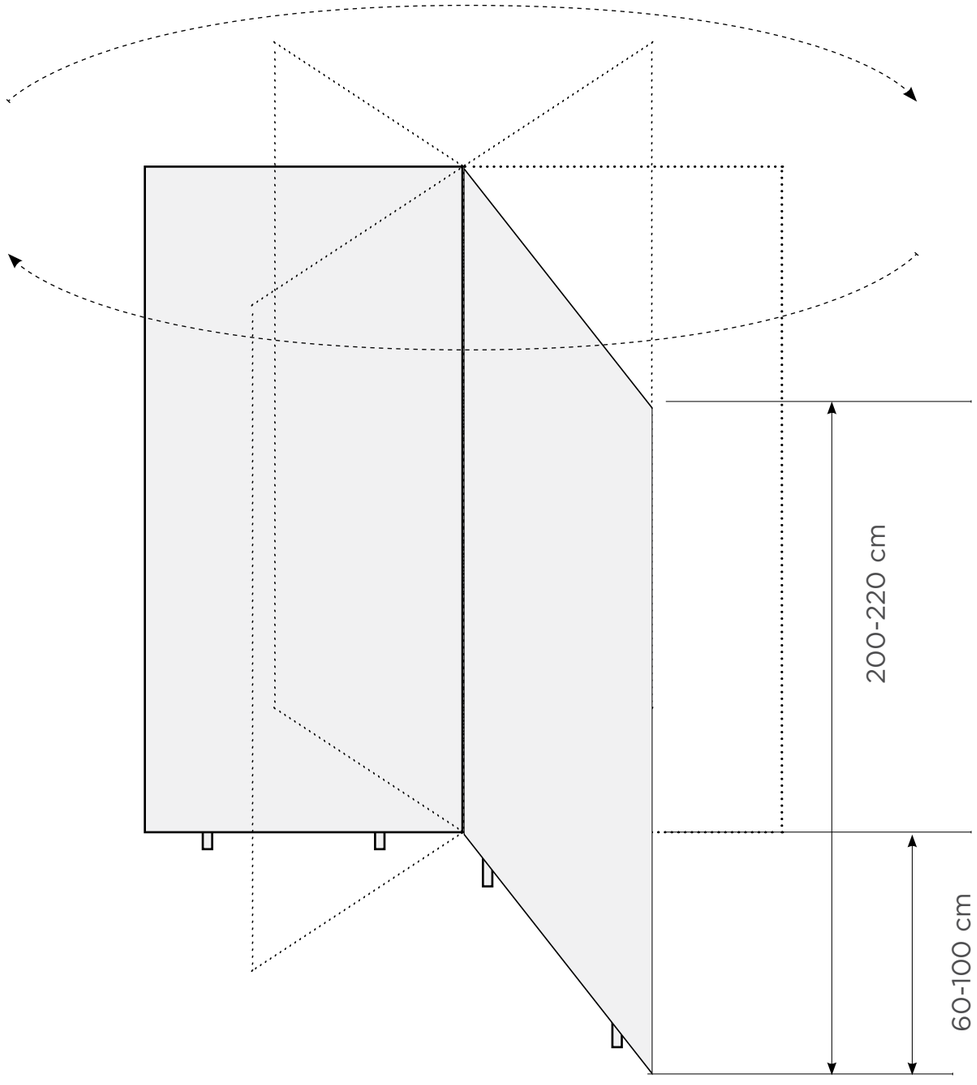
Možne rešitve umeščanja vizualov:

- kadar “krona” ni na voljo, se znak I FEEL SLOVENIA in naziv kampanje Green. Creative. Smart. umesti na najvišjo možno pozicijo na stenah korpusa, pripadajoči logotipi organizatorja/financerja pa ostanejo na stranski steni.

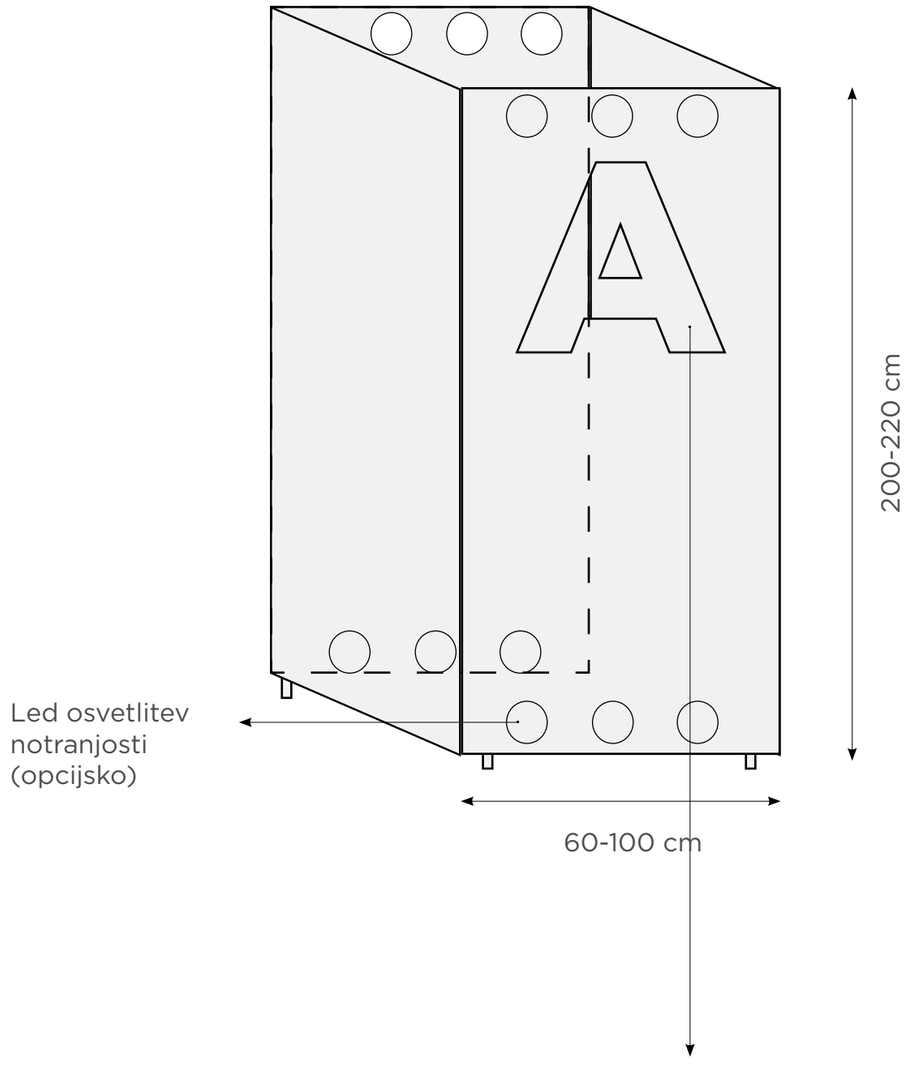
Komentar:
Umestitev totema in španske stene v prostor je poljubna.

SEJEMSKE POSTAVITVE

PRIMER ŠPANSKE STENE IN TOTEMA



Stena se lahko poljubno pregiba. Lahko je iz neprosojnega ali prosojnega materiala.



Napisi, znaki, logotipi so izrezani.

Sistem trinivojskega označevanja omogoča enotno, jasno in logično izpeljavo želene komunikacije za tuje partnerje ter zagotavlja priložnost za konsistentno pojavnost Slovenije kot odličnega okolja za globalno poslovanje.

Priročnik naj bo vodilo za ustvarjanje komunikacije. Kjer zaradi kompleksnosti ali specifičnih okoliščin ne bo mogoče v popolnosti slediti njegovim navodilom, bodite GREEN. CREATIVE. SMART.