



# PRIROČNIK ZNAMKE SLOVENIJE

**I FEEL  
SLOVENIA**



# Kazalo

3

|   |    |
|---|----|
| ZNAMKA SLOVENIJE                                  | 5  |
| PRIROČNIK ZNAMKE SLOVENIJE                        | 6  |
| IDENTITETA ZNAMKE SLOVENIJE                       | 7  |
| JEDRO ZNAMKE SLOVENIJE                            | 8  |
| ZGODBA SLOVENIJE                                  | 8  |
| ZGODBA SLOVENIJE KOT ZGODBA SLOVENCEV             | 10 |
| ZGODBA SLOVENIJE KOT DRŽAVE                       | 11 |
| ZGODBA SLOVENIJE NA PODROČJU GOSPODARSTVA         | 12 |
| ZGODBA SLOVENIJE KOT TURISTIČNE DESTINACIJE       | 13 |
| ZGODBA SLOVENIJE NA PODROČJU UMETNOSTI IN KULTURE | 14 |
| ZGODBA SLOVENIJE NA PODROČJU ZNANOSTI             | 15 |
| ZGODBA SLOVENIJE NA PODROČJU ŠPORTA               | 16 |
| SMERNICE ZA ZAGOTAVLJANJE SLOVENSKEGA DOŽIVETJA   | 17 |
| BESEDE IN BESEDNE ZVEZE                           | 18 |
| TIPIČNE POJAVNE OBLIKE                            | 19 |
| MOTIVI  | 21 |
| BARVE   | 22 |
| LOGOTIP   | 24 |
| ČRKOVNA DRUŽINA                                   | 25 |
| DOŽIVETJE   | 26 |

I FEEL  
SLOVENIA





# Znamka Slovenije

5

## ZAKAJ POTREBUJEMO ZNAMKO SLOVENIJE?

### ZNAMKA DRŽAVE JE NAJMOČNEJŠE TRŽNO ORODJE SODOBNIH DRŽAV.

V času globalizacije se tudi države soočajo z vse večjo konkurenco. Znamka lahko državi na različnih področjih – gospodarskem, turističnem, kulturnem in drugih – poveča vrednost v očeh ciljnih skupin. Koliko bo znamka države vplivala na vrednost, ki ji jo pripisujejo cilje skupine, je odvisno od moči znamke. Moč znamke namreč leži v vsebini in motivaciji prebivalcev države, da znamko živijo. Močne so znamke tistih držav, ki so dobro sprejete med njenimi uporabniki, torej med obiskovalci, turisti, vlagatelji, bralci, poslušalci in gledalci medijev, še pred tem pa med prebivalci države. Znamka pridobiva moč z razširjenostjo in pogostostjo njene uporabe. Sprejete ter pogosto na številnih področjih izvajane znamke držav pa so le tiste znamke, ki so samoumevni del življenja njenih prebivalcev.

### MOČNE ZNAMKE DRŽAV TEMELJIJO NA SOGLASJU PREBIVALCEV O VSEBINI ZNAMKE.

V proces snovanja znamke Slovenije so bili vključeni predstavniki različnih področij: civilne sfere, gospodarstva, turizma, kulture in umetnosti, znanosti, športa in politike. Velika usklajenost njihovih odgovorov je zagotovilo, da znamka Slovenije predstavlja bistvo Slovenije ne glede na posamezno področje. Soglasje zagotavlja, da so v znamki »posneti« bistveni elementi življenja Slovencev. Seveda so določeni elementi v določenih življenjskih primerih bolj, drugi pa manj izraženi, kar pomeni, da je znamka tudi odskočna deska za spremembe. Življenja posameznikov, gospodarskih subjektov, civilno družbenih organizacij, ... seveda ni mogoče uniformirati, lahko pa z izpostavljanjem skupnih značilnosti dosežemo, da bomo jasneje prepoznavni na globalnem ozadju.

### SLOVENIJO IMAMO RADI. KAJ STORITI, DA SE BO TO VIDELO?

Z vsakodnevnim podoživljanjem znamke bomo svojim obiskovalcem, vlagateljem, turistom, tujim politikom, globalnim uporabnikom medijev, ... posredovali jasno sliko naših koristi, prednosti, vizije ter drugih značilnosti, ki Slovenijo razlikujejo od ostalih držav. To bomo dosegli, če bomo svojo zgodbo navezovali na zgodbo Slovenije, če jo bomo pogosteje referirali na povezujoče in v nadaljevanju zapisane čutne značilnosti Slovenije. Slovenijo bodo naši obiskovalci prek tega začutili. Začutili jo bomo sami.

I FEEL  
SLOVENIA





## 6

# Priročnik znamke Slovenije

### NAMEN PRIROČNIKA ZNAMKE SLOVENIJE

Priročnik znamke Slovenije je temeljno orodje upravljanja znamke Slovenije, je neke vrste navodilo za uporabo. Opisuje vsebino znamke Slovenije ter dodaja najsplošnejše smernice za njeno izvajanje. Priročnik je namenjen vsem prebivalcem Slovenije, prvenstveno pa predstavnikom zasebnih in javnih organizacij, ki Slovenijo predstavljajo bodisi s svojim udejstvovanjem ali z vzdrževanjem formalnih in neformalnih odnosov s tujino.

### UPORABA PRIROČNIKA ZNAMKE SLOVENIJE

Priročnik znamke Slovenije je razdeljen na dva dela. Prvi del priročnika opisuje vsebino znamke Slovenije in njeno uporabnost po posameznih področjih. Drugi del priročnika je namenjen najsplošnejšim smernicam za zagotavljanje doživetja Slovenije. Le z usklajeno uporabo znamke bomo namreč sporočali podobo Slovenije, opisano v prvem delu priročnika. Vsak uporabnik bo priročnik uporabljal glede na to, kaj ga zanima. Gospodarstvenik bo vsebino znamke Slovenije priredil svojim ciljem, zgodbi svoje gospodarske iniciative. Športnik bo zgodbo »prevedel« v jezik športnih zgodb. Kdor pa bo želel znamko Slovenije prikazati tudi v svojih predstavitvenih orodjih, si bo dodatno pogledal še smernice uporabe znamke Slovenije.

### SMERNICE ZA ZAGOTAVLJANJE SLOVENSKEGA DOŽIVETJA

Smernice za zagotavljanje slovenskega doživetja v drugem delu priročnika predstavljajo osnovne elemente, ki jih mora vsak uporabnik uporabiti tako, da bo končna rešitev koristna njemu in njegovim ciljem. Vsak uporabnik bo te smernice udejanjal nekoliko drugače. Ministrstvo za zunanje zadeve bo znamko Slovenije uporabilo v drugačnem kontekstu ter z drugimi orodji kot ponudnik turističnih storitev. Športnik bo elemente znamke izkoristil drugače kot podjetnik, ki bo začutil priložnost, da svojemu proizvodu dvigne vrednost v navezavi na znamko Slovenije. Vendar pa znamke Slovenije ne predstavlja le logotip Slovenije. Prav tako upodabljanje znamke Slovenije ni edini način predstavitve Slovenije. Pomembno je celovito doživetje Slovenije. Vsi, ki bodo znamko Slovenije uporabljali na kakršenkoli način, bi zato morali razmisliti o ne le primerni uporabi logotipa Slovenije, temveč tudi o tem, kako znamko Slovenije posredovati celostno, prek vseh čutov. Smernice zagotavljanja slovenskega doživetja so zato namenjene temu, da tisti, ki pride v stik s Slovenijo, Slovenijo ne le vidi, temveč jo začuti z vsemi svojimi čuti.

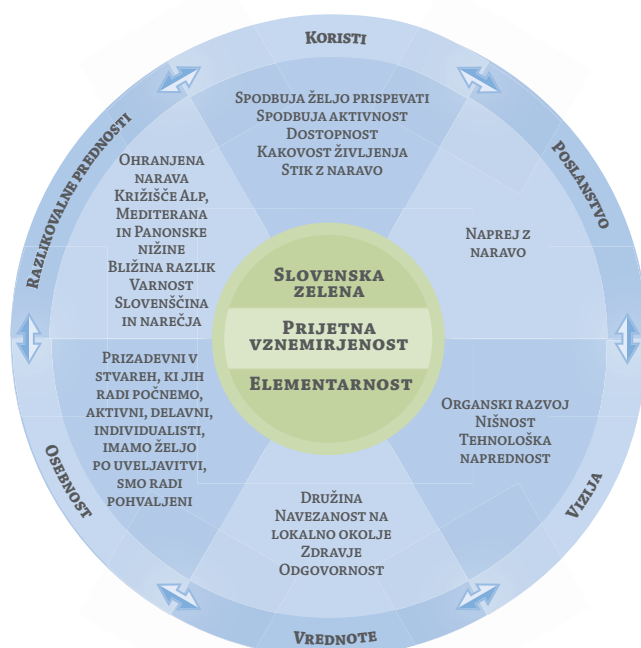


# Identiteta znamke Slovenije

7

Elementi identitete znamke Slovenije so skupni vsem področjem (t. j. področju civilne sfere, države, gospodarstva, turizma, kulture in umetnosti, znanosti ter športa) ter prikazujejo skupni imenovalec Slovencev in Slovenije. Predstavljajo temelj slovenskemu doživetju.

Znamka Slovenije je poimenovana **Slovenijo čutim**. Tega imena znamka Slovenije ne nosi naključno. Slovenije namreč ni mogoče preprosto pokazati s podobo, Slovenijo je potrebno občutiti in doživeti. V tem se znamka Slovenije razlikuje od znamk drugih držav.



Nekateri izmed navedenih elementov identitete znamke Slovenije so podobni značilnostim drugih narodov in držav. Spet drugi so lastni samo Sloveniji. Kar Slovenijo dela posebno, je kombinacija vseh zgoraj naštetih elementov. Ta kombinacija elementov, ki prek neštevilčnih križanj ustvarja neštevilčnost usklajenih zgodb, gradi slovensko doživetje, ki ga v delih že živimo, deloma pa predstavlja naše skupne želje glede razvoja Slovenije. V nadaljevanju zapisujemo le eno zgodbo. Vsak uporabnik bo izpeljal svojo variacijo, ki pa bo imela v osnovi isto jedro.

I FEEL SLOVENIA

# Jedro znamke Slovenije

*V Sloveniji je zelena več kot le barva; je »slovenska zelena«, ki izraža ravnotežje med umirjenostjo narave in prizadevnostjo Slovencev. Govori o neokrnjeni naravi in naši osredotočenosti, da jo tako tudi ohranimo. Simbolizira ravnovesje življenjskega sloga, ki združuje prijetno vznemirjenost, s katero zasledujemo osebne želje, s skupno vizijo, da gremo naprej, z naravo. Slovenska zelena opisuje tudi našo usmerjenost v elementarno, v to, kar čutimo pod svojimi rokami. In - nenazadnje - slovenska zelena govori o skladnosti vseh čutov, s katerimi Slovenijo doživljamo. Slovenije se zato nikoli ne spominjamo po podobah. Spomin na Slovenijo združuje vonj gozda, žuborenje potoka, presenetljiv okus vode ter mehko lesa. Slovenijo čutimo.*

## Zgodba Slovenije

### GOREČNOST DO VSEGA, KAR IMAMO RADI.

Slovenci smo **prizadevni** v stvareh, ki jih radi počnemo. Vanje usmerjamo vso svojo energijo in ustvarjamo presežke, ki jih nekdo, ki svoje delo opravlja rutinsko in brez elana, nikoli ne bo dosegel. Smo **aktivni**, vedno v gibanju, vedno usmerjeni k stvarim, ki so nam drage. Aktivnost se pogosto izkazuje kot **delavnost** in storilna naravnost – čim hitreje bi se radi vrnili k sebi ljubim opravilom oziroma dosegli zeleni cilj. Slovenci ne skrivamo svoje **želje po uveljavitvi** in smo za svoje delo **radi pohvaljeni**. Vendar pa v želji po pohvali ne bomo pozabili svojih nazorov. Poleg **družine** in **zdravja** namreč kot eno izmed naših glavnih vrednot navajamo **odgovornost**. Odgovornost se kaže v našem odnosu do sebe, soljudi in okolja. **Navezani smo na lokalno okolje**, čeprav smo veliki **individualisti**. Veliko potujemo, a se ne selimo. Smo kot ogenj, ki je v plamenu vroč, kakor hitro pa se od njega malo oddaljimo, je že mrzlo. Slovenci čutimo gorečnost do vsega, kar imamo radi. In v tem, kar imamo radi, kar čutimo, smo najboljši.

### SLOVENIJA JE DRUGAČNA IN TO ČUTIŠ.

Slovenija vedno znova presuni s spreminjanjem pokrajine, ki se v dobri uri iz mediteranske modre spremeni v visoke Alpe ter nato spusti v nižine Panonije. **Bližina razlik**, ki jo dopolnjuje **ohranjena narava**, ustvarja pogoje za uravnoteženo bivanje. Obenem je **pestrost na tako majhnem prostoru**, kot je Slovenija, pogoj za **varnost**. Varnost in sobivanje poudarjamo tudi v odnosu do drugih držav. Prav zaradi notranje pestrosti znamo spoštovati različnost. V želji po razumevanju govorimo svetovne jezike, vendar pa svoj jezik - **slovenščino** – vidimo kot vrednoto, ki nas povezuje in nas dela drugačne, Slovence.





### KORISTI IZHAJAJO IZ NAŠIH POSEBNOSTI.

#### **Slovenija te spodbudi, da se začneš ukvarjati s tistim, kar te veseli.**

Spodbuda prihaja iz slovenskega življenjskega sloga. Slovenci smo veliki individualisti in zato podpiramo posameznikovo zasledovanje osebnih želja. Ker se ukvarjamo s sebi dragimi stvarmi, smo venomer v gibanju, kar **k aktivnosti spodbudi** tudi naključnega obiskovalca. Slovenska pestrost se zrcali tudi v pestrosti naših zanimanj, ki so pogosto ekstremna. Ker pa smo pestrosti navajeni, jo podpiramo in na ekstreme, ki dopolnjujejo slovensko **kakovost življenja**, gledamo s ponosom. H kakovosti življenja prispevata tudi ohranjeno okolje in dejstvo, da je prav zaradi slovenske majhnosti marsikatera želja v Sloveniji lažje uresničljiva. **Dostopnost in aktivnost** sta razlog za naše prepričanje, da so želje uresničljive.

### VIZIJA JE JASNA: ZELENA BUTIČNOST.

**Organski razvoj** je jedrni del naše vizije. Slovenci ne želimo preprosto višjega materialnega življenjskega standarda, temveč želimo postati država, ki bo zgled kakovosti življenja. To skušamo doseči z usmeritvijo v organski razvoj. Organski razvoj narekuje prevzemanje tistih novosti, ki bodo Slovenijo bogatile brez negativnih posegov v naravo ter ne bodo zanemarjale tipičnih slovenskih vrednot in osebnostnih potez, zaradi katerih smo kljub majhnosti preživeli in soustvarjali tisočletno zgodovino. Organski razvoj dosegamo prek specifične, **nišne gospodarske usmeritve**. Nišnost zaradi osredotočenosti na specifične dejavnosti, s katerimi se radi ukvarjamo, razvijamo v butičnost. Organski razvoj pomeni, da se zanašamo na lastno znanje in podpiramo razvoj novega, slovenski viziji komplementarnega znanja. Zato podpiramo **tehnološki napredek**, ki nam bo omogočal, da bomo v tem, kar radi delamo, še boljši. Podpiramo tehnološki napredek, ki bo omogočal, da gremo **naprej z naravo**.

### TUDI POSLANSTVO JE JASNO: NAPREJ Z NARAVO.

Vseprisotna **slovenska zelena** je rezultat uravnovešenega slovenskega življenjskega nazora. Spodbuja aktivnost in hkrati pomirja. Ohranjena narava in opazno ravnovesje Slovencev sta posledica našega vsakodnevne truda, da bi dosegli tisto, kar si želimo sami in hkrati odgovorno poskrbeli, da bo Slovenija v prihodnosti taka, kakršno si želimo za zanamce. Okolica in družba v nas spodbujata željo prispevati pri ohranitvi in razvoju kakovosti življenja. Slovenija predstavlja model novodobne usmeritve naprej z naravo. Le-ta združuje zdrav odnos do samega sebe, do soljudi in do okolja. Z odgovornim obnašanjem do sebe kažemo, kako aktivno poskrbeti za okolju prijazen razvoj in napredek družbe.

---

V NADALJEVANJU PRIROČNIKA SO PREDSTAVLJENE ZGODBE SLOVENIJE PO POSAMEZNIH PODROČJIH. VEDNO JE NAJPREJ PREDSTAVLJENO JEDRO ZNAMKE SLOVENIJE, KI JE PRILAGOJENO POSAMEZNEMU PODROČJU. TEMU SLEDI PRIKAZ ELEMENTOV IDENTITETE ZNAMKE SLOVENIJE, V KATEREM POUČARJENI ELEMENTI OZNAČUJEJO TISTE ELEMENTE, KI SO ŠE POSEBEJ ZNAČILNI ZA POSAMEZNO PODROČJE. SLEDI KRATKA ZGODBA, KI JE TEMELJ DOŽIVETJU SLOVENIJE NA POSAMEZNEM PODROČJU

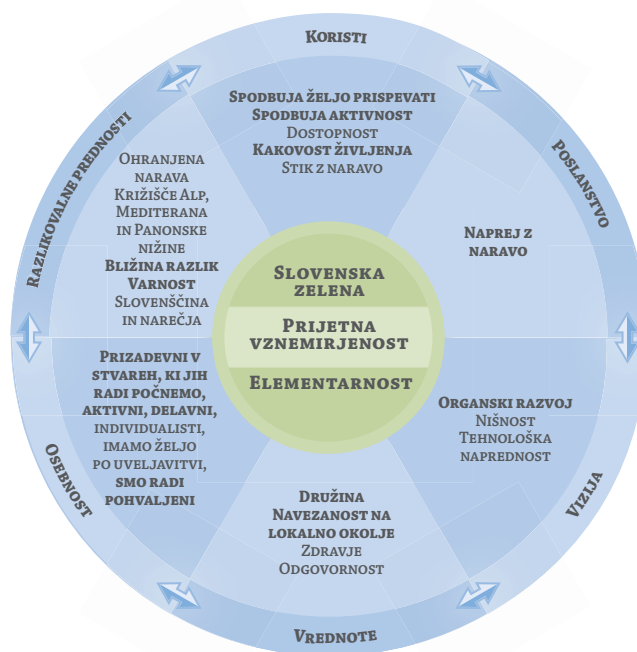
---

I FEEL  
SLOVENIA



# Zgodba Slovenije kot zgodba Slovencev

Nenehno gibanje Slovencev je posledica želje po vzpostavitvi in ohranitvi ravnovesja. Le z nenehnim zasledovanjem svojih želja bomo dosegli osebno ravnotežje. Slovenci smo narod posameznikov, ki ravno zato, ker nam je bilo omogočeno, da sledimo svojim osebnim hotenjem, želimo to družbi povrniti – z družbeno koristnim delom, s sodelovanjem v društvih, z organiziranjem lokalnih prireditev. Želimo prispevati in tako ohraniti slovensko zeleno za naslednje generacije.



## DRUŽBA POSAMEZNIKOV S SKUPNIMI CILJI

Slovenci smo individualisti. Delamo to, kar imamo kot posamezniki radi. Zato tudi nimamo ene velike, izstopajoče znamenitosti, ampak ustvarjamo male, nišne, za vsakega od nas otipljive zanimivosti, v katerih vidimo sebe. Skozi uresničevanje osebnih zanimanj smo skozi tisočletja ohranjali slovenskost. To nam uspeva, ker imamo kljub pestrosti, s katero živimo in s katero želimo živeti, skupne cilje. Slovenijo želimo ohraniti čisto, prebivalcem prijazno in varno. Slovensko zeleno želimo ohraniti za generacije, ki prihajajo.

## ŽELIMO PRISPEVATI.

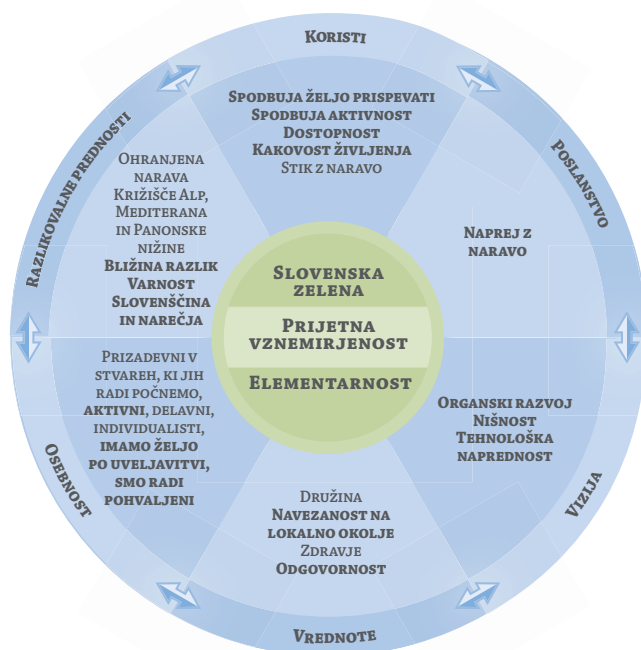
Slovenci želimo prispevati. Združujemo se v društva, radi smo v družbi. Pokazati želimo, da nam je za Slovenijo mar. Na Slovenijo smo ponosni, zato želimo, da jo tujci pohvalijo. Želja po uveljavitvi nas žene naprej, a ko dosegemo svoj osebni cilj, Sloveniji povrnemo s hvalo in z dejanji. Ker nam je omogočila, da počnemo to, kar imamo radi. Ker nam je omogočila bivanje v ravnovesju s samim sabo.

# Zgodba Slovenije kot države

11

DRŽAVA

Slovenija omogoča posamezniku, da se ukvarja s stvarmi, ki so mu blizu. Ker so želje posameznikov pisane, Slovenija spodbuja pestrost ter poje o sobivanju posameznikov in narodov. Skrb za razvijanje posameznikovih zanimanj poraja ravnovesje prebivalcev in usklajen razvoj družbe, kar se odraža v kakovosti življenja Slovencev. Sprejemanje pestrosti tako omogoča varen in organski razvoj družbe.



## VARNI, KER SPOŠTUJEMO PESTROST

Slovenci smo skozi tisočletno zgodovino ohranili svojo majhnost. Nanjo smo upravičeno ponosni, saj smo bili prav zaradi majhnosti Slovenije vedno primorani sprejemati pestrost in različnost. Pestrosti se zato ne bojimo, z njo smo navajeni živeti in jo podpiramo. Ker sprejemamo posameznike z njim lastnimi zanimanji, smo varna in državljanu prijazna država.

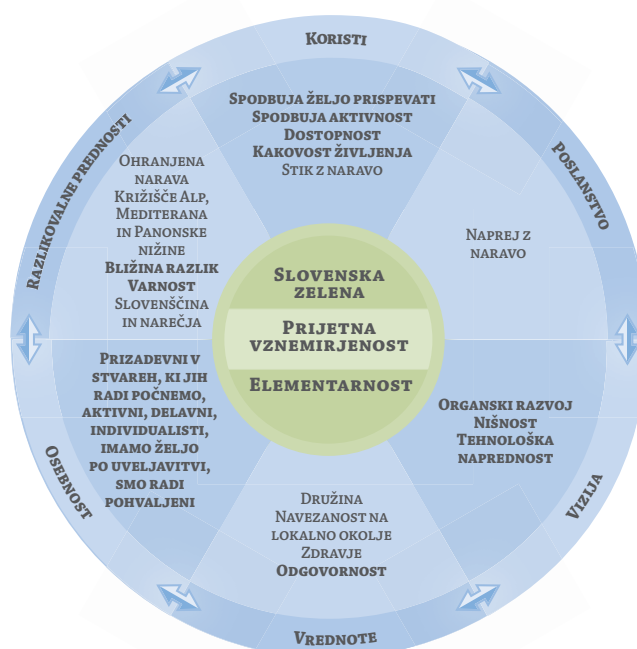
## KAKOVOST ŽIVLJENJA DRUŽBE TEMELJI NA RAVNOVESJU POSAMEZNIKA.

Organski razvoj Slovenci soglasno podpiramo, saj kakovost bivanja postavljamo pred materialno bogastvo. Prepričani smo, da je kakovost življenja družbe vezana na notranje ravnovesje posameznika. Zato spodbujamo ukvarjanje s stvarmi, ki so ljube posamezniku. Ker imamo skupno vizijo, se ne bojimo, da bi pestrost osebnih želja prerasla v zmedo. Slovenci smo v ravnovesju, ko z razvojem osebnih zanimanj udeležujemo skupne vrednote. Vsak na svoj način, a v isti smeri, gremo naprej z naravo.

I FEEL SLOVENIA

# Zgodba Slovenije na področju gospodarstva

Slovensko gospodarstvo je v nenehnem gibanju. Slovenci se želimo uveljaviti. Z zasledovanjem osebnih zanimanj gradimo nišno gospodarstvo, ki temelji na ukvarjanju s stvarmi, ki so nam drage. Prizadevnost, s katero zasledujemo svoje poslovne cilje, je nalezljiva. Ker smo družba posameznikov, ustvarjamo pester nabor presežkov, ki pa imajo skupen vir - ravnovesje med našimi željami in zmožnostmi, med človekom in naravo. Zato podpiramo organski razvoj. Z vlaganji v stvari, ki jih imamo radi, bomo ohranili slovensko zeleno.



## ZAVESTNO SMO IZBRALI NIŠNOST.

Posebna energija je v Sloveniji prisotna v tistih dejavnostih, ki jih radi opravljamo. V teh dejavnostih smo najboljši. Posledica razvoja osebnih zanimanj je pestrost gospodarskih aktivnosti s skupnim imenovalcem – nišnostjo, ki skladno z vloženo gorečnostjo prehaja v butičnost. Želimo si vlaganji v dejavnosti, v katerih smo najboljši, saj bodo zaradi slovenske prizadevnosti v stvareh, ki jih imamo radi, tam ustvarjale presežke.

## ORGANSKI RAZVOJ

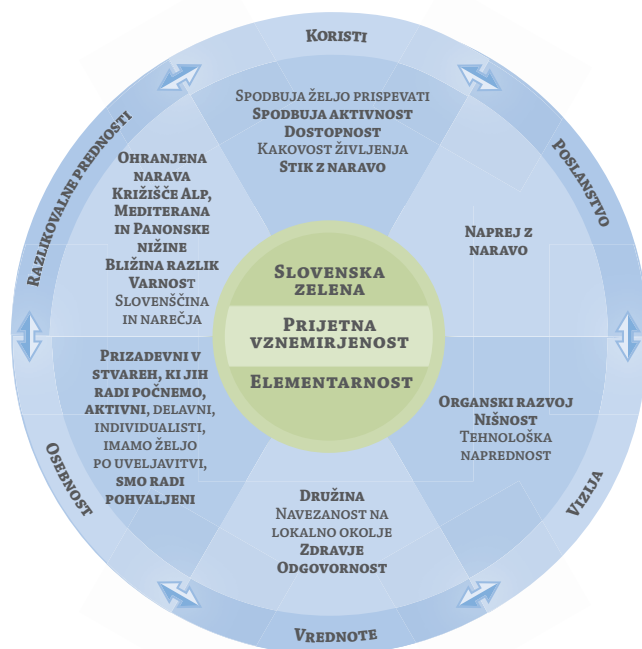
Slovenija gre naprej z naravo. Tudi v gospodarstvu in zaradi njegovega usmerjenega razvoja. Slovensko gospodarstvo podpira tehnološki napredek, saj na ta način soustvarja in ohranja temeljno razlikovalno prednost Slovenije – ohranjeno okolje. Soglasje o organskem razvoju kot viziji slovenske prihodnosti narekuje vlaganja v lastne zmožnosti in zmogljivosti. Domača ali tuja.

# Zgodba Slovenije kot turistične destinacije

13

TURIZEM

Slovenska zelena je izkustvo Slovenije, ki ostaja najdlje v spominu. Pomirja, saj simbolizira ravnotežje posameznika ter družbe in njenega razvoja. Vendar pa iz nenehnega slovenskega zasledovanja želja vre nalezljiva energija. Slovenija te spodbudi, da se končno lotiš tega, kar si si vedno želel, pa ... Začutiš prijetno vznemirjenost. Naredil boš nekaj zase. Skladnost čutov, s katero si doživel slovensko zeleno, ti tudi po koncu oddiha daje elan in te obenem pomirja. Oddih v Sloveniji ti povrne ravnovesje. Tudi zato, ker si v Sloveniji vedno v stiku z nečim elementarnim. Naj bodo to voda, vonj po gozdu ali pristen okus jedi.



## NABOR ELEMENTOV PESTROSTI PO MOJIH ŽELJAH

Slovenija podpira zasledovanje osebnih želja. Skupna poteza slovenskega turističnega produkta je zato oddih, namenjen razvijanju vseh čutov posameznika na način, ki si ga izbere gost sam. Oddih v Sloveniji zaznamuje izbranost po meri gosta, ki se zanj odloči. Slovenija dovoljuje, podpira in zagovarja *selfness* – ukvarjanje in razvijanje sebe s stvarmi, ki jih imamo radi. V Sloveniji spet začutiš sebe.

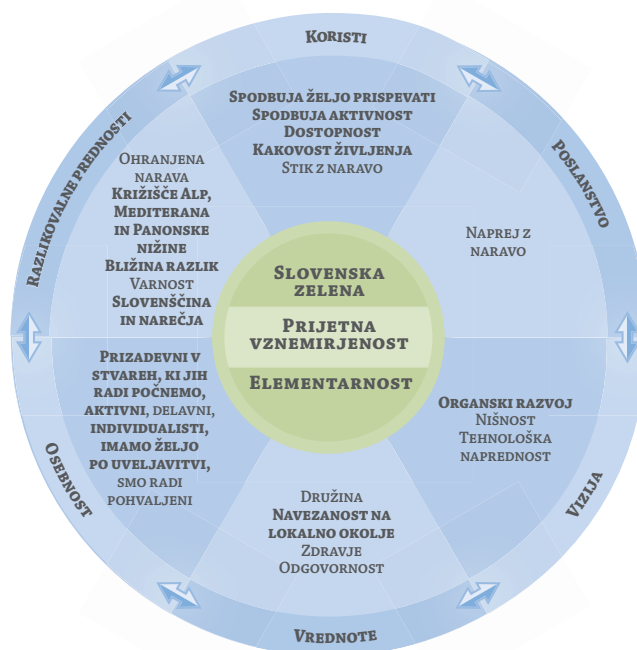
## ZELENA OKOLI MENE, ZELENA V MENI

Slovensko turistično ponudbo povezuje zelena, ohranjena narava. Kulturno in naravno dediščino povezuje v uravnoteženo celoto. V Sloveniji se zato počutiš varnega. Pristen stik z naravo in samim sabo ti povrne ravnovesje. Spomin na slovensko zeleno ti daje elan in te hkrati pomirja. Slovenijo čutiš. Po slovensko zeleno se boš vrnil.

I FEEL  
SLOVENIA

# Zgodba Slovenije na področju umetnosti in kulture

*Kulturo in umetnost Slovenci jemljemo elementarno. Kultura je del nas in povsod okoli nas. Ker smo narod posameznikov, je kultura izbira posameznika. Hkrati smo narod umetnikov. Pojavna oblika kulture, ki jo udejanja posameznik, se preslika v ponos, ki ga čutimo do svojih stvaritev. Umetnost in kultura zato nista le domena ustanov, temveč domena ljudi in našega vsakdana. V vseh svojih stvaritvah puščamo del nas samih. Kultura je eden izmed gradnikov slovenskega ravnovesja.*



## KULTURA KOT VREDNOTA

Slovenci smo eden redkih svetovnih narodov, ki svojo državnost in pripadnost utemeljujejo na kulturi in umetnosti. Od Brižinskih spomenikov naprej so mejniki slovenskosti in našega razvoja predvsem dosežki kulturnega in umetniškega samozapisa. Kultura je del našega organskega razvoja, zato jo spoštujemo, zato nas povezuje in navdaja s ponosom.

## SAM SVOJ UMETNIK

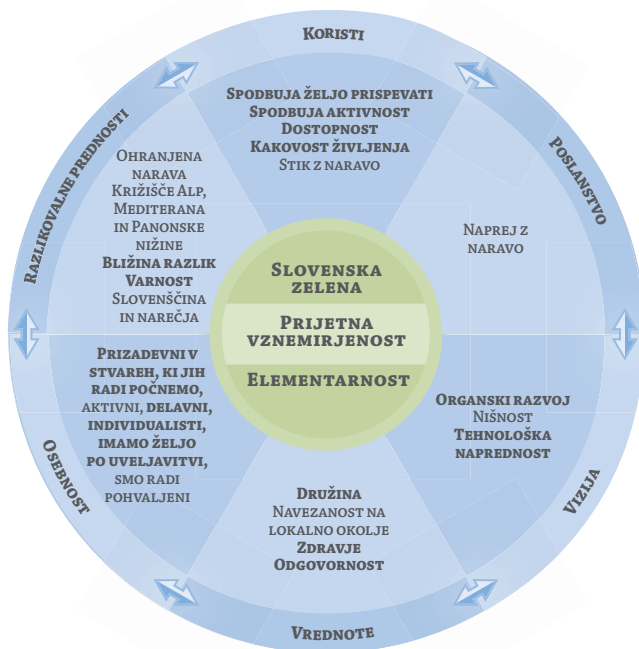
Da slovenskost temelji na kulturi, čuti vsak izmed nas. Vsak Slovenec je sebi pesnik, slikar, kuhar, plesalec, vinar, glasbenik, igravec, režiser, bloger, rezbar. Iz stvari, ki so nam ljube, naredimo umetnost. Kulturno udejstvovanje ima posledično številne obraze, ki pa vsi odražajo ponos do ustvarjenega. Z umetnostjo si Slovenci uresničujemo želje. Najboljši umetniki in kulturniki med nami pa želje uresničujejo tudi svoji okolici. Brez kulturnega in umetniškega udejstvovanja Slovenci ne bi bili v ravnovesju. Od tod spoštovanje tega, kar naredimo s svojimi rokami, do elementarnega.

# Zgodba Slovenije na področju znanosti

15

ZNANOST

Slovenska znanost je področje posameznikov, ki jih njihova zanimanja vodijo v ukvarjanje s stvarmi, ki so večini nerazumljive ali nerazumljene. V svoji vnemi, da bi razumeli, ne poznajo meja. Prizadevnost v stvareh, ki jih imamo radi, v znanosti pogosto pomeni, da Slovenci posamezna področja puščamo ob strani cela desetletja, potem pa jih znova odkrijejo posamezniki, ki se tem področjem počutijo blizu. Odgovornost, ki jo Slovenci čutimo do sebe, soljudi in okolja, ohranja slovensko zeleno. Pogosto tudi skozi napredek znanosti.



## ZANIMANJA RAZVIJAMO V ZNANOST.

Slovenska znanost je nišna. Drugačna niti ne more biti, saj Slovenci presežke ustvarjamo na področjih, ki so nam draga. Največji znanstveni dosežki so posledica ljubezni do teme, ki jo raziskujemo. S prizadevnostjo, s katero razvijamo svoja zanimanja, odpiramo pot novim znanstvenim spoznanjem. Slovenci smo individualisti, ki v prvi vrsti sledimo svojim osebnim zanimanjem. Slovenska znanost je zato pestra paleta razvojnih dosežkov na področjih, ki jih imamo Slovenci radi.

## BLIŽINA USMERJA ORGANSKI RAZVOJ.

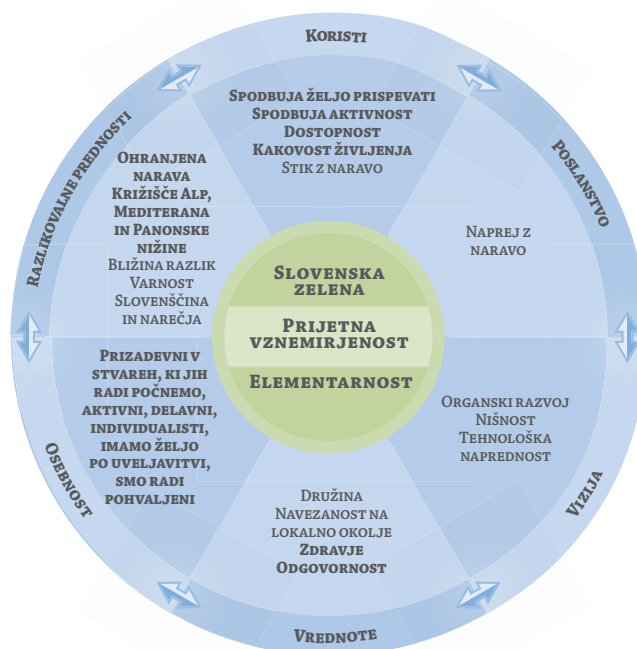
Slovenci podpiramo organski razvoj. Organski razvoj je mogoč zato, ker je slovenska znanost dostopna. Slovenska znanost sobiva z gospodarskimi interesi in tako sousmerja željeni razvoj Slovenije. Tipično pa slovenski razvoj znanosti prispeva k ohranitvi tistega, kar najbolj cenimo – k ohranitvi slovenske zelene, čistega okolja in uravnoveženega življenjskega sloga.

I FEEL  
SLOVENIA



# Zgodba Slovenije na področju športa

Želja po gibanju je del vsakega Slovenca. Gibanje nas napolni z elanom. Zagnanost, s katero zasledujemo lastne rekreativne cilje, je posledica želje po ravnovesju. V športu dosegamo presežke, ker je gibanje stvar, v kateri uživamo. Z gibanjem postanemo eno z nenehnim valovanjem gozda, travnika, slovenskih voda. Ko smo v gibanju, smo del slovenske zelene.



## GIBANJE JE V NAS.

V Sloveniji se čuti posebna energija prav zato, ker z nenehnim gibanjem Slovenci ustvarjajo ravnovesje med resničnostjo in željami. Ker je narava povsod okoli nas, ker nas narava pomirja in nam daje nov zagon, je aktivnost v naravi del našega vsakdana. Vrčkarstvo, tek, smučanje ali dnevni sprehod – katerokoli telesno dejavnost Slovenci povezujemo s kakovostjo življenja. Brez telesne aktivnosti si ne moremo predstavljati uravnoveženega bivanja.

## ODKRIVAMO NARAVNE MEJE.

Prismučamo od tam, od koder ni še nihče; splezamo tja, kamor ni še nihče; preplavamo to, česar ni še nihče; prekolesarimo razdalje, ki jih drugi ne. Ne premagujemo elementarnih naravnih zakonitosti in mej, temveč jih odkrivamo. Ker se ukvarjamo z dejavnostjo, ki jo imamo radi, smo zmožni presežkov. Prizadevnost je tista, zaradi katere odkrivamo meje, ki nam jih postavlja narava. Ker cenimo ravnovesje in varnost, te naravne meje spoštujemo.





# Smernice za zagotavljanje slovenskega doživetja

17

**ZNAMKA SLOVENIJE DAJE SMERNICE ZA VSE NADALJNJE AKTIVNOSTI NA PODROČJU PREDSTAVLJANJA SLOVENIJE DOMAČIM IN TUJIM JAVNOSTIM.**

Znamka Slovenije je podlaga za vse nadaljnje trženjske in druge aktivnosti predstavljanja Slovenije, ki jih izvajajo Slovenci, slovenska podjetja in ustanove, lahko pa tudi tujci. Smernice za zagotavljanje slovenskega doživetja so namenjene predvsem ustanovam in posameznikom, katerih glavna naloga je predstavitev Slovenije. Služile pa bodo tudi vsem tistim, katerih želja je v prvi vrsti predstaviti svoj izdelek, storitev ali dosežek. Slednji bodo doživetje Slovenije v predstavitev svojega izdelka ali storitve vključili na ciljem predstavitve primeren način.

**NA RAVNI DRŽAVE (DRŽAVNIH USTANOV) JE UPOŠTEVANJE SMERNIC ZA ZAGOTAVLJANJE SLOVENSKEGA DOŽIVETJA NUJNO.**

Za vse ostale je upoštevanje smernic priporočljivo. Z enovito uporabo smernic bo Slovenija hitreje dosegla prepoznavnost na način, ki si ga želi, t.j. hitreje bo v domači in tuji javnosti zgradila podobo, ki jo opisuje znamka Slovenije. Uporaba logotipa in njegove različice mora biti vedno skladna s smernicami za uporabo logotipa Slovenije **I feel Slovenia**.

V nadaljevanju so predstavljene smernice za predstavljanje znamke Slovenije z/s:

- BESEDAMI IN BESEDNIMI ZVEZAMI,
- TIPIČNIMI POJAVNIMI OBLIKAMI,
- MOTIVI,
- BARVAMI,
- LOGOTIPOM,
- ČRKOVNIMI DRUŽINAMI IN
- SPLOŠNIM DOŽIVETJEM.

**I FEEL  
SLOVENIA**



# Besede in besedne zveze

Slogan, s katerim se predstavljal Slovenija, je **Slovenijo čutim**. Slogan vizualizira logotip Slovenije. Kadarkoli se uporablja angleška verzija slogana **Slovenijo čutim »I feel Slovenia«**, se I feel SloveniJa izgovori z j-jem. Eden izmed pomembnih elementov znamke Slovenije je namreč prav navezanost na slovenski jezik. Slogan se primerno prevaja v tuje jezike.

Slovenije ne opisujemo le s sloganom, ampak tudi z besedami in besednimi zvezami, navedenimi v nadaljevanju. Te besedne zveze, ki jih je priporočeno uporabljati za opis posameznega področja, so razvidne že iz samih zgodb (poudarjene besede). Vsaka organizacija in vsak posameznik si bo iz besednih zvez ustvaril svojo zgodbo, ki pa bo še vedno prikazovala jedro znamke Slovenije. Za pomoč so v spodnjem prikazu navedene najbolj izpostavljene besedne zveze, najprej za Slovenijo kot celoto, potem pa še po posameznih področjih. Besede in besedne zveze, s katerimi opisujemo Slovenijo kot celoto, se uporabljajo tudi na posameznih področjih.





# Tipične pojavne oblike

19

Znamka Slovenije je skupek za Slovenijo značilnih pojavnosti in občutkov. V jedru znamke Slovenije sta poleg izkustvene obljuje **slovenske zelene** tudi čustvena obljava **prijetne vznemirjenosti** in funkcionalna obljava **elementarnosti**. Vse tri obljuje morajo biti uresničene skozi doživetje Slovenije.

## PONAZORITEV ELEMENTARNOSTI

Predstavljanje Slovenije mora delovati čisto, jasno in nevsiljivo.

Elementarnost se lahko ponazori s/z:

- **BELO BARVO,**
- **ČISTIMI OBLIKAMI,**
- **POSTAVITVIJO (NI KOPIČENJA ELEMENTOV),**
- **ZASNOVO DOGODKA (JASEN POTEK DOGODKA)**
- **IN Z DRUGIMI, PRILOŽNOSTI PRIMERNIMI NAČINI.**

## PONAZORITEV PRIJETNE VZNEMIRJENOSTI

V predstavljanje Slovenije mora vedno biti vnesena določena dinamika, ki simbolizira prijetno vznemirjenost.

Dinamiko je mogoče ponazoriti s/z:

- **PRIPOROČENI BARVNI PALETI KONTRASTNO BARVO,**
- **NENAVADNO OBLIKO,**
- **RAZGIBANIM BESEDILOM**
- **IN Z DRUGIMI, PRILOŽNOSTI PRIMERNIMI NAČINI.**

## PONAZORITEV SLOVENSKE ZELENE

Besedna zveza slovenska zelena predstavlja tipično slovensko okolje, slovensko željo po njegovi ohranitvi ter hkrati ravnovesje med umirjenostjo okolja in prizadevnostjo prebivalstva. Zelena je barva ravnovesja.

Predstavimo jo lahko s/z:

- **ZELENO BARVO,**
- **NARAVNIMI MATERIALI (NPR. LES, KAMEN, GLINA),**
- **MESTOM DOGODKA (NPR. OB REKI, V GOZDU, ODER, OBDAN Z RASTLINJEM)**
- **IN Z DRUGIMI, PRILOŽNOSTI PRIMERNIMI NAČINI.**

I FEEL  
SLOVENIA





## 20

### **ELEMENTI, KI SO V NESKLADJU Z ZNAMKO SLOVENIJE**

Znamka Slovenije kaže na uravnoteženo sobivanje posameznih elementov (človeka, narave, mest, prepričanj itd.). Vsak element posebej je naraven, neumeten.

Iz tega razloga se ne priporoča uporaba naslednjih elementov:

- **KOLAŽ: SLOVENIJA JE DOVOLJ RAZNOVRSTNA V VSAKI PODROBNOSTI, ZATO NASILEN KOLAŽ, NASILNO SOOČANJE NI UMESTNO;**
- **UMETNI ELEMENTI: KER JE SLOVENIJA ORGANSKA, NENAREJENA;**
- **DRUGI ELEMENTI V NASPROTJU Z IDENTITETO ZNAMKE: NEVARNOST, MASOVNOST, IDR.**





# Motivi

21

Pri gradnji slovenskega doživetja je priporočena uporaba istovrstnih motivov. Uporaba istovrstnih motivov dodatno olajša zapomnitev Slovenije.

## **MOTIV NARAVE**

Slovensko raznolikost v uravnoteženo celoto povezuje ohranjena narava. Slovenci vsak dan svoja dejanja usmerjamo v ohranitev okolja ter tako posledično ohranjamo kakovost življenja v Sloveniji. Usmeritev Slovencev »Naprej z naravo« mora občutiti vsak, ki pride s Slovenijo v še tako bežen stik, zato je priporočena uporaba motiva narave v vseh predstavitev Slovenije.

Motiv narave je lahko predstavljen s/z:

- 
- **UPODOBITVIJO (NPR. FOTOGRAFIJO, RISBO, GRAFIKO),**
  - **ZELENO BARVO,**
  - **ZVOKOM (NPR. ŠUMENJE GOZDA, ŽUBORENJE REKE),**
  - **RASTLINJEM IN ŽIVALMI,**
  - **TEMO PRIREDITVE (NPR. VAROVANJE OKOLJA, ČIŠČENJE REK),**
  - **NARAVNIMI MATERIALI**
  - **IN Z DRUGIMI, PRILOŽNOSTI PRIMERNIMI NAČINI.**
- 

Po posameznih področjih določa primarnost motivov vsebina izvajane aktivnosti.



# Barve

Barve, ki predstavljajo Slovenijo, posredujejo našo usmeritev »Naprej z naravo« in ravnovesje, ki je posledica aktivnega zasledovanja osebnih zanimaj znotraj skupne vizije. Barvna paleta deluje sicer umirjeno, vendar živahno.

## PRIMARNI NIVO – ZELENİ TONI

Ker je v Sloveniji zelena barva prisotna domala povsod, predstavljajo zeleni toni primarne barve. Zelena barva simbolizira ravnovesje, saj deluje umirjeno, a obenem poživlja. V predstavitvah Slovenije se zato vedno uporablja zelena barva, ni pa nujno, da je zelena površinsko prevladujoča. Če je mogoče, je priporočena uporaba »slovenske zelene« (pantone U377).

|                |                     |                                 |
|----------------|---------------------|---------------------------------|
| Enobarven tisk | Večbarven tisk CMYK | Prikaz na računalniškem zaslonu |
| Pantone U 377  | C:45 M:0 Y:100 K:25 | R:120 G:162 B:47                |



Če uporaba slovenske zelene ni mogoča (npr. fotografije, določen material v tej barvi ne obstaja), se uporabi najbližji približek te barve.



## SEKUNDARNI NIVO – MODRI TONI IN BELA BARVA

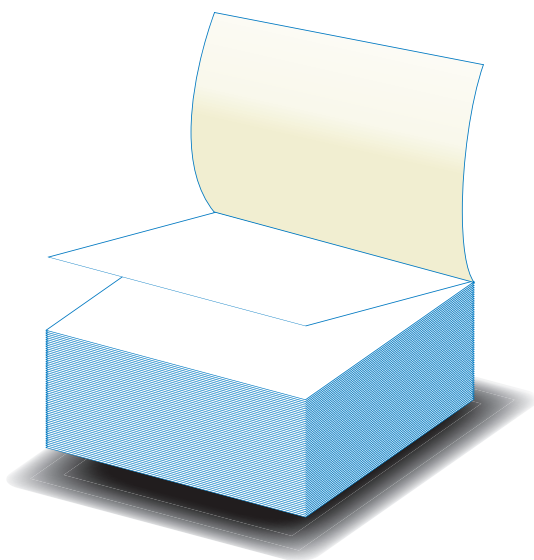
Poleg zelene barve sta za Slovenijo značilni tudi modra in bela barva. Tudi to sta barvi, ki sta povezani z naravo. Umirjata in delujeta čisto. Bela dodatno predstavlja elementarnost, ki je v jedru znamke Slovenije. Obe barvi sta podrejeni zeleni in sta lahko predstavljeni tudi z motivi, s katerimi ti dve barvi navadno povezujemo.

V predstavitev Slovenije se lahko prikažeta skozi:

- **UPORABO SAME BARVE (NPR. PISAVA, BARVA MATERIALA),**
- **MOTIV, KI JE POVEZAN Z MODRO ALI BELO BARVO (NPR. NEBO, VODA, SNEG),**
- **ZVOK, KI SIMBOLIZIRA MODRO BARVO (NPR. ŠUMENJE VODE),**
- **NA DRUG, PRILOŽNOSTI PRIMEREN NAČIN.**

Priporočena je uporaba modre barve v posebnem odtenku, navedenem v spodnjem prikazu.

| Enobarven tisk | Večbarven tisk CMYK | Prikaz na računalniškem zaslonu |
|----------------|---------------------|---------------------------------|
| Pantone U 300  | C:100 M:44 Y:0 K:0  | R:0 G:121 B:193                 |



Če uporabljamo modro barvo, je priporočena uporaba modre barve v posebnem odtenku (pantone U300). Če uporaba priporočene modre ni mogoča (npr. fotografije, določen material v tej barvi ne obstaja itd.), se lahko uporabi najbližji približek te barve.

## TERCIARNI NIVO – DRUGE BARVE

Druge barve se uporabljajo skladno s sporočilom in temo predstavitve. Z njimi lahko v umirjeno barvno shemo, ki jo zaznamujejo zelena ter modra in bela barva (ali motiv, ki slednji barvi simbolizira), vnesemo dinamiko.

I FEEL  
SLOVENIA



# Logotip

Enotna uporaba logotipa znamke Slovenije z zapisom **I feel Slovenia** služi lažji in hitrejši zapomnljivosti tako znamke Slovenije kot Slovenije same. Logotip **I feel Slovenia** je globalni identifikacijski simbol Slovenije.

**I FEEL  
SLOVENIA**

dovoljena uporaba logotipa na beli ali svetlejši večbarvni podlagi

**I FEEL  
SLOVENIA**

dovoljena uporaba logotipa na temnejši večbarvni podlagi

**I FEEL  
SLOVENIA**

dovoljena uporaba logotipa na beli podlagi (enobarven črno-bel tisk)

**I FEEL  
SLOVENIA**

dovoljena uporaba logotipa na črni podlagi (enobarven črno-bel tisk)

Logotip znamke Slovenije z zapisom **I feel Slovenia** se lahko uporablja le na predpisan način. Uporaba logotipa znamke Slovenije na izdelkih in v okvirih označevanja storitev je komunikacijsko sredstvo povezanosti izdelka ali storitve s Slovenijo. Ker uporaba logotipa znamke Slovenije v promocijske namene ni omejena, lahko logotip za oznako slovenskosti uporabi vsakdo, ob pogoju, da sledi smernicam za uporabo logotipa. Logotip v elektronski verziji je mogoče dobiti na spletni strani [www.slovenia.info](http://www.slovenia.info). Na omenjeni spletni strani se bo nahajal tudi priročnik celostne grafične podobe znamke Slovenije, ki bo še natančneje podajal smernice za zagotavljanje doživetja Slovenije. V priročniku celostne grafične podobe znamke Slovenije bodo predstavljene tudi vse ostale smernice za uporabo logotipa znamke Slovenije.

Ker pa Slovenci slovenskemu jeziku pripisujemo izredno velik pomen, se za ustvarjanje pripadnosti znamki Slovenije uporablja različica logotipa znamke Slovenije s posebnim zapisom slovenskega slogana **Slovenijo čutim** oziroma nosilno sporočilo komunikacijske akcije "Slovenijo čutim". V nadaljevanju so prikazane sprejemljive različice logotipa znamke Slovenije ter nosilnega sporočila akcije, ki se bodo uporabljale takrat, ko je cilj komunikacije ustvarjanje pripadnosti Slovencev znamki Slovenije.

**SLOVENIJO  
ČUTIM**

dovoljena uporaba logotipa na beli ali svetlejši večbarvni podlagi

**SLOVENIJO  
ČUTIM**

dovoljena uporaba logotipa na temnejši večbarvni podlagi

**SLOVENIJO  
ČUTIM**

dovoljena uporaba logotipa na beli podlagi (enobarven črno-bel tisk)

**SLOVENIJO  
ČUTIM**

dovoljena uporaba logotipa na črni podlagi (enobarven črno-bel tisk)

**Slovenijo čutim.**

**Slovenijo čutim.**

**Slovenijo čutim.**

**Slovenijo čutim.**

V kolikor se kot nosilno sporočilo posamezne komunikacijske akcije znamke Slovenije, ki je namenjena ustvarjanju pripadnosti znamki Slovenije uporablja nosilno sporočilo **Slovenijo čutim** v predpisani obliki, je zaradi učinkov povezave z globalnim logotipom Slovenije priporočljivo uporabljati logotip **I feel Slovenia**.

Skupno nastopanje logotipa **I feel Slovenia** z logotipom **Slovenijo čutim**, ni priporočljivo.

Skupno pojavljanje nosilnega sporočila posamezne komunikacijske akcije "Slovenijo čutim" z jezikovno različico logotipa **Slovenijo čutim** ni priporočljivo.





# Črkovna družina

25

Za znamko Slovenije je značilno ravnovesje, ki je posledica aktivnega zasledovanja želja posameznika. Izbrane črkovne družine so zato jasnih potez, obenem pa izžarevajo dinamiko. Izbrane črkovne družine so nekoliko netipične, kot smo netipični tudi Slovenci.

## TISKANI MATERIALI V LATINICI

### PRIMARNA ČRKOVNA DRUŽINA – COPY

Črkovna družina COPY je čistih in elementarnih oblik. Njena uporaba se priporoča pri zapisu osrednjih sporočil. Je črkovna družina, ki jo vsebujeta logotip Slovenije **I feel Slovenia** in njegove različice **Slovenijo čutim**.

### SEKUNDARNA ČRKOVNA DRUŽINA – CHAPARRAL

Črkovna družina CHAPARRAL ima izredno veliko članov, kar pomeni, da ima uporabnik izredno veliko število možnosti njene uporabe. Skladna je s črkovno družino COPY in je primerna kot njeno nadomestilo na materialih z manjšimi površinami. Njena uporaba se priporoča tudi pri zapisu besedila, ki je dodan ključnemu sporočilu.

## TISKANI MATERIALI V CIRILICI

Uporaba primarne in sekundarne črkovne družine v cirilici je opredeljena z enakimi pogoji kot uporaba primarne in sekundarne pisave v latinici.

### Primarna črkovna družina - ITC OFFICINA SERIF OSF

### Sekundarna črkovna družina - RODEO

## SPLETNA UREDITEV

Za uporabo na spletu sta priporočeni drugi črkovni družini kot za tiskane materiale, saj je berljivost pisave na spletu drugačna kot v tiskanem mediju. Uporaba primarne in sekundarne črkovne družine na spletu je opredeljena z enakimi pogoji kot uporaba primarne in sekundarne pisave v tiskanih medijih. Priporočeni črkovni družini sta enaki za latinico in cirilico.

### Primarna črkovna družina - VERDANA

### Sekundarna črkovna družina - GEORGIA

### PRIKAZ PISAVE COPY

*Slovenijo čutim.*

Slovenijo čutim.

**Slovenijo čutim.**

### PRIKAZ PISAVE CHAPARRAL

*Slovenijo čutim.*

*Slovenijo čutim.*

Slovenijo čutim.

*Slovenijo čutim.*

**Slovenijo čutim.**

*Slovenijo čutim.*

**Slovenijo čutim.**

***Slovenijo čutim.***

### PRIKAZ PISAVE

#### ITC OFFICINA SERIF OSF

|   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |   |   |   |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|---|---|---|
| А | Ж | В | С | Д | Е | Ф | Г | И | К | Л | М  |   |   |   |
| О | Ъ | Ш | П | Q | R | S | T | U | V | W | X  | Y |   |   |
| а | ж | б | с | д | е | ф | г | и | к | л | м  | н |   |   |
| о | ъ | ш | п | q | r | s | t | u | v | w | x  | y | z |   |
| 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | € | \$ | Ÿ | Г | # |
| Б | б | А | а | Д | д | Е | е | В | в | Г | г  | З | з | Й |
| Н | н | М | м | П | п | О | о | С | с | У | у  | Т | т | І |
| Ь | ь | Щ | щ | Ъ | ъ | Ы | ы | Ц | ц | Я | я  |   |   |   |

### PRIKAZ PISAVE RODEO

|   |   |   |   |     |   |   |    |   |   |   |   |   |   |   |   |
|---|---|---|---|-----|---|---|----|---|---|---|---|---|---|---|---|
| а | б | в | г | д   | е | ё | ж  | з | и | к | л | м | н | о | п |
| А | Б | В | Г | Д   | Е | Ё | Ж  | З | И | К | Л | М | Н | О | П |
| 0 | 1 | 2 | 3 | 4   | 5 | 6 | 7  | 8 | 9 | ( | , | ! | ? | & | % |
| к | л | м | н | о   | п | р | с  | т | у | ф | х | ц | ч | ш |   |
| з | и | й | к | л   | м | н | о  | п | р | с | т | у | ф | ц |   |
| ; | ! | ? | & | \$( | % | N | e) | г | ђ | љ | њ | к | ћ | џ |   |

### PRIKAZ PISAVE GEORGIA

*Slovenijo čutim.*

*Slovenijo čutim.*

**Slovenijo čutim.**

***Slovenijo čutim.***

### PRIKAZ PISAVE VERDANA

*Slovenijo čutim.*

*Slovenijo čutim.*

**Slovenijo čutim.**

***Slovenijo čutim.***

**I FEEL  
SLOVENIA**





# Doživetje

Znamke države ne predstavljamo samo s plakati, oglasi, brošurami, temveč predvsem z osebnim stikom, z doživetjem, ki ga nudimo vsem, ki prihajajo v stik s Slovenijo. Slovenijo je zato priporočljivo predstavljati na način, ki vključuje vse ali vsaj več čutov.

Slovensko doživetje je z uporabo zgoraj navedenih smernic možno zagotoviti še preden pride do osebnega stika s Slovenijo, čemur služijo predvsem promocijski materiali in oglasi. Ob osebnem stiku s Slovenijo pa je doživetje ne le mogoče, temveč nujno nadgraditi z dodatnimi in predstavitevnenemu materialu skladnimi in komplementarnimi elementi, med njimi z/s:

- 
- vonjem (npr. vonj pokošene trave, sena, gozda),
  - zvokom (npr. šelestenje gozda, žuborenje reke),
  - otipom (npr. mehek les, tople površine),
  - okusom (npr. raznolikost okusov, paleta elementarnih okusov).
- 

---

NA PODLAGI ZGORAJ ZAPISANIH NAVODIL BO OBLIKOVALEC, KATEREMU BO ZAUPANO OBLIKOVANJE PREDSTAVITVENIH ORODIJ, OBLIKOVAL MATERIALE, KI BODO KONSISTENTNO IN ENOVITO SOUSTVARJALI DOŽIVETJE SLOVENIJE. SMERNICE SICER OMEJUJEJO MOŽNOSTI UPORABE ELEMENTOV ZNAMKE, VENDAR HKRATI VSAKEGA UPORABNIKA SPODBUJAJO, DA JIH URESNIČUJE SKLADNO S SVOJIMI LASTNIMI CILJI. ZARADI OMEJITEV BO UČINEK SKUPNI, NE BO PA UNIFORMIRAN. ZNAMKA JE NAMREČ ŽIV ORGANIZEM, KI GA VSAK UPORABNIK DNEVNO DOGRAJUJE S SVOJIMI AKTIVNOSTMI. PRIROČNIK ZNAMKE SLOVENIJE JE TOREJ LE PRIPOMOČEK, NE PA REZULTAT. ČE GA BOMO UPORABILI NA TA NAČIN, BO SLUŽIL SVOJEMU NAMENU: OHRANJALI BOMO NAŠO PESTROST, HKRATI PA BOMO SPOROČALI TISTO, KAR NAS POVEZUJE – SLOVENSKO ZELENO.

---





Založnik: Ministrstvo za gospodarstvo • Oblikovanje in produkcija: Pristop • oktober 2007



