



PRÍBEH ZNAČKY  
SLOVENSKO

Slovensko. Krásna krajina, bohatá svojou rozmanitosťou. Jej pestrosť naplno charakterizuje nielen príroda, tradičný folklór či nárečia, ale aj my sami – jej obyvatelia. Vždy, keď sa zamyslíme nad tým, čo pre nás Slovensko znamená, čo ho najviac vystihuje, alebo ako by sme chceli, aby Slovensko vnímali ľudia v zahraničí, dostaneme široké spektrum odpovedí. Výsledkom je, že rovnako pestré ako Slovensko je aj naše vnímanie vlastnej krajiny, kultúry, jej histórie a tiež vnímanie samých seba.

Realizované odborné štúdie, expertné brainstormingy, domáce aj zahraničné hodnotenia a vnímanie verejnosti svedčia o tom, že Slovensko je pre každého z nás súborom pomerne širokého okruhu množstva „menších“ charakteristík. Našu predstavu o ňom tvoria ich vzájomné prepojenia a možné kombinácie.

Pri zamýšľaní sa nad tým, aké vlastne Slovensko je, nenachádzame teda jednu silnú, zjednocujúcu IDEU, ktorá by prevyšovala všetky ostatné. Naopak, objavujeme množstvo rôznorodých ideí a každá z nich reprezentuje iný, originálny uhol pohľadu na Slovensko. Množina týchto charakteristík nebola zatiaľ jednoznačne ukotvená spoločným prvkom, ktorý by ich koordinoval a vytváral synergický efekt.

Z dostupných štúdií vyplýva, že najsilnejší presah vnímania pozitívnych atribútov vystihujúcich Slovensko existuje v nosných charakteristikách: RÔZNORODOSŤ, VYNACHÁDZAVOSŤ, VITALITA a AUTENTICKOSŤ. Inými slovami, najviac zo všetkého sa cítime ako ľudia vynachádzaví, vitálni a autentickí, pozitívne vnímajúci rôznorodosť svojej krajiny. Tieto charakteristiky tvoria styčné body, v ktorých má svoj základ potenciál našej krajiny. Ten tkvie najmä v kreativite, ktorá je chápaná ako aplikovaná imaginácia, inteligencia, vynachádzavosť a schopnosť učiť sa za pochodu. Slovensko v tomto duchu vnímame ako krajinu vo vývoji, autentickú krajinu, krajinu protikladov, ako koncentrovanú strednú Európu, krajinu inovácií, krajinu schopnú adaptácie, ako krajinu zaujímavých ľudí či pozitívnych prekvapení.

Proces budovania „značky krajiny“, takzvaný branding, je príbeh, ktorý o sebe krajina navonok rozpráva, a je rovnako dôležitý ako to, čím krajina skutočne je (čo predstavuje, presadzuje, produkuje a predáva). Až doteraz nám pre Slovensko chýbalo atraktívne, jednoduché a zároveň pravdivé tvrdenie, akási informačná skratka, ktorá by jednoznačne reprezentovala celú krajinu navonok aj dovnútra.

Aby sa Slovensko ako „značka“ dokázalo odlišiť od ostatných krajín a zároveň zostalo zapamätateľné v pozitívnom zmysle slova, potrebuje jednu silnú a kredibilitnú IDEU. Ľahko zapamätateľnú myšlienku, ktorá by za nás hovorila tak, aby si zachovala jednoznačný status dôveryhodnosti a úprimnosti pre nás samotných rovnako ako pre všetkých, ktorí so Slovenskom prichádzajú do kontaktu. Myšlienku dostatočne odvážnu na to, aby dokázala šíriť pozitívny náboj a aby zároveň bola platná pre všetky úrovne prezentácie Slovenska.

Pri jej hľadaní bolo dôležité uvedomiť si, že Slovensko nie je len skanzenom peknej ľudovej kultúry. Okrem tradičných špecifík, ktoré už boli mnohokrát spomínané, je tu niečo, čo má silnejší potenciál rozvíjať príbeh Slovenska ako príbeh modernej krajiny. Rôznorodosť, vynachádzavosť, vitalita a autenticnosť. Alebo konkrétnejšie: kultúrne dedičstvo, folklór, umenie, úspešní športovci, šikovní a tvoriví ľudia, ktorí vedú zabojuvať a nezľaknú sa výziev... – za tým všetkým vždy stoja ich originálne **myšlienky a nápady**. Práve ony predstavujú príležitosti, a teda náš **najväčší potenciál do budúcnosti**.

Pre ďalšie smerovanie príbehu Slovenska je podstatný najmä jeho „softvér“, ľudský potenciál, vynachádzavosť a energia, pretože úspešná je tá krajina, ktorá disponuje kreatívnym potenciálom. Slovensko sa môže stať známe ako priestor a prostredie, ktoré podporuje výmenu ideí a umožňuje premeniť ich na skutky, produkty, služby a na inovatívne riešenia.

Vzdelaní a kreatívni ľudia, startupové komunity, tvorivé nápady (lietajúce auto) a technológie na svetovej úrovni (Eset, Sygic). Všetky tieto dobré myšlienky idú ruka v ruku so vzdelaním a s budovaním vedomostnej ekonomiky. Aj z tohto pohľadu je Slovensko krajinou **NÁPADOV a IDEÍ**.

A nielen to, Slovensko je krajinou dobrých nápadov. Takže na úplnom začiatku príbehu Slovenska ako modernej krajiny stojí práve „**good idea**“.

Slovensko je **DOBRY NÁPAD**. Či už z pohľadu objavovania krajiny zahraničnými návštevníkmi, ktorí si povedia, že navštíviť Slovensko môže byť dobrý nápad (objavovať Slovensko je **DOBRY NÁPAD**), z pohľadu investícií (investovať na Slovensku je **DOBRY NÁPAD**) alebo ako krajina, ktorá exportuje **DOBRE NÁPADY** a progresívne technológie. Nemenej dôležité však je, aby sa s takouto prezentáciou vlastnej krajiny stotožnili aj ľudia na Slovensku. Pretože my skutočne sme krajinou s potenciálom, čo by sme si mali v plnej miere uvedomiť predovšetkým my sami.

Dobrý nápad je štartér a motivácia aj dovnútra krajiny – podpora talentov, tvorby vlastných nápadov, inovácií, startupov, podnikateľských aktivít, samozamestnávania. **IDEA** je posun od „montážnej dielne“ k vlastnej tvorivosti.

A z hľadiska značky Slovenska je, pochopiteľne, najdôležitejšia prezentácia navonok – Slovakia as a **GOOD IDEA**. Vďaka tejto zjednocujúcej myšlienke, ktorá stojí za všetkými základnými charakteristickými črtami našej krajiny, môže byť Slovensko v zahraničí rozpoznateľné aj medzi inými krajinami. Budujeme príťažlivý, kredibilitný a dynamický imidž Slovenska. Cieľom je, aby zmienka o ňom vyvolávala pozitívne konotácie.

Textové vyjadrenie tejto myšlienky – slogan – je **neoddeliteľné od samotného loga** – vizuálneho symbolu značky Slovenska. Vytvorili sme **integrováný logotyp** – značku, ktorá je zároveň príbehom, ktorá svojou formou aj obsahom vyjadruje komplexnosť a **RÔZNORODOSŤ** Slovenska ako **AUTENTICKEJ** krajiny prekypujúcej **VITALITOU** a **VYNACHÁDZAVOSŤOU** jej ľudí.

KOMUNIKAČNÝ SLOGAN:

GOOD IDEA  
SLOVAKIA  
~  
DOBRÝ NÁPAD  
SLOVENSKO

Z hľadiska formy je súčasťou logotypu symbolicky aj Slovenská trikolóra, umiestnená na základnej modrej farbe, ktorá sama býva asociovaná s imagináciou, inšpiráciou, múdrosťou či inteligenciou.

Keďže **základným vizuálnym prvkom riešenia je typografia**, zvolili sme **autentické autorské písmo jedného z najvýznamnejších svetových tvorcov písma** – Petra Biľaka – ktorý zároveň predstavuje to najlepšie zo Slovenska a je držiteľom ocenenia Vyslanec dobrej vôle udeleného Ministerstvom zahraničných vecí a európskych záležitostí SR.



Biľakova písmová rodina HISTORY je sama o sebe avantgardným konceptuálnym dielom, systémom, ktorý kombináciou 21 samostatných štýlov umožňuje vytvárať nespočetnú variabilitu výrazov, a tak zároveň vyjadruje myšlienku rôznorodosti, vitality a autentickej vynachádzavosti zo Slovenska.

Navyše, jeho moderná forma je priamym odrazom ideálnych proporcií Rímskej kapitály, písma použitého aj v nápise na Trenčianskej hradnej skale, ktorý pochádza z rímskeho obdobia. Tento motív kladie dôraz na prepojenie moderného a historického aspektu, a v ideovom príbehu značky Slovensko tak pekne podčiarkuje symboliku rôznorodosti a bohatých kultúrnych tradícií, ktorých korene siahajú historicky až za obdobie starých Rimanov.

## SUBSLOGAN URČENÝ PRE OBLASŤ CESTOVNÉHO RUCHU

Okrem tradičných atribútov Slovenska (príroda, kultúrne dedičstvo, folklór, umenie, geografické srdce Európy atď.), ktoré sa spomínajú pomerne často, je tu ešte niečo, čo má silný aktualizáčny moment a potenciál rozvíjať moderný príbeh Slovenska.

Za základnými nosnými charakteristikami Slovenska (rôznorodosť, vynachádzavosť, vitalita a autenticnosť) stoja **originálne myšlienky a nápady**. Práve ony predstavujú príležitosti, dravú životaschopnosť, pozitívne nastavenie a ambicióznosť – teda **najväčší potenciál Slovenska do budúcnosti**.

V pozadí príbehu Slovenska ako modernej krajiny stojí „claim“ **GOOD IDEA, DOBRÝ NÁPAD**. Pretože Slovensko je **krajina dobrých nápadov**.

Dobrý nápad je informačná skratka, atribút, ktorého cieľom je nielen zaujať, ale tiež pravdivou a zároveň jednoduchou formou charakterizovať celú krajinu navonok aj dovnútra. Z hľadiska procesu dlhodobého budovania značky Slovenska je prezentácia navonok mimoriadne dôležitá – **Slovakia as a GOOD IDEA**. Vďaka tejto zjednocujúcej myšlienke, ktorá hrovou, simplicítnou formou charakterizuje súčasné Slovensko, môže byť naša krajina v zahraničí rozpoznateľná a zapamätateľná. Napomáha tak vytvárať príťažlivý, kredibilitný a dynamický imidž Slovenska. **DOBRÝ NÁPAD** je zároveň myšlienka platná pre všetky úrovne prezentácie Slovenska.

**Subslogan určený pre oblasť cestovného ruchu** by mal hovoriť o tom, že cestovať na Slovensko je rovnako dobrý nápad pre zahraničného návštevníka, ako je dobrý nápad tráviť dovolenku doma pre obyvateľov Slovenska.

Príroda a krajina, kultúrne pamiatky, typická gastronómia podávaná v súčasnom štýle, jedinečné tradície, unikátna ľudová architektúra, vínné cesty, termálne pramene, zábava vo vode aj na snehu. To všetko sú nezanedbateľné lákadlá, ktoré na Slovensku umožňujú oddychovú, aktívnu alebo poznávaciu dovolenku rovnako pre domácich, ako pre zahraničných návštevníkov. Jednoducho povedané, dovolenkovať na Slovensku je dobrý nápad a presne to sme vyjadrili aj v subslogane pre tento segment.

**Komunikačný slogan** pre cestovný ruch vznikol **prepojením cestovania (dovolenky) a Slovenska** prostredníctvom predložky na (in), ktorá umožňuje prepojenie na všetky uvedené významy. K tomuto jednoduchému spojeniu sme následne priradili myšlienku Dobrý nápad.

TRAVEL IN SLOVAKIA  
GOOD IDEA

DOVOLENKA NA SLOVENSKU  
DOBRÝ NÁPAD

## SUBSLOGAN URČENÝ PRE OBLASŤ ZAHRANIČNÝCH INVESTÍCIÍ

Okrem tradičných atribútov Slovenska (príroda, kultúrne dedičstvo, folklór, umenie, geografické srdce Európy atď.), ktoré sa spomínajú pomerne často, je tu ešte niečo, čo má silný aktualizačný moment a potenciál rozvíjať moderný príbeh Slovenska.

Za základnými nosnými charakteristikami Slovenska (rôznorodosť, vynachádzavosť, vitalita a autentickosť) stoja **originálne myšlienky a nápady**. Práve ony predstavujú príležitosti, dravú životaschopnosť, pozitívne nastavenie a ambicióznosť – teda **najväčší potenciál Slovenska do budúcnosti**.

V pozadí príbehu Slovenska ako modernej krajiny stojí „claim“ **GOOD IDEA, DOBRÝ NÁPAD**. Pretože Slovensko je **krajina dobrých nápadov**.

Dobrý nápad je informačná skratka, atribút, ktorého cieľom je nielen zaujať, ale tiež pravdivou a zároveň jednoduchou formou charakterizovať celú krajinu navonok aj dovnútra. Z hľadiska procesu dlhodobého budovania značky Slovenska je prezentácia navonok mimoriadne dôležitá – **Slovakia as a GOOD IDEA**. Vďaka tejto zjednocujúcej myšlienke, ktorá hrovou, simplicítnou formou charakterizuje súčasné Slovensko, môže byť naša krajina v zahraničí rozpoznateľná a zapamätateľná. Napomáha tak vytvárať príťažlivý, kredibilitný a dynamický imidž Slovenska. **DOBRÝ NÁPAD** je zároveň myšlienka platná pre všetky úrovne prezentácie Slovenska.

**Subslogan určený pre oblasť zahraničných investícií** by mal vyjadrovať základnú myšlienku, ktorá hovorí o tom, že investovať na Slovensku je dobrý nápad. Dôvodom je predovšetkým vzdelaná a adaptabilná pracovná sila, ale aj ideálna poloha Slovenska v srdci Európy. Ukážkou sú úspešné značky, ktoré na Slovensku pôsobia, napríklad Volkswagen, Kia, PSA Peugeot Citroën, Jaguar Land Rover či Samsung.

**Komunikačný slogan** pre segment zahraničných investícií vznikol **prepojením slov investovať a Slovensko** prostredníctvom predložky na (in), ktorá vystihuje hore uvedený význam. K tomuto jednoduchému spojeniu sme následne priradili myšlienku Dobrý nápad.

INVEST IN SLOVAKIA  
GOOD IDEA

INVESTOVAŤ NA SLOVENSKU  
DOBRÝ NÁPAD

## SUBSLOGAN URČENÝ PRE OBLASŤ EXPORTU

Okrem tradičných atribútov Slovenska (príroda, kultúrne dedičstvo, folklór, umenie, geografické srdce Európy atď.), ktoré sa spomínajú pomerne často, je tu ešte niečo, čo má silný aktualizálny moment a potenciál rozvíjať moderný príbeh Slovenska.

Za základnými nosnými charakteristikami Slovenska (rôznorodosť, vynachádzavosť, vitalita a autenticnosť) stoja **originálne myšlienky a nápady**. Práve ony predstavujú príležitosti, dravú životaschopnosť, pozitívne nastavenie a ambicióznosť – teda **najväčší potenciál Slovenska do budúcnosti**.

V pozadí príbehu Slovenska ako modernej krajiny stojí „claim“ **GOOD IDEA, DOBRÝ NÁPAD**. Pretože Slovensko je **krajina dobrých nápadov**.

Dobrý nápad je informačná skratka, atribút, ktorého cieľom je nielen zaujať, ale tiež pravdivou a zároveň jednoduchou formou charakterizovať celú krajinu navonok aj dovnútra. Z hľadiska procesu dlhodobého budovania značky Slovenska je prezentácia navonok mimoriadne dôležitá – **Slovakia as a GOOD IDEA**. Vďaka tejto zjednocujúcej myšlienke, ktorá hrovou, simplicitnou formou charakterizuje súčasné Slovensko, môže byť naša krajina v zahraničí rozpoznateľná a zapamätateľná. Napomáha tak vytvárať príťažlivý, kredibilitný a dynamický imidž Slovenska. **DOBRÝ NÁPAD** je zároveň myšlienka platná pre všetky úrovne prezentácie Slovenska.

**Subslogan určený pre oblasť exportu** by mal hovoriť o tom, čo všetko dokáže Slovensko ponúknuť. Inovatívnosť, adaptabilnosť, šikovnosť a ambicióznosť, to sú komunikačné posolstvá charakterizujúce našu krajinu v danom segmente. Chceme poukázať na najcennejší vývozný artikel Slovenska, ktorým je predovšetkým jeho kreatívny potenciál, čoho dôkazom sú svetovo uznávané značky a nápady v ich pozadí, napríklad ESET, Sygic, Pixel Federation či AeroMobil. Jednoducho povedané, myšlienky zo Slovenska sú dobrý nápad.

**Komunikačný slogan** pre segment exportu vznikol **prepojením slov nápady a Slovensko** prostredníctvom predložky zo (from), ktorá hovorí o tom, že ide o originálne myšlienky pochádzajúce zo Slovenska. K tomuto jednoduchému spojeniu sme následne priradili myšlienku Dobrý nápad.

IDEAS FROM SLOVAKIA  
GOOD IDEA

NÁPADY ZO SLOVENSKA  
DOBRÝ NÁPAD

## SUBSLOGAN URČENÝ PRE OBLASŤ KULTÚRY

Okrem tradičných atribútov Slovenska (príroda, kultúrne dedičstvo, folklór, umenie, geografické srdce Európy atď.), ktoré sa spomínajú pomerne často, je tu ešte niečo, čo má silný aktualizčný moment a potenciál rozvíjať moderný príbeh Slovenska.

Za základnými nosnými charakteristikami Slovenska (rôznorodosť, vynachádzavosť, vitalita a autenticnosť) stoja **originálne myšlienky a nápady**. Práve ony predstavujú príležitosti, dravú životaschopnosť, pozitívne nastavenie a ambicióznosť – teda **najväčší potenciál Slovenska do budúcnosti**.

V pozadí príbehu Slovenska ako modernej krajiny stojí „claim“ **GOOD IDEA, DOBRÝ NÁPAD**. Pretože Slovensko je **krajina dobrých nápadov**.

Dobrý nápad je informačná skratka, atribút, ktorého cieľom je nielen zaujať, ale tiež pravdivou a zároveň jednoduchou formou charakterizovať celú krajinu navonok aj dovnútra. Z hľadiska procesu dlhodobého budovania značky Slovenska je prezentácia navonok mimoriadne dôležitá – **Slovakia as a GOOD IDEA**. Vďaka tejto zjednocujúcej myšlienke, ktorá hrovou, simplicitnou formou charakterizuje súčasné Slovensko, môže byť naša krajina v zahraničí rozpoznateľná a zapamätateľná. Napomáha tak vytvárať príťažlivý, kredibilitný a dynamický imidž Slovenska. **DOBRÝ NÁPAD** je zároveň myšlienka platná pre všetky úrovne prezentácie Slovenska.

**Subslogan určený pre oblasť kultúry** by mal hovoriť o tom, že naša krajina nadväzuje na bohaté tradície a dokáže ich spájať s modernosťou. Prostredníctvom kultúry dochádza k interpretácii hodnôt charakterizujúcich Slovensko, akými sú napríklad autenticnosť, emocionálnosť či veľká rozmanitosť na malom území. Súčasnnosť našej krajiny ponúka množstvo úspešných umelcov. Oblasť, v ktorých pôsobia, sú naozaj široké, od operného spevu cez dizajn, módu, architektúru až po mnohé ďalšie.

A, samozrejme, nesmieme opomenúť ani históriu, ktorú odrážajú naše kultúrne pamiatky, hrady, zámky, drevené kostoly, banské mestá, múzeá a galérie. Takže zažiť kultúru na Slovensku je v skutočnosti veľmi dobrý nápad a presne to sme chceli vyjadriť aj prostredníctvom subsloganu určeného pre túto oblasť.

**Komunikačný slogan** pre tento segment vznikol **prepojením kultúry so Slovenskom** prostredníctvom zlučovacej spojky a (&), ktorá umožňuje odkaz na našu kultúru, v rámci Slovenska, ale aj mimo neho. K tomuto jednoduchému spojeniu sme následne priradili myšlienku Dobrý nápad.

**CULTURE & SLOVAKIA  
GOOD IDEA**

**KULTÚRA A SLOVENSKO  
DOBRÝ NÁPAD**



## SUBSLOGAN URČENÝ PRE OBLASŤ ŠPORTU

Okrem tradičných atribútov Slovenska (príroda, kultúrne dedičstvo, folklór, umenie, geografické srdce Európy atď.), ktoré sa spomínajú pomerne často, je tu ešte niečo, čo má silný aktualizálny moment a potenciál rozvíjať moderný príbeh Slovenska.

Za základnými nosnými charakteristikami Slovenska (rôznorodosť, vynachádzavosť, vitalita a autenticnosť) stoja **originálne myšlienky a nápady**. Práve ony predstavujú príležitosti, dravú životaschopnosť, pozitívne nastavenie a ambicióznosť – teda **najväčší potenciál Slovenska do budúcnosti**.

V pozadí príbehu Slovenska ako modernej krajiny stojí „claim“ **GOOD IDEA, DOBRÝ NÁPAD**. Pretože Slovensko je **krajina dobrých nápadov**.

Dobrý nápad je informačná skratka, atribút, ktorého cieľom je nielen zaujať, ale tiež pravdivou a zároveň jednoduchou formou charakterizovať celú krajinu navonok aj dovnútra. Z hľadiska procesu dlhodobého budovania značky Slovenska je prezentácia navonok mimoriadne dôležitá – **Slovakia as a GOOD IDEA**. Vďaka tejto zjednocujúcej myšlienke, ktorá hrovou, simplicitnou formou charakterizuje súčasné Slovensko, môže byť naša krajina v zahraničí rozpoznateľná a zapamätateľná. Napomáha tak vytvárať príťažlivý, kredibilitný a dynamický imidž Slovenska. **DOBRÝ NÁPAD** je zároveň myšlienka platná pre všetky úrovne prezentácie Slovenska.

**Subslogan určený pre oblasť športu** by mal hovoriť o tom, že naša krajina má špičkových individuálnych športovcov, ale aj vynikajúce tímy, ktoré majú potenciál spájať celú krajinu spoločnou IDEOU. Podporovať slovenský šport je preto vždy dobrý nápad. Prísť na Slovensko a sledovať akékoľvek športové podujatie, či je to hokej, cyklistika, tenis, lyžovanie, krňáčkové preteky alebo napríklad plážový volejbal, je vždy dobrý nápad.

Dobrý nápad je aj užívať si široké spektrum športových možností, ktoré Slovensko ponúka, od zimných športov v kvalitných lyžiarskych strediskách cez turistiku, cykloturistiku, rafting a iné adrenalínové športy až po golf. Túto správu je vhodné prezentovať prostredníctvom subsloganu aj mimo Slovenska, aby sme dokázali pritiahnúť viac zahraničných návštevníkov.

**Komunikačný slogan pre segment športu** vznikol **prepojením športu so Slovenskom** prostredníctvom zlučovacej spojky a (&), ktorá umožňuje všetky spomínané významy. K tomuto jednoduchému spojeniu sme následne priradili myšlienku Dobrý nápad.

**SPORT & SLOVAKIA**  
**GOOD IDEA**

**ŠPORT A SLOVENSKO**  
**DOBRÝ NÁPAD**