

Országlogók kategorizálása

Készítette: Papp-Váry Árpád és Farkas Máté, 2018

A Miró által alkotott Spanyolország logó, amelyet 1983 óta következetesen használnak – számos ország próbálja utánozni ezt a vizuális megközelítést



Az országlogók 40%-ában feltűnik a nemzeti zászló színe:
hangsúlyosan, ötletesen, vagy kissé rejtve



A második legnagyobb csoportot a növényes és állatos logók alkotják. Több jól ismert jelkép mellett idetartoznak a virágos és a „zöld” kommunikációt támogató ábrázolások



A természet felfedezése kontinenseken átívelő üzenet



A napot az emberiség már ősidők óta ábrázolja: jelenleg 31 ország épít rá logójában



A vizet megjelenítő logók többsége a tengerparti fekvést hangsúlyozza,
de léteznek hajós, sőt, sivatagot ábrázoló szimbólumok is



Bosnia
Hercegovina



Kyrgyzstan
So much to discover!



PILIPINAS
Kay Ganda!
(kay - ganda!)
adj. So beautiful!



Maldives
...the sunny side of life



wonderful
Greece



Kiribati
for travellers



كويت جديدة
NEWKUWAIT



Namibia
Endless horizons



CROATIA

A skandináv országok járnak az élen a digitális fókuszú logók kategóriájában,
de más nemzetek esetében is akad rá példa

estonia



SUOMI
FINLAND



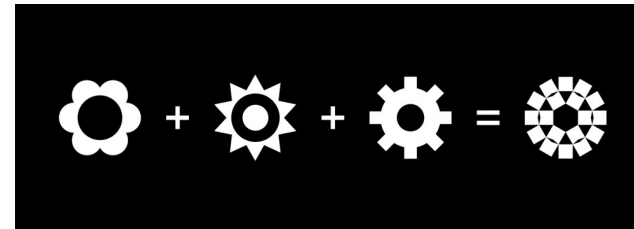
JAMAICA®
HOME OF ALL RIGHT



100% PURE
NEW ZEALAND

.be

Az új paraguayi márka kommunikációja során összetett szimbólumrendszert alkalmaznak, és bevetik a felhasználóbarát ikonokat, animációkat és infografikákat is



Graphic language.
Paraguay icons
main version.

These are the full color icons
for use in CMYK and RGB.

To represent the Paraguay
ecosystem, 3 groups of icons
were created:

GROWTH
Economy, Low Debt, Biding Laws,
Political Will, Low Taxation and
Transparency.

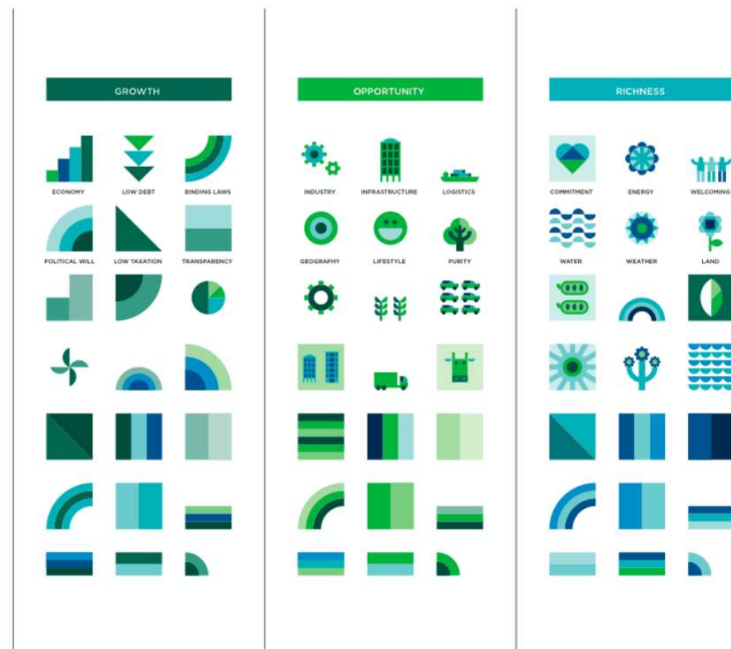
OPPORTUNITY
Industry, Infrastructure, Logistics,
Geography, Lifestyle and Purity.

RICHNESS
Commitment, Energy, Welcoming,
Water, Weather and Land

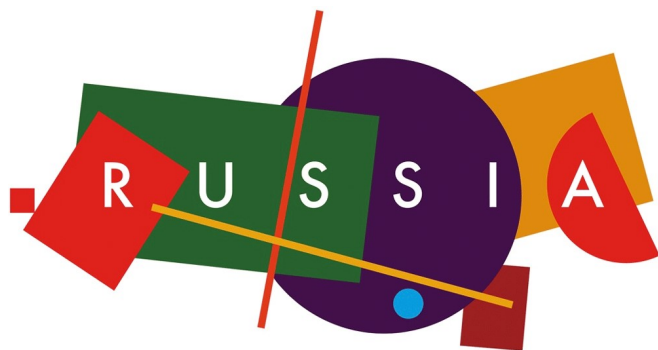
18 Colors



15



Tizenegy esetben veszi fel a logó az ország formáját



Uganda: the Pearl of Africa



A Bahama-szigetek új logójában továbbgondolták a klasszikus napfény-víz-homok pozícionálást. Az egyedi előnyt az egy országon belül is 17 jól elkülöníthető szigetcsoportban találták meg, és mindegyikhez különböző élményígéretet rendeltek hozzá. A vizuális arculatban együtt is külön is kommunikálhatók az ország attrakciói, alkalmas a visszatérés elősegítésére és a többi karibi desztinációtól való elkülönítésre.



A szíves logók elsősorban a vendégszeretetet szimbolizálják



Több ország a hegységeit emeli ki fő attrakcióként



Az ember által épített attrakciókat hangsúlyozó logók



A kulturális motívumra építő megoldások összetett jelentéstartalommal rendelkeznek



Incredible!ndia



Örményország logója egyszerre utal az örök napra, de a nemzeti gyümölcs, a gránátalma magjaira is, és egyben a diaszpórára, az Örményországon kívül élő 3,2 millió örményre



ARMENIA
The Story is Just Beginning.

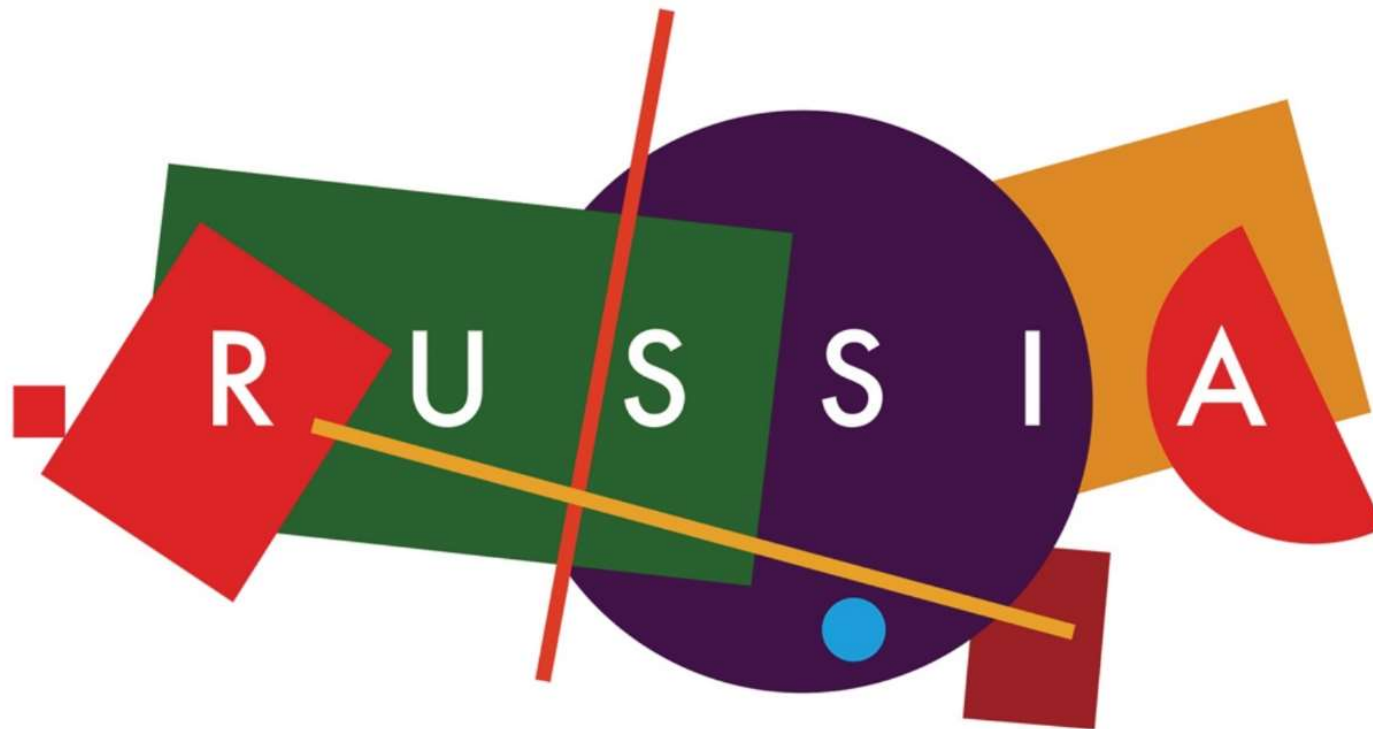
Az új salvadori arculat a modernitást ötvözi a népművészet elemeivel



A nem besorolható logókban az a közös, hogy szimbólumrendszerük nem azonosítható egyértelműen



Az új orosz logó egyes alkotóelemei az országrészekre utalnak



Az Oroszország-logó gasztro verzióban ügyesen jelenítik meg a híres orosz kaviárt. A kultúra nagyjait is ebben a formában ábrázolták, és a foci vb is kapott egy saját változatot



Két ország, melynek a logója szinte teljesen ugyanolyan –
holott e két ország valószínűleg jobban nem is térhetne el egymástól



A tipikus elemek megjelenése az országlogókban

<i>Adott elem az országlogóban</i>	<i>Megjelenési esetek száma és aránya (n = 171)</i>
A nemzeti lobogó színe megjelenik benne	68 (39,8%)
Állat vagy növény van a logóban	38 (22,2%)
A napra építő a logók	31 (18,1%)
A víz megjelenik a logóban	28 (16,4%)
Digitális kommunikáció fókuszú logók	26 (15,8%)
Az ország földrajzi formája is benne van a logóban	11 (6,4%)
Szíves logók	11 (6,4%)
Hegy látható a logóban	10 (5,8%)
Kulturális motívumot szerepeltető logók (pl. népművészet, vallás)	10 (5,8%)
Ember által épített attrakciót tartalmaz a logó	10 (5,8%)
Nem besorolható logók	9 (5,3%)

A Magyar Turisztikai Ügynökség 2018-as pályázatára érkezett 216 db logóból kiválasztott és döntőbe jutott „víz alapú logók”



A Magyar Turisztikai Ügynökség 2018-as pályázatára érkezett 216 db logóból kiválasztott és döntőbe jutott egyéb, szabad asszociációs változatú logók



HUNGARY
GO WITH THE FLOW!



 **HUNGARY**
With all our heart

HUNGARY
| EXPLORE
ITS UNIQUENESS

MAGYARORSZÁG*
Egészségedre!

Országlogók kategorizálása

Készítette: Papp-Váry Árpád és Farkas Máté, 2018