



**snaga**

priročnik  
celostne  
grafične  
podobe



# osnovna pravila

## pregled

Uspešnost in dojemanje podjetja se ocenjuje tudi po tem, kako konsistentno, vizualno homogeno in v skladu s pravili oblikovalske stroke je zasnovana ter oblikovana njegova celostna grafična podoba. Snagina celostna grafična podoba je sestavljena iz petih osnovnih elementov, ki izražajo filozofijo in DNK podjetja ter jasno pozicionirajo podjetje v gospodarski in družbeni prostor Slovenije.

### **Snagin logotip**

Snagino drevo v pravokotniku je, dolgoletna konstanta, ki je dobro prepoznavna in sprejeta med prebivalci Ljubljane.

### **Snagin slogan**

“Čisto do vašega praga”: Snagino poslanstvo in cilje izraža na jedrnat in razumljiv način.

### **Snagina tipografija**

Kot nosilec vsebine in informacij s svojo obliko komunicira filozofijo, vizijo in ugled podjetja.

### **Snagine barve**

Videz in emocionalni vtis sta pomembni konstanti vizualne podobe podjetja.

### **Snagine vizualne konstante**

Snagine vizualne konstante, grafika in ilustracije izražajo Snagino poslanstvo in dejavnosti na vizualno atraktiven, obče razumljiv in prepoznanen način.

Uporaba predpisanih elementov in upoštevanje pravil celostne grafične podobe sta predpogoji in osnova za konsistentno vizualno podobo podjetja. Snaga ima enotno celostno grafično podobo s prepoznavno komunikacijo in jasnim razumljivim jezikom, s katerimi lahko doseže optimalni učinek samo takrat, ko se vseh pet osnovnih elementov uporablja pravilno in konsistentno, na vseh nivojih ter pri vseh elementih komunikacije.

1. Uporaba osnovnih elementov je obvezujoča za vsa komunikacijska orodja podjetja Snaga. Izjeme so dovoljene samo v posebnih primerih, ki jih mora potrditi izdelovalec celostne grafične podobe.
2. Barvno verzijo logotipa je treba uporabiti kjerkoli je to tehnično in komunikacijsko mogoče.
3. Uporaba enobarvne različice logotipa je odvisna od namena komunikacije in tehničnih omejitev reprodukcije logotipa.
4. Slogan je dodan logotipu, kjer je to komunikacijsko prikladno in tehnično mogoče. Priporočeno je, da se uporablja v vseh komunikacijskih orodjih.
5. Snagina zelena barva se uporablja v vseh komunikacijskih orodjih podjetja. Barve, ki izhajajo iz barvne razdelitve frakcij odpadkov, se uporabljajo samo pri komunikaciji teh frakcij.
6. Uporablja se tipografija Helvetica Neue.
7. Izjeme so dovoljene samo v posebnih primerih in jih mora potrditi izdelovalec celostne grafične podobe.

# logotip

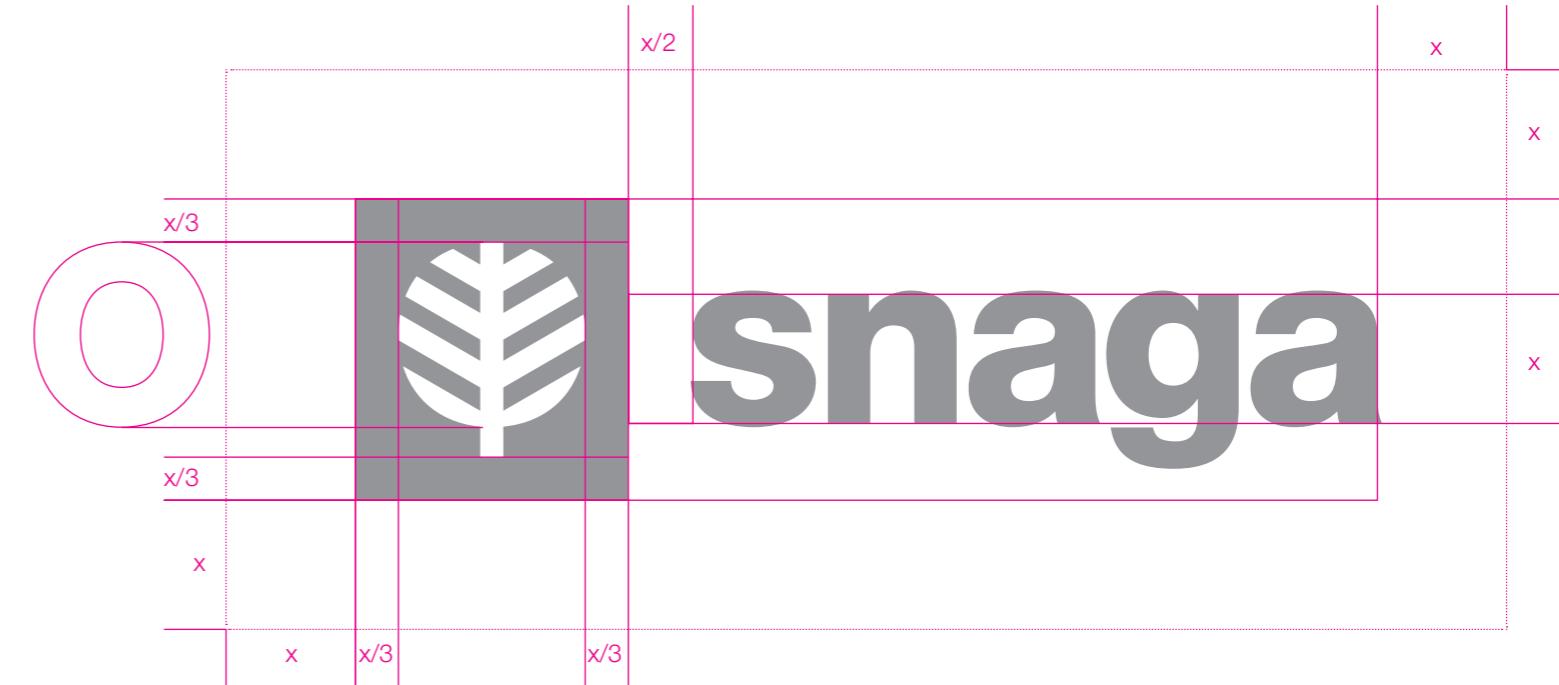
Snagin logotip je visoko prepoznaven tako med prebivalci Mestne občine Ljubljana kot tudi v sosednjih primestnih občinah. Snagin logotip je najpomembnejši izmed petih osnovnih elementov celostne grafične podobe.

## Jasna pravila

Nova, jasno določena pravila za uporabo Sna- ginega logotipa bodo okrepila podobo podjetja in zagotovila unikatnost logotipa ter njegovo vizualno atraktivnost in prepoznavnost. Dosledno sledenje tem pravilom omogoča pravilno upora- bo logotipa v različnih komunikacijskih orodjih.

## Struktura logotipa

Celoten logotip izvira iz napisa "snaga". Velikost krošnje drevesa je enaka velikosti velike tiskane črke O v izbrani tipografiji. Napis je v tipografiji Helvetica Neue Black, – 25 % "optical kerning"



#### **Uporaba in najmanjša velikost logotipa**

Najmanjša dovoljena višina logotipa je 5 mm.

5 mm [ snaga ]

#### **Dovolj praznega prostora**

Logotip Snage mora biti vedno obdan z zadostno površino praznega prostora. Optimalni učinek logotipa je odvisen od praznega prostora, ki ga obdaja. Priporočena razdalja do najbližjega objekta oz. napisa je dodaten pravokotnik logotipa.



Najmanjša dovoljena razdalja je velikost male črke napisa Snaga.



#### **Barve logotipa**

Logotip naj se uporablja v barvni različici. V izrednih primerih se logotip lahko pojavlja tudi v enobarvni različici.



#### **Logotip na barvni podlagi**

Logotip naj se uporablja v barvni različici, v izrednih primerih pa se logotip lahko pojavlja tudi v enobarvni različici.

Pri temnejših barvnih podlagah se napis pojavi v negativu.

#### **Dodatna pravila za uporabo logotipa Snaga**

- Snagin logotip nikoli ne sme biti sestavni del drugih logotipov ali znakov. Vedno mora biti postavljen samostojno.
- Snagin logotip ne sme biti integriran z ali postavljen direktno ali indirektno v ali na druge grafične elemente (črte, krivulje, oblike itd.).
- Izjema: kot ozadje, npr. kot vodni žig, lahko uporabljamo Snagin logotip kot celoto ali kot del vzorca.

# slogan

Snagin slogan "Čisto do vašega praga" jedrnatno in učinkovito ubeseduje poslanstvo in vizijo podjetja. Snagini zaposleni čutijo, razmišljajo in delujejo v skladu s to povedjo. Uporaba in distribucija slogana v komunikacijskih orodjih je tako istočasno Snagin navdih in odgovornost.

**Naše poslanstvo in vizija v eni povedi.**  
Slogan pripada celotnemu podjetju, vsem oddelkom, vsem zaposlenim in vsem uporabnikom Snaginih storitev.

Slogan se vedno uporablja skupaj z logotipom. Uporaba je dovoljena samo v postavitvi in barvah, ki so prikazane v nadaljevanju priročnika celostne grafične podobe.

Napis je v tipografiji Helvetica Neue Light, 8 % optical kerning

## Barvne različice



čisto do vašega praga



čisto do vašega praga



čisto do vašega praga



čisto do vašega praga



čisto do vašega praga



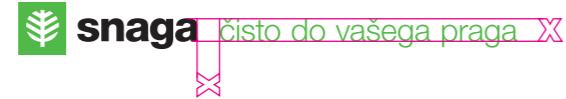
čisto do vašega praga



---

**Postavitev slogana v odnosu do logotipa**

Slogan ne posega v prazen prostor logotipa, vendar je naslonjen na skrajni rob, ki označuje najmanjšo dovoljeno razdaljo.

**Dovolj praznega prostora**

Logotip in slogan Snage morata biti vedno obdana z zadostno površino praznega prostora.

Optimalni učinek logotipa s sloganom je odvisen od zadostnega praznega prostora. Priporočena razdalja do najbližjega objekta ali napisa je dodaten pravokotnik logotipa na vse štiri strani. Najmanjša dovoljena razdalja je velikost male črke napisa Snaga na vse štiri strani.



# tipografija

Filozofijo in vizijo podjetja odraža tudi osrednja tipografija celostne grafične podobe. Tipografija, skupaj z drugimi osnovnimi elementi, pomaga narediti vsako Snagino sporočilo prodorno in zaupanja vredno.

Tipografija je prav tako oblikovni element Snagine identitete. Njena uporaba je jasno določena in optimalni učinek je dosežen samo z doslednim upoštevanjem pravil.

Snagina tipografija je družina Helvetica Neue. Helvetica Neue je uravnotežena, brezčasna in vizualno izčiščena. Tipografija je prepoznavna in lahko berljiva.

Helvetica Neue se uporablja v čisto vseh elementih komunikacije podjetja, vključno z naslovi, samim besedilom in poudarki besedila.

## Helvetica Neue 45 Light

ABCČDEFGHIJKLMNOPQRSŠTUVWXYZ  
abcčdefghijklmnopqrsštuvwxyz  
1234567890;,:!#"#\$%&/()=?\*+

## Helvetica Neue 55 Roman

ABCČDEFGHIJKLMNOPQRSŠTUVWXYZ  
abcčdefghijklmnopqrsštuvwxyz  
1234567890;,:!#"#\$%&/()=?\*+

## Helvetica Neue 75 Bold

ABCČDEFGHIJKLMNOPQRSŠTUVWXYZ  
abcčdefghijklmnopqrsštuvwxyz  
1234567890;,:!#"#\$%&/()=?\*+

## Helvetica Neue 85 Heavy

ABCČDEFGHIJKLMNOPQRSŠTUVWXYZ  
abcčdefghijklmnopqrsštuvwxyz  
1234567890;,:!#"#\$%&/()=?\*+

### Velikosti pisave

Velikosti pisave v besedilu morajo biti proporcionalne v medsebojnem odnosu. Velikosti naj bodo identične ali povečane 1.5x, 2x, 2.5x itd.

### Oblikanje besedila

Razmik med vrsticami v naslovih (kjer se uporablja font Bold ali Heavy) naj bo med 100 % do 110 % velikosti tipografije.

V tekstu naj bo razmik v vrednosti 120 % velikosti tipografije.

### Kerning besedila (InDesign)

Do 10 pt: kerning +5

Od 10 pt do 50 pt: kerning -10 do 0

Nad 50 pt: kerning -30 do -100

### Poravnava

Predpisana je leva poravnava z nastavljivo srednje grob desni rob (semi-ragged setting).

### Izjeme

Za spletna in digitalna komunikacijska orodja se uporablja sistemski tipografija Arial.

Če tipografija Helvetica Neue ni na razpolago, se lahko uporabi tudi standardna verzija Helvetcije.

---

**Naslovi in napisи z obrobo**

Naslovi v besedilu in imena frakcij odpadkov so zapisani z obrobo. Debelina obrobe je enaka debelini črke z zaobljenimi vogali.



# barve

Barve omogočajo razlikovanje stvari in predmetov ter pomagajo pri orientaciji in komunikaciji. Prepoznavanje barv je ena izmed najpomembnejših lastnosti človekovega zaznavanja. Barve so tiste, ki prve omogočajo hitro prepoznavanje in razumevanje okolja ter nam pomagajo uvrstiti stvari v naš koncept sveta.

## Barve in prepoznavanje

Raziskave trga so pokazale, da so podjetja, ki v vseh svojih komunikacijah dosledno uporabljajo predpisane barvne sheme, lažje in hitreje prepoznavna, njihova sporočila pa lahko z večjo zanesljivostjo pripisemo pošiljatelju.

Snagina zelena in črna bosta z dosledno uporabo postali jasni razlikovalki Snaginih sporočil. Na ta način bomo povečali prepoznavnost in posledično učinkovitost Snagine komunikacije. Snagino celostno grafično podobo oblikujemo na dolgi rok in ustvarjamo emocionalno platformo za Snagino oblikovanje.

Snagina barva je zelena, ki se ji pridruži črna.

Asociacija, ki jo zbuja Snagina zelena se optimalno sklada s temeljno vrednoto in poslanstvom Snage, ki ju povzema slogan "Čisto do vašega praga". Barve, še posebej zelena, so osnova Snagine vizualne podobe in komunikacije.

## Snagine barve

Barve so natančno določene in so uporabljene na vseh področjih komunikacije in arhitektуре podjetja. Vse barve so definirane v različnih lestvicah. Druge barve ali odtenki barv niso dovoljeni.



Snaga Zelena

70/0/100/0

80/184/72

#50B848

361

Snaga Črna

0/0/0/100

0/0/0

#000000

Black

### CMYK

### RGB

### Web

### Pantone

---

**Snagine barve frakcij**

Natančna uporaba točno določenih barv za različne frakcije odpadkov omogoča takojšno prepoznavnost in asociacijo barve z njej določeno frakcijo.



Embalaža Rumena
0/5/80/0
255/232/80
#FFE850
107

Papir Modra
100/45/0/0
0/119/192
#0077C0
2935

Steklo Zelena
100/0/85/3
0/116/97
#00A161
347

Biološko Rjava
0/45/45/35
174/113/93
#AE715D
7415

Preostanek Siva
0/2/0/70
109/108/111
#6D6C6F
Cool Gray 11

Kosovno Modra
60/0/5/0
74/199/233
#4AC7E9
2985

Nevarno Rdeča
0/90/75/0
239/64/68
#EF4044
185

Gradbeno Oranžna
0/50/100/0
247/148/30
#F7941E
152

<b>CMYK</b>
<b>RGB</b>
<b>Web</b>
<b>Pantone</b>

# vizualije

Snagina glavna ilustracija predstavlja Zmaja Pometaja. Zmaj Pometaj je simpatičen lik, ki izhaja iz simbola mesta Ljubljane.

Ilustriran je v slogu, ki je privlačen tako za najmlajše kot za starejšo populacijo. Učinkovito ga lahko uporabimo v raznovrstnih sporočilih, saj mu lahko enostavno dodajamo različne elemente.

Ilustracije različnih vrst frakcij odpadkov nazorno, razumljivo in prepoznavno označujejo posamezne vrste odpadkov.

## Zmaj Pometaj

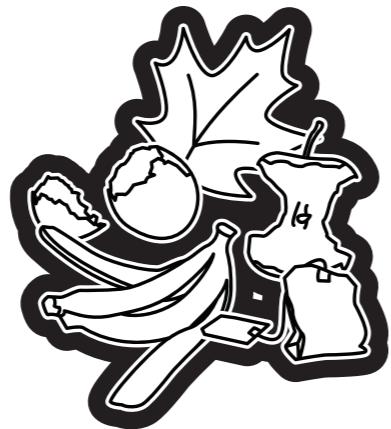
Ilustracijo Zmaja Pometaja uporabljam v raznovrstnih Snaginih komunikacijskih orodjih: zloženke, plakati, letaki, nalepke, gigant plakati, spletni pasice, označevalne table in označevanje vozil itd.



---

**Ilustracije posameznih frakcij odpadkov**

Ilustracije imajo preproste linije, ki omogočajo enostavno in razumljivo ponazoritev posamezne frakcije odpadkov. Ilustracije so črno bele s črno obrobo.

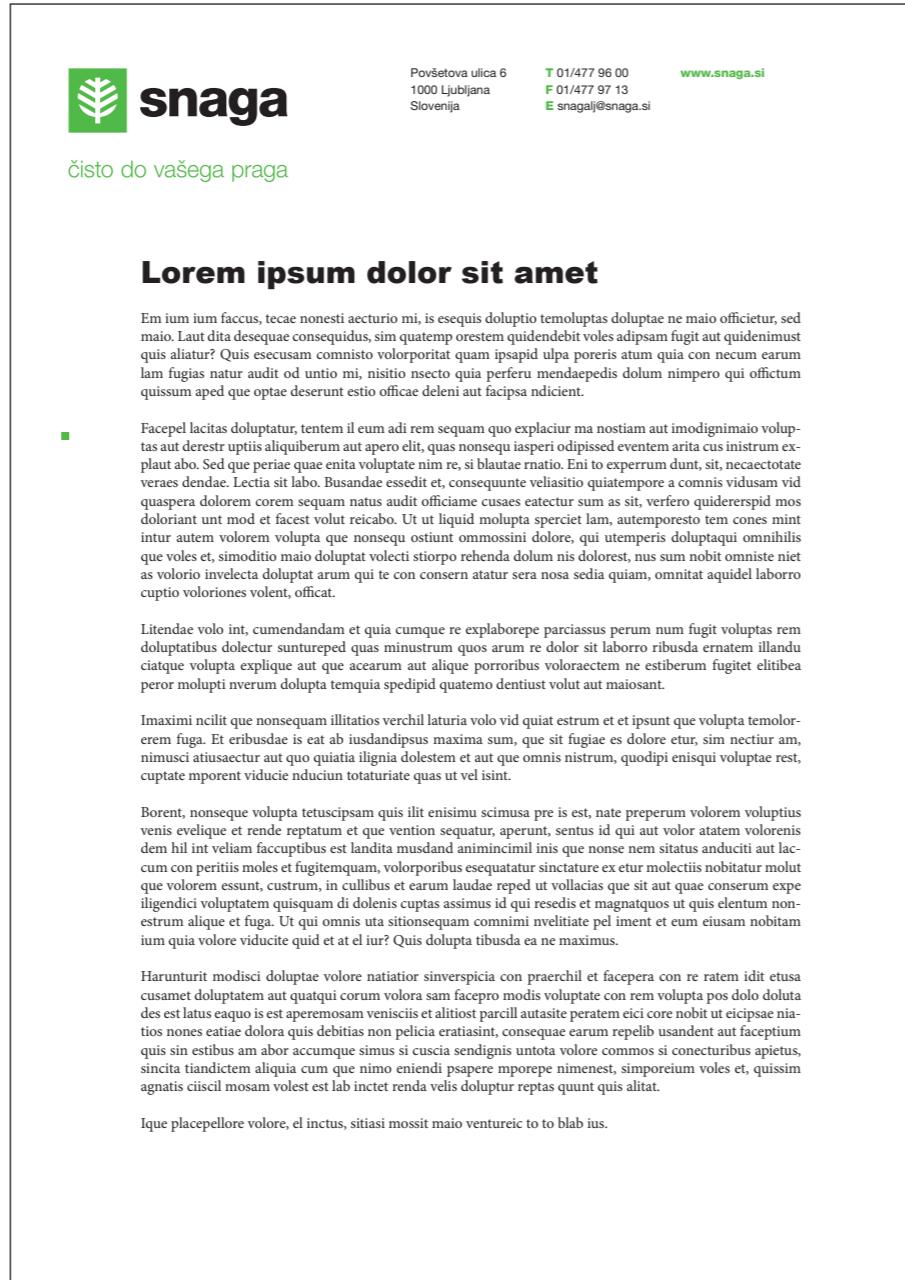


# poslovne tiskovine

V vsakodnevni izmenjavi informacij so vsebinsko in oblikovno kakovostne poslovne tiskovine ključni element poslovne kulture podjetja. Vsak poslan dopis ali izročena vizitka odraža temeljne vrednote podjetja. Z modernimi, dobro oblikovanimi poslovnimi tiskovinami zlahka komuniciramo poslanstvo in vizijo podjetja, ki mu zaupa tako splošna kot strokovna javnost.

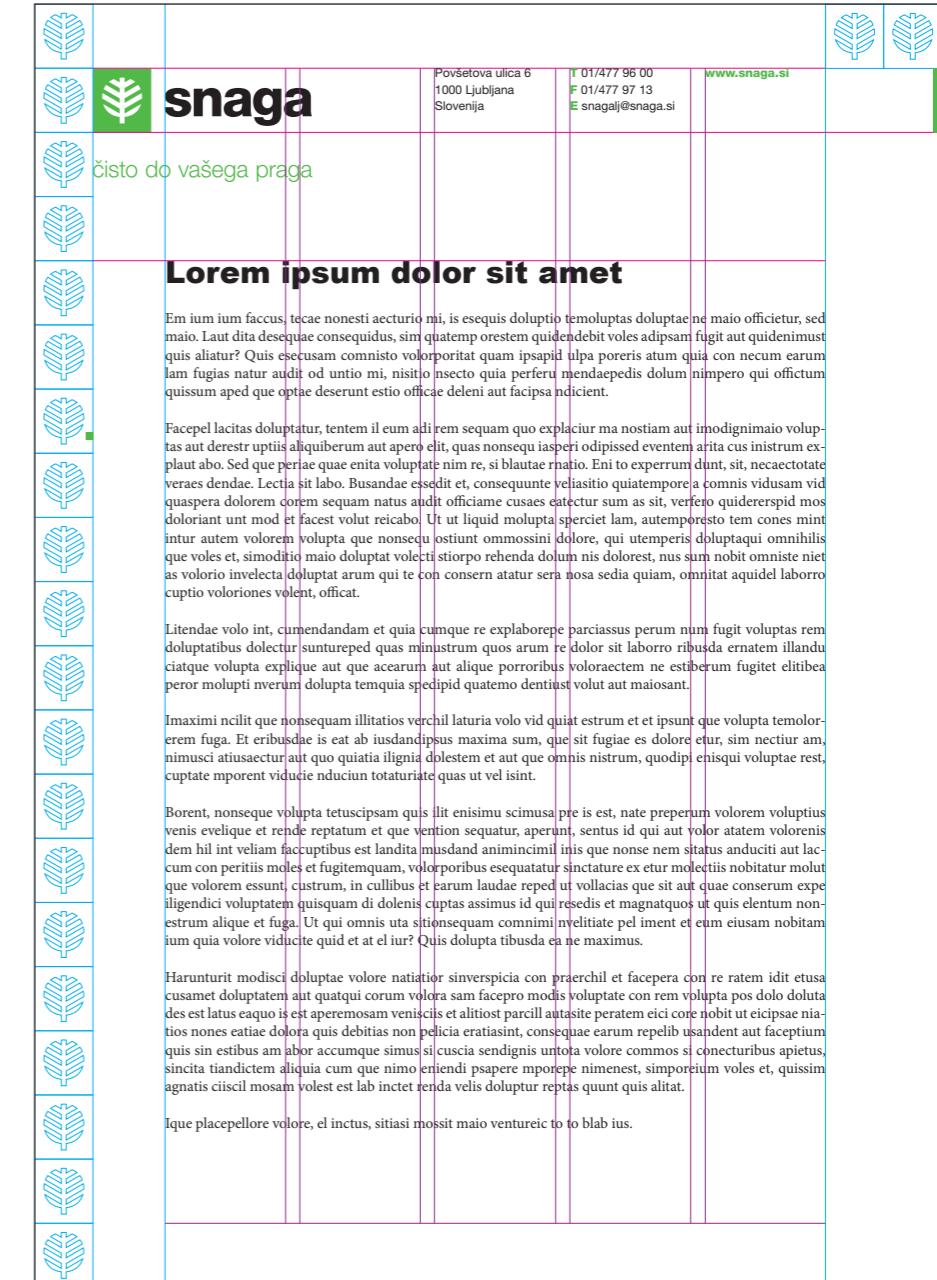
## Snagin dopis

Snagin logotip s sloganom je skupni vizualni simbol in najpomembnejši oblikovalski element na vseh poslovnih tiskovinah. Dopis, kot osrednje poslovno komunikacijsko orodje, je oblikovan v soglasju z uniformiranim sistemom, kar zagotavlja konsistenten videz dopisa.



## Struktura snaginega dopisa

Višina Snaginega logotipa je enaka 1/20 višine dopisa. Glede na velikost logotipa so določeni tudi odmiki od robov.



### **Snagina vizitka**

Tako kot dopis tudi vizitka nosi Snagin logotip s sloganom kot najpomembnejšima oblikovalskima elementoma. Višina Snaginega logotipa je pri vodoravnem formatu enaka 1/10 višine vizitke.



### **QR koda na zadnji strani**

V današnji visokotehnološki družbi, kjer so po-membni podatki spravljeni na mobilnih napravah, nam QR koda (quick response) na zadnji strani vizitke omogoča hiter prenos podatkov z vizitke v pametne telefone.



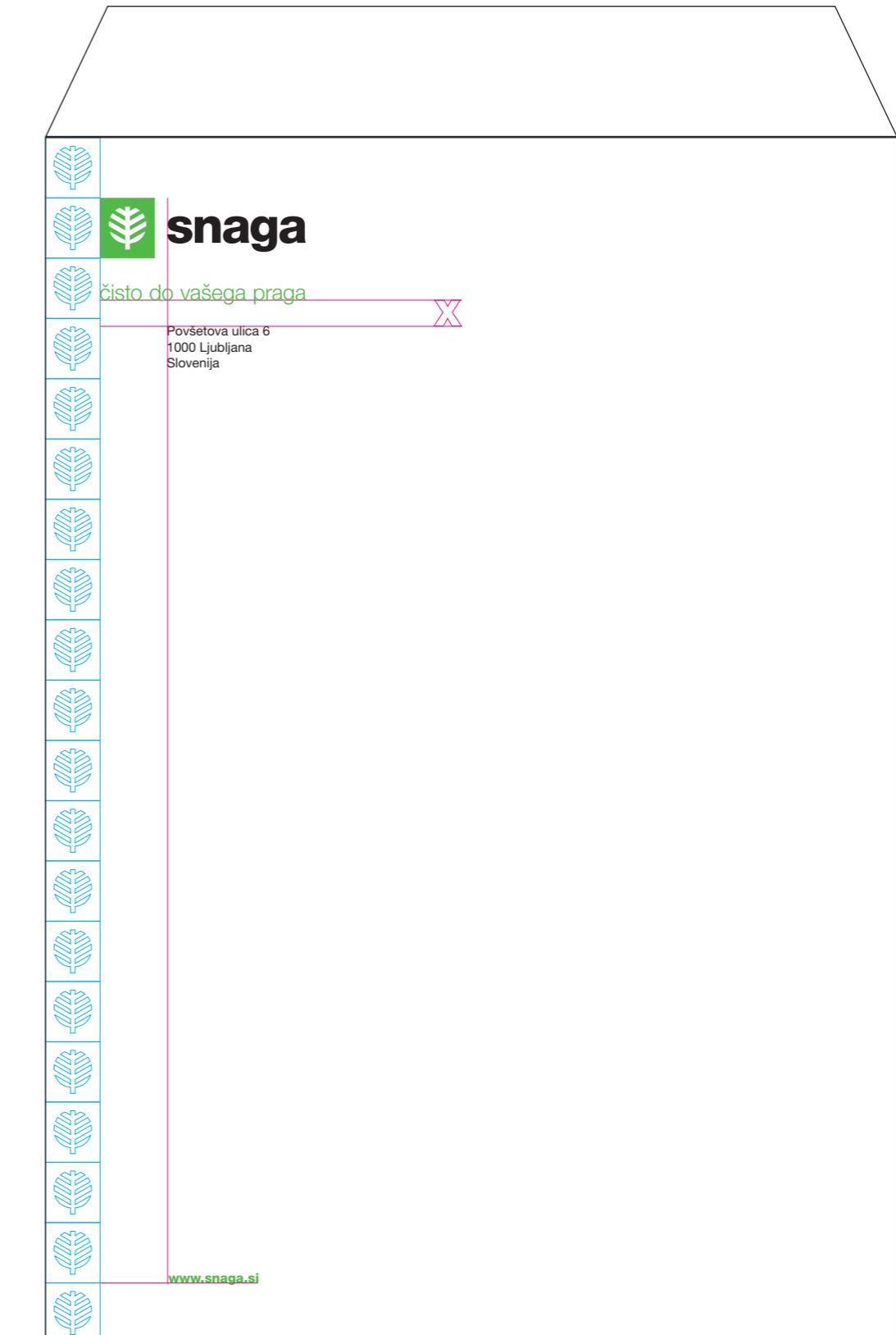
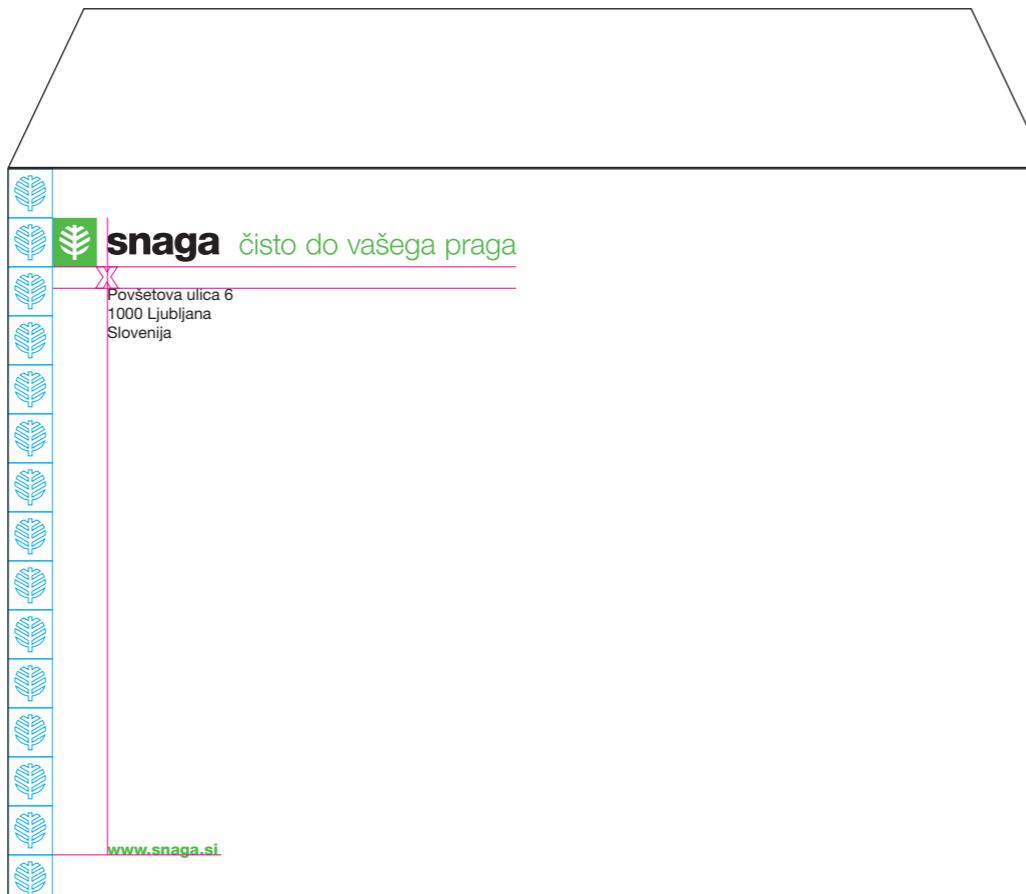
### **Podatki na vizitki**

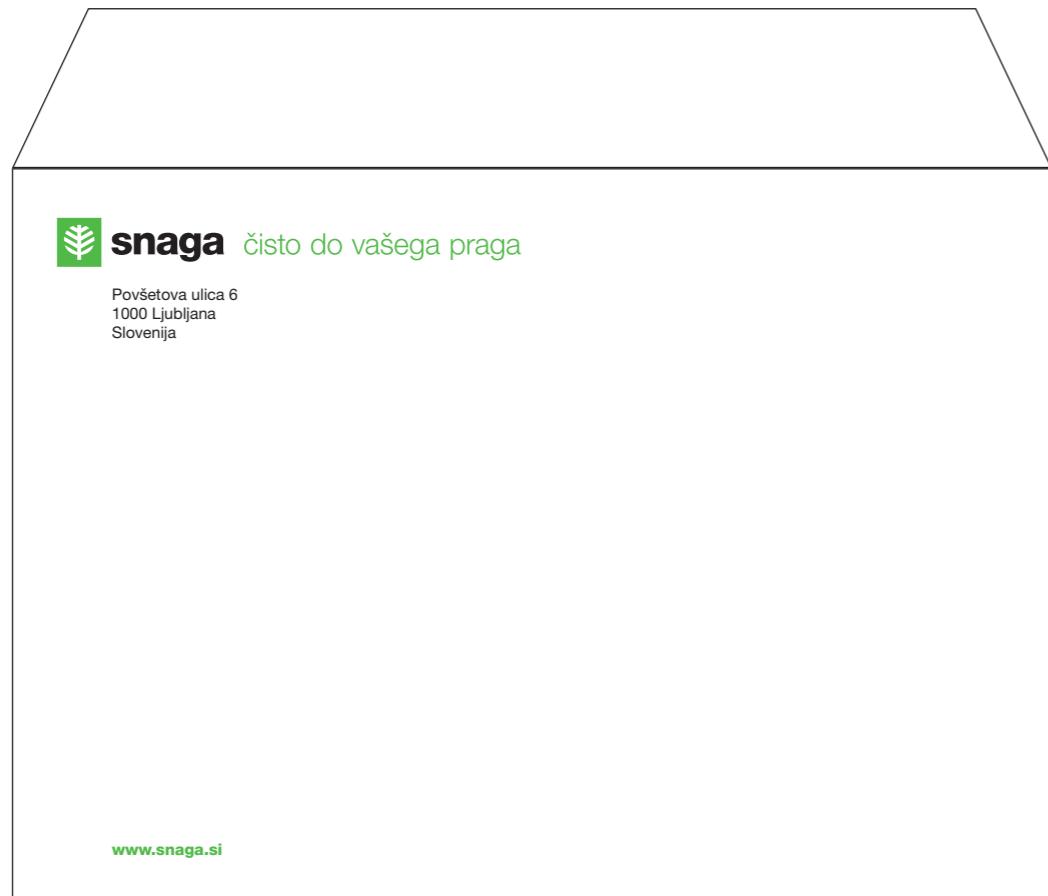
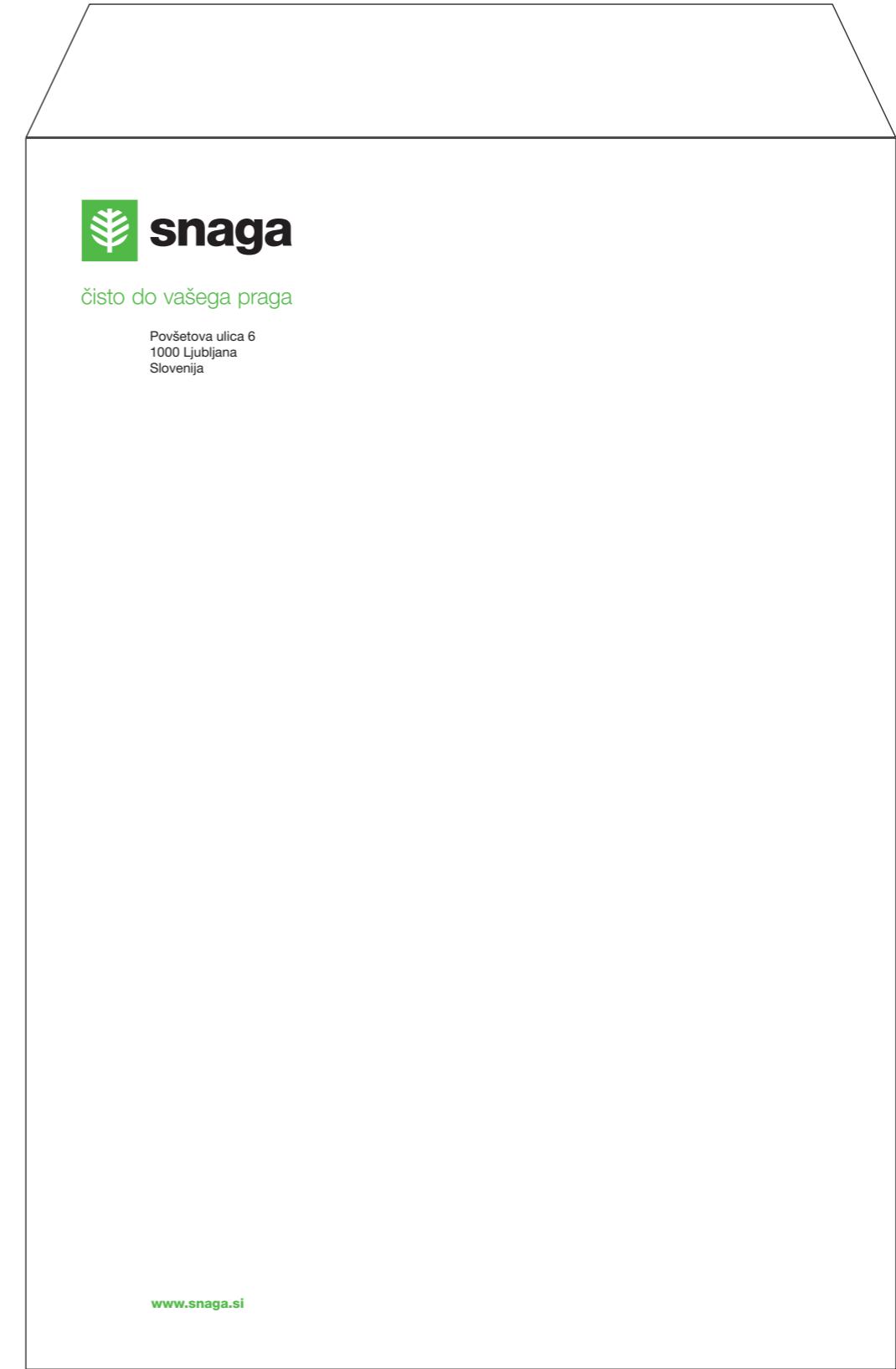
Ime	Obvezno
Izobrazba	Opcijsko
Delovno mesto	Obvezno
Naslov podjetja	Obvezno (dve vrsti)
Spletna stran podjetja	Obvezno
Mobilni telefon	Opcijsko
Direktna linija	Obvezno
Faks	Obvezno
Elektronska pošta	Obvezno

# poslovne tiskovine

## Struktura Snagine kuverte

Kuverte se držijo pravila višine logotipa glede na format: 1/10, 1/15 in 1/20 višine formata.





# tiskovine

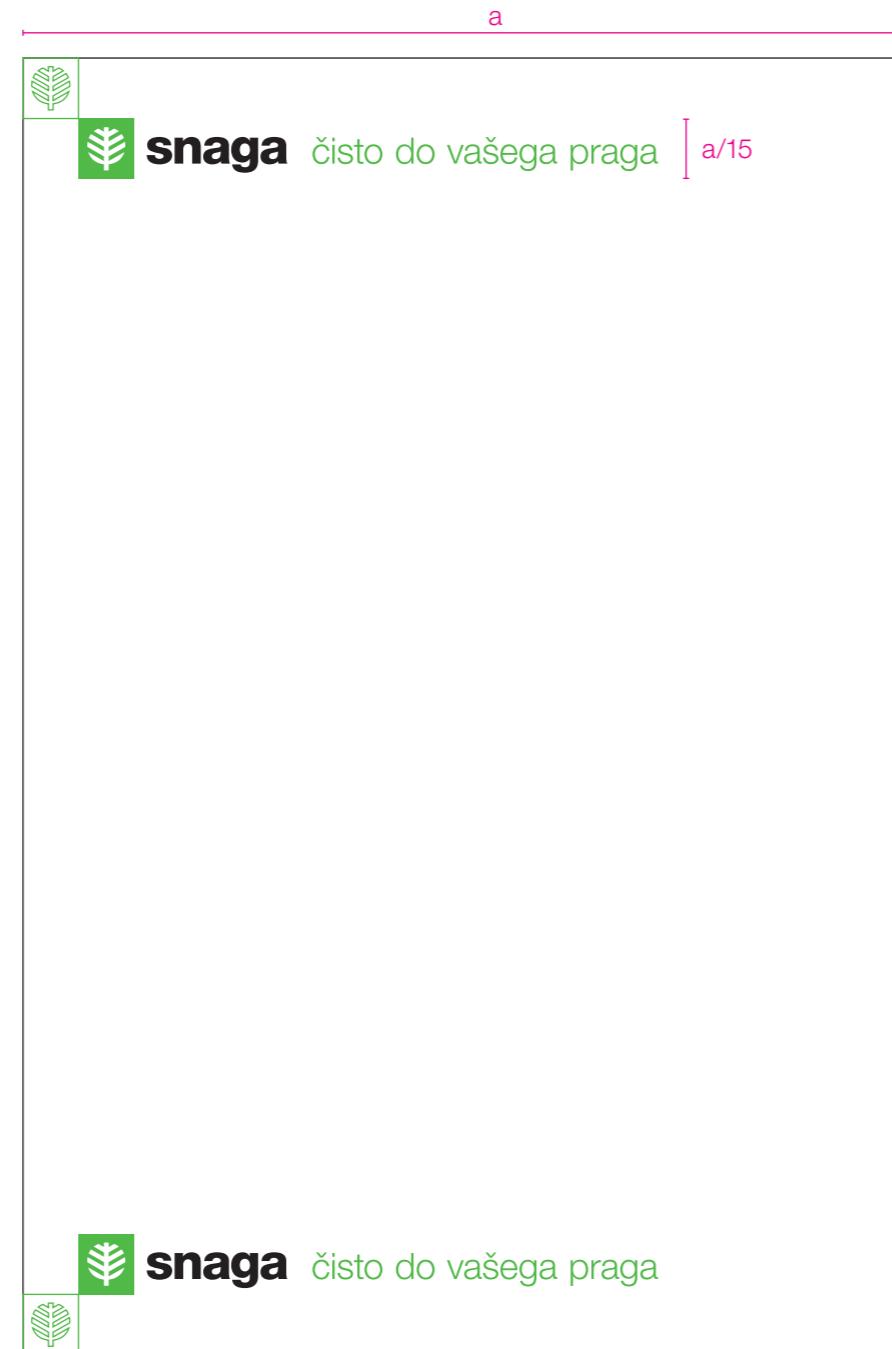
Tukaj predstavljene smernice za tiskane publicacije vsebujejo obvezujoča pravila in razlagalne primere pravilne in optimalne uporabe Snagine celostne grafične podobe.

Oblikovanje predstavljenih tiskovin, kot so plakati, brošure, letaki ipd., sledi predstavljenim pravilom.

## Razmerja - pokončen format

Višina logotipa mora biti enaka 1/15 razdalje krajše stranice formata tiskovine. Logotip mora biti od levega roba zamknjen za vsaj eno širino in od zgornjega oz. spodnjega roba za višino velikosti znaka logotipa.

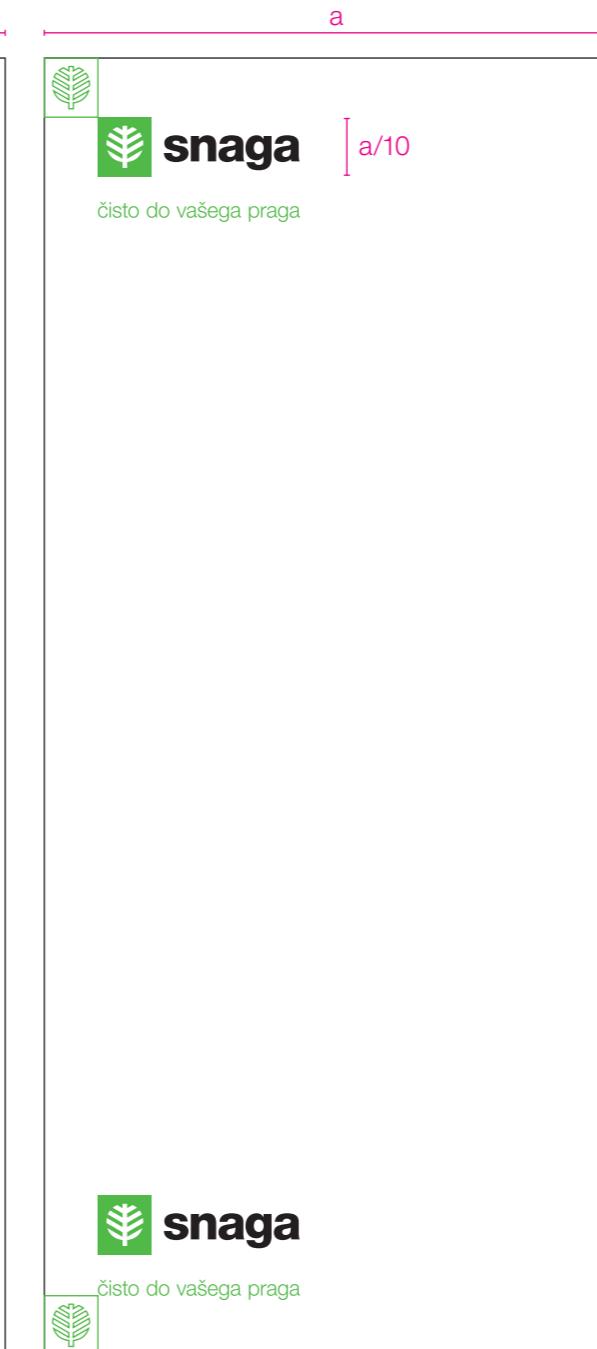
Logotip se lahko pojavlja na zgornjem ali na spodnjem delu tiskovine. V vseh primerih se lahko pojavlja Snagin logotip s sloganom desno od logotipa ali s sloganom pod logotipom.



## Razmerja - ozek pokončen format

Kjer je razmerje med stranicama formatov večje kot 1:2 priporočamo uporabo logotipa, katerega višina je enaka 1/10 krajše stranice.

Logotip mora biti od levega roba zamknjen za vsaj eno širino in od zgornjega oz. spodnjega roba za višino velikosti znaka logotipa.

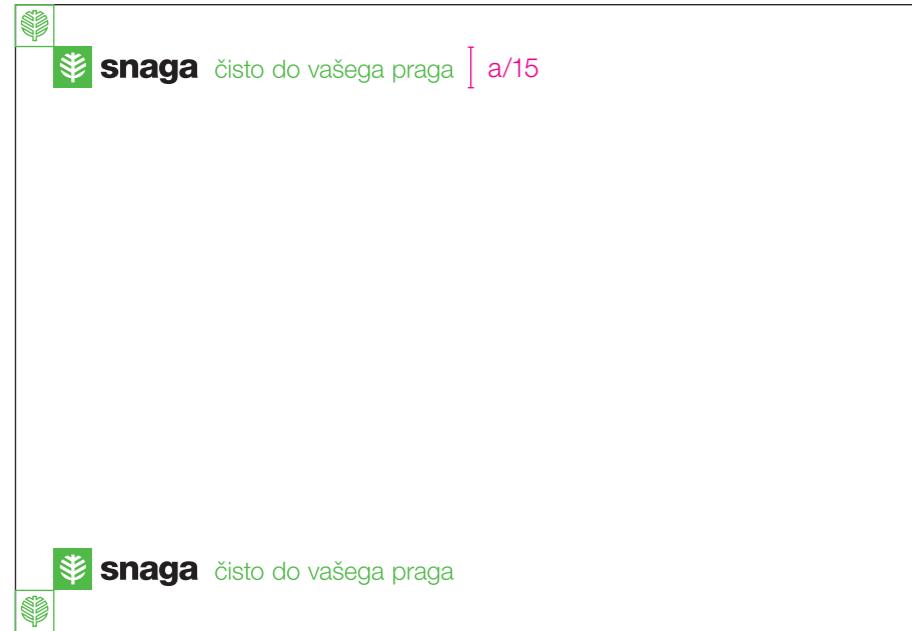


#### Razmerja - ležeč format

Višina logotipa mora biti enaka 1/15 razdalje krajše stranice formata tiskovine. Logotip mora biti od levega roba zamaknjen za vsaj eno širino in od zgornjega oz. spodnjega roba za višino velikosti znaka logotipa.

Logotip se lahko pojavlja na zgornjem ali spodnjem delu tiskovine.

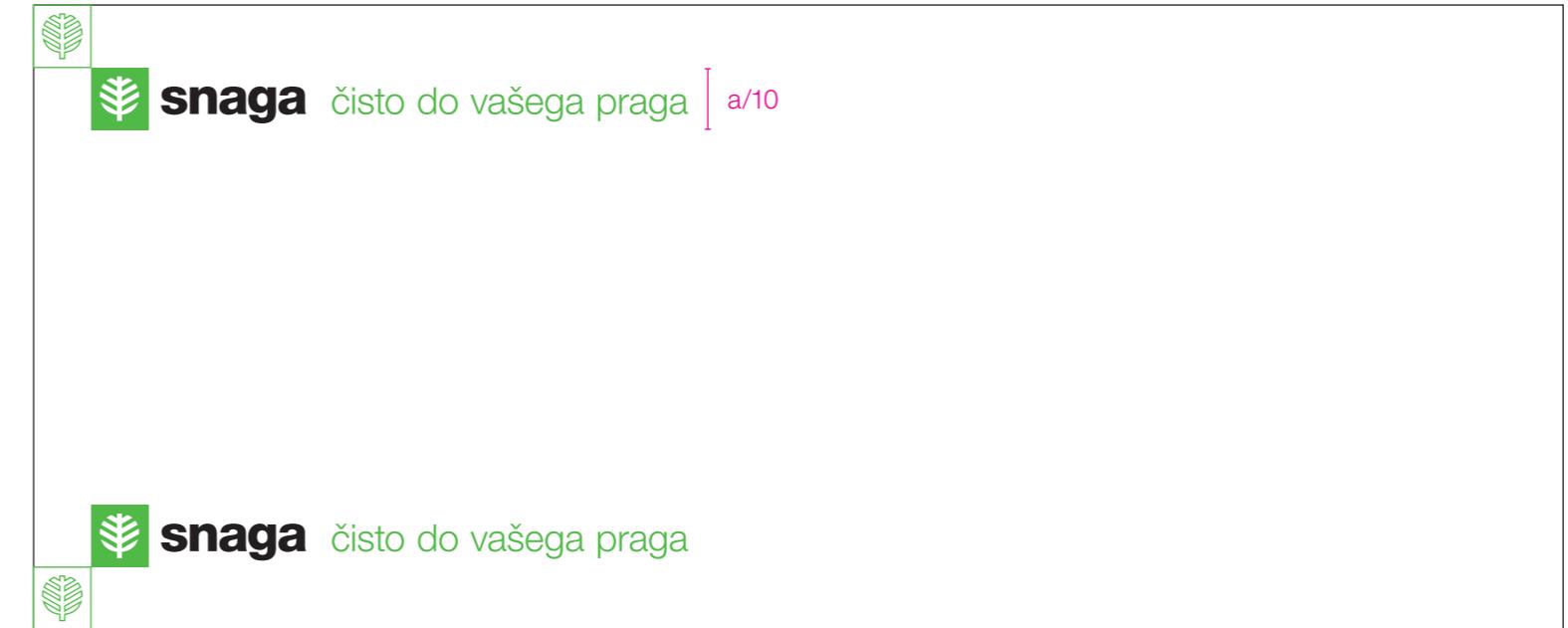
V vseh primerih se lahko pojavlja Snagin logotip s sloganom desno od logotipa ali s sloganom pod logotipom.



#### Razmerja - dolg ležeč format

Kjer je razmerje med stranicama formatov večje kot 1:2 priporočamo uporabo logotipa, katerega višina je enaka 1/10 krajše stranice.

Logotip mora biti od levega roba umaknjen za vsaj eno širino in od zgornjega oz. spodnjega roba za višino velikosti znaka logotipa.



# oglaševanje

Snagina predpisana komunikacija je najbolj prepoznavna in vidna skozi različna komunikacijska orodja, namenjena splošni javnosti.

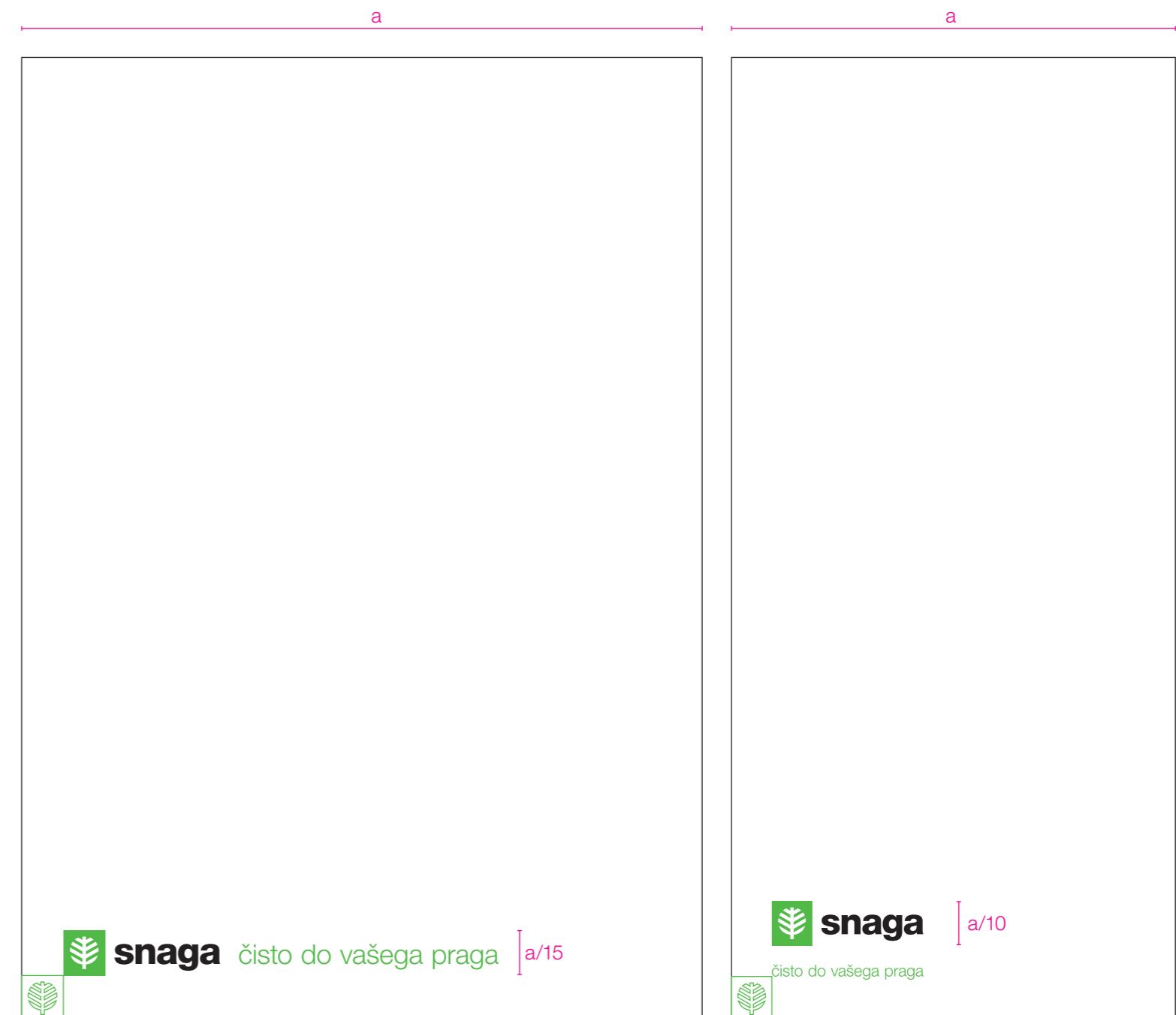
Zato morajo vsi komunikacijski elementi (od oglasov do letakov) slediti minimalnim oblikovalskim pravilom, četudi predstavljajo zelo različne konceptualne rešitve.

Cilj komuniciranja korporativne podobe podjetja Snaga in njegovih storitev je splošni javnosti učinkovito približati Snagina sporočila. Zato se Snagin logotip in slogan "Čisto do vašega praga" vedno pojavljata skupaj, saj sta najpomembnejša elementa Snagine komunikacije, ki združujeta poslanstvo, vrednote in vizijo podjetja.

Logotip naj se uporablja v barvah in pozicionira vedno levo spodaj.

## Razmerja pokončen format (A4)

Najmanjša višina logotipa = 1/15 krajše stranice.



## Razmerja ozek pokončen format

Najmanjša višina logotipa = 1/10 krajše stranice  
Za izjemno ozke formate se uporabi logotip s podpisanim sloganom in upošteva dovoljen prazen prostor okoli logotipa.

---

**Razmerja pokončen format**

Najmanjša višina logotipa = 1/15 krajše stranice.

**Razmerja dolg ležeč format**

Najmanjša višina logotipa = 1/10 krajše stranice.

