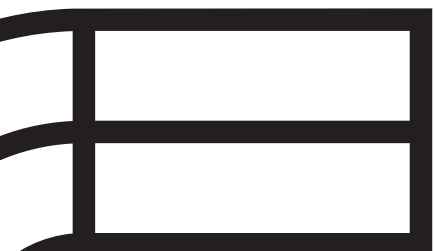


ulupuds

brand guide book

v1.0 / 2025.





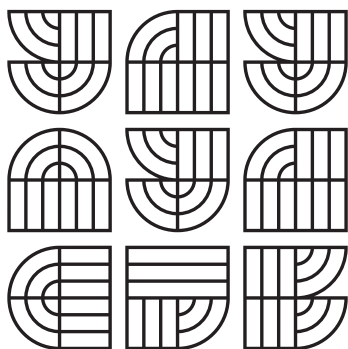
A. ZNAK I LOGOTIP

Naš vizuelni identitet je taj koji nas nedvosmisleno predstavlja i označava već skoro 5 decenija.

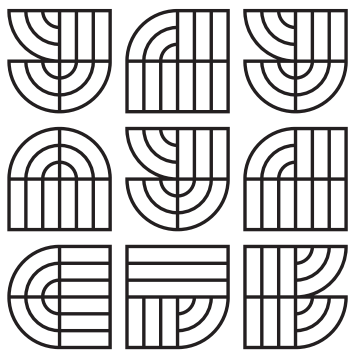
Uvek se upotrebljava onako kako je to dato ovde, dakle znak i logo u ovom rasporedu i odnosu veličina.

Znaku se jednako dodaje kako ćirilčni tako i latinični logotip a što zavisi od potrebne upotrebe čime dobijamo potpuni vizuelni identitet.

**VEKTORSKI FAJLOVI SU U FOLDERU
:/LOGO NA PRILOŽENOM USB-U.**



УЛУПУДС



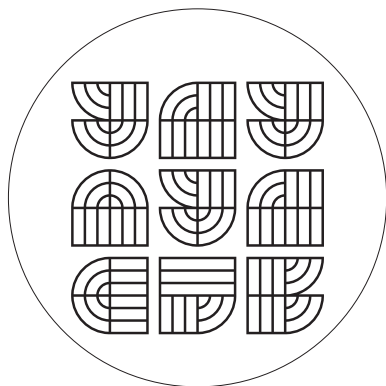
ULUPUDS

A. ZNAK I LOGOTIP

Dve su situacije u kojoj se naš znak i logo mogu razdvojiti jedan od drugog.

Situacija u kojoj se prikazuje samo znak bez logotipa je avatar društvenih mreža.

S druge strane, pak, logotip može biti prikazan bez znaka u situacijama kada je mesto za aplikaciju suviše usko pa bi kompletan vizuelni identitet bio premali.



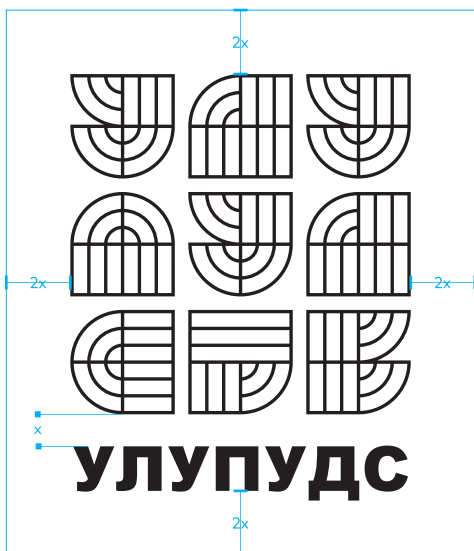
УЛУПУДС
ULUPUDS

A. ZNAK I LOGOTIP

Kako bi naš znak lako i brzo komunicirao sa posmatračem on mora biti u njegovom potpunom fokusu.

Ovo činimo zaštitnim poljem oko znaka i logotipa. To je prostor u kojem nema nikakvih drugih elemenata (tekst, ilustracija, fotografija, ...). On „štiti“ vizuelni identitet od bilo kakvog upada sa strane koji bi ga učinio manje vidljivim ili manje vrednim.

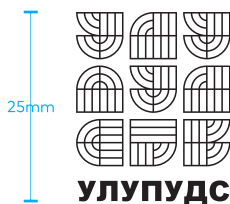
Zaštitno polje definisano je kao x gde je x vrednost dvostruke visine prostora između znaka i logotipa.



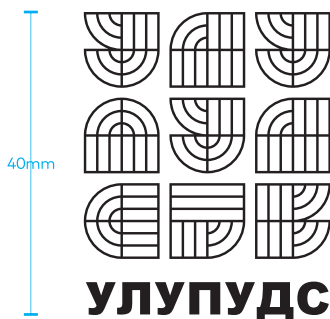
A. ZNAK I LOGOTIP

Dobra vizuelna komunikacija postiže se jasnim uočavanjem znaka pa ovde definišemo preporučene veličine prema različitim formatima.

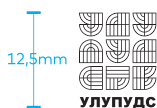
A4



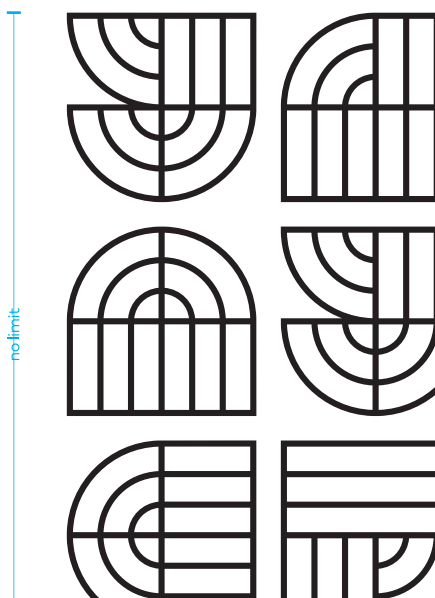
A3



minimum



maximum



A. ZNAK I LOGOTIP

Naš vizuelni identitet koristi se podjednako i u pozitivu i u negativu na bilo kojoj kolornoj podlozi – kao crni na svetlim i kao beli na tamnim površinama.



A. ZNAK I LOGOTIP

Konzistentna upotreba znaka je krucijalna. **Naš logo se mora koristiti uvek onako kako je izrađen, definisanih formi, veličina i boja. Logo ne sme nikada biti prerađen na bilo koji način.**

Nije dozvoljeno:

- Menjanje boja
- Korišćenje pod uglom
- Deformacija u bilo kom smislu
- Sečenje
- Pretvaranje u linijski prikaz
- Korišćenje efekata

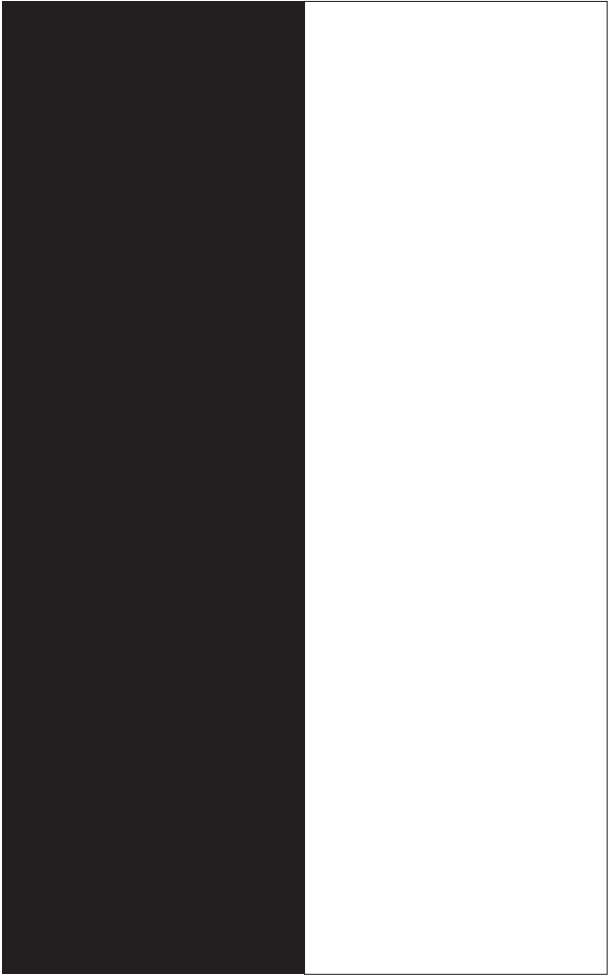
Ovo su samo neke od mogućih „ideja” koje prve padaju napamet pa su ovde izdvojene da bi se jasno pokazalo kako se ništa od toga ne sme uraditi.

Prosto imajte na umu da treba uvek imati jednostavno pravilo za korišćenje vizuelnog identiteta – nemojte raditi ništa drugačije od onoga što je propisano na stranicama ovog uputstva... a ako imate dilemu, pozovite nas.



B. BOJE

Boje su važan deo ukupnog vizuelnog identiteta a u našem slučaju paleta je vrlo jednostavna, ima ih samo dve – crna i bela.



crna
CMYK C0 M0 Y0 K100
Pantone Process Black C
RGB R0 G0 B0
WEB #000000

bela
CMYK C0 M0 Y0 K0
Pantone Trans. White
RGB R255 G255 B255
WEB #FFFFFF

C. TIPOGRAFIJA

Tipografija i konzistentna upotreba tipografskih pisama su, takođe, jedan od ključnih elemenata vizuelnog identiteta.

Postoje dva seta slova – primarni i sekundarni, kako u ćirilskoj tako i u latinskoj upotrebi.

Naše primarno pismo je Roboto koje koristimo bukvalno u svim upotrebama (osim u onim u kojima se koristi sekundarni set).

Sekundarno pismo je Arial. Njega upotrebljavamo jedino i isključivo u poslovnoj korespondenciji, dakle kao tekst pisma, fakture, ...

Primarna

Roboto: light, regular, bold

АаБбВвГгДдЂђЕеЖжЗзИи
ЈјКкЛлЉљМмНнЊњОоПпРр
СсТт УуФфХхЦцЋћЧчЏџШш

AaBbCcČčĆćDdDždžĐđEeFf
GgliJjKkLlLljMmNnNjnjoOo
PpRrSsŠšTtHhUuVvZzŽž
WwYyXx

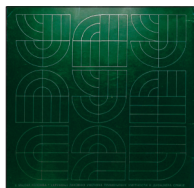
1234567890!
@#\$%^&*()_+-=
[]{};'\:"|,./<>?\|,"'

ONE MORE THING: MALO ISTORIJE I MALO SADAŠNJOSTI

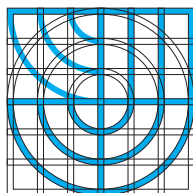
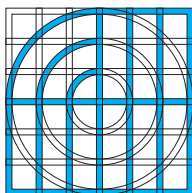
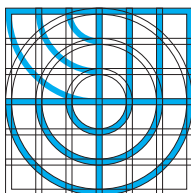
Dizajner originalnog ULUPUDS vizuelnog identiteta je veoma uspešni dizajner Nikola Masniković. Teško je pronaći eksplicitan podatak kada se to dogodilo ali je sva prilika da je to bilo 1977. godine kada je znak zauzimao celu naslovnu stranu kataloga 9. Majske izložbe. ↓

Ova nagađanja još više potkrepljuje činjenica da je te godine Udruženje slavilo 25 godina postojanja a znak je upravo u donja dva desna polja imao broj 25 pa je dodatna pretpostavka da je nastao kao potreba za simbolom jubileja. Kao takav je funkcionisao sve do 1990. godine kad se pojavljuje sa ta dva drugačija simbola od kojih bi drugi mogao biti 5 a prvi je teško „pročitati“. ↘ U toj formi se zadržao sve do 1992. od kada postoji ovakav kakav je danas – pretpostavlja se da je prvi broj 5 a za drugi opet postoje nedoumice koji je. ↘ ↘

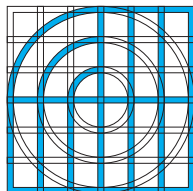
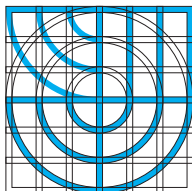
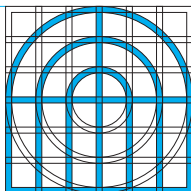
Konačno, znak koji koristimo danas, 2023. godine napravio je dizajner Dejan Vukelić kao redizajn kompletnoig vizuelnog identiteta tako da on postane uređeniji i znatno čitljiviji u današnjoj brznoj vizuelnoj komunikaciji. →



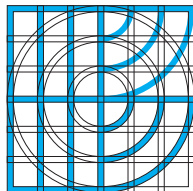
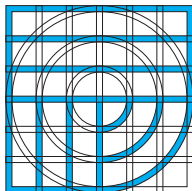
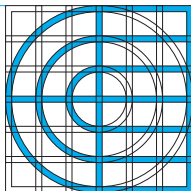
x



a



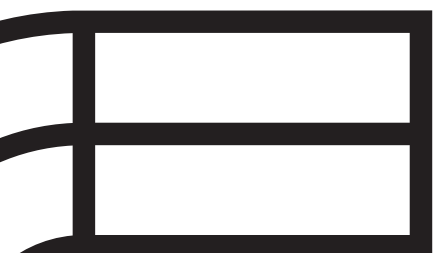
a



a

a

x





ulupuds

udruženje
likovnih umetnika,
primenjenih umetnika i
dizajnera srbije

beograd
terazije 26
II sprat