



**AGENCIJA ZA ELEKTRONSKE KOMUNIKACIJE I  
POŠTANSKU DJELATNOST**

Broj: 0102-856/1

Podgorica, 13.02.2026. 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.

Uvođenjem novog vizuelnog identiteta, Agencija za elektronske komunikacije i poštansku djelatnost teži da reflektuje institucionalnu zrelost, stabilnost i spremnost za buduće digitalne izazove. Ovim konkursom traži se kreiranje logoa i osnovnog vizuelnog identiteta koji modernizuje vizuelni izraz institucije, u skladu sa njenom regulatornom ulogom i dugoročnim razvojnim pravcem.

Konkurs obuhvata dizajn logoa (znak i/ili logotip), izradu kolor, crno-bijele i negativ verzije, definisanje osnovne palete boja, kao i primjenu vizuelnog identiteta u institucionalnim, štampanim i digitalnim materijalima.

Svi izrazi koji se u ovom konkursu koriste u muškom rodu obuhvataju iste izraze u ženskom rodu.

**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“).

**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 Naručioaca, u skladu sa Zakonom o elektronskim komunikacijama i Zakonom o poštanskim uslugama. Važno je da vizuelno rješenje bude moderno i relevantno za široku publiku.

**Prepoznatljivost:** Vizuelni identitet treba da bude jedinstven i prepoznatljiv, a rješenje lako pamtljivo i funkcionalno, bez gubitka prepoznatljivosti u različitim primjenama.

**Estetika i kreativnost:** Dizajn logoa treba da bude estetski promišljen, kreativan i vizuelno jasan, uz naglašenu jednostavnost i funkcionalnost. Upotreba boja, tipografije i grafičkih elemenata mora biti pažljivo odabrana kako bi se kreirao moderan, ozbiljan i dugoročno održiv logo. Vizuelni identitet treba da odražava ulogu Naručioaca kao nezavisnog regulatornog tijela u oblasti elektronskih komunikacija i poštanskih usluga, koje djeluje u cilju unapređenja regulatornih i tržišnih uslova za obavljanje ovih djelatnosti, uključujući dodjelu ograničenih resursa: radio-frekvencija i numeracija, te da funkcioniše jednako efikasno u štampi, digitalnim kanalima i u međunarodnom kontekstu.

**Smjer i karakter:** Vizuelni identitet treba da komunicira stabilnost, neutralnost, pouzdanost i regulatornu ravnotežu, kao i povezanost sistema u oblasti elektronskih komunikacija i poštanskih usluga. Logo treba da odražava institucionalni autoritet Naručioaca i njegovu ulogu nezavisnog regulatornog tijela.

Poželjno je da rješenje bude zasnovano na apstraktnom ili tipografskom znaku, uz naglašenu geometrijsku čistoću, simetriju, red i minimalistički pristup. Vizuelno rješenje treba da bude svedeno, jasno i dugoročno održivo.

Neophodno je izbjegavati upotrebu trendovskih i kratkoročnih dizajnerskih rješenja, agresivnih ili izrazito jarkih boja, kao i vizuelnih rješenja koja asociraju na operatore elektronskih komunikacionih mreža ili komercijalne brendove.

**Tipografija:** Tipografsko rješenje treba da bude jasno, čitljivo i primjereno institucionalnoj i regulatornoj namjeni. Nije dozvoljena upotreba dekorativnih, ornamentalnih ili neformalnih fontova.

Odabrana tipografija mora biti pogodna za upotrebu u zvaničnim dokumentima, štampanim materijalima, digitalnim kanalima i međunarodnoj komunikaciji, uz obezbijeđenu dosljednost i dugoročnu primjenljivost.

**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.

**Kontekst upotrebe:** Vizuelni identitet i logo će se koristiti u javnoj komunikaciji Naručioaca, u saradnji sa državnim i međunarodnim institucijama, na zvaničnim dokumentima, u digitalnim i medijskim nastupima, kao i u svim oblicima institucionalne prezentacije.

Rješenje mora biti usklađeno sa evropskim institucionalnim standardima i praksama, te prilagođeno različitim kontekstima upotrebe, uz očuvanje dosljednosti, prepoznatljivosti i profesionalnog izgleda.

**Ključna poruka koju logo treba da nosi:** Vizuelni identitet treba da prenosi poruku stabilnog regulatornog sistema koji povezuje tehnologiju, tržište i građane, uz jasno istaknutu ulogu Naručioca kao nezavisnog i pouzdanog regulatora u oblasti elektronskih komunikacija i poštanskih usluga.

**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](http://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, dvostepen i anoniman. Pod anonimnošću konkursa podrazumijeva se zaštita identiteta učesnika konkursa sve do donošenja konačne odluke Savjeta o izboru.

Učesnici konkursa treba da dostave idejno rješenje logoa.

Idejno rješenje treba da uključuje:

- logo sa akronimom – „EKIP“,
- minimalnu udaljenost oko logoa koja mora ostati prazna,
- pravilnu i nepravilnu upotrebu logoa na različitim pozadinama,
- tekstualno obrazloženje ponuđenog rješenja (do 1.000 riječi),
- izgled predloženog rješenja pored kojeg treba da stoji pun naziv Naručioca, na crnogorskom jeziku ili drugom jeziku koji je u službenoj upotrebi u Crnoj Gori – „Agencija za elektronske komunikacije i poštansku djelatnost“ i na engleskom jeziku – „Agency for Electronic Communications and Postal Services“.

### 5.2. Pravo učešća

Pravo učešća imaju sva domaća i strana pravna i fizička lica. 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.

Članovi Savjeta, direktor i članovi Komisije Naručioca potpisuju izjavu o nepostojanju sukoba interesa.

## 5.4. Lični podaci

Komisija će obrađivati lične podatke prijavljenih isključivo radi sprovođenja postupka, sklapanja ugovora sa nagrađenim autorom i komunikacije o rezultatima konkursa, u skladu sa Zakonom o zaštiti podataka i ličnosti.

Radovi bez traženih podataka o autoru biće isključeni iz daljeg postupka.

Lične podatke će obrađivati isključivo Komisija koja će raditi potpuno odvojeno od Savjeta. Imena i prezimena autora nagrađenih rješenja biće javno objavljena.

## 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.

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

- logo sa akronimom – „EKIP“ u kolor i crno-bijeloj verziji rješenja,
- minimalnu udaljenost oko logoa koja mora ostati prazna,
- pravilnu i nepravilnu upotrebu logoa na različitim pozadinama,
- tekstualno obrazloženje ponuđenog rješenja (do 1.000 riječi),
- izgled predloženog rješenja pored kojeg treba da stoji pun naziv Naručioca, na crnogorskom jeziku ili drugom jeziciku koji je u službenoj upotrebi u Crnoj Gori – „Agencija za elektronske komunikacije i poštansku djelatnost“ i na engleskom jeziku – „Agency for Electronic Communications and Postal Services“,
- primjena logoa 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.

Konkursni elaborat treba dostaviti u štampanoj formi i digitalno, na prenosnom medijumu (USB flash-drive).

Materijal na prenosnom medijumu mora u potpunosti sadržati sve ono što je poslato i u štampanom obliku.

## 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).

Autor/autori sami osmišljavaju šifru, koja treba da sadrži maksimalno šest karaktera koji ne smiju asociirati na autora (sastavljena od slovnih i brojčanih karaktera).

U slučaju povrede anonimnosti, na bilo koji način, učesnici će biti eliminisani.

U zatvorenoj bijeloj koverti sa natpisom “Autor šifre” potrebno je dostaviti: ime i prezime autora (autorskog tima), adresu, kontakt telefon i e-mail. Ukoliko pojedinac/tim želi da konkuriše sa više rješenja, potrebno je da svako od rješenja ima različitu šifru.

U zatvorenoj bijeloj koverti sa natpisom “Izjava autora” autor prilaže sljedeće 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) i
3. o nepostojanju sukoba interesa (Prilog 3).

Konkursni elaborat, zajedno sa ostalim dokumentima (koverta sa natpisom "Autor šifre" i kovertom sa natpisom "Izjava autora"), se dostavlja u zatvorenoj bijeloj koverti na kojoj je naznačeno "Učešće na Javnom konkursu za idejno rješenje vizuelnog identiteta".

## **8. Rokovi**

Konkurs je objavljen dana 16.02.2026. godine, objavom na sajtu <https://www.ekip.me>, štampanim i elektronskim medijima i putem društvenih mreža.

Prijavljivanje na konkurs traje do 16.03.2026. godine.

Savjet će, u roku od 30 dana od dana završetka konkursa donijeti odluku o izboru 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**

Savjet vrši odabir idejnih rješenja, ocjenjujući ih 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 i
5. primjenljivost - od 0 do 20 bodova.

Savjet će tokom ovog postupka angažovati stručno lice za pripremu odgovarajućeg mišljenja koje će pomoći Savjetu pri donošenju odluke s obzirom na to da donošenje iste iziskuje i posebna specijalistička znanja.

## **10. Nagradni fond**

Nagradni fond je raspoređen na tri nagrade i to:

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

s tim što će u zavisnosti od statusa autora (zaposlen/nezaposlen) iznos bruto otkupa nagrada biti umanjen za pripadajuće poreze i doprinose prema Zakonu o porezu na dohodak fizičkih lica.

Savjet zadržava pravo da eliminiše kao nepravilne prijave za koje se ustanovi da nijesu 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:

- logo sa akronimom – „EKIP”,
- minimalnu udaljenost oko logoa koja mora ostati prazna,
- pravilnu i nepravilnu upotrebu logoa na različitim pozadinama,
- tekstualno obrazloženje ponuđenog rješenja (do 1.000 riječi),
- izgled predloženog rješenja pored kojeg treba da stoji puni naziv Naručioca, na crnogorskom jeziku ili drugom jeziku koji je u službenoj upotrebi u Crnoj Gori – „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 logoa u koloru,
- dozvoljeno umanjeње znaka i/ili logoa 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 logo,
- horizontalnu i vertikalnu kompoziciju u crnoj boji, horizontalnu i vertikalnu kompoziciju u negativu (na tamnoj podlozi),
- 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 i
- 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 (crnogorski jezik ili drugi jezik koji je u službenoj upotrebi u Crnoj Gori i engleski jezik),
- poslovno pismo / memorandum A4 formata (crnogorski jezik ili drugi jezik koji je u službenoj upotrebi u Crnoj Gori 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 logoa na vozilu (automobil),
- logo prilagođen jubilarnoj godini Agencije,
- promotivni ceger,
- promotivna kesa,
- primjena na majicama,

- fascikla,
- notes A5,
- olovka,
- 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 logoa i definisanih standarda za web sajt,
- primjena rješenja za e-mail potpis,
- primjena logoa 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 nagrada izvršiće se u roku od sedam dana od dana potpisivanja Ugovora.

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 dodatna pitanja kontakt je moguć putem elektronske pošte [ekip@ekip.me](mailto: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. Objasnjava se kome je knjiga namijenjena, kako se distribuirala 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, logo, 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 logo u vektorskim i raster formatima, palete boja, tipografske fajlove i templejte. Definišu se i smjernice za čuvanje i odobravanje budućih izmjena vizuelnog identiteta.