



AGENCIJA ZA ELEKTRONSKE KOMUNIKACIJE I
POŠTANSKU DJELATNOST

Broj: 0102-7366/1

Podgorica, 10. 12. 2025. godine

**JAVNI KONKURS
ZA IDEJNO RJEŠENJE VIZUELNOG IDENTITETA
AGENCIJE ZA ELEKTRONSKE KOMUNIKACIJE I
POŠTANSKU DJELATNOST (EKIP)**

1. Predmet konkursa

Predmet konkursa je dizajn vizuelnog identiteta i logoa Agencije za elektronske komunikacije i poštansku djelatnost.

Konkursni rad treba da sadrži logotip (grafički element) sa akronimom - „EKIP“, u kolor i crno-bijeloj verziji rješenja.

2. Naručilac

Organizator konkursa, odnosno naručilac jedinstvenog idejnog rješenja vizuelnog identiteta i logoa je Agencija za elektronske komunikacije i poštansku djelatnost (čiji skraćeni naziv je EKIP), PIB: 02326710, sa sjedištem u Podgorici, na adresi Bulevar Džordža Vašingtona br. 56, koju zastupa Marija Konjević, direktorica (u daljem tekstu: „Naručilac“).

Odluku po konkursu donosi Savjet Agencije za elektronske komunikacije i poštansku djelatnost (u daljem tekstu: Savjet).

3. Cilj

Cilj konkursa je izbor jedinstvenog idejnog rješenja vizuelnog identiteta Naručioca.

4. Polazišta i okvir konkursa

Identitet i vrijednosti: Logo treba da odražava identitet i vrijednosti Naručioca, u skladu sa Zakonom o elektronskim komunikacijama i Zakonom o poštanskim uslugama. Važno je da vizuelno rješenje bude prepoznatljivo, moderno i relevantno za široku publiku.

Prepoznatljivost: Vizuelni identitet treba da bude jedinstven i prepoznatljiv. Logo bi trebao biti lako pamtljiv.

Estetika i kreativnost: Dizajn logoa treba da bude estetski privlačan, kreativan i jednostavan. Korišćenje boja, tipografije i oblika treba da bude pažljivo odabrano kako bi se postigao vizuelni utisak koji odgovara prepoznatljivosti Naručioca, kao nezavisnog regulatornog tijela za oblast elektronskih komunikacija i poštanskih usluga, koji djeluje u cilju unapređenja regulatornih i tržišnih uslova za obavljanje djelatnosti elektronskih komunikacija i poštanskih usluga, dodjele ograničenih resursa: radio-frekvencija i numeracije.

Prilagodljivost: Logo treba da bude fleksibilan i prilagodljiv različitim formatima i veličinama, lako primjenjiv na različite platforme i medije, uključujući televiziju, digitalne kanale i štampane materijale. Trebao bi izgledati dobro, kako na malim ekranima kao što su mobilni telefoni, tako i na velikim površinama poput televizijskog ekrana, konferencijskog panoa i slično.

Originalnost: Od učesnika se očekuje da predstave originalna rješenja koja se ističu i izdvajaju od drugih logoa u medijskom i širem kontekstu. Kopiranje ili plagiranje tuđih dizajnerskih radova nije dozvoljeno i rezultiraće diskvalifikacijom.

Jednostavnost i jasnoća: Logo treba da bude jednostavan i jasan u svojoj kompoziciji kako bi bio lako prepoznatljiv i čitljiv.

Napomena: Ove smjernice služe kao okvir i vodič za izradu logoa za Naručioca, ali učesnici imaju slobodu da se kreativno izraze i predstave originalne ideje koje se usklađuju sa ciljevima Naručioca.

Više informacija o djelatnosti Naručioca učesnici konkursa mogu naći na web sajtu Naručioca www.ekip.me, kao i u Zakonu o elektronskim komunikacijama („Službeni list Crne Gore“, broj 100/24) i u Zakonu o poštanskim uslugama („Službeni list Crne Gore“, br. 57/11, 55/16, 55/18, 84/24).

5. Opšti uslovi

5.1. Formalne odlike konkursa

Konkurs je javan, jednostepen i anoniman.

Učesnici konkursa trebaju dostaviti idejno rješenje logotipa.

Idejno rješenje treba da uključuje:

- logotip sa akronimom – „EKIP“,
- minimalnu udaljenost oko logotipa koja mora ostati prazna,
- pravilnu i nepravilnu upotrebu logotipa na različitim pozadinama,
- tekstualno obrazloženje ponuđenog rješenja (do 1.000 riječi),
- izgled predloženog rješenja pored kojeg treba da stoji pun naziv Naručioca, na CSBH jeziku – „Agencija za elektronske komunikacije i poštansku djelatnost“ i na engleskom jeziku – „Agency for Electronic Communications and Postal Services“,
- primjena logotipa na sljedećim materijalima: memorandumu, poslovnom pismu, e-mail potpisu, prostornom obilježavanju/info tabli u enterijeru i eksterijeru, na vozilu (automobilu) i vizit kartici sa punim nazivom Naručioca.

Savjet će, od prijavljenih radova, izabrati tri rada koja će rangirati. Nakon završenog rangiranja autor prvorangiranog rješenja mora dostaviti Knjigu grafičkih standarda i ostalu potrebnu dokumentaciju vezanu za upotrebu logotipa, koja je navedna u tački 11.

5.2. Pravo učešća

Pravo učešća imaju sva pravna i fizička lica sa teritorije Crne Gore (individualno ili u grupi) – pravno lice registrovano u Crnoj Gori ili fizičko lice koje je državljanin Crne Gore sa stalnim prebivalištem tj. strani državljanin sa dozvolom za stalni boravak u Crnoj Gori. Moguće je poslati više od jednog rješenja, pri čemu se svako rješenje dostavlja kao pojedinačno rješenje (prijava) sa cjelokupnom pratećom dokumentacijom.

5.3. Sukob interesa

Na konkurs se ne mogu prijaviti osobe koje su u sukobu interesa tj. osobe koje učestvuju u sprovođenju konkursa: zaposleni i direktor Naručioca, članovi Savjeta Naručioca, njihove kompanije, članovi njihovih porodica i sa njima povezana lica.

Direktor i članovi Savjeta Naručioca potpisuju izjavu o nepostojanju sukoba interesa.

6. Sadržaj konkursnog elaborata

Rješenje mora biti lako uočljivo, visokih estetskih i vizuelnih odlika. Rješenje mora biti izvjesna grafička kompozicija koja će predstaviti djelatnost Naručioca.

Rješenja treba dostaviti u štampanoj formi i digitalno na prenosnom medijumu (USB flash-drive). Digitalni materijal mora u potpunosti reflektovati ono što je poslato u štampanom obliku (svaki fajl mora biti dostavljen u odštampanoj formi, čak iako mu je namjena isključivo za digitalnu upotrebu).

Konkursni elaborat mora da sadrži ispod navedene elemente Knjige grafičkih standarda formata A4 (horizontalna orijentacija) i to:

- logotip sa akronimom – „EKIP“,
- minimalnu udaljenost oko logotipa koja mora ostati prazna,
- pravilnu i nepravilnu upotrebu logotipa na različitim pozadinama,
- tekstualno obrazloženje ponuđenog rješenja (do 1.000 riječi),
- izgled predloženog rješenja pored kojeg treba da stoji pun naziv Naručioca, na CSBH jeziku – „Agencija za elektronske komunikacije i poštansku djelatnost“ i na engleskom jeziku – „Agency for Electronic Communications and Postal Services“,
- primjena logotipa na sljedećim materijalima: memorandumu, poslovnom pismu, e-mail potpisu, prostornom obilježavanju/info tabli u enterijeru i eksterijeru, na vozilu (automobilu) i vizit kartici sa punim nazivom Naručioca.

7. Način prijavljivanja

Konkursni elaborat treba dostaviti na A4 formatu (horizontalna orijentacija), označen šifrom u gornjem desnom uglu i na digitalno prenosnom medijumu (USB flash drive). Konkursni elaborat, zajedno sa ostalim dokumentima, se dostavlja u zatvorenoj bijeloj koverti na kojoj je naznačeno "Učešće na Javnom konkursu za idejno rješenje vizuelnog identiteta".

Autor/autorka/autori sami osmišljavaju šifru, koja treba da sadrži maksimum šest karaktera koji ne smiju asocirati na autora (sastavljena od slovnih i brojevnih karaktera).

U slučaju povrede anonimnosti, na bilo koji način, učesnici će biti eliminisani. Pristigli radovi ne smiju biti otvoreni prije zasijedanja Savjeta.

Podaci o autoru ili autorskom timu: U zatvorenoj bijeloj koverti sa natpisom "Autor šifre", priložiti: ime i prezime autora (autorskog tima), adresu, kontakt telefon, e-mail, broj žiro računa i naziv banke.

Ukoliko pojedinac/tim želi da konkuriše sa više rješenja, potrebno je da svako od rješenja ima različitu šifru.

Originalnost rješenja: U zatvorenoj bijeloj koverti sa natpisom "Izjava autora" autor prilaže potpisane izjave:

1. da je projekat originalno autorsko djelo (Prilog 1),
2. o odricanju od svih autorskih i srodnih prava na rješenje, ukoliko bude izabran (Prilog 2),
3. o nepostojanju sukoba interesa (Prilog 3).

8. Rokovi

Konkurs je objavljen dana 10. 12. 2025. godine, objavom na sajtu <https://www.ekip.me>, jednom štampanom mediju i putem društvenih mreža Naručioca.

Prijavljivanje na konkurs traje od 10. 12. 2025. godine do 13. 01. 2026. godine.

Nakon isteka roka za podnošenje prijava Savjet će, u roku od 15 dana, razmotriti sve pristigle prijave i donijeti odluku o izboru tri najbolja nagrađena rješenja ili o poništenju javnog konkursa.

Autor prvorangiranog rješenja je dužan da u roku od 15 dana od dana donošenja odluke o izboru dostavi kompletiranu Knjigu grafičkih standarda koja je specificirana pod tačkom 11.

O ishodu konkursa svi učesnici će biti informisani putem email-a.

9. Ocjenjivanje

Prijavljena rješenja tj. odabir najboljeg idejnog rješenja ocjenjuju članovi Savjeta, shodno članu 10 Statuta Agencije za elektronske komunikacije i poštansku djelatnost („Službeni list Crne Gore” broj 128/24).

Savjet ocjenjuje rješenja na osnovu ustanovljenih sljedećih kriterijuma:

1. prepoznatljivost - od 0 do 20 bodova,
2. relevantnost - od 0 do 20 bodova,
3. originalnost i inovativnost - od 0 do 20 bodova,
4. estetika (kvalitet, kolorna paleta, atraktivnost) - od 0 do 20 bodova,
5. primjenljivost - od 0 do 20 bodova.

10. Nagradni fond

Nagradni fond iznosi 8.000,00 €, sa uračunatim porezima, tj. otkup će biti isplaćen u neto iznosu.

Nagradni fond je raspoređen na tri nadoknade za prva tri rangirana mjesta i to:

- prvo mjesto – 5.000,00 €,
- drugo mjesto – 2.000,00 €,
- treće mjesto – 1.000,00 €.

Savjet zadržava pravo da eliminiše kao nepravilne prijave za koje se ustanovi da nisu originalna i autorska djela.

Savjet zadržava pravo da ne izabere ni jedno od dostavljenih konkursnih rješenja.

Savjet zadržava pravo da od učesnika čije je rješenje prvorangirano zatraži određena tehnička prilagođavanja djela.

Nagrađena rješenja i podaci o nagrađenim autorima (imena i prezimena) javno se objavljuju.

11. Obaveze autora prvorangiranog rješenja

Autor prvorangiranog rješenja, dužan je da dostavi, odnosno dopuni konkursni elaborat na način što će isti sadržati sve elemente Knjige grafičkih standarda i to:

- logotip sa akronimom – „EKIP”,
- minimalnu udaljenost oko logotipa koja mora ostati prazna,
- pravilnu i nepravilnu upotrebu logotipa na različitim pozadinama,
- tekstualno obrazloženje ponuđenog rješenja (do 1.000 riječi),
- izgled predloženog rješenja pored kojeg treba da stoji pun naziv Naručioca, na CSBH jeziku – „Agencija za elektronske komunikacije i poštansku djelatnost“ i na engleskom jeziku – „Agency for Electronic Communications and Postal Services“,
- varijante sekundarne primjene orijentacije znaka i/ili logotipa u koloru,
- dozvoljeno umanjeње znaka i definisana zona izolacije,
- definisana kolor paleta (CMYK, RGB, PANTONE) / kolorno rješenje primjeniti na crnoj i bijeloj podlozi kao i pravilnu i nepravilnu upotrebu boja u odnosu na logotip,
- definisana tipografija 2 (print/web),
- konstrukcija osnovnog logoa sa skraćenim nazivom,
- smjernice upotrebe logoa na različitim pozadinama,
- odlike logoa i posebno znaka u digitalnom mediju,
- zabrane,
- druge važne informacije, smjernice i ostala svojstva koja su potrebna za ispravnu upotrebu na raznim formama, materijalima, medijima i kontekstima.

Dio Knjige standarda, autora prvorangiranog rješenja, treba da sadrži i primjene i/ili foto-simulacije, nacрте ili skice istih u različitim situacijama upotrebe, kao što su:

- pečat i štambilj,
- vizit kartica (CSBH i engleski jezik),
- poslovno pismo / memorandum A4 formata (CSBH i engleski jezik) sa punim nazivom Naručioca,
- koverta / format C4, C5, C6 i DL,
- prostorno obilježavanje / info tabla u enterijeru i eksterijeru,
- ID kartica,
- primjenu znaka na vozilu (automobil),
- promotivni ceger,
- promotivna kesa,
- primjena znaka na majicama,
- fascikla,
- notes A5,
- tipski liflet (A5, A4 trifold),
- tipski katalog (vertikalni i kvadratni format),
- tipski plakat (vertikalni B2 i A3 format; horizontalni 4:3 za velike formate),
- primjena znaka i definisanih standarda za web sajt,
- primjena rješenja za e-mail potpis,
- primjena znaka i definisanih standarda za društvene mreže,
- primjena po sopstvenom izboru,
- memorandum za štampani i elektronski template - Word dokument sa zaključanim podacima u header-u i/ili footer-u,
- razni vidovi oglašavanja (ATL, web),
- tipografija – specifikacija fontova koji su korišćeni prilikom izrade logoa, kao i pravilna i nepravilna upotreba fontova u različitim kontekstima (naslovi, podnaslovi, tijelo teksta),

- 3D render logoa.

12. Uslovi za isplatu nagrada

Knjigu grafičkih standarda, autor prvorangiranog rješenja, treba da dostavi u štampanom i elektronskom obliku (PDF u rezoluciji za štampu), usklađenu sa tačkom 11 i strukturom definisanom u Prilogu 4.

Ugovor sa prvorangiranim autorom biće potpisan u roku od sedam dana od dana dostavljanja cijelokupne tražene dokumentacije.

Isplata nagrade za prvo mjesto izvršiće se u roku od sedam dana od dana potpisivanja Ugovora, dok će se isplata nagrade za drugo i treće mjesto izvršiti u roku od sedam dana od dana objavljivanja rezultata konkursa.

U dogovoru sa Naručiocem, autor prvorangiranog rješenja dužan je da pojedine stavke iz knjige standarda dostavi i u otvorenom vektorskom fajlu.

Ukoliko autor prvorangiranog rješenja ne dostavi traženu dokumentaciju, Naručilac zadržava pravo da potpiše ugovor sa drugorangiranim, odnosno trećerangiranim autorom rješenja ili da poništi postupak i raspiše novi javni konkurs.

13. Autorska prava

Naručilac, isplatom nagrade, od autora nagrađenog rada, otkupljuje sva autorska imovinska prava isključivo, bez vremenskog i teritorijalnog ograničenja i time nagrađeni rad postaje vlasništvo Naručioca.

Autor otkupljenog rješenja zadržava sva moralna autorska prava na autorskom djelu, a na Naručioca prenosi sva svoja materijalna autorska prava za cijelo vrijeme trajanja autorskog prava i to pravo na neograničeno korišćenje djela u fizičkom obliku, u netjelesnom obliku, u izmijenjenom obliku, te pravo na neograničeno korišćenje primjeraka autorskog djela i u potpunosti trajno se odriče bilo kakvog dodatnog zahtjeva za isplatom.

Naručilac ima pravo daljeg prenosa prava, bez dopuštenja autora.

Predajom prijava svaki učesnik prihvata uslove ovog konkursa. Prispjela rješenja se neće vraćati autorima.

Za eventualne sporove nadležan je sud u Podgorici.

Za sva dodatna pitanja, u toku trajanja konkursa, potencijalni podnosioci mogu se informisati putem elektronske pošte ekip@ekip.me.

IZJAVA DA JE PROJEKAT ORIGINALNO AUTORSKO DJELO

U skladu sa zahtjevima iz Javnog konkursa za izbor idejnog rješenja vizuelnog identiteta Agencije za elektronske komunikacije i poštansku djelatnost (EKIP)

Izjavljujem

da je rješenje koje sam dostavio isključivo moje originalno autorsko djelo, da nije plagijat niti autoplagijat, da nije ranije korišćen u druge svrhe i da u navedenom djelu nije izvršena povreda drugog prava intelektualne svojine drugih lica.

Mjesto i datum

Ime i prezime autora

Potpis autora

IZJAVA O ODRICANJU

U skladu sa zahtjevima iz Javnog konkursa za izbor idejnog rješenja vizuelnog identiteta Agencije za elektronske komunikacije i poštansku djelatnost (EKIP)

Izjavljujem

da se kao autor u slučaju da budem izabran u momentu potpisivanja Ugovora sa Agencijom za elektronske komunikacije i poštansku djelatnost za izradu idejnog rješenja vizuelnog identiteta Agencije, odričem svih autorskih i srodnih prava na istom, saglasno važećoj zakonskoj regulativi.

Mjesto i datum

Ime i prezime autora

Potpis autora

IZJAVA O NEPOSTOJANJU SUKOBA INTERESA

U skladu sa zahtjevima iz Javnog konkursa za izbor idejnog rješenja vizuelnog identiteta Agencije za elektronske komunikacije i poštansku djelatnost

Izjavljujem

da nisam u sukobu interesima sa licima koja su navedena u konkursu i to sa: zaposlenima i direktoricom Naručioca, članovima Savjeta Naručioca, njihovim kompanijama, članovima njihovih porodica i sa njima povezanim licima.

Mjesto i datum

Ime i prezime autora

Potpis autora

KNJIGA GRAFIČKIH STANDARDA

Vizuelni identitet predstavlja jedno od ključnih sredstava komunikacije svake organizacije. Njegova osnovna uloga je da obezbijedi prepoznatljiv, dosljedan i pouzdan vizuelni okvir kroz koji se prenosi poruka, vrijednosti i karakter organizacije. Jasno definisani grafički standardi omogućavaju da se identitet primjenjuje na ujednačen način u svim medijima, oblastima rada i vrstama komunikacije, bez obzira na okolnosti, tehničke uslove ili kreativne interpretacije različitih izvođača.

Knjiga grafičkih standarda je referentni dokument koji utvrđuje osnovne i proširene elemente vizuelnog identiteta, kao i pravila njihove upotrebe. Njena svrha je da obezbijedi preciznost, stabilnost i profesionalnu kontrolu nad vizuelnim izrazom, kako bi se spriječile neželjene izmjene, odstupanja ili pogrešna tumačenja. Ovim dokumentom propisana su jasna uputstva za konstrukciju i upotrebu znaka, tipografskih i kolorističkih rješenja, tehnička pravila za reprodukciju, kao i smjernice za primjenu u štampanim, digitalnim, promotivnim i prostornim materijalima.

STRUKTURA

UVOD

Uvodni dio definiše svrhu i značaj vizuelnog identiteta, njegov doprinos jedinstvenoj i prepoznatljivoj komunikaciji, kao i način korišćenja ovog dokumenta. Objašnjava se kome je knjiga namijenjena, kako se distribuirati i pod kojim se uslovima može dopunjavati ili mijenjati.

TERMINOLOŠKE NAPOMENE

Radi potpunog razumijevanja sadržaja, uvodi se pregled ključnih termina koji se koriste u dokumentu, uključujući naziv, logotip, simbol, grafizam, verbalni dio znaka, zaštitno polje i druge elemente vizuelnog identiteta.

OSNOVNI ELEMENTI VIZUELNOG IDENTITETA

Ovo poglavlje objašnjava cjelokupnu arhitekturu znaka. Definiše se nazivni i tipografski element, simbol, idejno polazište i vizuelni grafizam. Pojašnjavaju se konstrukcija, proporcije i odnosi elemenata, sa akcentom na konzistentnu reprodukciju.

VARIJANTE ZNAKA

Predstavljaju se sve odobrene verzije znaka koje se koriste u različitim situacijama: osnovna, horizontalna, vertikalna, verzije sa sloganom, dvojezične verzije, pojednostavljene forme i drugi dopušteni oblici. Navodi se kada se bira određena verzija i prema kojim kriterijumima.

TIPOGRAFIJA

Poglavlje definiše osnovni font vizuelnog identiteta, njegove rezove i primjenu, alternativno pismo za situacije kada osnovni font nije dostupan, kao i pravila za veličine, razmake, hijerarhiju teksta, zabranjene modifikacije i odnos tipografije u štampanim i digitalnim formatima.

BOJE VIZUELNOG SISTEMA

U okviru ovog poglavlja definiše se kompletna paleta brenda, uključujući osnovne, pomoćne i dopunske boje. Za svaku boju navode se vrijednosti u CMYK, RGB, HEX i Pantone sistemima, uz objašnjenje njihove upotrebe, međusobnog sklada i kontrastnih odnosa.

BOJE POZADINA I MONOHROMATSKE VERZIJE

Prikazuje se kako znak funkcioniše na različitim podlogama, uključujući svijetle, tamne, kolor i specijalne pozadine. Objašnjava se upotreba verzija u negativu, monohromatskih i štrih rješenja za graviranje, embosovanje, izradu na tkaninama, metalu i drugim materijalima.

ZAŠTITNO POLJE I MINIMALNE DIMENZIJE

Definiše se obavezni prostor oko znaka koji mora ostati slobodan, uz prikaz minimalnih dimenzija za sve medije. Navode se preporuke za optimalnu vidljivost u digitalnim kanalima, štampi i velikim formatima.

PRAVILNA I NEPRAVILNA UPOTREBA ZNAKA

Ovo poglavlje sadrži primjere ispravnog i pogrešnog rukovanja znakom. Objašnjava se šta nije dozvoljeno, uključujući deformacije, rotacije, promjene proporcija, neodgovarajuće boje, preklapanje sa složenim podlogama, korišćenje efekata i druge uobičajene greške.

PRIMJENA ZNAKA U KOMBINACIJI SA DRUGIM SUBJEKTIMA

Kada se identitet koristi zajedno sa drugim institucijama ili partnerima, određuju se pravila o rasporedu znakova, međusobnom odnosu veličina, hijerarhiji i poštovanju zaštitnog polja svakog subjekta.

TEHNIKE REPRODUKCIJE

Daje se pregled tehnika u kojima se znak može izvoditi: ofset, digitalna štampa, sito, tampon, vez, foliotisak, lasersko graviranje, izlivanje i različite aplikacije na površinama. Jasno se naznačava koja je varijanta znaka pogodna za koju tehnologiju.

SLUŽBENA PRIMJENA

Prikazuju se sva rješenja službenih dokumenata, uključujući memorandum, vizit kartu, koverta, službene obrasce (odobrenja, rješenja, potvrde, saglasnosti...), pečate, identifikacione kartice, fascikle i sve druge elemente poslovne dokumentacije. Svaki primjer prikazuje proporcije, obavezne elemente, tipografska pravila i pozicioniranje znaka.

ELEKTRONSKA KOMUNIKACIJA

Definiše se izgled potpisnog bloka u elektronskoj pošti, pravila za službene prezentacije, template za PowerPoint i Keynote, kao i posebne verzije znaka predviđene za digitalne platforme.

PROMO I KOMUNIKACIONI MATERIJALI

Obuhvata primjenu identiteta na roll-up bannerima, posterima, city-light formatima, bilbordima, brošurama i kampanjskim vizualima. Propisuju se odnosi između znaka, fotografija, tipografskih blokova i informativnih elemenata.

ODJEVNI I TEKSTILNI ELEMENTI

Prikazuju se pravila primjene vizuelnog identiteta na majicama, košuljama, jaknama, uniformama i drugim tekstilnim predmetima. Navodi se izbor formata znaka, pozicioniranje, skaliranje i tehnička ograničenja.

PROMO MATERIJAL I GALANTERIJA

Ovaj dio prikazuje način označavanja manjih promotivnih artikala poput olovaka, šolja, torbi, kišobrana i sličnih materijala. Objašnjava se upotreba odgovarajućih verzija znaka, vidljivost i tehnička izvodljivost štampe.

VOZILA

U ovom poglavlju prikazuju se primjeri primjene vizuelnog identiteta na službenim vozilima. Objašnjavaju se položaj znaka, dimenzije, boje, proporcije i smjernice za prednju, bočnu i zadnju stranu vozila.

ZASTAVE I PROSTORNO BRENDIRANJE

Obuhvata izgled i konstrukciju zastava, smještaj znaka na uspravnim i položenim formatima, te pravila za spoljašnje i unutrašnje brendiranje prostora, informativnih tabli, zidnih grafika i drugih vidova prostorne komunikacije.

ZAVRŠNE ODREDBE I TEHNIČKI PRILOZI

Dokument se zaključuje pregledom digitalnih datoteka koje prate knjigu, uključujući logotip u vektorskim i raster formatima, palete boja, tipografske fajlove i templejte. Definišu se i smjernice za čuvanje i odobravanje budućih izmjena vizuelnog identiteta.