

Celostna grafična podoba kampanje

GREEN. CREATIVE. SMART.

PROJEKT	SPIRIT: GCS KAMPANJA		
NOSILEC	SPIRIT Slovenija		
DATUM	24. 6. 2019	VERZIJA	delovna

> UVOD

SPIRIT Slovenija je javna agencija Republike Slovenije za spodbujanje podjetništva, internacionalizacije, tujih investicij in tehnologije. 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 podjetji, 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 tujimi podjetjem – 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 predstavljena 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.

1.1.

GREEN.
CREATIVE.
SMART.

KOMUNIKACIJA SKOZI POIMENOVANJE KAMPANJE
GREEN. CREATIVE. SMART.



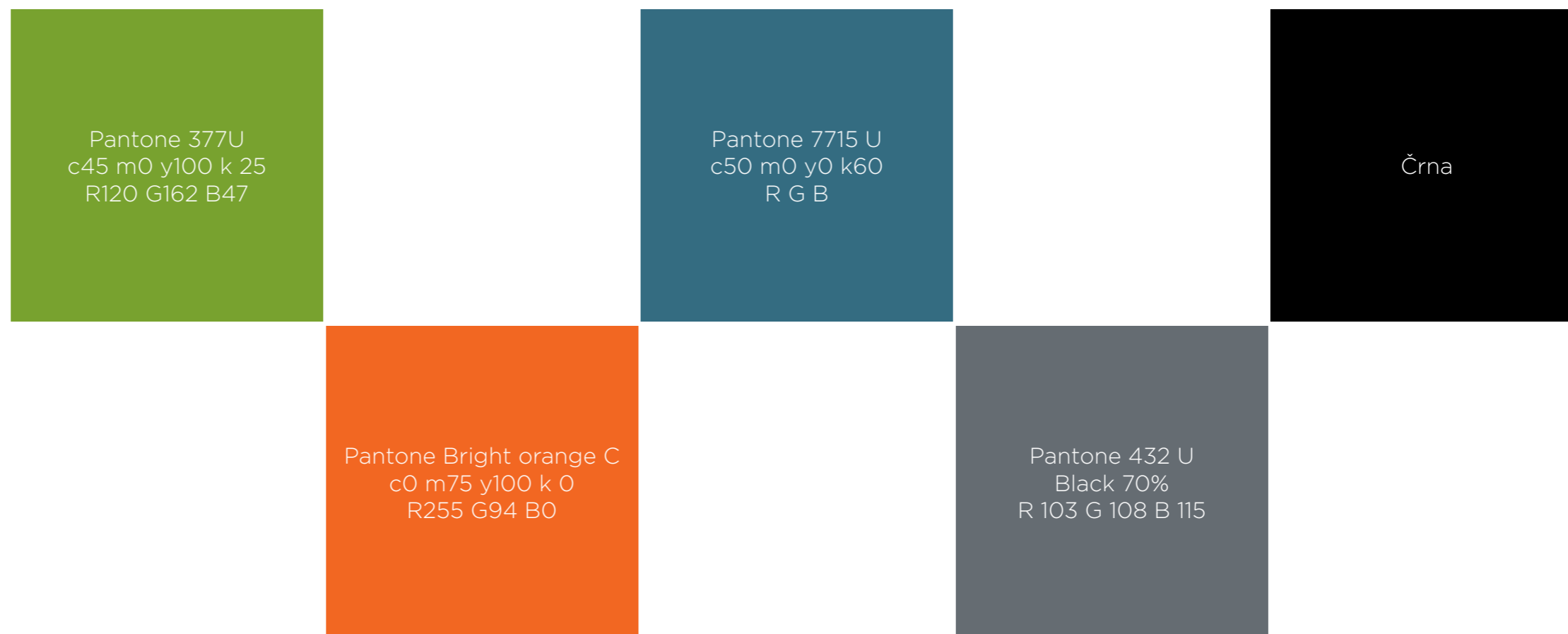
NAZIV KAMPANJE

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.



ČRKOPISI

> ČRKOPISI

> 1. raven
družina Helvetica Neue LT Com

> 2. raven
družina Gotham

> 3. raven
družina Chaparral

družina Helvetica Neue LT Com

Primer:

minuskule:

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
àáâãäåäææééççççďďđđèèéèëëëëëëğğğğĥĥîîĩĩĵĵķ
ĺĺłłńńññòòôôõõööøøœœŗŗřřśśşşßßţţţţùùúúûûüüůů
ŵŷýýźźź

verzalke:

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
ÀÁÂÃÄ ÅÄÅÆÆÉÉÇÇÇÇĎĎĐĐÈÈÉÈËËËËËËĞĞĞĞĤĤ
ĨĨĴĴĶĶĹĹĹĹŁŁŃŃŅŅŅŅÒÒÓÓÔÔÕÕÕÕŒŒŔŔŖŖŚŚŞŞŞŞ
ŢŢŦŦÙÙÚÚÛÛÛÛŨŨŪŪŴŴŶŶŸŸŹŹŹ

številke: matematični simboli:

0123456789 +- = ≠ × ÷ ≈ > ≥ < ≤ ± % ‰ ½ ¼ ¾ ¹²³

ločila, simboli in denarne valute:

#/|_ ^ ~ * † ‡ § ¶ @ © ® ™ ∞ ° ¢ € \$ ¢ £ ¥ ¢ ¢

družina Gotham

Primer:

minuskule:

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
àáâãäåäææééççççďďđđèèéèëëëëëëğğğğĥĥîîĩĩĵĵķ
ĺĺłłńńññòòôôõõööøøœœŗŗřřśśşşßßţţţţùùúúûûüüůů
ŵŷýýźźź

verzalke:

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
ÀÁÂÃÄ ÅÄÅÆÆÉÉÇÇÇÇĎĎĐĐÈÈÉÈËËËËËËĞĞĞĞĤĤ
ĨĨĴĴĶĶĹĹĹĹŁŁŃŃŅŅŅŅÒÒÓÓÔÔÕÕÕÕŒŒŔŔŖŖŚŚŞŞŞŞ
ŢŢŦŦÙÙÚÚÛÛÛÛŨŨŪŪŴŴŶŶŸŸŹŹŹ

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

številke: matematični simboli:

0123456789 +- = ≠ × ÷ ≈ > ≥ < ≤ ± % ‰ /

ločila, simboli in denarne valute:

#/|_ ^ ~ * † ‡ § ¶ @ © ® ™ ∞ ° ¢ € \$ ¢ £ ¥ ¢ ¢

družina Chaparral

Primer:

minuskule:

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
àáâãäåäææééççççďďđđèèéèëëëëëëğğğğĥĥîîĩĩĵĵķ
ĺĺłłńńññòòôôõõööøøœœŗŗřřśśşşßßţţţţùùúúûûüüůů
ŵŷýýźźź

verzalke:

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
ÀÁÂÃÄ ÅÄÅÆÆÉÉÇÇÇÇĎĎĐĐÈÈÉÈËËËËËËĞĞĞĞĤĤ
ĨĨĴĴĶĶĹĹĹĹŁŁŃŃŅŅŅŅÒÒÓÓÔÔÕÕÕÕŒŒŔŔŖŖŚŚŞŞŞŞ
ŢŢŦŦÙÙÚÚÛÛÛÛŨŨŪŪŴŴŶŶŸŸŹŹŹ

številke: matematični simboli:

0123456789 +- = ≠ × ÷ ≈ > ≥ < ≤ ± % ‰ /

ločila, simboli in denarne valute:

#/|_ ^ ~ * † ‡ § ¶ @ © ® ™ ∞ ° ¢ € \$ ¢ £ ¥ ¢ ¢

> 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 naštet.

- > **KOMENTAR:** Zaradi omejenega števila vsebinsko primernih fotografij s prepoznavnimi slovenskimi motivi trenutno uporabljamo material iz fotobank. V prihodnje se bomo potrudili zagotoviti foto material z motivi slovenskega poslovnega okolja za vse tri poudarke iz naziva kampanje.
- > Fotografija naj bo barvna in čim manj manipulirana.



GREEN.
CREATIVE.
SMART.



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL
DEVELOPMENT FUND

GREEN. CREATIVE. SMART.

Empowering business



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 opsijski aktivacijski nagovor EMPOWERING BUSINESS, ki se ga po potrebi lahko uporabi tam, kjer ima pomembno dodano vrednost.

Primeri uporabe v nadaljevanju.



> **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
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.

> **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

STABLE ECONOMIC ENVIRONMENT WITH EFFICIENT SOLUTIONS



Slovenia is an open economy for foreign investors, ranking 3th FDI less restrictive country among OECD members
(OECD, FDI Regulatory Restrictiveness Index Database 2017)



Doing business is fast and simple in Slovenia...as proven by the status of leading country in cross-border trade
(WEF - Global Competitiveness Index 2018; World Bank Group, Doing business 2019)



Ranked as world's 2nd most reliable and secure energy supply system, Slovenia enables companies to operate 24/7
(World Energy Council 2018)



Investors see Slovenia as a leading country in macroeconomic stability and one of the safest places in the world
(WEF - Global Competitiveness Index 2018, Global Peace Index 2018)



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 SPIRIT Slovenija)
- > 2. Navedba projekta SPOT kot financerja izdelave določenega materiala (npr. brošure, press stene, vabila). V temu primeru se morajo izpostaviti naslednji trije logotipi: SPOT + RS + ESRR
- > 3. Drugi primeri navajanja logotipov:
 - a) SPIRIT Slovenija + SPOT (kot izvajalca storitev na področju promocije slovenskega gospodarstva v tujini) + Republika Slovenija + ESRR (kot financerja aktivnosti promocije slovenskega gospodarstva v tujini)
 - b) SPIRIT Slovenija + MGRT (kadar bo MGRT financiral aktivnost promocije slovenskega gospodarstva v tujini iz integralnih sredstev) in SPIRIT Slovenija + drug financer (kadar bo promocijo slovenskega gospodarstva v tujini izvajala druga organizacija). Znak SPIRIT Slovenija 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 SPIRIT Slovenija, 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 SPIRIT Slovenija barven, zaradi večje distinkcije.
- > Znak SPIRIT Slovenija ločujemo od ostalih logotipov (znakov) s črto, hierarhija je prikazana na primeru.
- > Minimalna širina grafičnega elementa v znaku ESRR 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.



SLOVENSKA
POSLOVNA
TOČKA



REPUBLIKA SLOVENIJA



EVROPSKA UNIJA
EVROPSKI SKLAD ZA
REGIONALNI RAZVOJ



SLOVENSKA
POSLOVNA
TOČKA



REPUBLIC OF SLOVENIA



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL
DEVELOPMENT FUND



Slovenian Public Agency for
Entrepreneurship,
Internationalization, Foreign
Investments and Technology



SLOVENSKA
POSLOVNA
TOČKA



REPUBLIC OF SLOVENIA



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL
DEVELOPMENT FUND



SLOVENSKA
POSLOVNA
TOČKA



REPUBLIKA SLOVENIJA



EVROPSKA UNIJA
EVROPSKI SKLAD ZA
REGIONALNI RAZVOJ



Slovenian Public Agency for
Entrepreneurship,
Internationalization, Foreign
Investments and Technology



SLOVENSKA
POSLOVNA
TOČKA



REPUBLIC OF SLOVENIA



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL
DEVELOPMENT FUND

min 12 mm

I FEEL SLOVENIA IN NAZIV KAMPANJE

PRIMER MEDSEBOJNIH ODNOSOV ELEMENTOV NA PRIMERU OGLASA

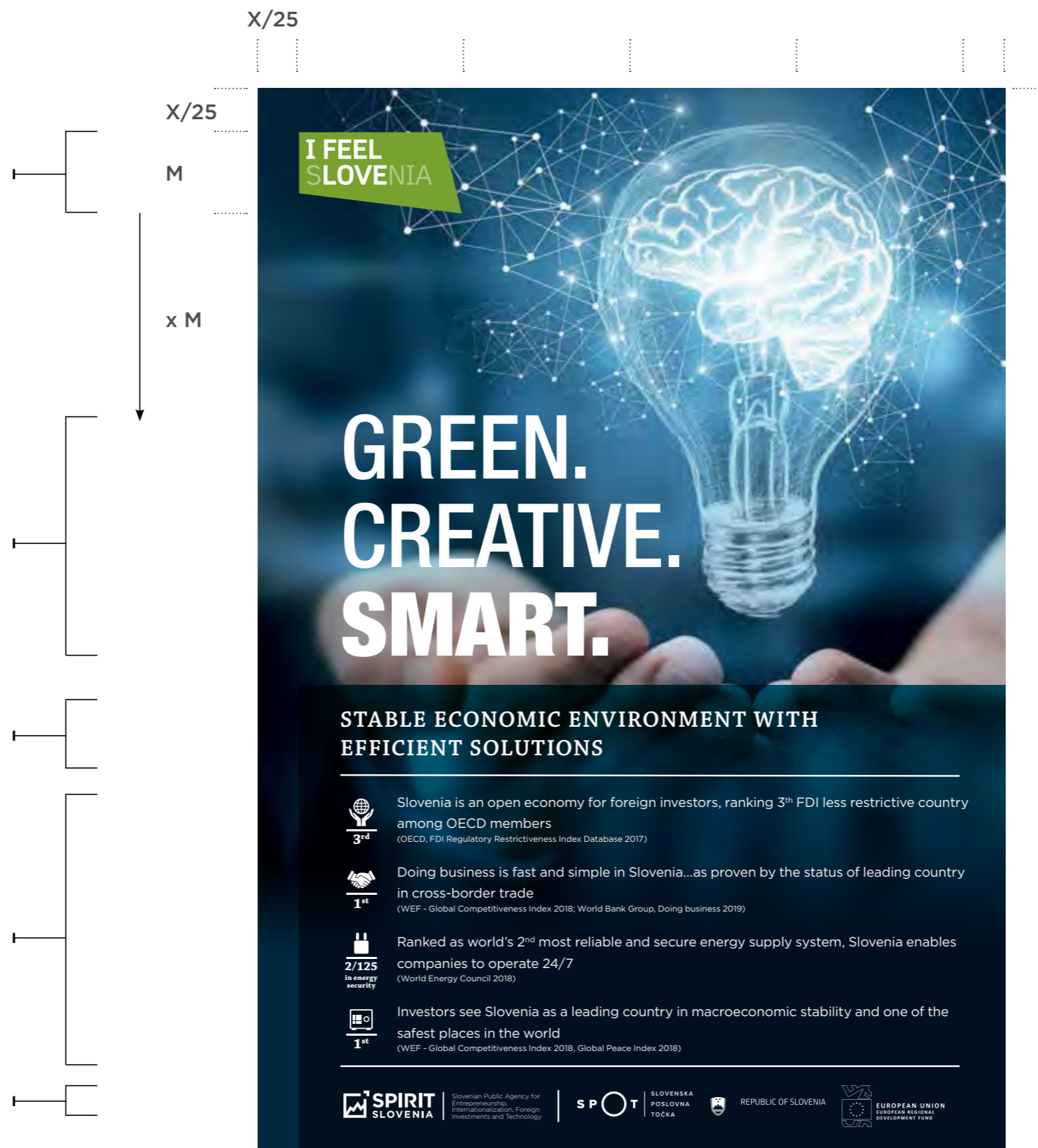
> IFS znak
pozicioniranje na format po cgp IFS

> 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

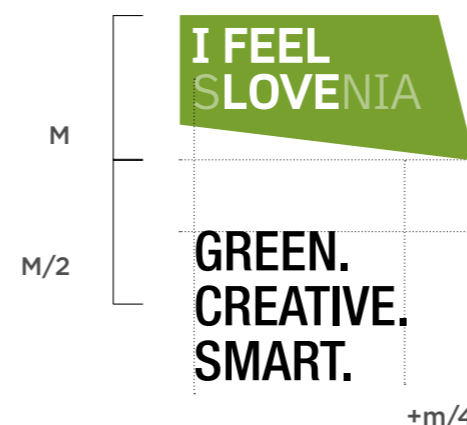
- > Širina naziva kampanje je najmanj m (širina IFS znaka), se pa lahko povečuje/pomanjšuje z m , vendar ne manj kot $m/4$. Odmikanje proti desni se izvaja po istem modulu (zmanjšanjem-povečanjem).
- > Odmikanje navzdol se izvaja po modulu M (višina IFS znaka) (zmanjšanjem-povečanjem).

> 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).



Empowering business
GREEN. CREATIVE. SMART.



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

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

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 sejmskih nastopov. Ostali grafični elementi/materiali gravitirajo k uporabi pretežno 1. ravni.

POMEMBNO

Pri pripravi naslovnice brošur (in v nekaterih primerih sejmskih postavitve) 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/...



> 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 transparencio, 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.

3.1.

GREEN.
CREATIVE.
SMART.

PROMOCIJSKI MATERIALI

ENOSTAVNA SPLETNA OGLASNA PASICA / PASICA ZA SPLETNA MESTA PARTNERJEV



I FEEL
SLOVENIA

Empowering business

GREEN. CREATIVE. SMART.

I FEEL
SLOVENIA

GREEN.
CREATIVE.
SMART.

I FEEL
SLOVENIA

GREEN.
CREATIVE.
SMART.



DISCOVER SLOVENIA's
INDUSTRY:

Machining &
Metalworking
Industry



I FEEL
SLOVENIA

GREEN.
CREATIVE.
SMART.



I FEEL
SLOVENIA

GREEN.
CREATIVE.
SMART.



SLOVENIA's
MOULDING FUTURE!

Visit Us At Moulding EXPO 2019

ZAČETNI KADER



PODPIS V ŽIVEM
KADRU

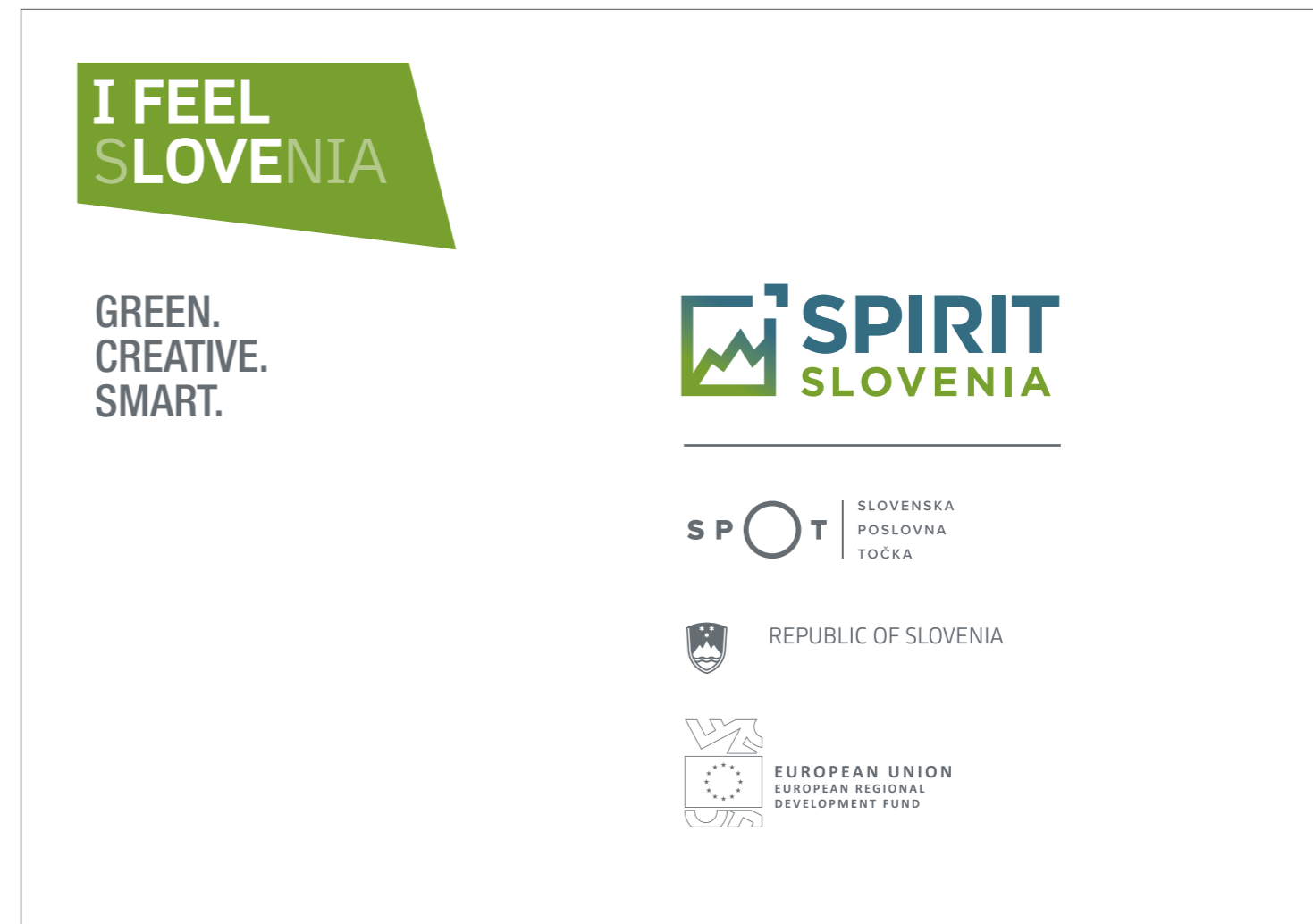


ZAKLJUČNI KADER





ZAČETNI KADER



ZAKLJUČNI KADER

I FEEL
SLOVENIA

Empowering business
GREEN. CREATIVE. SMART.



SLOVENSKA
POSLOVNA
TOČKA



REPUBLIC OF SLOVENIA



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL
DEVELOPMENT FUND

I FEEL
SLOVENIA

GREEN.
CREATIVE.
SMART.



SLOVENSKA
POSLOVNA
TOČKA



REPUBLIC OF SLOVENIA



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL
DEVELOPMENT FUND

ZAČETNA STRAN

TIPIČNA STRAN

I FEEL
SLOVENIA

Empowering business
GREEN. CREATIVE. SMART.



SLOVENSKA
POSLOVNA
TOČKA



REPUBLIKA SLOVENIJA



EVROPSKA UNIJA
EVROPSKI SKLAD ZA
REGIONALNI RAZVOJ

DOPISNI LIST



SLOVENSKA
POSLOVNA
TOČKA



REPUBLIKA SLOVENIJA



EVROPSKA UNIJA
EVROPSKI SKLAD ZA
REGIONALNI RAZVOJ

NADALJEVALNI LIST

3.1. GREEN. CREATIVE. SMART.

PROMOCIJSKI MATERIALI

MAPA / A4



CELOSTNA GRAFIČNA PODOBA KAMPANJE GREEN. CREATIVE. SMART.

> KOMENTAR

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



> KOMENTAR

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



3.1.

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



> 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.



> 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.



3.2.

GREEN.
CREATIVE.
SMART.

NASLOVNICE BROŠUR

REGIJSKA RAVEN (RAVEN 2)



CELOSTNA GRAFIČNA PODOBA KAMPANJE GREEN. CREATIVE. SMART.

> 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.



> 3. RAVEN:

V primeru, da se določen sejmski nastop Slovenije promovira v sejmskih 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.



I FEEL SLOVENIA

GREEN. CREATIVE. SMART.

SLOVENIA INVITES YOU TO:

Celebrate Innovation with us at EXPO Stuttgart 2019

***How:** Visit Slovenian Pavilion and meet our industry leaders*

***When:** Monday, 22 May 2019 from 10-14 p.m.*

***Where:** Hall 4 / sector 6*

***Programme:** Lorem ipsum*

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 postavitve 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.

KRONA:

najvišji del razstavnega prostora, kjer jasno komuniciramo KDO razstavlja.

Obvezna je uporaba:

- > logo IFS
- > naziv kampanje GREEN. CREATIVE. SMART.
- > aktivacijski nagovor Empowering Business

Opcijsko:

- > zapis SLOVENIA

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

V začetku izgradnje prepoznavnosti kampanje GREEN. CREATIVE. SMART. mora naslov kampanje čim bolj izstopati, biti postavljen na najvišji nivo, izstopati. V nadaljevanju kampanje (ko bo prepoznavnost že dosežena) pa se naslov kampanje lahko premakne v podporno sporočilo, v sekundarno izpostavitvev, in se prostor da subjektom, ki morajo biti najbolj izpostavljeni (primer: slovenski paviljon prisotnih podjetij, slovenska podjetja, ki se na dogodku predstavljajo ...).

GLAVNI KORPUS:

sistem večjih talnih panelnih postavitvev 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.
- > komuniciranje posamičnih poudarkov
- > priložnostni slogan + podpis organizatorja/financerja sejemskega nastopa

ZA SEKTORSKI/REGIJSKO RAVEN 2:

- > logo IFS
- > komuniciranje glavnega komunikacijskega sporočila (sektor ali regija)
- > priložnostni slogan + podpis organizatorja/financerja sejemskega nastopa

ZA SPECIALIZIRAN RAVEN 3:

- > logo IFS
- > predstavitev vseh sodelujočih podjetij na sejmu
- > skupni priložnostni slogan + podpis organizatorja/financerja sejemskega nastopa
- > Slovenije na način splošnega nivoja 1.

MANJŠI TALNI ELEMENTI:

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

NA SPLOŠNI RAVNI 1:

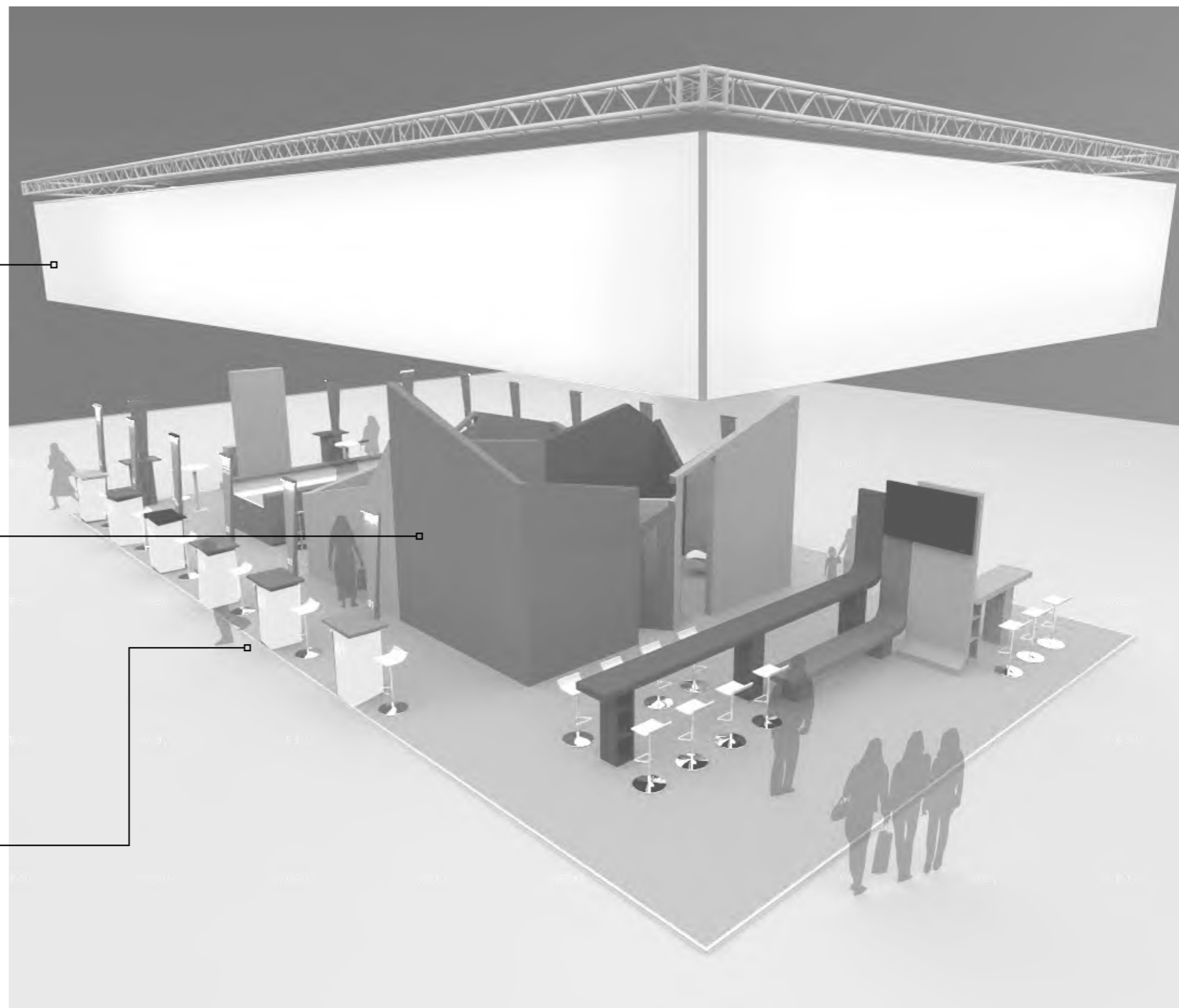
- > uporabimo ikone z izpostavitvijo določene prednosti Slovenije (vzete iz kreative večjih panelov)

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.



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.



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



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.



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.



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.



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.



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.

Sistem trinivojskega označevanja omogoča enotno, jasno in logično izpeljavo zelene 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.

Hvala!