

# **PRIROČNIK CELOSTNE GRAFIČNE PODOBE**

---

ZAVODA ZA UVELJAVLJANJE PRAVIC IZVAJALCEV  
IN PROIZVAJALCEV FONOGRAMOV SLOVENIJE



# PREGLED

Uspešnost in percepcija podjetja se ocenjujeta na podlagi tega, kako dosledno, vizualno kohezivno in v skladu s standardi oblikovanja je razvita njegova identiteta blagovne znamke. Celostna podoba Zavoda za uveljavljanje pravic izvajalcev in proizvajalcev fonogramov Slovenije (V nadaljevanju IPF) je sestavljena iz petih ključnih elementov, ki predstavljajo filozofijo in DNK zavoda ter podjetje jasno umeščajo v gospodarsko in družbeno krajino.

**simbol**

**logotip**

**simbolika**

**variacije**

**sekundarni elementi**

**barve**

**tipografija**

**slogan**

**poslovne pisrniške potrebščine**

- poslovna vizitka
- poslovne ovojnice
- dopisni papir

**promocijski materiali**

**roll up**

# OSNOVNA PRAVILA

Uporaba predpisanih elementov in upoštevanje pravil celostne grafične podobe sta predpogoj in temelj za konsistentno vizualno podobo zavoda. IPF ima enotno celostno grafično podobo s prepoznavno komunikacijo in jasnim, razumljivim jezikom, ki dosega optimalen učinek le ob pravilni in dosledni uporabi vseh petih temeljnih elementov na vseh ravneh in v vseh komunikacijskih elementih.

1. Uporaba jedrnih elementov je obvezna za vsa komunikacijska orodja IPF. Izjeme so dovoljene le v posebnih primerih, ki jih odobri izdelovalec celostne grafične podobe.
2. Barvna različica logotipa mora biti uporabljena povsod, kjer 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 primerno in tehnično izvedljivo. Priporoča se za uporabo v vseh komunikacijskih orodjih.
5. Uporabljena je tipografija Roboto.
6. Izjeme so dovoljene le v posebnih primerih in morajo biti odobrene s strani ustvarjalca celostne grafične podobe.



# SIMBOL

OSNOVNI LOGOTIP BREZ NAZIVA



Tipografski simbol v logotipu je ključni grafični element, ki pogosto nosi identiteto blagovne znamke in njeno sporočilo. Njegova berljivost in jasnost sta bistveni, saj mora ostati prepoznavna ne glede na velikost, format ali medij uporabe – od vizitk do velikih oglasnih panojev. Dobro zasnovan tipografski simbol zagotavlja, da logotip ohranja svojo estetsko dovršenost in funkcionalnost, ne da bi izgubil na značaju ali vplivu. Poleg tega jasna tipografija izboljšuje uporabniško izkušnjo, krepi profesionalnost blagovne znamke ter omogoča takojšnjo identifikacijo in pomnjenje pri ciljni publiki.

**i = izvajalec | p = proizvajalec | f = fonogram**



# LOGOTIP

## OSNOVNI LOGOTIP

Logotip IPF bo zelo prepoznaven tako v slovenskem kot v svetovnem merilu. Je najpomembnejši izmed ključnih elementov v vizualni identiteti blagovne znamke.

### JASNA PRAVILA

Jasno opredeljena pravila za uporabo logotipa IPF bodo utrdila podobo podjetja, zagotovila unikatnost, vizualno privlačnost in prepoznavnost logotipa. Dosledno upoštevanje teh pravil zagotavlja pravilno uporabo logotipa v različnih komunikacijskih orodjih.



**ZAVOD ZA UVELJAVLJANJE PRAVIC  
IZVAJALCEV IN PROIZVAJALCEV  
FONOGRAMOV SLOVENIJE, K.O.**

**Osvežitev logotipa** je proces posodobitve obstoječega logotipa, da ostane vizualno relevanten, sodoben in usklajen z **razvojem blagovne znamke** ter **tržnimi trendi**. **To ne pomeni popolne prenove**, temveč subtilne spremembe, ki **ohranijo osnovno identiteto logotipa**, hkrati pa izboljšajo njegov **videz, funkcionalnost in sporočilnost**.

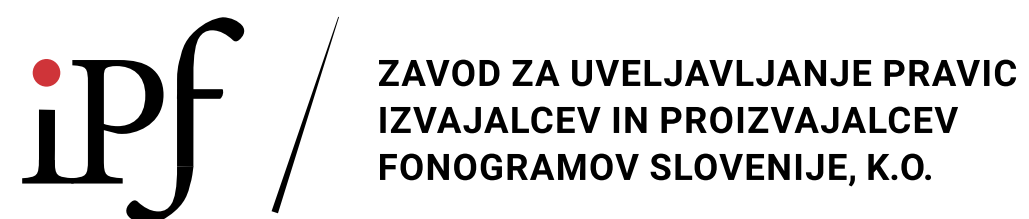
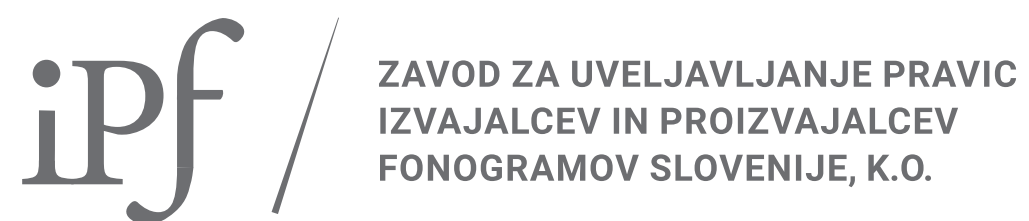
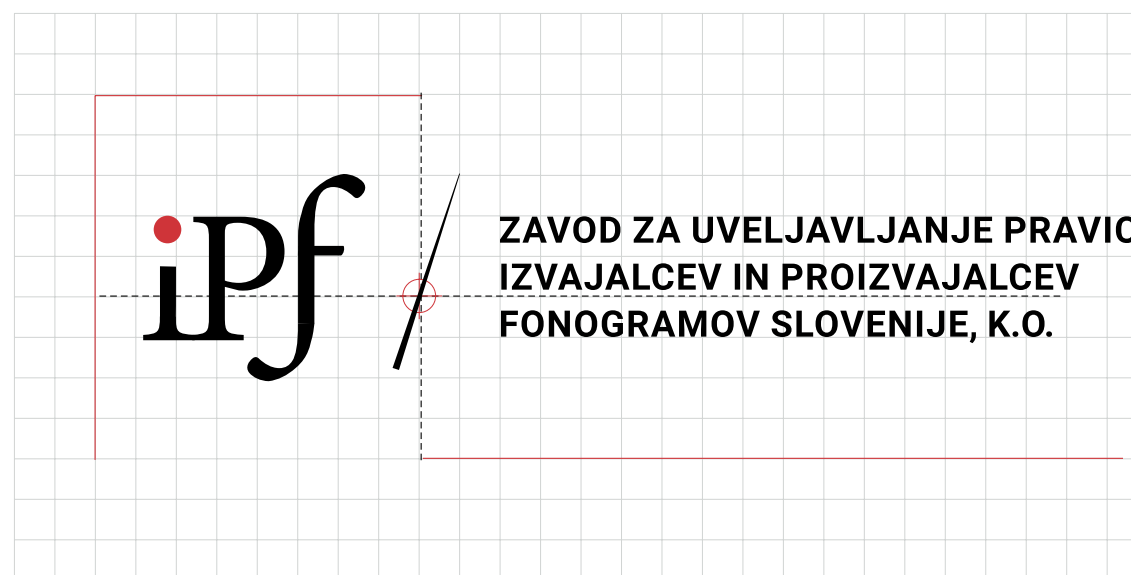
Logotip **ohranja esenco prejšnje različice**, vendar je zdaj bolj **izčiščen in sodobno prefinjen** – prava pop izvedba, ki ostaja v trendu, a hkrati brezčasna.

Poseben poudarek smo dali na **“IP”**, ki ne pomeni zgolj Zavoda, ampak izjemno jasno komunicira tudi koncept **Intellectual Property**. Prav v tem vidimo moč, da logotip postane več kot le znak – **postane sporočilo**.



**ZAVOD ZA UVELJAVLJANJE PRAVIC  
IZVAJALCEV IN PROIZVAJALCEV  
FONOGRAMOV SLOVENIJE, K.O.**

# LOGOTIP NA MREŽI





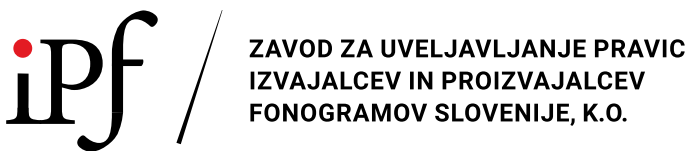
# SIMBOLIKA

|                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                                                                         |  <p><b>Oblika gibanja zvoka iz megafona</b><br/>Megafon simbolizira širjenje sporočila, komunikacijo in vpliv. Megafon kot orodje za povečanje glasnosti in doseg signala je močan vizualni element, ki povečuje prepoznavnost blagovne znamke.</p>                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                 |  <p><b>REC</b></p>                                                                                                                                                                                                                                      |
|                                                                                                                                                                                         |  <p>Te luknje niso le estetski dodatek – imajo ključno vlogo pri zvoku violine. Omogočajo, da zvok, ki ga proizvaja notranji zračni prostor violine, prosto odmeva in se razširi navzven. Ime <b>“f-luknje”</b> izhaja prav iz njihove podobnosti s pisano črko f. Podobne odprtine najdemo tudi na drugih godalih, kot so viola, violončelo in kontrabas.</p> |                                                                                                                                                                                                                                                                 |  <p>Črki IP simbolizirata računalniški protokol (<b>Internet Protocol</b>), ki je osnova za digitalno povezovanje. Tako lahko ponazarjata, kako glasba in pravice izvajalcev danes prehajajo v digitalni svet, kjer so dostopne na globalni ravni.</p> |
|  <p>ZAVOD ZA UVELJAVLJANJE PRAVIC<br/>IZVAJALCEV IN PROIZVAJALCEV<br/>FONOGRAMOV SLOVENIJE, K.O.</p> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | <p><b>Črka F postavljena v ospredje</b><br/>Simbolika: Najpomembnejši so fonogrami.</p>  <p><b>I in P</b><br/>Izvajalci in proizvajalci<br/>so povezani in enakovredni</p> |                                                                                                                                                                  |



# VARIACIJE 1/2

OSNOVNI LOGOTIP



NEGATIV



NEGATIV Z RDEČO PIKO



BELI (za temna ozadja)



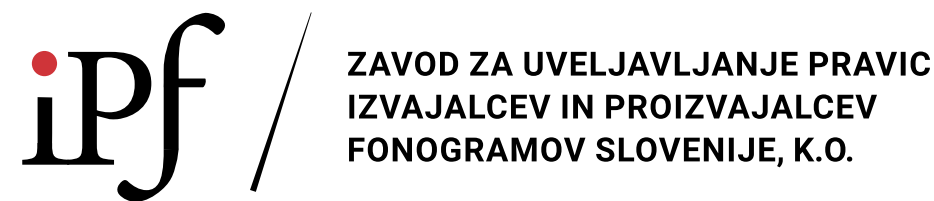
BELI Z RDEČO PIKO (za temna ozadja)





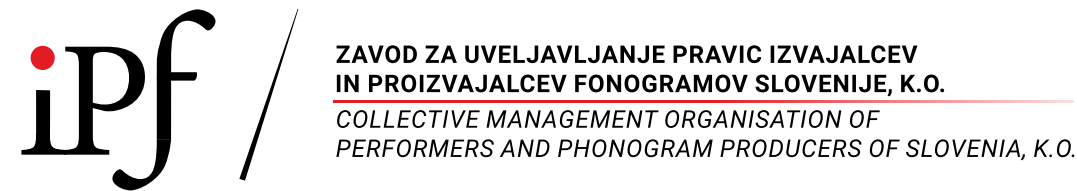
# VARIACIJE 2/2

## HORIZONTALNI LOGOTIP



ZAVOD ZA UVELJAVLJANJE PRAVIC  
IZVAJALCEV IN PROIZVAJALCEV  
FONOGRAMOV SLOVENIJE, K.O.

## ANGLEŠKE RAZLIČICE



COLLECTIVE MANAGEMENT ORGANISATION  
OF PERFORMERS AND PHONOGRAM  
PRODUCERS OF SLOVENIA, K.O.



# SEKUNDARNI ELEMENTI

---

OKROGLI LOGOTIP





# BARVE

Barve omogočajo razlikovanje stvari in predmetov ter pomagajo pri orientaciji in komunikaciji. Prepoznavanje barv je ena najpomembnejših lastnosti človeškega zaznavanja. Barve so tiste, ki najprej omogočijo hitro prepoznavanje in razumevanje okolja ter nam pomagajo kategorizirati stvari znotraj našega pojmovanja sveta.

## BARVE IN PREPOZNAVNOST

Tržne raziskave so pokazale, da so podjetja, ki v vseh svojih komunikacijah dosledno uporabljajo predpisane barvne sheme, lažje in hitreje prepoznavna, njihova sporočila pa lahko bolj zanesljivo pripišemo pošiljatelju. Celotna grafična identiteta IPF se razvija dolgoročno in ustvarja čustveno platformo za oblikovanje IPF. Primarna barva IPF je črna, ki jo spremlja rdeča.

## IPF BARVE

Barve so natančno določene in se uporabljajo na vseh področjih komuniciranja in arhitekture podjetja. Vse barve so definirane v različnih lestvicah. Druge barve ali odtenki niso dovoljeni.

ipf

### ČRNA

Pantone Black C  
CMYK: C: 0, M: 0, Y: 0, K: 100  
RGB: R: 0, G: 0, B: 0  
HEX: #231F20



### RDEČA

Pantone 1797 C  
CMYK: C: 0, M: 100, Y: 99, K: 4  
RGB: R: 227, G: 27, B: 35  
HEX: #E31B23





# TIPOGRAFIJA

## Družina pisav ROBOTO

a tipografijo smo izbrali pisavo Roboto, saj je ena najbolj sodobnih, vsestranskih in berljivih pisav, ki je primerna za širok spekter uporabe. Roboto združuje elemente geometrične in humanistične tipografije, kar ji omogoča, da je hkrati modern, a tudi prijazen in dostopen. Njena čistost in preprostost zagotavljata visoko berljivost tako v manjših kot večjih velikostih, kar jo naredi idealno za uporabo na spletnih straneh, tiskovinah, ter v različnih digitalnih in fizičnih komunikacijskih materialih. Zasnovana je tako, da se dobro prilega različnim jezikom in kulturnim okoljem, kar omogoča globalno uporabo brez izgube vizualne pre-

poznavnosti. Poleg tega, Roboto omogoča fleksibilnost v oblikovanju – različne teže in slogi omogočajo prilagodljivost in doslednost v vseh elementih celostne podobe, kar zagotavlja usklajenost in prepoznavnost blagovne znamke. Z izbiro te pisave smo želeli ohraniti sodoben in profesionalen videz, hkrati pa zagotoviti, da bo identiteta blagovne znamke vedno jasna in prepoznavna.

## ROBOTO

|                       |                                                    |
|-----------------------|----------------------------------------------------|
| Thin 100              | Ker pomeni priznanje prirojenega človeškega        |
| Thin 100 Italic       | <i>Ker pomeni priznanje prirojenega človeškega</i> |
| ExtraLight 200        | Ker pomeni priznanje prirojenega človeškega        |
| ExtraLight 200 Italic | <i>Ker pomeni priznanje prirojenega človeškega</i> |
| Light 300             | Ker pomeni priznanje prirojenega človeškega        |
| Light 300 Italic      | <i>Ker pomeni priznanje prirojenega človeškega</i> |
| Regular 400           | Ker pomeni priznanje prirojenega človeškega        |
| Regular 400 Italic    | <i>Ker pomeni priznanje prirojenega človeškega</i> |
| Medium 500            | Ker pomeni priznanje prirojenega človeškega        |
| Medium 500 Italic     | <i>Ker pomeni priznanje prirojenega človeškega</i> |
| SemiBold 600          | Ker pomeni priznanje prirojenega človeškega        |
| SemiBold 600 Italic   | <i>Ker pomeni priznanje prirojenega človeškega</i> |
| Bold 700              | Ker pomeni priznanje prirojenega človeškega        |
| Bold 700 Italic       | <i>Ker pomeni priznanje prirojenega človeškega</i> |
| ExtraBold 800         | Ker pomeni priznanje prirojenega človeškega        |
| ExtraBold 800 Italic  | <i>Ker pomeni priznanje prirojenega človeškega</i> |
| Black 900             | Ker pomeni priznanje prirojenega človeškega        |
| Black 900 Italic      | <i>Ker pomeni priznanje prirojenega človeškega</i> |



# SLOGAN

Slogan »Povezani v glasbi« je izjemno primeren za Zavod za uveljavljanje pravic izvajalcev in proizvajalcev fonogramov Slovenije, saj na preprost in močan način združuje ključne vrednote in poslanstvo zavoda. Glasba je umetnost, ki povezuje ljudi, kulture in skupnosti, prav tako pa zavod povezuje ustvarjalce in industrijo, da bi zaščitil njihove pravice in zagotovil pravične pogoje za njihovo delo. Slogan odraža sodelovanje in enotnost v glasbeni industriji, kar je temeljno za zaščito pravic, licenciranje in pravično porazdelitev prihodkov. »Povezani v glasbi« ne le da simbolizira povezovanje različnih deležnikov v glasbeni industriji, ampak tudi poudarja moč skupnosti, ki se bori za ohranitev avtorskih pravic in pravičnih pogojev za vse ustvarjalce. S tem sloganom zavod jasno komunicira svojo vlogo kot povezovalca in varuha pravic, kar krepi njegovo identiteto kot ključnega akterja v slovenski glasbeni industriji.

Slogan v slovenščini



**Povezani v glasbi**

Slogan v angleščini



**Connected through music**



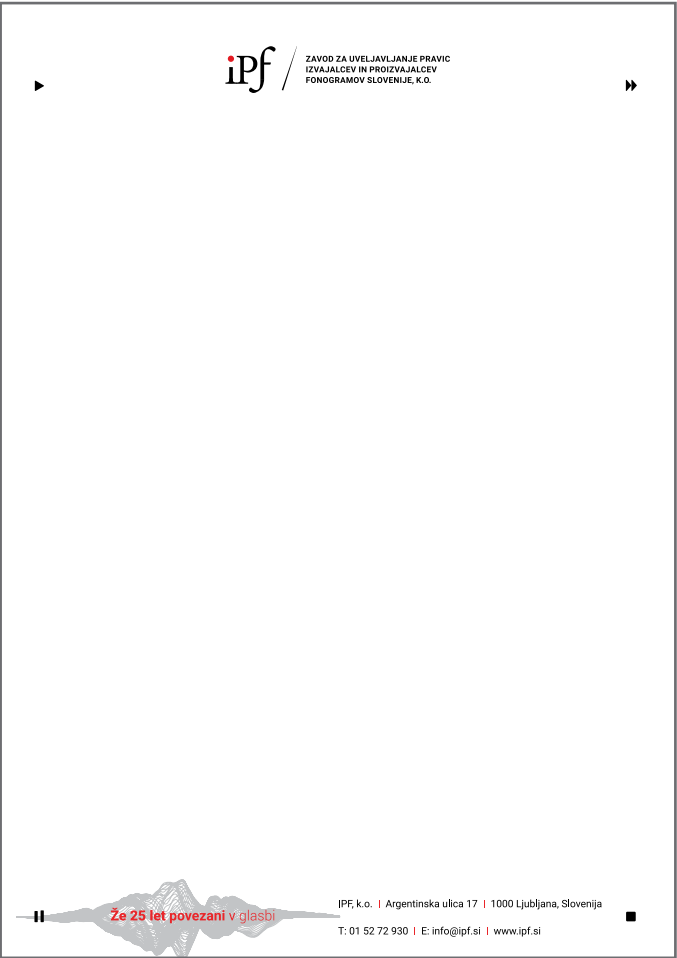
# POSLOVNE TISKOVINE IN APLIKACIJE

Za poslovne tiskovine, digitalne aplikacije in korporativno komuniciranje dosledna uporaba celostne grafične podobe pomeni ključni element v zagotavljanju enotnosti, prepoznavnosti in profesionalnosti blagovne znamke. Usklajenost v oblikovanju na vseh nivojih komunikacije – od tiskovin, kot so dopisni papirji, brošure in letaki, do digitalnih kanalov, kot so spletne strani, e-poštna sporočila in mobilne aplikacije – zagotavlja, da podjetje nastopa kot dosleden, zanesljiv in strokoven partner. Takšna doslednost krepi zaupanje strank, sodelavcev in poslovnih partnerjev ter omogoča učinkovito komunikacijo. V korporativnem komuniciranju to pomeni, da se skozi vse toke stika s publiko ohranja prepoznavna in usklajena podoba podjetja, kar posledično pripomore k večji kredibilnosti, večji učinkovitosti pri prenosu sporočil in k boljši interakciji s ciljnimi skupinami.

## IPF DOPISNI PAPIR

Tiskani dopisni papir zagotavlja doslednost in profesionalnost v poslovni komunikaciji. Z usklajenostjo z vizualno identiteto podjetja krepi prepoznavnost blagovne znamke ter zagotavlja, da so vsi dokumenti v skladu z internimi standardi. Tako omogoča profesionalen videz in učinkovito komunikacijo, ne glede na vrsto sporočila.

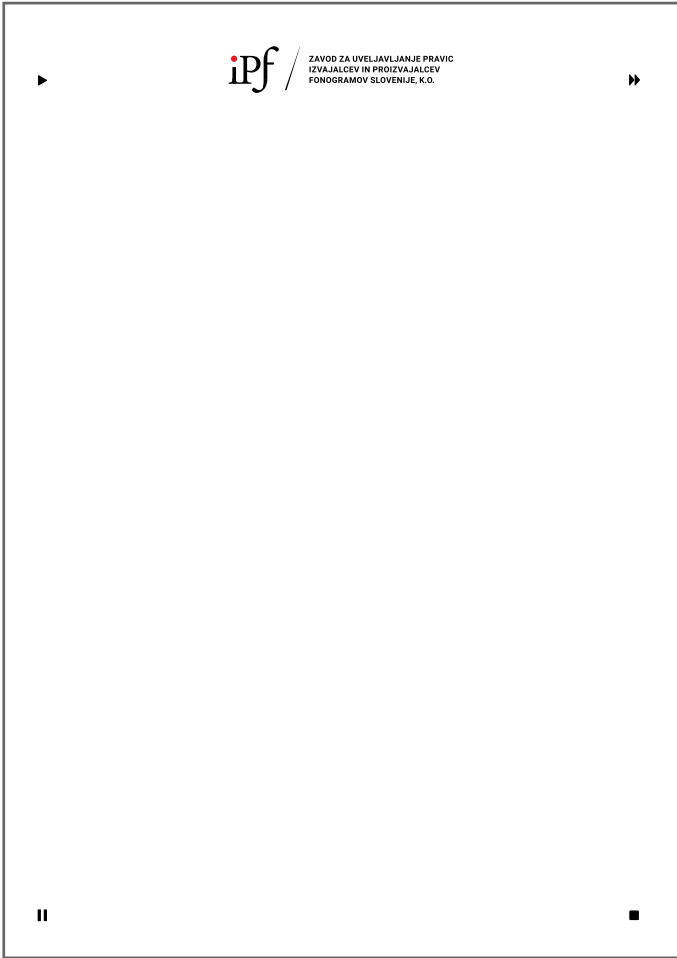
Osnovni dopisni list



## WORD PREDLOGA

Word template predloga zagotavlja doslednost in profesionalnost v poslovni komunikaciji. Omogoča hitro ustvarjanje dokumentov, usklajenih z vizualno identiteto podjetja, ter preprečuje napake pri oblikovanju. S tem prihranimo čas in zagotavljamo skladnost z internimi standardi.

Nadaljevalni dopisni list

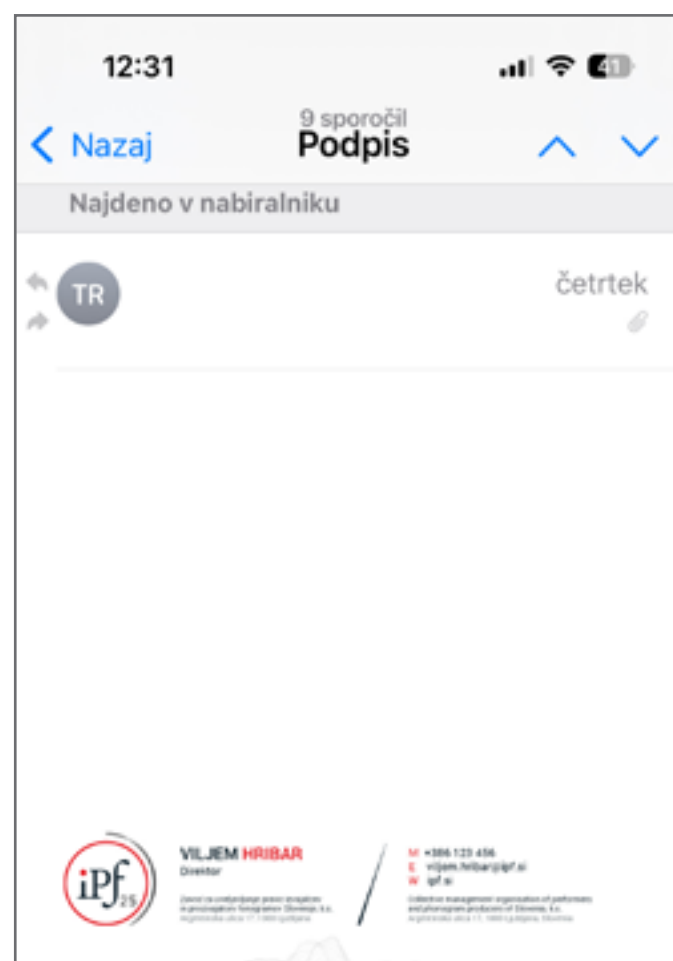




# E-PODPIS

Urejen e-podpis v e-mailu ima več ključnih prednosti, ki pripomorejo k večji profesionalnosti in učinkovitosti komunikacije. Prvič, daje e-mailu bolj uraden in urejen videz, kar krepi zaupanje prejemnika v vsebino sporočila. Drugič, poenostavi prepoznavnost pošiljatelja, saj omogoča hitro identifikacijo, še posebej v poslovnem okolju, kjer so lahko e-mail naslovi zelo podobni. Poleg tega urejen e-podpis vsebuje lahko tudi pomembne kontaktne podatke, kot so telefonske številke, povezave do spletnih strani ali družbenih omrežij, kar omogoča hitrejši dostop do dodatnih informacij. Tretjič, e-podpis omogoča usklajenost s celostno grafično podobo podjetja, kar pripomore k dosledni komunikaciji in ohranjanju prepoznavnosti blagovne znamke. Na koncu, vključitev pravnih informacij ali opozoril (kot so zaupnost ali pogoji uporabe) v e-podpis omogoča, da je komunikacija pravno zaščitena in v skladu s poslovnimi standardi.

E-podpis na mobilnih telefonih



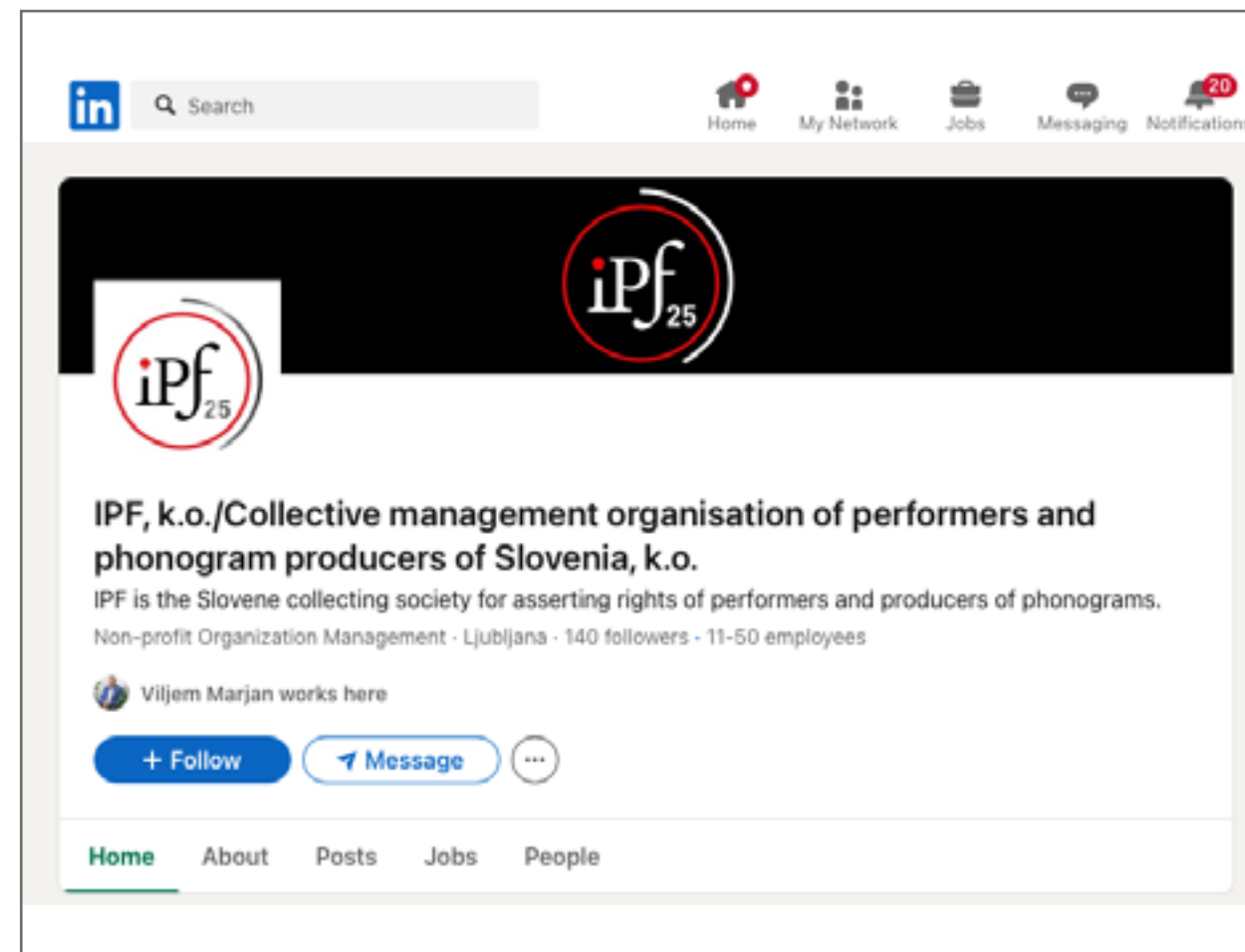
E-podpis na računalniških zaslonih



# LINKEDIN

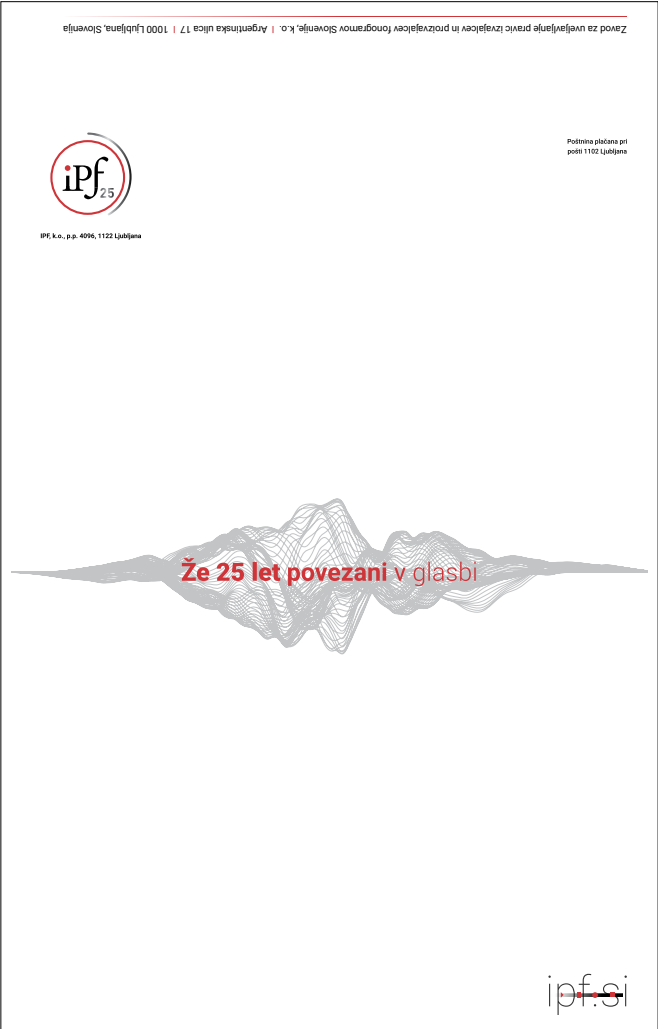
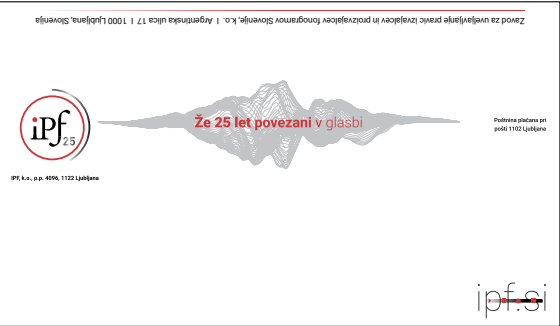
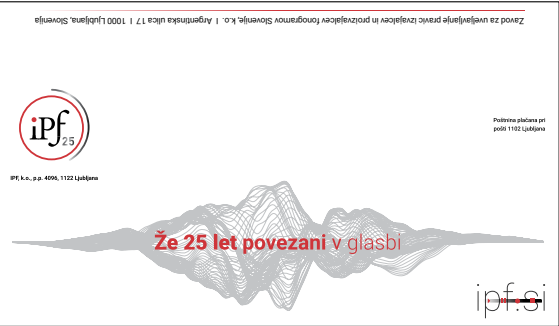
Korporativno komuniciranje z avatarjem na LinkedInu prinaša številne prednosti. Prvič, avatar omogoča dosledno in prepoznavno identifikacijo podjetja v vseh objavah in interakcijah na tem omrežju, kar pripomore k večji prepoznavnosti blagovne znamke. Drugič, avatar daje osebni pečat in omogoča bolj neposreden stik z občinstvom, saj ustvarja občutek povezanosti in človeškega elementa, ki je v poslovnem svetu pogosto prezrt. Tretjič, dosledna uporaba avatarja povečuje kredibilnost podjetja, saj ustvarja občutek profesionalnosti in zanesljivosti. Poleg tega avatar omogoča hitro in enostavno prilagajanje vizualne identitete na različnih platformah, ne da bi bilo potrebno vsakokratno oblikovanje novih slikovnih materialov. Na koncu pa avatar prispeva k večji angažiranosti uporabnikov, saj je vizualni element, ki pritegne pozornost in povečuje interakcije z objavami podjetja.

Zaslonska slika računa na LinkedIn





# POSLOVNE OVOJNICE



# PROMOCIJSKI MATERIAL

---

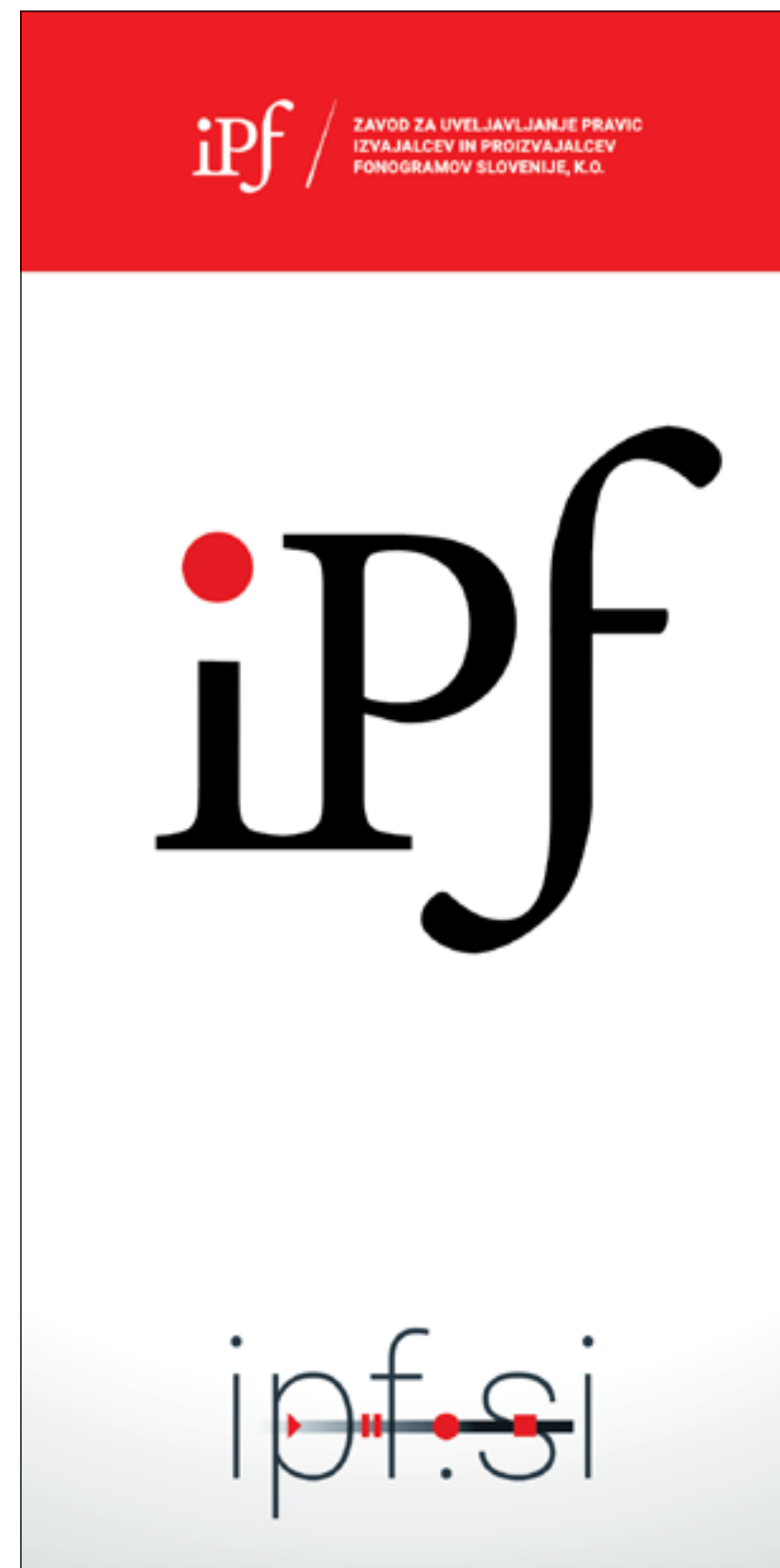




# ROLL UP

Korporativni rollup je zasnovan tako, da izžareva urejenost, strokovnost in kredibilnost blagovne znamke. Preprostost in čistost dizajna sta ključna, saj zagotavljata, da sporočilo ostane jasno in osredotočeno na bistvo. Minimalističen pristop z uporabo subtilnih barvnih kontrastov in premišljene tipografije omogoča, da se logotip in ključne informacije brez težav osredotočijo na pozornost gledalca, brez nepotrebnih okrasnih elementov. Ta vizualna poenostavljenost ne le da izkazuje resnost podjetja, temveč tudi krepi njegov imidž kot zaupanja vrednega in stabilnega partnerja v poslovnem svetu. Korporativni rollup tako postane simbol podjetja, ki izžareva visoko strokovnost in zanesljivost, hkrati pa zagotavlja, da sporočilo ostane nepozabno in jasno.

Korporativni rollup - samostoječi plakat



# ROLL UP

**Vizual za rollup IPF lestvice** je zasnovan kot digitalna lestvica, ki se vije v obliki glasbene frekvence, simbolizirajoč natančnost, dinamiko in stalno rast, ki spremljajo uspehe na lestvici. Ta vizualna rešitev povezuje sodobno tehnologijo s kreativnim pristopom, saj lestvica ni le prikaz podatkov, temveč postane vizualni prikaz rasti in napredka. Oblika, ki spominja na valovanje zvoka, odraža energijo in premikanje naprej, medtem ko digitalni slog dodaja modernost in profesionalnost. S tem pristopom želimo pokazati, da lestvica TOP 100 ni zgolj statičen seznam, temveč živ in razvijajoč se element, ki spremlja dosežke in uspehe na poti napredka.

IPF lestiva rollup - samostoječi plakat





# PRILOŽNOSTNI LOGOTIP OB 25 LETNICI

Priložnostni logotip ob 25. obletnici je pomemben, saj predstavlja posebno priložnost za poudarjanje prelomnega dosežka podjetja, ki s svojo dolgoletno prisotnostjo na trgu izkazuje stabilnost, zanesljivost in uspešnost. Takšen logotip ne le obeleži preteklost, temveč tudi simbolizira prihodnost podjetja, saj daje občutek ponosa, dosežkov in rasti. Z vključitvijo priložnostnega logotipa v vse komunikacijske materiale podjetje izraža svojo pripravljenost za praznovanje pomembnega mejnika, hkrati pa krepi svojo identiteto in povečanje prepoznavnosti na trgu. Takšni logotipi pogosto pritegnejo pozornost, saj simbolizirajo posebnost trenutka, kar pomaga ohraniti čustveno povezanost z obstoječimi strankami, obenem pa tudi pritegniti nove. Pomembno je, da je ta logotip usklajen z obstoječo celotno grafično podobo, da se ohrani doslednost blagovne znamke, a obenem omogoči prepoznavnost in praznovanje tega pomembnega mejnika.

## PREGLED

Uspešnost in percepcija podjetja se ocenjujeta na podlagi tega, kako dosledno, vizualno kohezivno in v skladu s standardi oblikovanja je razvita njegova identiteta blagovne znamke. Celostna podoba Zavoda za uveljavljanje pravic izvajalcev in proizvajalcev fonogramov Slovenije (V nadaljevanju IPF) je sestavljena iz petih ključnih elementov, ki predstavljajo filozofijo in DNK zavoda ter podjetje jasno umeščajo v gospodarsko in družbeno krajino.

### **priložnostni logotip ob 25 letnici**

#### **simbolika**

#### **variacije**

#### **roll up**

#### **slogan**

#### **poslovne pisrniške potrebščine**

- poslovne ovojnice

- dopisni papir

#### **promocijski materiali**



# LOGOTIP

PRILOŽNOSTNI LOGOTIP OB 25 LETNICI

---

Priložnostni logotip je različica osnovnega logotipa, ki je oblikovana za posebne dogodke, obletnice, praznike ali druge pomembne priložnosti. Gre za začasno prilagoditev obstoječega logotipa, ki ohranja prepoznavnost blagovne znamke, a vključuje elemente, ki poudarjajo specifičen dogodek.

Logotip ohranja esenco prejšnje različice, vendar je zdaj bolj izčiščen in sodobno prefinjen – prava pop izvedba, ki ostaja v trendu, a hkrati brezčasna.

Poseben poudarek smo dali na “IP”, ki ne pomeni zgolj Zavoda, ampak izjemno jasno komunicira tudi koncept

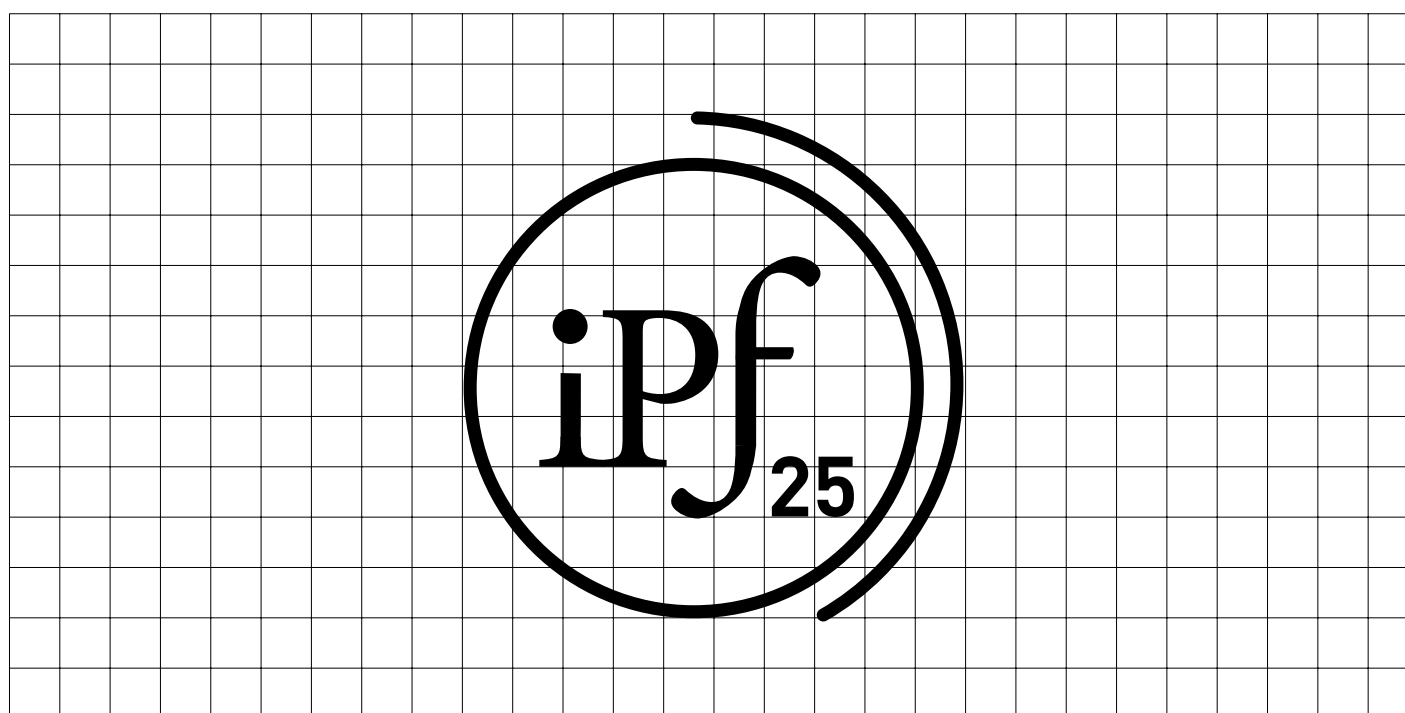
Intellectual Property. Prav v tem vidimo moč, da logotip postane več kot le znak – postane sporočilo.





# LOGOTIP 25 LET NA MREŽI

---

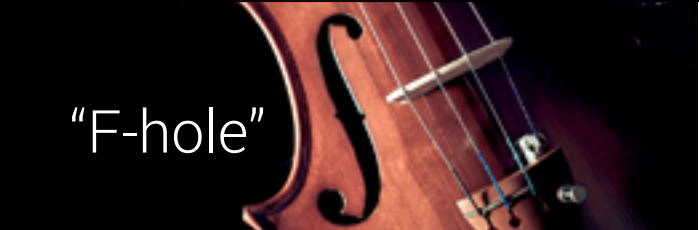
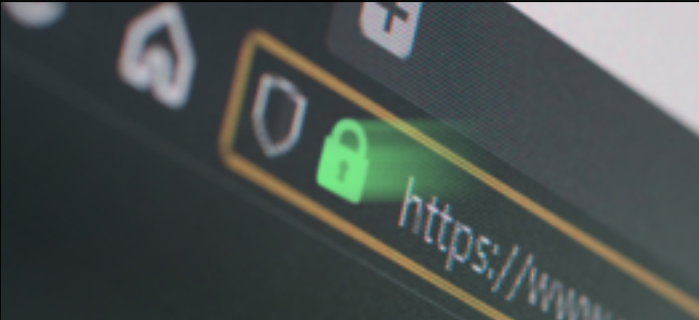


**i = izvajalec | p = proizvajalec | f = fonogram**



# SIMBOLIKA

**Oblika gibanja zvoka iz megafona**  
Megafon simbolizira širjenje sporočila, komunikacijo in vpliv. Megafon kot orodje za povečanje glasnosti in doseg signala je močan vizualni element, ki povečuje prepoznavnost blagovne znamke.

|                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|-------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    |  <p>Ritem in harmonija:<br/>Hi-hat je ključen za ustvarjanje ritma v glasbi, kar lahko simbolizira organiziranost, dinamiko in uravnoteženost – lastnosti, ki jih želiš povezati s svojim brandom ali dejavnostjo.</p>                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                          |  <p><b>INTELLECTUAL PROPERTY</b></p>                                                                                                                                 |
|  |  <p>“F-hole”</p> <p>Te luknje niso le estetski dodatek – imajo ključno vlogo pri zvoku violine. Omogočajo, da zvok, ki ga proizvaja notranji zračni prostor violine, prosto odmeva in se razširi navzven. Ime “f-luknje” izhaja prav iz njihove podobnosti s pisano črko f. Podobne odprtine najdemo tudi na drugih godalih, kot so viola, violončelo in kontrabas.</p> |                                                                                                                                                                        |  <p>Črki IP simbolizirata računalniški protokol (<b>Internet Protocol</b>), ki je osnova za digitalno povezovanje. Tako lahko ponazarjata, kako glasba in pravice izvajalcev danes prehajajo v digitalni svet, kjer so dostopne na globalni ravni.</p> |
|  |  <p>Simbolika srebrne barve, srebrne poroke</p>  <p>Simbolika pozicije 25 na uri</p>                                                                                                                                                                                              |  <p><b>Črka F postavljena v ospredje</b><br/>Simbolika: Najpomembnejši so fonogrami.</p> <p><b>I in P</b><br/>Izvajalci in proizvajalci so povezani in enakovredni</p> |                                                                                                                                                                  |



# VARIACIJE

---



ZAVOD ZA UVELJAVLJANJE PRAVIC  
IZVAJALCEV IN PROIZVAJALCEV  
FONOGRAMOV SLOVENIJE



LET



YEARS





# ROLL UP

---





# SLOGAN

---



**Že 25 let povezani v glasbi**



Connected **through music for 25 years**



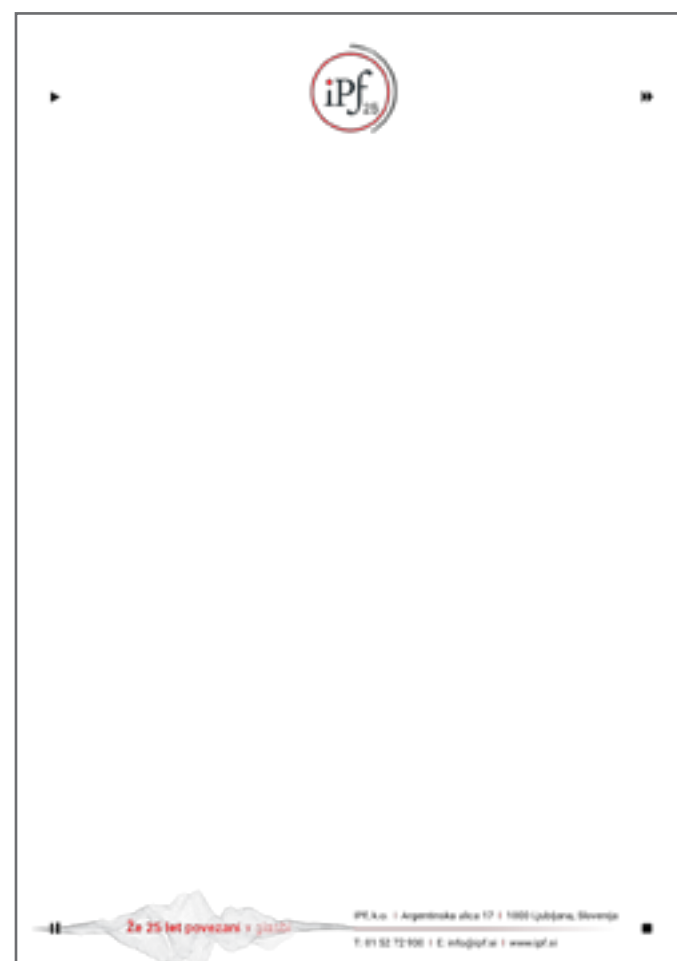
# POSLOVNE PISARNIŠKE POTREBŠČINE

## IPF DOPISNI PAPIR

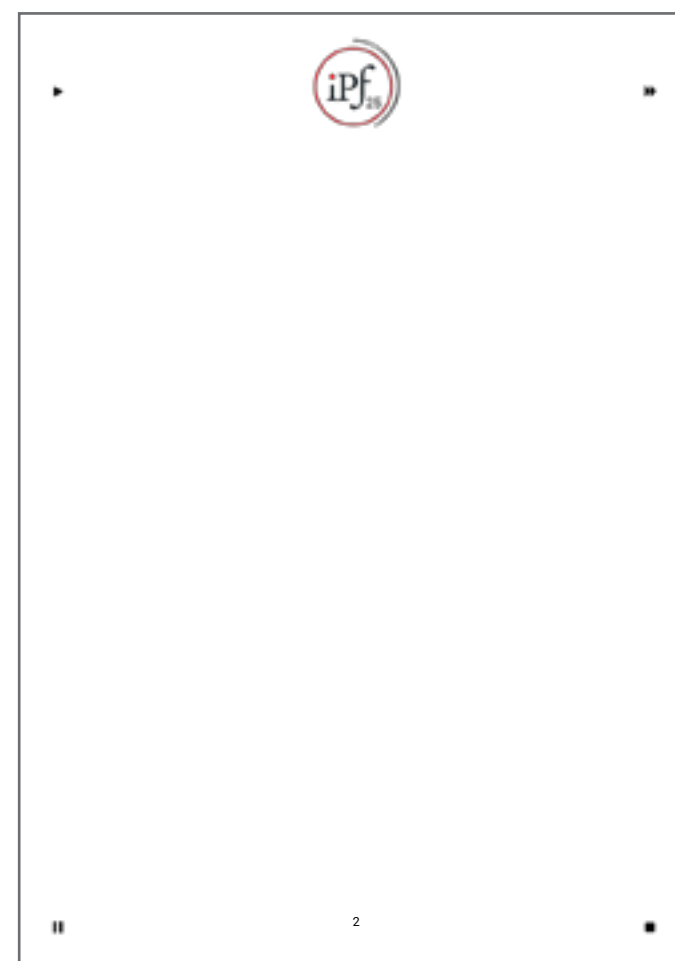
V vsakodnevni izmenjavi informacij so poslovne dopisnice visoke vsebinske in oblikovne kakovosti ključni element poslovne kulture podjetja. Vsako poslano pismo ali izročena vizitka odraža temeljne vrednote podjetja. S sodobnimi, premišljeno oblikovanimi poslovnimi tiskovinami zlahka posredujemo poslanstvo in vizijo podjetja, ki ji zaupa tako širša javnost kot stroka. V vsakodnevni izmenjavi informacij so poslovne dopisnice visoke vsebinske in oblikovne kakovosti ključni element poslovne kulture podjetja. Vsako poslano pismo ali izročena vizitka odraža temeljne vrednote podjetja. S sodobnimi, premišljeno oblikovanimi poslovnimi tiskovinami zlahka posredujemo poslanstvo in vizijo podjetja, ki ji zaupa tako širša javnost kot stroka.

Priložnostni Logotip IPF je skupni vizualni simbol in najpomembnejši oblikovalski element na vseh poslovnih tiskovinah. Pismo kot osrednje poslovno komunikacijsko orodje je oblikovano po enotnem sistemu, ki zagotavlja konsistenten videz pisma.

Osnovni dopisni list

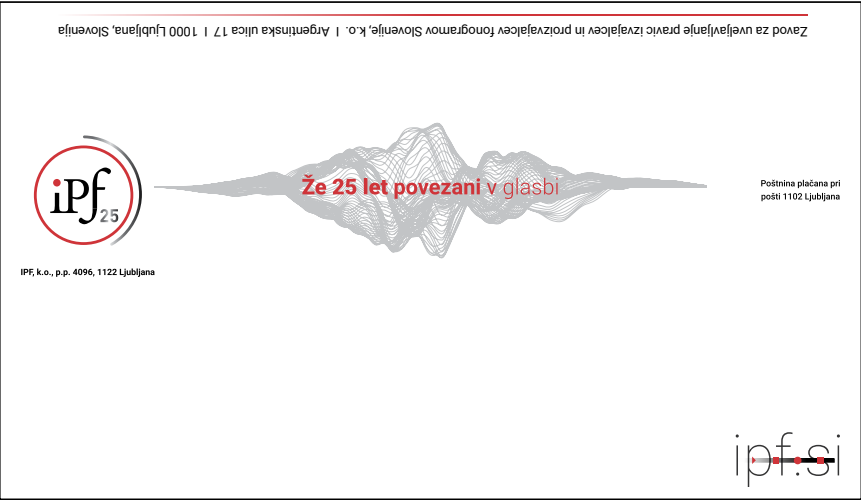


Nadaljevalni dopisni list





# POSLOVNE OVOJNICE



# PROMOCIJSKI MATERIAL

---





Crafted by Dejan Štampar and Uroš Logar,  
Senior Designers.