

2025

Celostna grafična podoba



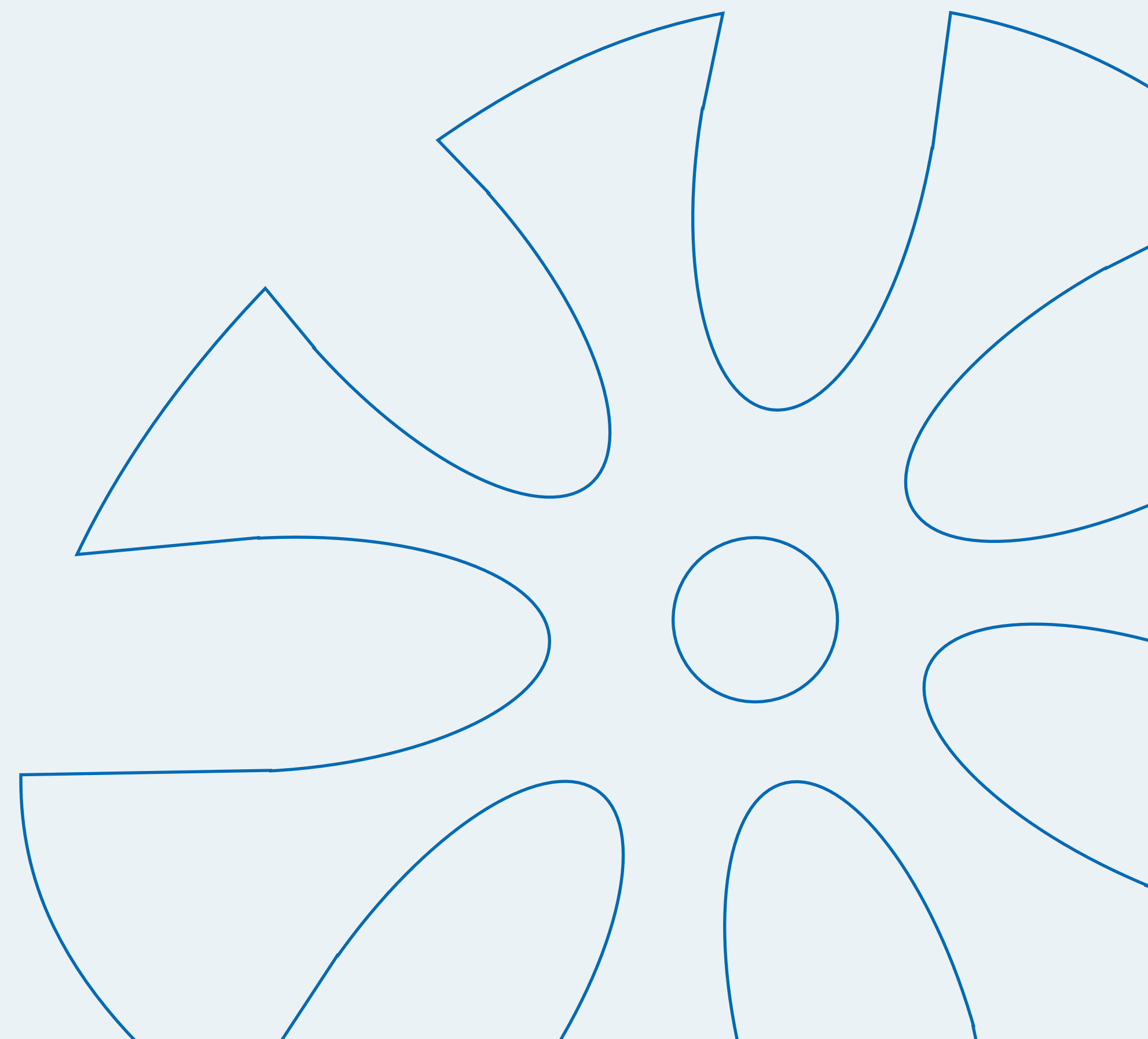
SLOSKI
Smučarska zveza
Slovenije

Izvor slovenske športne strasti.

Smučarska zveza Slovenije - Združenje smučarskih panog.
Skrajšano ime in kratica SZS.

Kazalo

- 1.0** Ton komuniacije
- 2.0** Logotip
- 3.0** Sekundarna blagovna znamka
- 4.0** Barvna paleta
- 5.0** Tipografija
- 6.0** Sistem postavitve
- 7.0** Grafični elementi
- 8.0** Tiskovine
- 9.0** Digitalni material
- 10.0** Primeri dobre prakse



1.0

Ton

komunikacije

Naš ton glasu združuje tri ključne značilnosti:

Smo **pogumni**, **pošteni** in **odkriti**. Z jasno vizijo, odločnostjo in vztrajnostjo premikamo meje – v športu in v skupnosti. Verjamemo, da se z delom in srčnostjo da doseči vse.

Ko pridejo izzivi, ne odnehamo – še bolj pritisnemo na plin. **Navdihujemo druge**, da verjamejo vase, in skupaj dokazujemo, da je zmaga dosegljiva – za vsakega, ki si upa.

1.2 Ton komunikacije

Naš način pisanja odraža naslednje vrednote:

- Navdihujoče in ponosn
- Iskreno in človeško
- Pozitivno in vključujoče

V praksi to pomeni, da pišemo jasno, razumljivo in z zavedanjem, da šport združuje ljudi. Svoje vrednote prenašamo skozi vsako objavo, vsako besedo in vsak nastop v javnosti.

Navdihujoč

Komunicirajmo s ponosom.

Z izpostavljanjem uspehov, napredka, truda in ekipnega duha navdihujemo druge, da verjamejo vase. Tudi v izzivih vidimo priložnost za rast in zmago

Dostopen

Sproščeno, a z občutkom za kontekst.

Uporabljamo sodoben jezik, ki se prilagaja kanalu. Na družbenih omrežjih nagovarjamo z »ti«, v uradnih komunikacijah z »vi«. A vedno smo razumljivi, topli in jasni.

Pristen

Govori, kot čutiš – iskreno in človeško.

Ljudje sledijo ljudem, ne institucijam. Zato se izražamo jasno, brez olepševanja, z realnimi zgodbami in pristnim tonom. Iskrenost ustvarja zaupanje.

Vključevalen

Komunicirajmo s ponosom.

V naši komunikaciji ni prostora za razdvajanje, diskriminacijo ali sovražni govor. Vsebine ustvarjamo za vse generacije, vse regije in vse ljudi.

Pozitiven

Poudarjaj rešitve, ne težav.

Tudi kadar je težko, iščemo pot naprej. S pozitivnim tonom krepimo vero v napredek, športne vrednote in moč skupnosti. Rešujemo, ne dramtiziramo.

2.0

Logotip

2.1 Logotip

Logotip

Logotip SLOSKI predstavlja simbol povezanosti, gibanja in zimskih športov. Središčni znak, ki spominja na snežinko ali smučarsko ročico, vizualno združuje vse discipline Smučarske zveze Slovenije v eno celoto.



2.2 Polje nedotakljivosti

Prostor okoli logotipa

Višina besede SLOSKI določa osnovno enoto (BU – base unit), ki se uporablja za določanje zaščitnega prostora okoli logotipa.
En BU je torej enak višini besedne oznake SLOSKI.

Ta zaščitni prostor mora na vseh straneh logotipa ostati prost vseh grafičnih in besedilnih elementov, da se zagotovi maksimalna vidnost in prepoznavnost blagovne znamke.

Minimalni zaščitni prostor znaša 1 BU.

V določenih izjemnih primerih (npr. digitalni pasici, oglasni panoji ob robu stadiona ipd.) je lahko zaščitni prostor zmanjšan.
V takih primerih mora biti uporaba posamezno odobrena s strani ekipe za blagovno znamko SLOSKI.

V ta zaščitni prostor ni dovoljeno postavljati nobenih drugih elementov, kot so slike, grafike, besedilo, robovi ozadja ali druge komponente.



2.3 Barvna različica

Logotip SLOSKI obstaja v treh osnovnih barvnih različicah: beli za uporabo na temnih ozadjih, modri (primarni) za svetla ozadja ter črno-beli različici za enobarvni tisk. Pri vsaki uporabi mora biti zagotovljen dovolj velik kontrast med logotipom in ozadjem, da ostane prepoznaven in čitljiv. Uporaba drugih barv je dovoljena le, če jo potrdi skrbnik celostne grafične podobe.



2.4 Pozicija logotipa

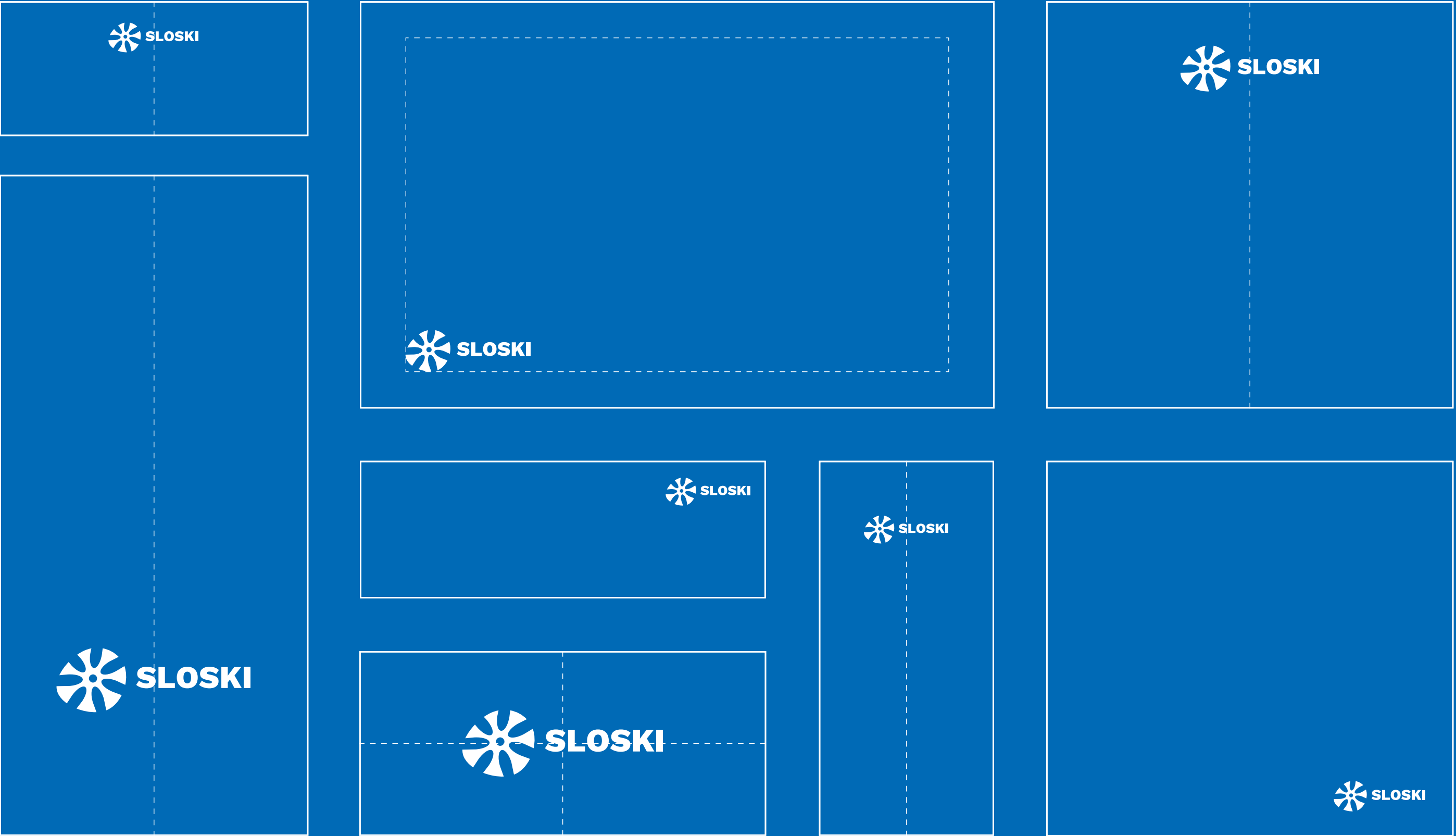
Pozicioniranje logotipa

Logotip SLOSKI se lahko uporablja v enem izmed štirih kotov ali pa centrirano – odvisno od kompozicije formata.

Vedno je potrebno upoštevati varno območje okoli logotipa, ki zagotavlja čitljivost in vizualno ravnotežje. Če je logotip postavljen centrirano, naj bo optično centriran glede na os postavitve.

Pri vseh oblikah je treba zagotoviti dovolj odmika logotipa od robov. Velikost in pozicija logotipa se lahko prilagodi formatu medija (npr. spletna grafika, plakat, predstavitveni materiali itd.), vendar mora ostati vizualno uravnotežen in konsistenten.

Za oblikovanje v kampanjah ali pri panožnih podznamkah se uporablja enaka logika pozicioniranja logotipa.



2.5 Minimalna velikost

Na splošno je lahko logotip SLOSKI prikazan v največji možni velikosti, pri čemer je treba upoštevati zaščitni prostor.

Za nekatere primere uporabe je določena tudi minimalna dovoljena velikost.

Najpomembnejše merilo pri uporabi logotipa je njegova čitljivost in to, da se smiselno vključi v izbrano postavitev.



Tisk: minimalna širina logotipa je 20 mm
Digitalna raba: minimalna širina logotipa je 120 px



Poudarek na blagovni znamki



Poudarek na sporočilu

2.6 Napačna uporaba

Prosimo, nikoli ne počnite ničesar od spodaj navedenega z našim logotipom!

Ne nagibajte logotipa



Ne raztezajte logotipa



Ne uporabljajte različnih barv



Ne spreminjajte tipografije



Ne spreminjajte razporeditve elementov



Ne spreminjajte velikosti posameznih delov logotipa



Ne uporabljajte preliva (gradienta)



Ne dodajajte obrobe



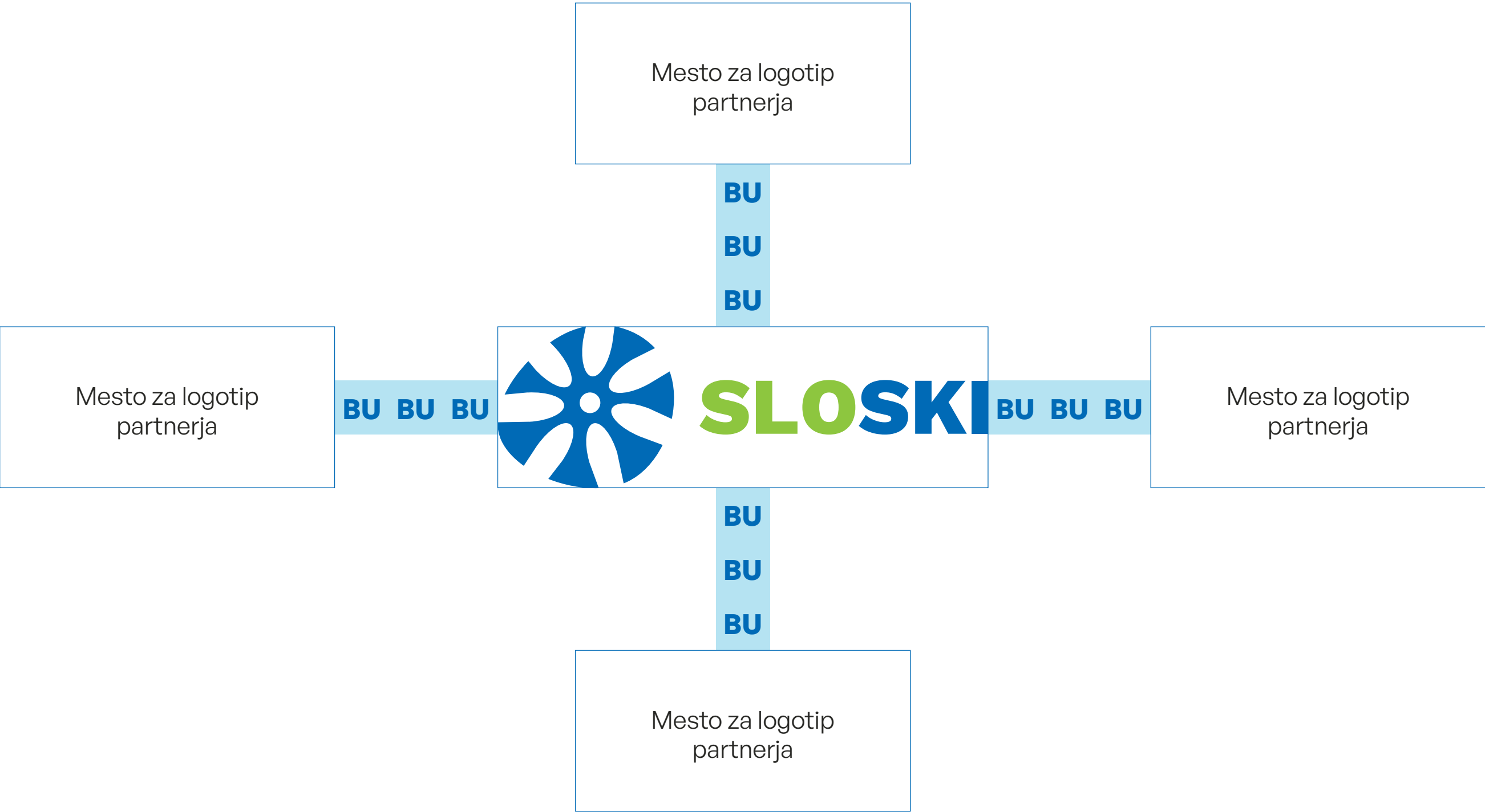
Ne postavljajte elementov za logotip



2.7 Kombinacije logotipov

Kadar je logotip SLOSKI postavljen poleg logotipa druge blagovne znamke ali partnerja, mora biti med njima minimalno tri osnovne enote (3 BU) prostora.

Poravnava logotipov naj bo vedno sredinska (center aligned).



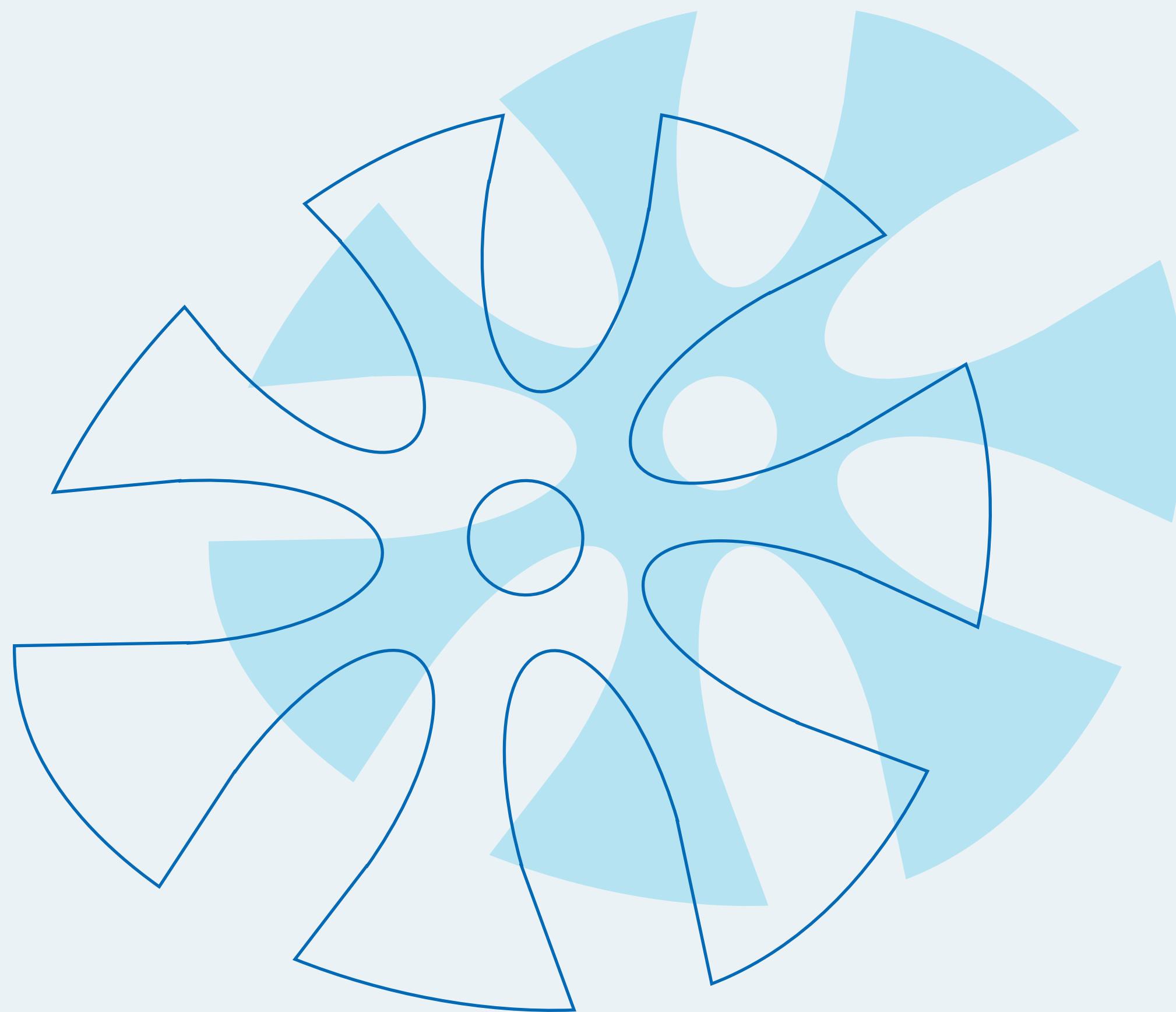
2.8 Simbol

Simbol SLOSKI lahko uporabljamo samostojno v primerih, kjer je blagovna znamka že jasno prepoznavna. Priporoča se za uporabo v manjših dimenzijah, kot so ikone, oznake, družbena omrežja ali promocijski materiali.

Snežinko lahko uporabimo tudi v outline različici kot grafični dodatek, ki nadgradi vizualno identiteto SLOSKI. Zaradi svoje subtilnosti je primerna za uporabo kot ozadje, vzorec, teksturna plast ali dekorativni element v promocijskih materialih.

Simbol se lahko uporablja v vseh barvah, definiranih v CGP-ju, kar omogoča prilagodljivost glede na ozadje, namen in ton komunikacije.

Outline simbol ohranja prepoznavnost, hkrati pa ne dominira nad vsebino.



2.9 Postavitev partnerjev in sponzorjev

Pri kombiniranju logotipa SLOSKI z drugimi logotipi je pomembno zagotoviti dovolj razmika med njimi. Logotipi morajo biti ločeni z modro obrobo debeline 1 px.



3.0

Sekundarna blagovna znamka

3.1 Sekundarni logotipi

Sekundarni logotipi so prilagojene različice osnovnega logotipa SLOSKI, namenjene posameznim disciplinam in organizacijskim enotam znotraj zveze.

Vsak panožni logotip uporablja enak sistem, barvno shemo, zaščitno območje in pravila uporabe kot glavni logotip SLOSKI.

To vključuje pravila glede minimalne velikosti, postavitve na podlago, kontrasta, pozicioniranja in uporabe v digitalnih in tiskanih materialih.



3.2 Polje nedotakljivosti – sekundarni logotip

Za zagotavljanje optimalne prepoznavnosti in čitljivosti sekundarnega logotipa SLOSKI je določen minimalni zaščitni prostor.

Višina besede SLOSKI določa osnovno enoto – BU (Base Unit).

Ta enota se uporablja za določanje zaščitnega prostora okoli celotnega logotipa.

Minimalni zaščitni prostor na vseh štirih straneh logotipa znaša 1 BU.

V ta prostor ni dovoljeno umeščati nobenih grafičnih ali besedilnih elementov.

To pravilo velja za vse različice sekundarnih logotipov SLOSKI.



Tisk: minimalna širina logotipa je 30 mm
Digitalna raba: minimalna širina logotipa je 140 px

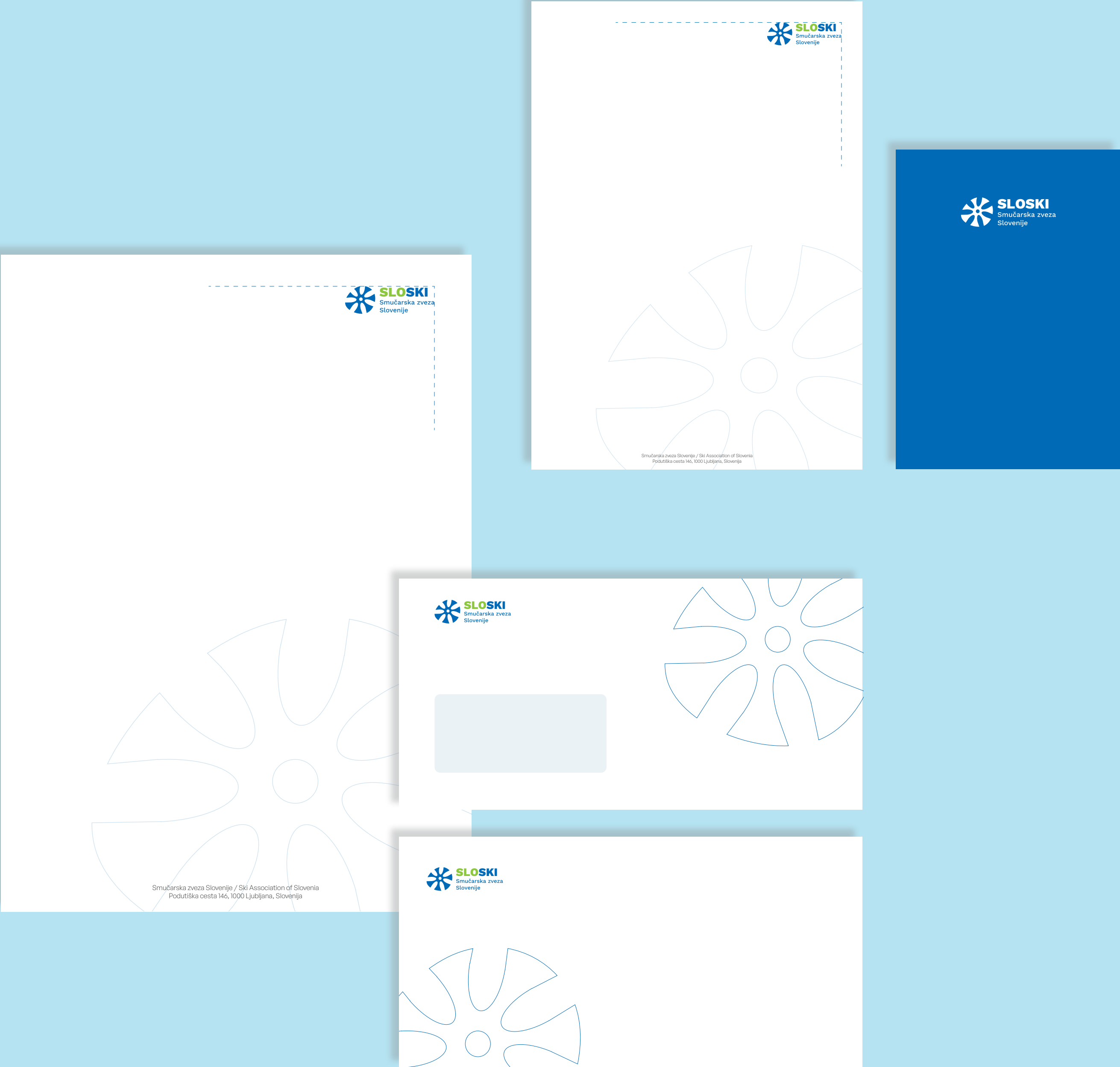


3.3 Postavitev sekundarnih logotipov

Logotip SLOSKI (vključno s podznamko) je običajno postavljen v zgornji desni kot dokumenta ali oblikovne površine. Pri tem je treba vedno upoštevati določen zaščitni prostor (1 BU).

Ta postavitev zagotavlja konsistentno, prepoznavno in profesionalno prisotnost blagovne znamke v vseh komunikacijskih materialih, kot so dopisi, ovojnice, mape in zvezki.

 Ne pozabite na zaščitno območje okoli logotipa. Upoštevajte, da domači tiskalniki morda netiskajo do roba papirja.



4.0

Barvna paleta

4.1 Barve

Barvna paleta

Ta stran prikazuje našo živahno barvno paleto, ki prinaša energijo, razpoznavnost in osebnost v vse oblike komunikacije SLOSKI.

Razmerje uporabe barv

Prikazano je priporočeno razmerje uporabe barv – od primarnih barv (na levi) do podpornih in nevtralnih barv (na desni), ki skupaj tvorijo uravnotežen vizualni sistem.

Primarno

Primarno

Primarno

4.2 Barva – Primarna

Gora

R00 G54 B31
#00364f

C100 M75 Y45 K40
Pantone 302 C

Led

R0 G106 B182
#006ab6

C100 M57 Y0 K0
Pantone 293

Sijaj

R181 G227 B242
#b5e3f2

C27 M0 Y3 K0
Pantone P 118-2 C

Smreka

R141 G198 B63
#8dc63f

C50 M0 Y100 K0
Pantone 376

Mah

R207 G229 B179
#cfe5b3

C20 M0 Y37 K0
Pantone 577 C

4.4 Barva – Podporna

Bela

R255 G255 B255
#ffffff

C0 M0 Y0 K0
Pantone 376 C
Pantone transparent white

Sveža

R234 G246 B247
#eaf6f7

C7 M0 Y2 K0
Pantone P 115-9 C

Črna

R38 G38 B35
#262623

C70 M64 Y67 K70
Pantone 19-4008 TCX – “Meteorite”

Siva

R140 G143 B144
#8c8e90

C50 M40 Y40 K0
Pantone Col Grey 8 C

Meglena

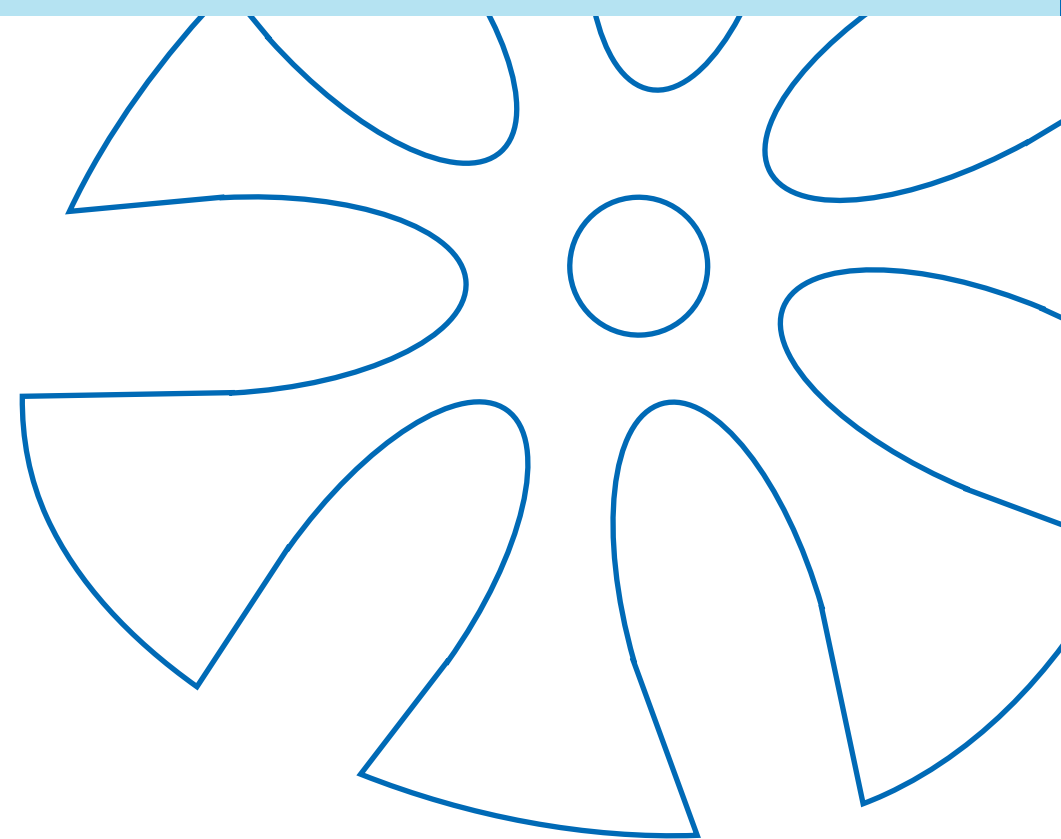
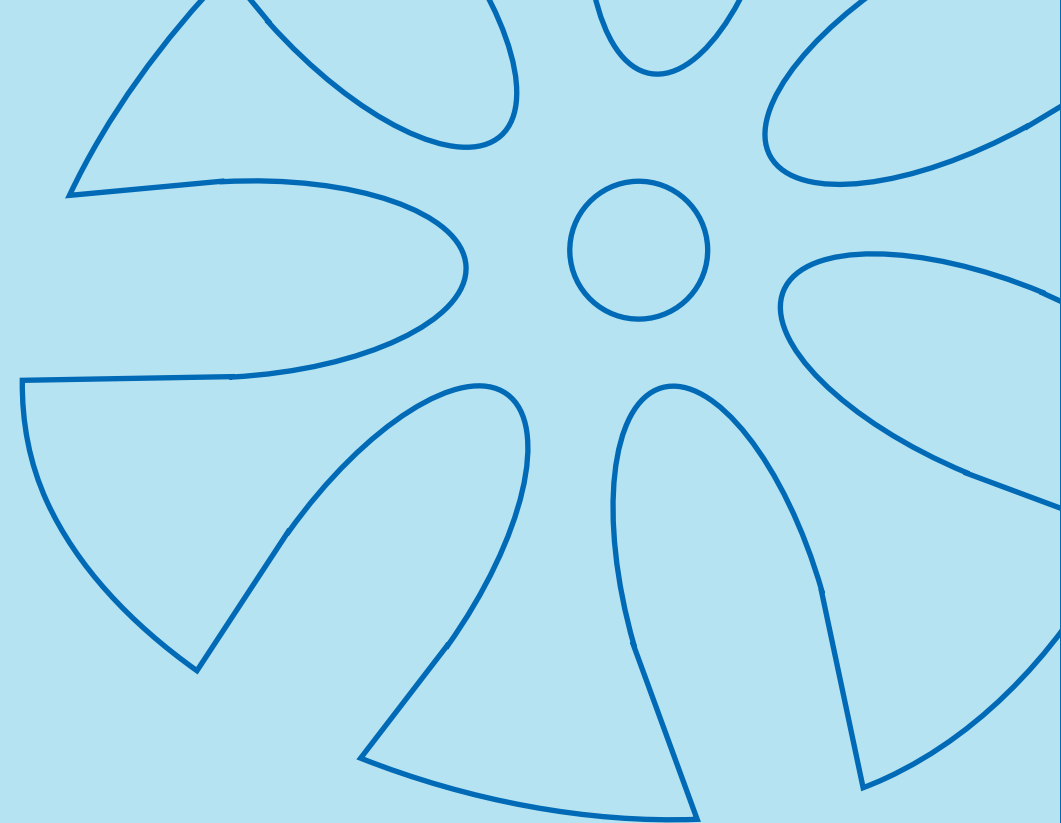
R221 G219 B219
#dddbda

C12 M10 Y10 K0
Pantone Cool Gray 1 C

4.5 Barva – Simbol

Simbol naj bo uporabljen v naši primarni temno modri barvi, ozadje pa naj uporablja podporne barve blagovne znamke, prikazane tukaj.

Če se uporablja tudi besedilo, naj bo barva besedila enaka barvi simbola.



5.0

Tipografija

5.1 Tipografija

Primarna tipografija:

Primarna tipografija SLOSKI je General Sans, ki jo uporabljamo v vseh komunikacijah. Na voljo so različice Extralight, Extralight Italic, Light, Light Italic, Regular, Italic, Medium, Medium Italic, Semibold, Semibold Italic, Bold, Bold Italic. Različne debeline omogočajo ustvarjanje jasnih kontrastov med naslovi, podnaslovi in osnovnim besedilom ter zagotavljajo pregledno tipografsko hierarhijo.

Izbrali smo pisavo General Sans in za naslove uporabljamo različico Semibold (400).

Za osnovno besedilo uporabljamo General Sans Regular.

Sledenje (tracking) za naslove je nastavljeno na -20, za osnovno besedilo pa na -10.

Vrstični razmik (leading) pri naslovih je enak velikosti pisave (če je pisava 40 pt, je tudi razmik 40 pt)

Vrstični razmik pri osnovnem besedilu je +3 pt glede na velikost pisave (če je pisava 20 pt, je razmik 23 pt).

5.2 Tipografija

Sekundarna / sistemska tipografija

Za vsakodnevno uporabo v e-poštni komunikaciji in skupnih dokumentih uporabljamo sistemsko pisavo Arial. Za naslove uporabljamo slog Bold, za osnovno besedilo pa slog Regular.



Prosimo, uporabljajte pisavo Arial v e-poštni komunikaciji in pri dokumentih, ki jih delimo zunanje ali urejamo skupaj.

**Izbrali smo sistemsko pisavo
Arial in za naslove
uporabljamo slog bold.**

Za osnovno besedilo uporabljamo Arial regular.

Sledenje (tracking) za naslove je nastavljeno na -20, za osnovno besedilo pa na -10.

Vrstični razmik (leading) pri naslovih je enak velikosti pisave (če je pisava 40 pt, je tudi razmik 40 pt)

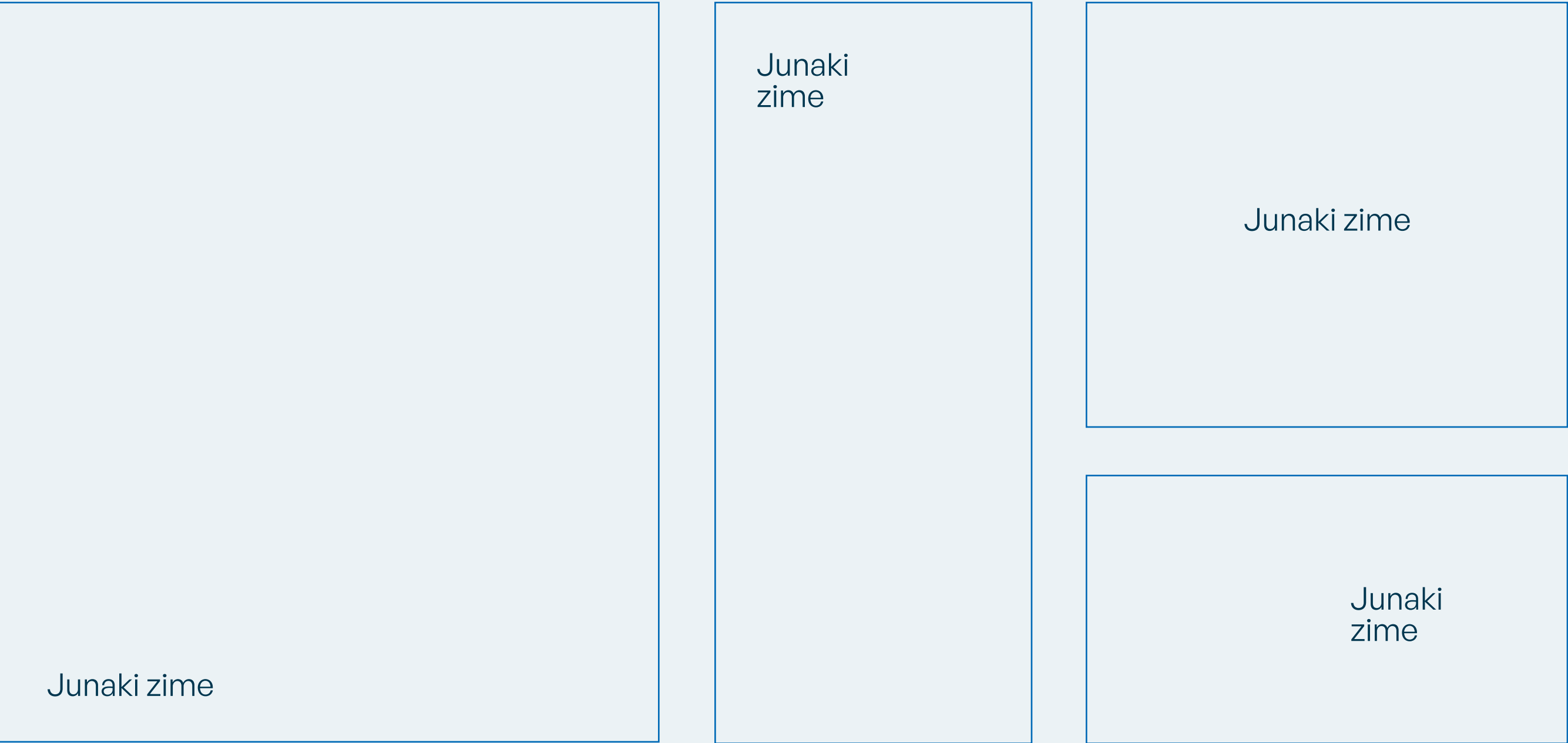
Vrstični razmik pri osnovnem besedilu je +3 pt glede na velikost pisave (če je pisava 20 pt, je razmik 23 pt).

5.3 Postavitev besedila

Besedilne elemente lahko v postavitvi umeščamo prosto, glede na kompozicijo.

Poravnava besedila naj bo vedno leva ali sredinska.

Vsi materiali morajo imeti jasno določene robove (margine), ki zagotavljajo zračen in uravnotežen izgled.



5.4 Velikosti besedil

Velikosti besedil v oblikovanju lahko izbiramo prosto, vendar je treba upoštevati določene smernice.

Za osnovno besedilo priporočamo velikost 8,5 pt.

Priporočena višina vrstice naj bo med 105 % in 125 %, odvisno od tipografije in uporabe.

Večji naslovi običajno bolje delujejo z manjšo višino vrstice, medtem ko osnovno besedilo (npr. v oglasih ali predstavitevah) zahteva več zračnosti za boljšo berljivost.

Junaki zime

Junaki
zime

Junaki zime

Junaki
zime

5.5 Debeline pisave

V večini oblikovalskih postavitev priporočamo uporabo lažjih rezov pisave (npr. General Sans Regular ali Semibold), zlasti za osnovno besedilo in večje naslove. Tako ohranjamo eleganten, moderen in tehničen videz blagovne znamke SLOSKI, ki se tudi vizualno dobro poveže z logotipom.

Dovoljena je tudi kombinacija lahke in krepke pisave znotraj enega naslova, kadar želimo ustvariti kontrast ali poudarek.

Kljub temu pa mora biti osnovni poudarek na lažji tipografski estetiki.

Junaki zime

Junaki
zime

Junaki zime

Junaki
zime

5.6 Tipografska hierarhija

V vseh oblikovalskih postavitvah želimo doseči jasno hierarhijo med posameznimi ravnmi besedila, da uporabnika usmerjamo po kompoziciji.

Najpogosteje to dosežemo z očitnimi razlikami v velikosti ali debelini pisave.

Vedno je treba upoštevati jasnost in izrazit kontrast, saj sta to osnovni načeli tipične postavitve SLOSKI.



5.7 Barvne različice

Tipografijo SLOSKI lahko uporabljamo v naslednjih osnovnih barvah: modro, zimsko, ledeno, bela in svežo.

Pri izbiri barve besedila je pomembno zagotoviti dovolj kontrasta z ozadjem, da ohranimo berljivost in dostopnost vsebin.

Junaki zime

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.

Junaki zime

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.

Junaki zime

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.

Junaki zime

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.

Junaki zime

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.

Svetla podlaga z modrimi ali zelenimi poudarki za naslove

Svetlo modra je AA dostopna, zelena pa AA in AAA.

Za večje poudarke (npr. ključne besede ali naslove) lahko uporabimo kontrastne tone, vendar naj bo osnovna barva besedila svetla.

Svetla podlaga za modre naslove na večjih površinah

Modra na svetli modri je AA in AAA dostopna.

Na večjih površinah (kot so ozadja, pasice ali družbena omrežja) lahko uporabljamo barvne kontraste za velike naslove.

Temo modra na svetlo modri podlagi ostaja berljiva, če je uporabljena dovolj veliko in z dovolj kontrasta.

Temna podlaga z modrimi ali zelenimi poudarki za naslove

Svetlo modra je AA dostopna, zelena pa AA in AAA.

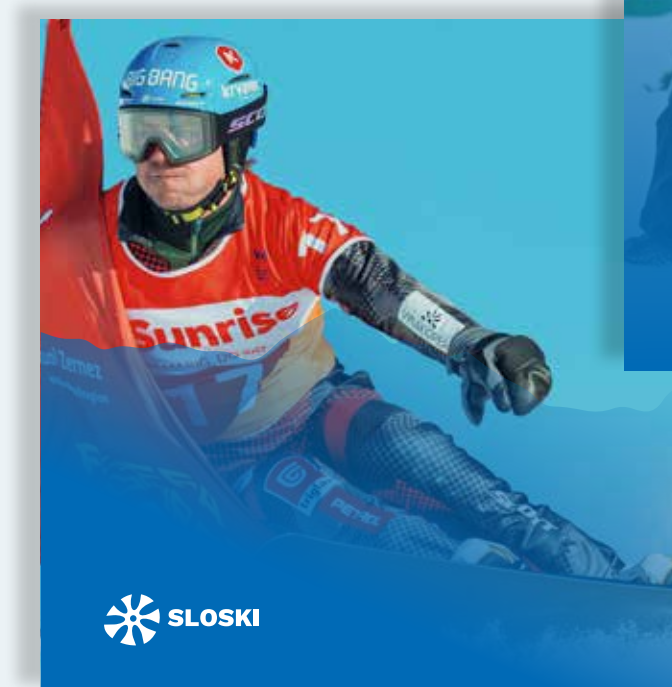
Za večje poudarke (npr. ključne besede ali naslove) lahko uporabimo kontrastne tone, vendar naj bo osnovna barva besedila svetla.

6.0

Sistem postavitive

6.1 Sistem postavitve

Oblikovanje znamke SLOSKI zaživi skozi prilagodljiv sistem postavitev. Naš oblikovni jezik določajo ključni elementi, kot so logotip, barvna paleta, tipografija, grafični poudarki in slog sporočanja. Ti elementi skupaj ustvarjajo prepoznaven in močan vizualni značaj, ki združuje športnost, ponos in srčnost slovenskih zimskih junakov.



6.2 Moduli oblikovanja

SLOSKI vizualna podoba temelji na preprostih grafičnih komponentah, ki se med seboj dopolnjujejo in omogočajo različne odzivne izkušnje.



Logo



Barva

Junaki zime

Tipografija



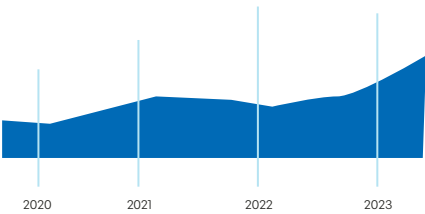
Simbol



Vizualne vsebine



Grafični element



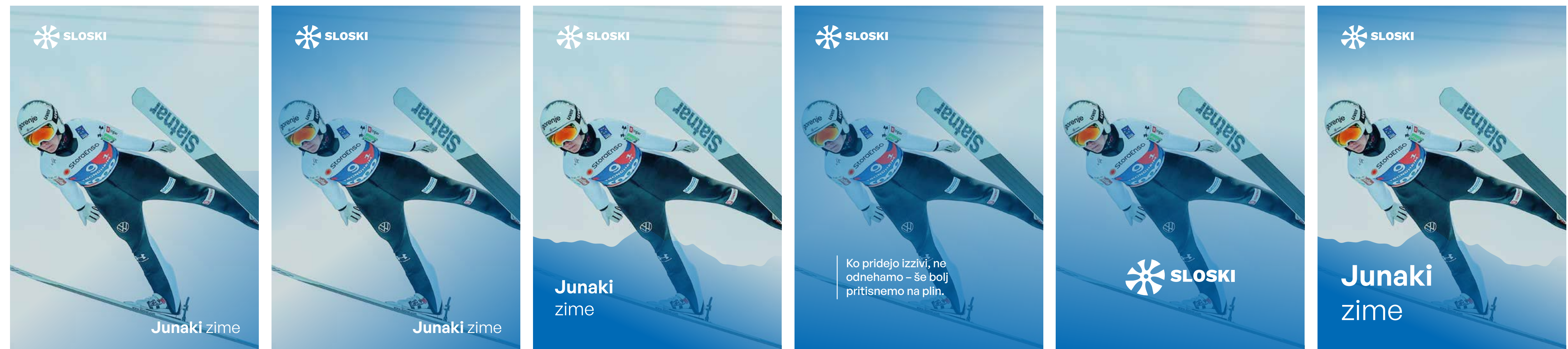
Informacijska grafika



Ikone

6.2 Fleksibilnost

Modularni oblikovalski sistem omogoča ustvarjanje zelo raznolikih vizualnih izrazov – od prefinjenih in prestižnih do drznih in mladostnih – pri čemer je identiteta znamke SLOSKI vedno prepoznavna.



Čist

Drzen

6.3 Osnovna načela

Na podlagi poslanstva in značaja zimskih športov je vizualna podoba SLOSKI zasnovana na treh ključnih načelih, ki oblikovanju dajejo jasnost, moč in gibanje – ter izražajo značaj slovenskih junakov zime.

Močan vtis

Močne razlike v barvah, velikostih in slogih poudarijo sporočilo.

Čista pot

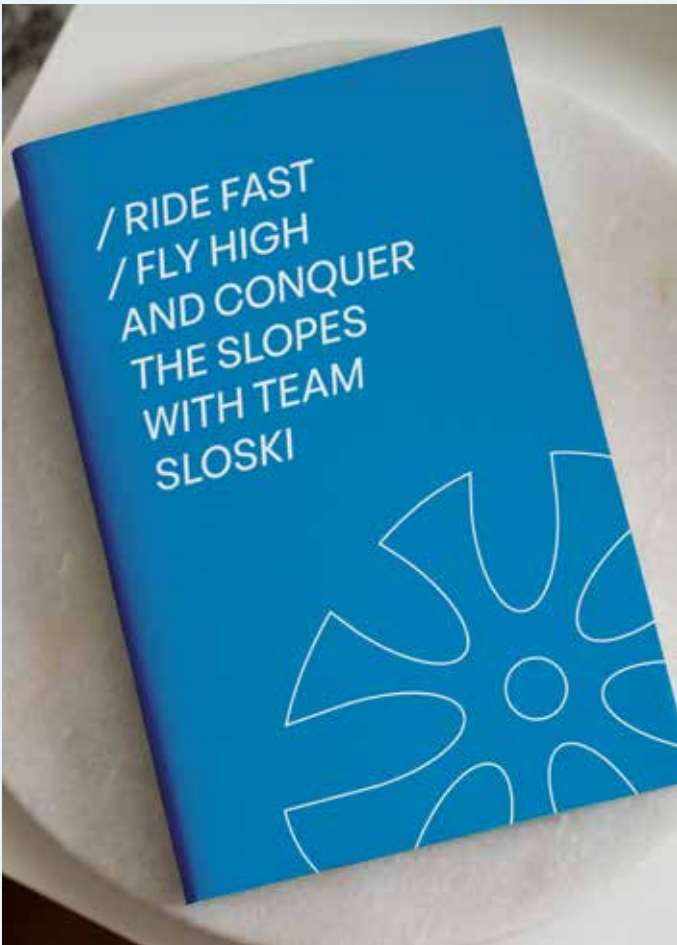
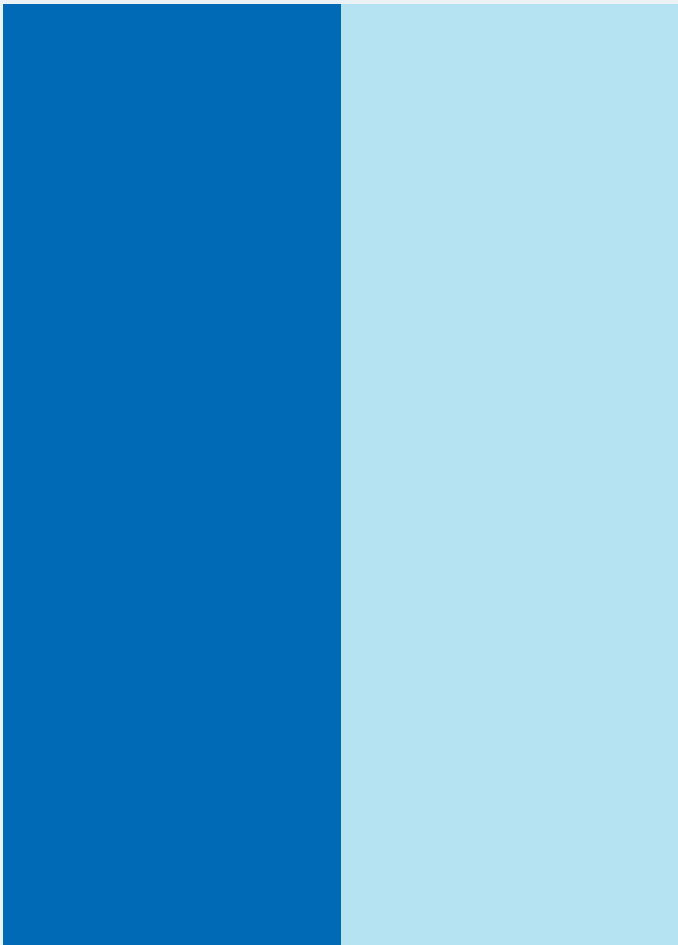
Čista in pregledna tipografija omogoča hitro razumevanje.

Gibanje

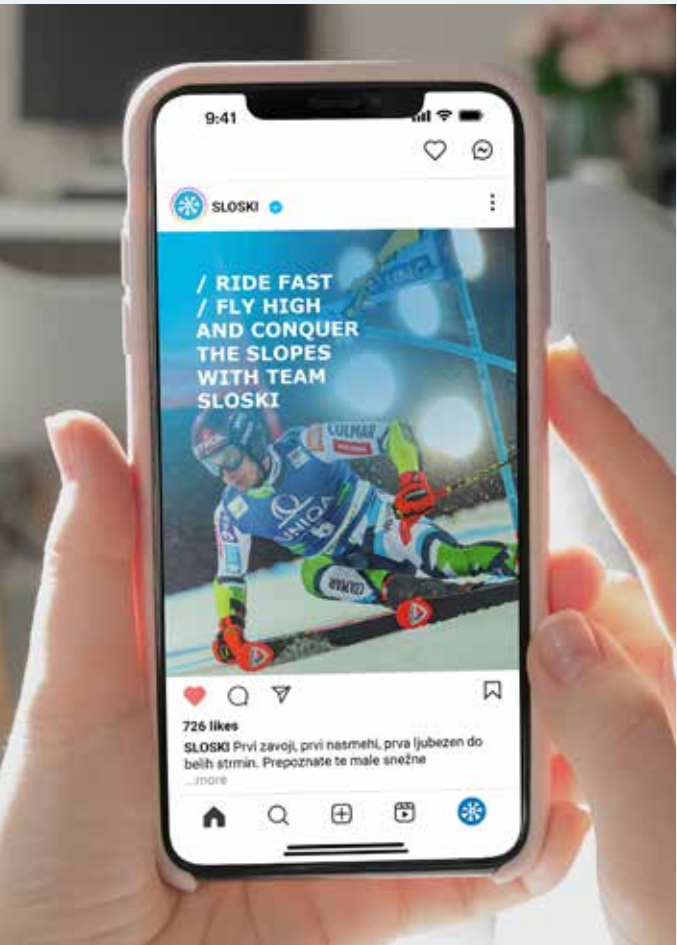
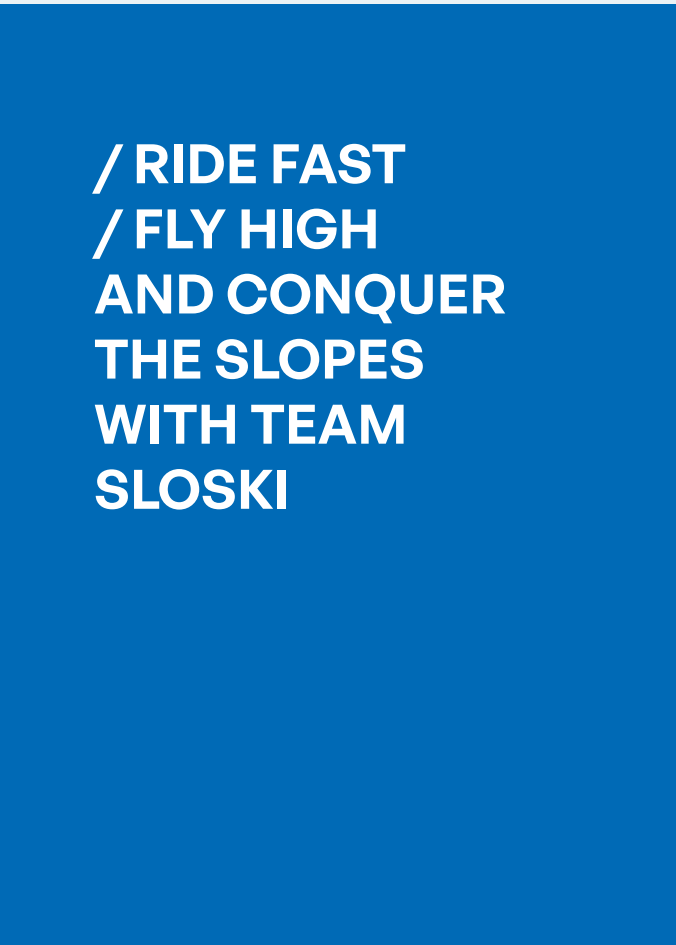
Grafični elementi in postavitve izražajo gibanje, energijo in napetost zimskih športov.

6.3 Osnovna načela - Močan vtis

Vedno zagotavljamo močne kontraste.



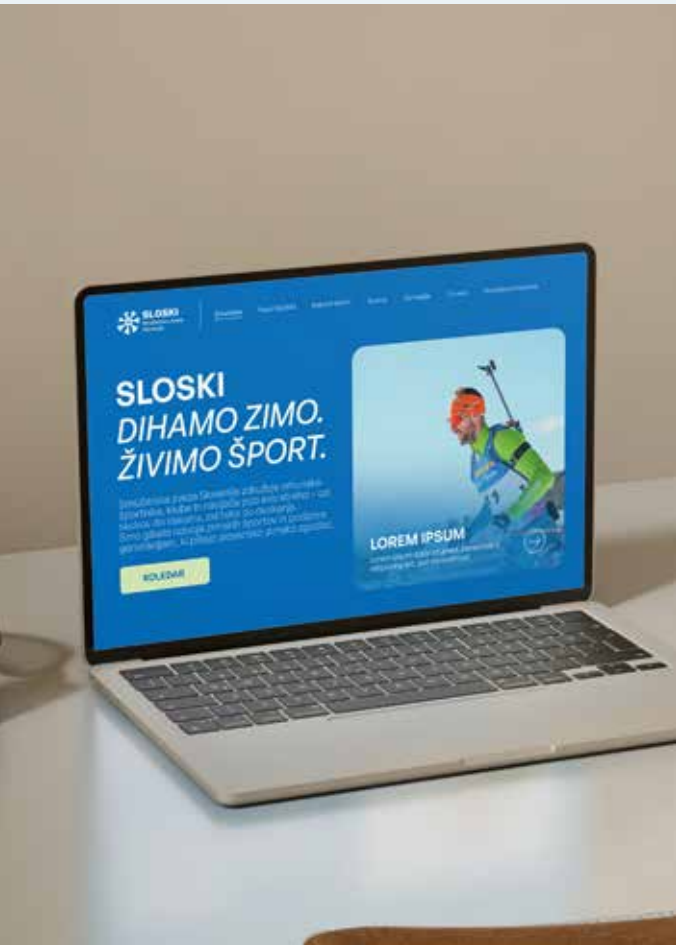
Kombinacija obeh primarnih modrih odtenkov.
Kombinacija večjih grafičnih površin in drobnih linijskih elementov.



Uporaba poudarjene, krepke tipografije na fotografiji.



Kontrast med fotografijo in logotipom za večjo berljivost.



Jasna hierarhija z dovolj kontrasta za dobro berljivost v vseh formatih.

6.3 Osnovna načela - Čista pot

Stremimo k jasnim postavitvam, ki dodajajo vrednost, eleganco in omogočajo lažje razumevanje.

Junaki zime



Ohranjaj razdaljo med elementi in ustvarjaj umirjene površine.



Naslov

Če je mogoče, uporabi prazni (beli) prostor.
Jasna hierarhija naslovov in podnaslovov za enostavno orientacijo.

6.3 Osnovna načela - Gibanje

Ustvarjaj postavitve, ki so čim bolj dinamične.



Izberi dinamične kote grafičnih elementov.



Uporablaj zanimive perspektive fotografij.
Postavitve naj izražajo gibanje, energijo in mladostno svežino.

7.0

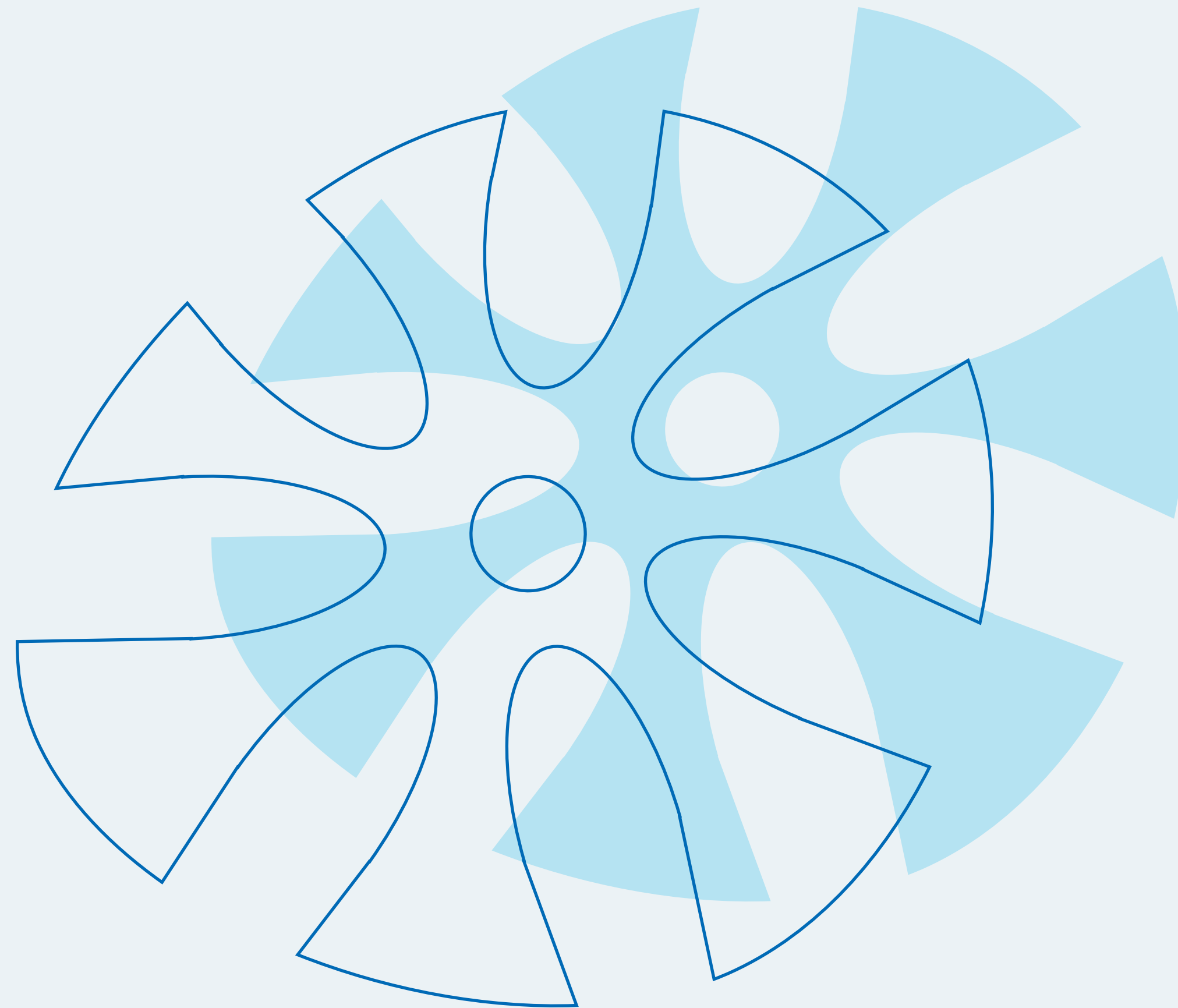
Grafični elementi

7.1 Grafični element - Simbol SLOSKI

Element

Gre za povečano, linijsko različico simbola, ki v ozadju deluje dekorativno, a hkrati prepoznavno in identitetno. Element se lahko uporablja v različnih velikostih in postavitvah ter se prilagaja formatu, pri čemer ohranja subtilnost in estetski red.

Element lahko uporabljamo kot samostojen simbol ali kot ozadje, masko, dekorativni motiv ali grafično podporo vsebini. Zaradi svoje prepoznavne oblike deluje kot vizualna identiteta SLOSKI in povezuje vse komunikacijske materiale v celostno vizualno zgodbo.



7.3 Grafični element - Simbol v uporabi

Predloge za družbena omrežja

Za enotno in prepoznavno komunikacijo na vseh družbenih omrežjih smo oblikovali nabor predlog. Te omogočajo doslednost, hkrati pa ponujajo dovolj prilagodljivosti za svež in dinamičen vizualni izraz – več spodaj.

Barve

Objave sledijo barvnim smernicam SLOSKI. Osnovna barva za poudarke je modra (#0069b5), ki jo je možno po potrebi dopolniti z dopolnilnimi barvami iz CGP (svetlo modra, zelena, temno modra). Uporaba bele tipografije na barvnem ozadju je priporočljiva za berljivost.



Pri uporabi grafičnega elementa skušajte izmenjevati njihovo postavitev – npr. v eni objavi na vrhu, v naslednji spodaj. Tako ustvarjamo vizualni ritem in razgibanost med posameznimi objavami.



7.4 Grafični element - Triglav

Element

Silhueta Triglava je simbolni in prepoznavni element SLOSKI identitete. Predstavlja slovensko naravo, moč in izvor ter služi kot vizualna podpora pomembnim komunikacijam.



Triglav je simbol. Mesh je podpora.

Uporablaj oba z namenom – enega za poudarek, drugega za ozadje.

Priporočljivo je uporabljati mesh gradient, saj daje več globine in dinamike, vendar nekateri programi tega ne omogočajo, zato lahko v teh primerih uporabiš tudi navadni gradient kot nadomestek.

7.5 Grafični element - Triglav v uporabi

Uporaba

Element se uporablja kot ozadje ali simbolni poudarek na predstavitvah športnikov, rezultatih in dosežkih, napovednikih tekem, voščilih in posebnih sporočilih, pa tudi v plakatih, diplomah, objavah in PowerPointih – v polni ali outline obliki, v enostavni, nežni izvedbi, pogosto izsekan iz ozadja ali kombiniran z gradientom.

Pozicioniranje

Uporablja se na robovih, v ozadju ali kot grafični poudarek v kotu, pri čemer nikoli ne konkurira z glavno vsebino ali logotipom. Lahko se kombinira z gradientom, če to ne zmanjšuje berljivosti.

Nepravilna uporaba

Triglava ne uporabljamo kot zamenjavo za logotip, ne postavljamo gostega besedila čez polno silhueto, ne uporabljamo barv izven CGP in elementa ne vključujemo brez jasne funkcije ali kot pretiran dekorativni dodatek.

Triglav je simbol. Mesh je podpora.
Uporabljay oba z namenom – enega za poudarek, drugega za ozadje.



7.6 Grafični element - preliv

Element

Preliv je podporni grafični element, ki se uporablja za vizualno strukturiranje in izboljšanje berljivosti na fotografijah in barvnih podlagah. Deluje kot mehki barvni prehod, ki tekstu doda prostor za dihanje in zagotovi vizualno ravnotežje.



Gradient nikoli ne sme biti popolnoma poln ali delovati kot barvna ploskev. Namenjen je ustvarjanju kontrasta in podpore, ne dominanci.



Triglav je simbol. preliv je podpora.
Uporablaj oba z namenom – enega za poudarek, drugega za ozadje.

7.7 Grafični element - preliv v uporabi

Uporaba

Preliv uporabljamo kot ozadje za informativne vsebine, naslove ali opise, na fotografijah, kjer je potrebna boljša berljivost besedila, pri objavah na družbenih omrežjih, v pasicah in PowerPoint predstavitvah ter za ozadja informativnih blokov v brošurah ali na spletnih straneh.

Smer preliva

Preliv naj vedno poteka iz kateregakoli izhodiščnega kota (spodaj, zgoraj, levo, desno ali diagonalno), vendar mora vedno prehajati v transparentno ozadje.

Na ta način preliv ohranja subtilnost in omogoča, da vsebina pride do izraza.



Preliv nikoli ne sme biti popolnoma poln ali delovati kot barvna ploskev. Namenjen je ustvarjanju kontrasta in podpore, ne dominanci.



Triglav je simbol. Preliv je podpora.
Uporablaj oba z namenom – enega za poudarek, drugega za ozadje.



7.8 Grafični element - informativne objave

Namen

Gre za predloge, namenjene sprotni komunikaciji rezultatov, napovednikom tekem, obvestilom, spremembam urnikov ali drugim aktualnim informacijam na družbenih omrežjih.

Struktura in vizualni slog

Osrednji element je fotografija, ki mora biti dinamična, kakovostna in jasno predstavljati športnika, športnico ali dogajanje.

Za izboljšano berljivost besedila je na spodnji (ali zgornji) del slike dodan modri preliv, ki ustvarja kontrastno podlago. Ta omogoča jasno in učinkovito predstavitev informacij tudi na kompleksnejših ozadjih.

! Izmenjujte preliv ali grafične elemente med objavami.



8.0

Tiskovine

8.1

Tiskovine
Sedež podjetja

8.1.1 Tiskovine – Sedež

Smernice določajo pravila za uporabo tiskovin SLOSKI ter predloge, ki jih lahko prenesete prek internega portala.

Splošna pravila za vse tiskovine SLOSKI:

- Predloge so na voljo za prenos na internem portalu
- Logotip se uporablja v beli ali osnovni barvi
- Vsi ostali teksti so zapisani v črni barvi
- Velikost glavnega besedila je 9 pt



8.1.2 Tiskovine – Dopisni papir

Standardi za postavitev dopisa

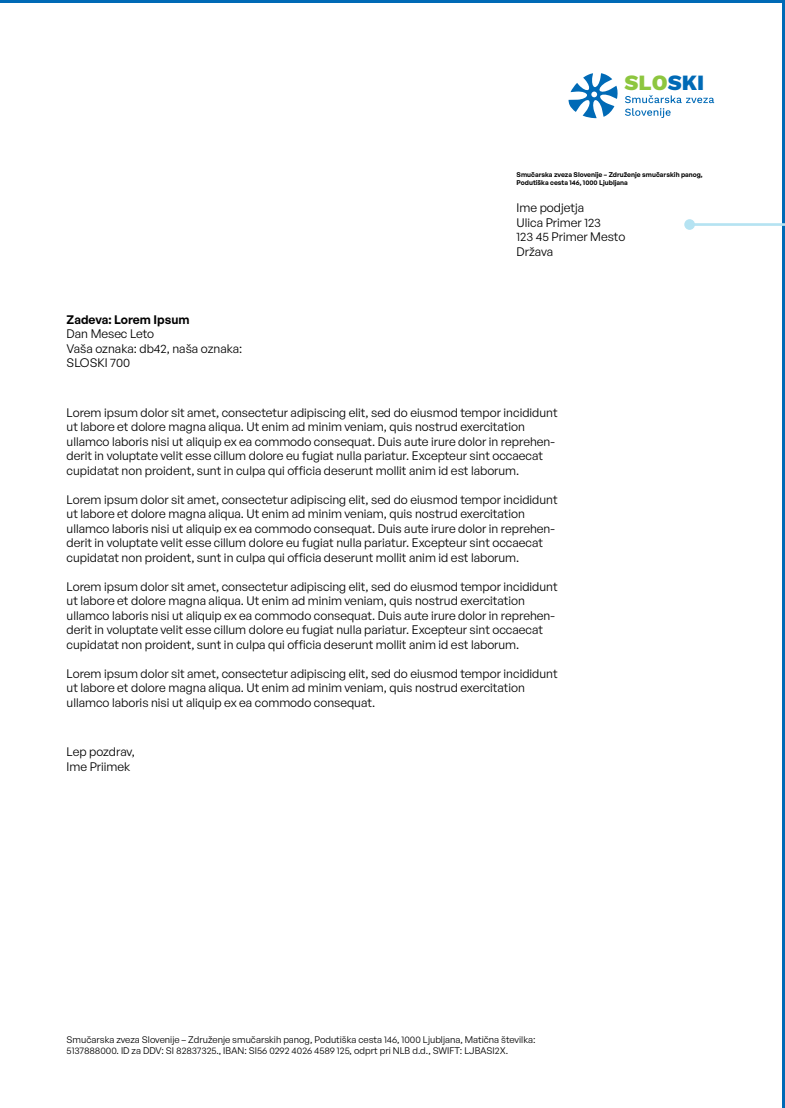
Za SLOSKI pripravljamo dopise v obeh standardih –

češkem (za enostranske dopise) in DIN standardu (za večstranske dopise).

Razlika med njima je le v postavitvi naslova prejemnika:

- Pri češkem standardu je naslov postavljen na desno stran dopisa.
- Pri DIN standardu pa je naslov vedno poravnan na levi strani dopisa.

Enostranski dopis
(po češkem standardu)



Naslov je vedno poravnan levo.

Naslov je vedno poravnan levo.

Večstranski dopis
(po DIN standardu)



Ime podjetja
Ulica Primer 123
123 45 Primer Mesto
Država

Zadeva: Lorem Ipsum
Dan Mesec Leto
Vrsta oznaka: d42, naša oznaka: SLOSKI 700

Ime podjetja
Ulica Primer 123
123 45 Primer Mesto
Država

Zadeva: Lorem Ipsum
Dan Mesec Leto
Vrsta oznaka: d42, naša oznaka: SLOSKI 700

Ime podjetja
Ulica Primer 123
123 45 Primer Mesto
Država

Zadeva: Lorem Ipsum
Dan Mesec Leto
Vrsta oznaka: d42, naša oznaka: SLOSKI 700

Ime podjetja
Ulica Primer 123
123 45 Primer Mesto
Država

Zadeva: Lorem Ipsum
Dan Mesec Leto
Vrsta oznaka: d42, naša oznaka: SLOSKI 700

Ime podjetja
Ulica Primer 123
123 45 Primer Mesto
Država

Zadeva: Lorem Ipsum
Dan Mesec Leto
Vrsta oznaka: d42, naša oznaka: SLOSKI 700

Ime podjetja
Ulica Primer 123
123 45 Primer Mesto
Država

Zadeva: Lorem Ipsum
Dan Mesec Leto
Vrsta oznaka: d42, naša oznaka: SLOSKI 700

Ime podjetja
Ulica Primer 123
123 45 Primer Mesto
Država

Zadeva: Lorem Ipsum
Dan Mesec Leto
Vrsta oznaka: d42, naša oznaka: SLOSKI 700

8.1.2 Tiskovine – Dopisni papir

Za potrebe dopisov SLOSKI uporabljamo predloge (template) v programu Microsoft Word, prilagojene standardom dopisov.

Te predloge so na voljo v interni bazi ali na zahtevo. Na desni strani boste našli primer postavitve z označenimi dimenzijami in velikostmi pisav, ki se uporabljajo po SLOSKI smernicah.



8.1.3 Tiskovine – Vizitka

Vizitke SLOSKI so pripravljene v standardnem formatu 85 × 55 mm.

Spredaj



Zadaj



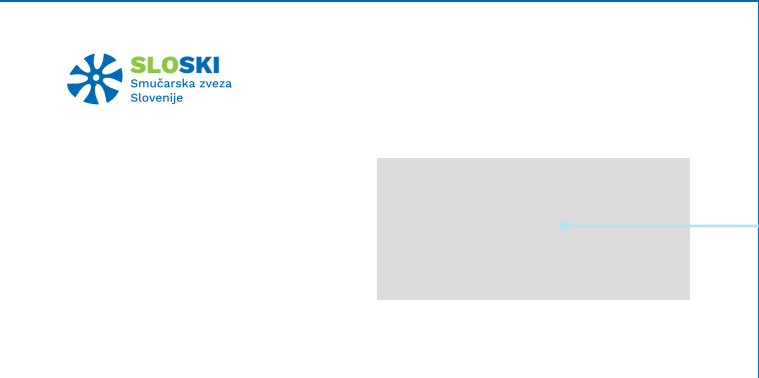
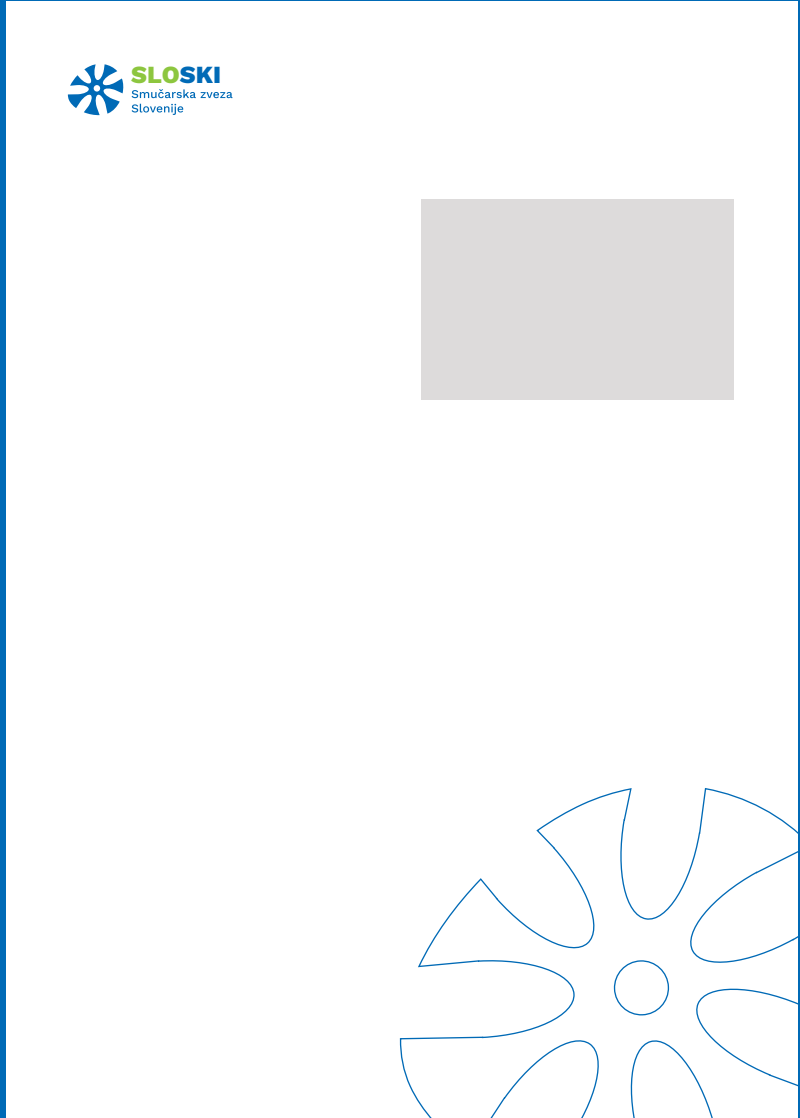
8.1.4 Tiskovine – Kuverta

Na vseh kuvertah je znak SLOSKI postavljen v zgornji levi kot.

Ne glede na format kuverte je znak vedno enake velikosti in ima enako odmikanje od roba.

Na desni strani so prikazani primeri postavitve.

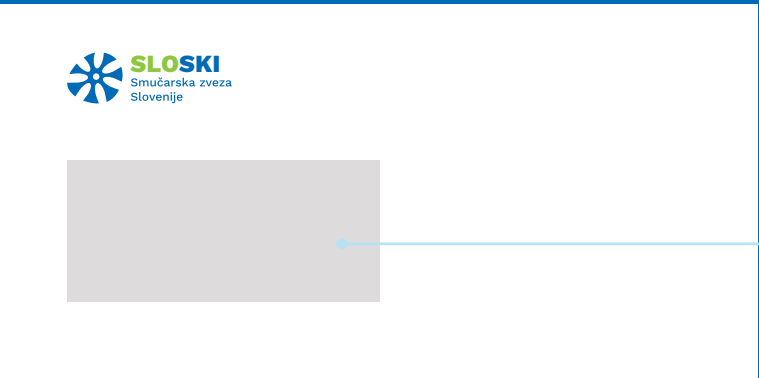
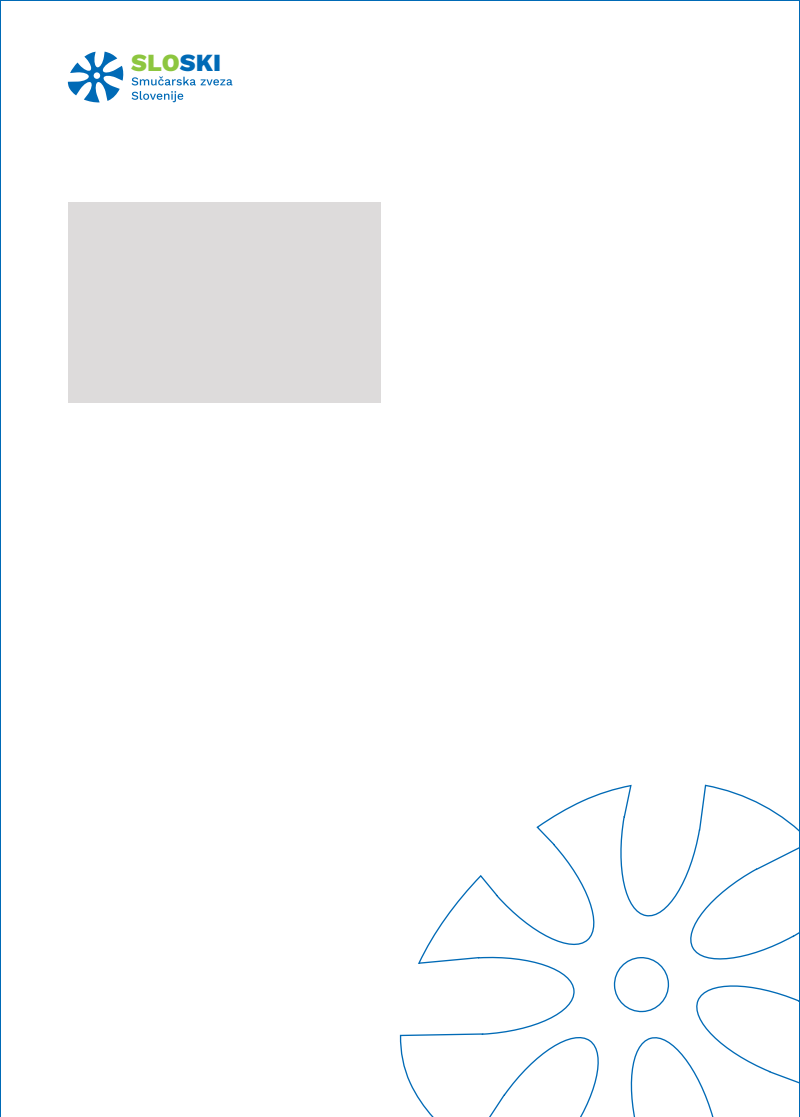
Kuverte
(po češkem standardu)



Okence je na desni strani kuverte.



Kuverte
(po DIN standardu)



Okence je na levi strani kuverte.





8.1.5 Tiskovine – Žig

Uporaba žiga

Preoblikovana različica logotipa SLOSKI (v krogu) je namenjena izključno uporabi kot uradni žig Smučarske zveze Slovenije.

Uporaba tega žiga je dovoljena samo za uradne dokumente, kjer je potrebna overitev s strani zveze. V tej obliki ni dovoljena uporaba logotipa za druge oblikovne ali promocijske namene.



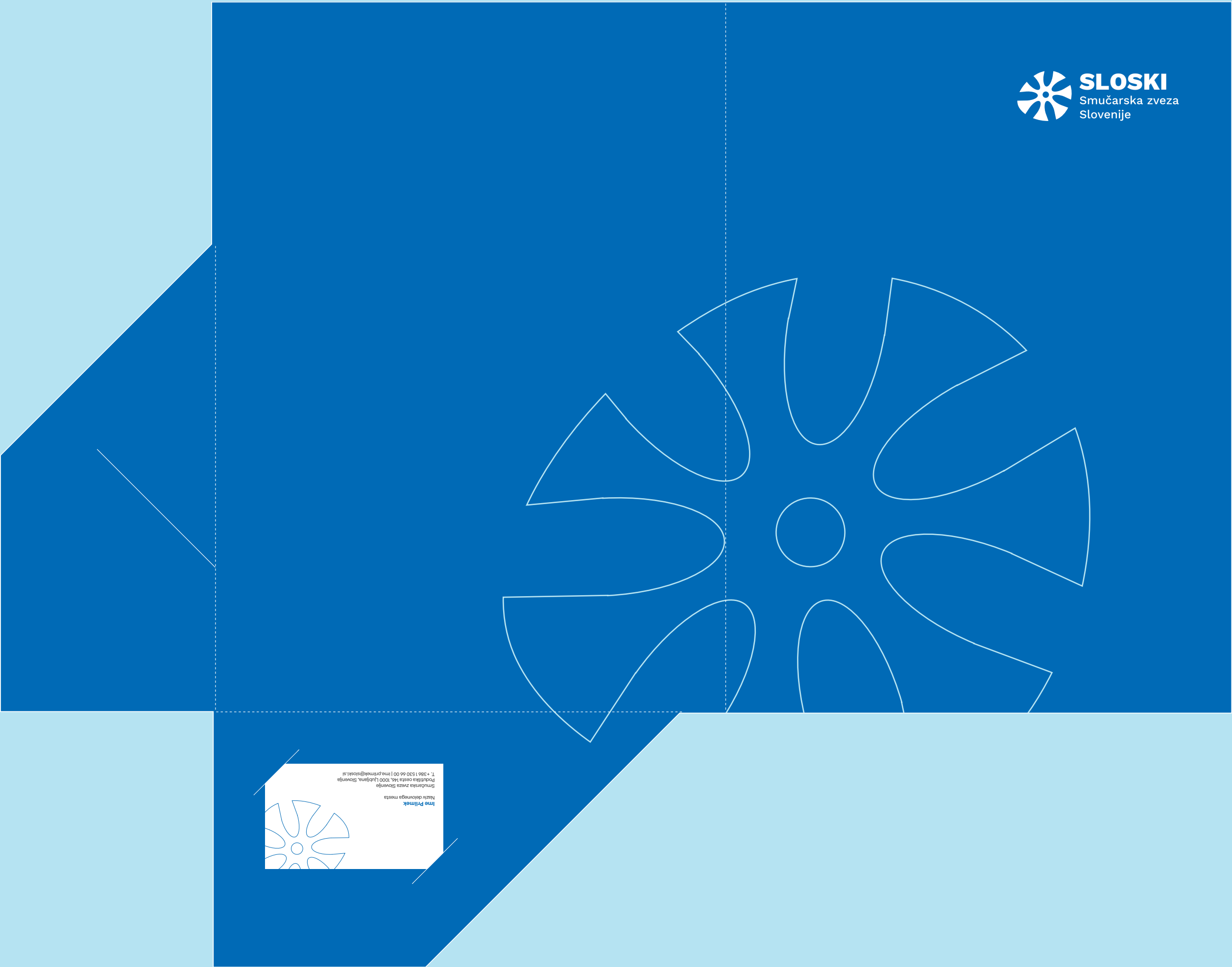
8.1.6 Tiskovine – Mapa

Mapa SLOSKI

Mapa je namenjena shranjevanju in predstavitvi dokumentov SLOSKI.

Splošna pravila za uporabo mape SLOSKI:

- Mapa je oblikovana v osnovni modri barvi z belim logotipom SLOSKI.
- Na sprednji strani je logotip vedno umeščen zgoraj desno.
- Dekorativni element je povečana snežinka, uporabljena kot grafični poudarek.



8.2

Tiskovine
**Oblačila in športna
oprema**

8.1.2 Tiskovine – Oblečila in športna oprema

Uporaba grafične podobe na oblečilih

Oblečila so eno izmed najbolj prepoznavnih komunikacijskih orodij SLOSKI. Na tekmovanjih, treningih, dogodkih in promocijskih aktivnostih predstavljajo našo skupno identiteto in vrednote. Zato je ključnega pomena, da tudi oblečila sledijo smernicam celostne grafične podobe.

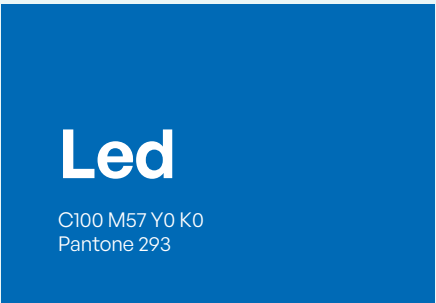
Pri oblikovanju športnih in promocijskih oblečil priporočamo uporabo osnovne barvne palete SLOSKI, poudarjene z izbranimi sekundarnimi odtenki. Kot grafične elemente se uporabljajo snežinka SLOSKI, silhueta Triglava, dinamične linije ter barvni gradient, ki prinaša dodatno svežino in občutek gibanja. Gradient naj se uporablja subtilno, kot preliv med modrimi odtenki, ter vedno podpira osnovno identiteto znamke.

Elementi naj bodo uporabljeni dosledno in preudarno, z jasnim kontrastom, ki zagotavlja prepoznavnost logotipa in berljivost sporočil.

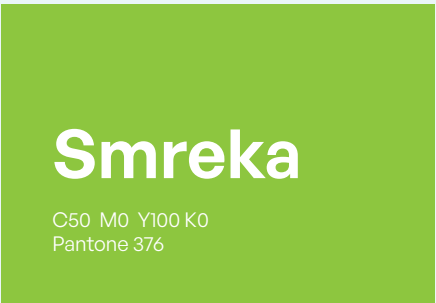
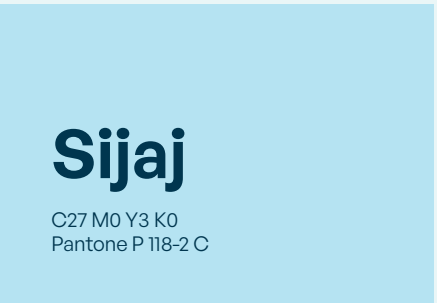
- **Osnovne barve za oblečila:** Led, Sijaj, Bela, Sveža, Smreka, Gora.
- **Priporočeni grafični elementi:** Simbol, Triglav, dinamične linije, gradient.
- **Logotip:** vedno v kontrastu, jasno berljiv, brez dodatnih obrob ali efektov.
- **Primer uporabe:** tekmovalna oprema, promocijska majica, jakna za prosti čas.

Osnovne barve za oblečila

Primarno



Sekundarno



Tercialno



Priporočeni grafični elementi:



9.0

Digitalni material

10.0

Fotografija

10.1 Fotografija - Glavna fotografija

Fotografije junakov zime se uporabljajo na ključnih komunikacijskih točkah in v vseh osrednjih promocijskih materialih. Podpirajo jih lahko tudi dodatne (dopolnilne) fotografije, kjer je to potrebno.

Glavne fotografije naj bodo profesionalno posnete ali skrbno izbrane (lastne ali zunanje fotografije). Pomembno je, da so visokokakovostne, tehnično dovršene in sledijo spodnjim smernicam.

Pristno življenje in vrednote

Fotografije naj prikazujejo športnike in športnice v vsakdanjih, pristnih trenutkih – med tekmami, treningi ali v zakulisju. Pomembno je, da izražajo pozitivna čustva in vrednote SLOSKI, kot so odločnost, veselje, ponos, ekipni duh ipd.

Cilj je, da se občinstvo z njimi čustveno poveže – fotografije naj delujejo naravno, ne zaigrano ali umetno uprizorjeno.

Barvna usklajenost

Da ohranimo enoten in prepoznaven vizualni slog, morajo biti barvni toni in svetlost fotografij čim bolj usklajeni. Za poenoteno obdelavo fotografij je bil ustvarjen uradni SLOSKI Lightroom filter, ki skrbi za barvno in tonsko konsistenco skozi vse kanale.

! Fotografije so lahko lastne (interne) ali pridobljene od zunanjih fotografov, vendar morajo slediti zgoraj navedenim vizualnim smernicam



10.2 Fotografija - Dopolnilna fotografija

Dopolnilne fotografije dopolnjujejo osrednjo vizualno podobo in prikazujejo pristne trenutke z dogodkov, aktivacij ali iz zakulisja. Pogosto so posnete s strani ekipe, udeležencev ali prostovoljcev, zato morda niso tehnično popolne, a odražajo iskrenost.

Vsebina in občutek

Fotografije naj prikazujejo resnične ljudi, pristna čustva in pozitivno vzdušje. Izogibamo se poziranju in neposrednemu pogledu v kamero – cilj je spontanost in avtentičnost.

Barvna usklajenost

Za enoten videz je priporočljivo, da se barvna temperatura in svetlost fotografij čim bolj ujemata. Priporoča se uporaba prednastavljenega SLOSKI filtra v Lightroomu, ki zagotavlja vizualno konsistenco.



Fotografije so lahko lastne (interne) ali pridobljene od zunanjih fotografov, vendar morajo slediti zgoraj navedenim vizualnim smernicam



12.0

Primeri dobre prakse

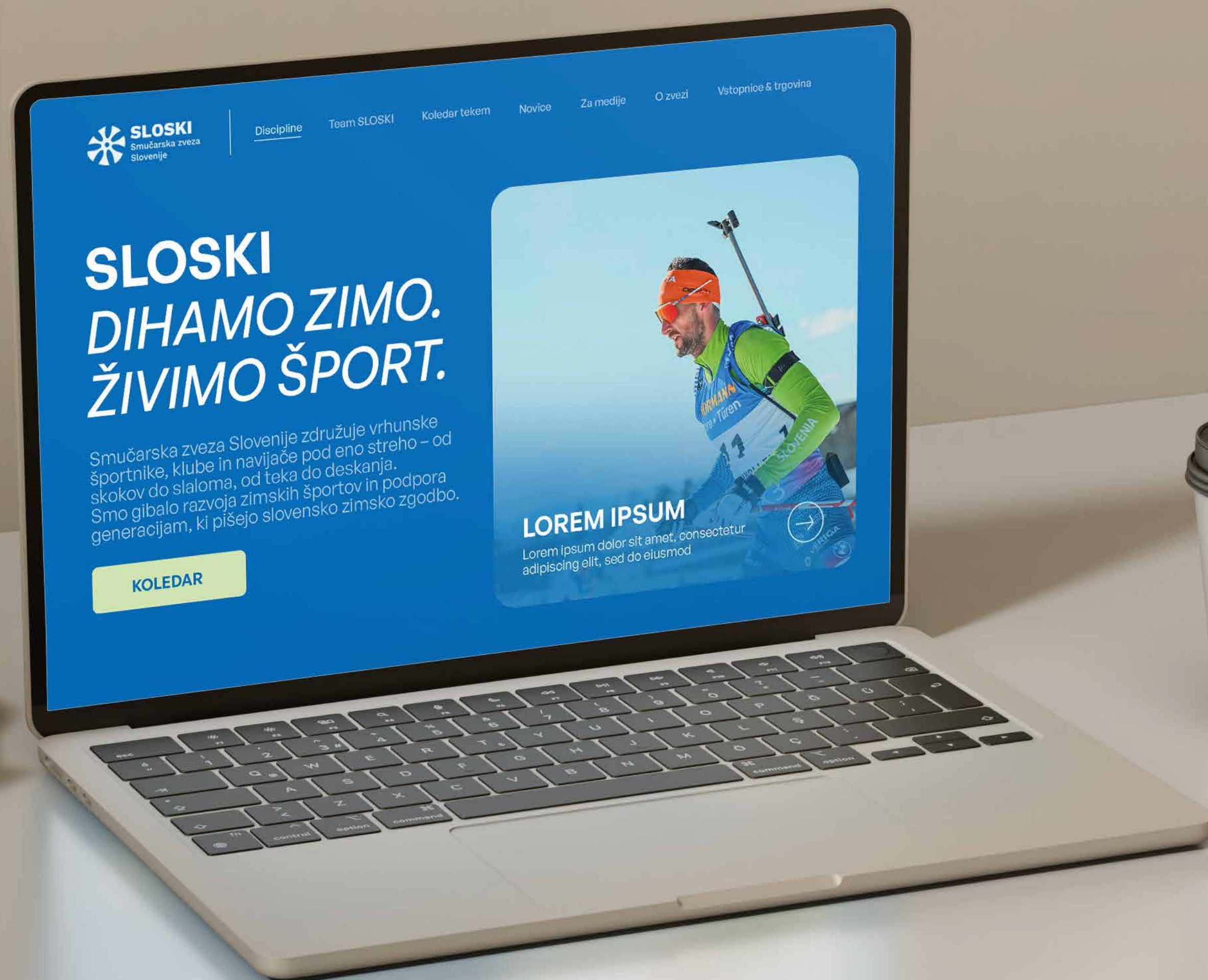
SKI FAST
JUMP HIGHER
AND DREAM BIG
WITH SLOSKI



SLOSKI
Smučarska zveza
Slovenije







9:41



SLOSKI



Lorem ipsum dolor sit amet,
consectetur adipiscing elit, sed
do eiusmod tempor incididunt



726 likes

SLOSKI Prvi zavoji, prvi nasmehi, prva ljubezen do
belih strmin. Prepoznate te male snežne
...more





/ RIDE FAST
/ FLY HIGH
AND CONQUER
THE SLOPES
WITH TEAM
SLOSKI



Hvala!

UPOŠTEVANJE SMERNIC

Hvala, da ste prebrali SLOSKI priročnik za vizualno podobo. Veseli bomo, če boste ta pravila dosledno upoštevali, saj bomo le tako zagotovili, da se naša blagovna znamka vedno predstavlja tako, kot je treba. Če se kje zatakne – vedno se vrnite k temu dokumentu.

POSODOBITVE

Če je ta dokument potrebno posodobiti – na primer z novimi barvami, tipografijo ali logotipi – prosimo, kontaktirajte oblikovalca.

KONTAKT

Če potrebujete dodatno pomoč glede katere koli datoteke ali informacije iz tega dokumenta, se obrnite na oblikovalca.



janja.junez@sloski.si

