

SPORT INNOVEST

OSNOVNE SMJERNICE BRANDA | Design by **CORELINE**

2K25

Trenutak kad **sport** postaje vizija.

Sport Innovest nije proizvod. Nije ni događaj u klasičnom smislu. Ali možemo ga promatrati kao pokret. Platforma. Prijelazna zona između karijera, tehnologije, zajednice i sporta.

Konferencija koja želi ostaviti trag mora rezonirati više od pukog obraćanja kroz informacije. Mora zauzeti mjesto u sjećanju, izazvati reakciju i kod promatrača i kod sudionika. Iz tog razloga odlučeno je da **emocija** bude ključna vodilja, jer u fokusu ove priče nisu algoritmi, već ljudi. Djeca, roditelji, sportaši, sponzori, treneri.

Zato bираmo izričaj koji se naslanja na jezik osjećaja.

MOTIVATORI

Motivatori i dizajnerski i emocionalni kompasi. Njih stavljamo u fokus, jer svaki od njih ima svoju dinamiku kretanja.



Globalno sponzorstvo u sportu 2025.

115 mlrd USD

Platforma koja spaja nas i buduće talente.

Sport više nije samo igra. Vrijednost sponzorstava prelazi sto milijardi. Ako želiš biti dio tog razvojnog vala, trebaš više od nastupa. Trebaš Sport Innovest.

Osnovne smjernice brenda
Sport Innovest 2025

SPORT
INNOVEST



Predviđena vrijednost tržišta sportske tehnologije u 2025. godine, uz godišnji rast od 16,9%.

24,23 mlrd USD

Tehnologija mijenja pravila igre.

Ako želiš biti u srcu transformacije sporta,
investicija u tehnologiju je ključ. Sport
Innovest je most između sporta i inovacije.

Globalni prinos ženskog sporta u 2025.

2,35 mlrd USD

Platforma jednakih mogućnosti.

Ako tražiš prostor koji još ima mjesta za rast, tražiš ženski sport. Investicija u njega nije samo društveno odgovorna, nego poslovno strateška.

Osnovne smjernice brenda
Sport Innovest 2025

SPORT
INNOVEST



VIZUALNI IDENTITET I KOMUNIKACIJA

LOGOTIP

Kod logotipa nismo tražili znak, zato što on već postoji: u priči, u sistemu, u svakom sloju identiteta. Umjesto da tražimo simbol, odlučili smo se za **tipografsko rješenje koje u sebi nosi pokret**.

Spojena dva “N” u riječi *Innovest* simbolično prikazuju ritam u gibanju, strukturu koja ne miruje. Ona komunicira tranziciju, sinergiju, transfer znanja i energije. Logotip doslovno pomiče linije između sporta, tehnologije i biznisa.

Slovni znakovi poput “S” i “2” nose **mikro-transformacije**, poput udubina, presjeka, savijanja. Mali pomaci u standardnoj formi kao tihi nositelji promjene. Ili bolje, pokreta u tišini, jer identitet već govori dovoljno glasno.

SPORT
INNOVEST
2K25

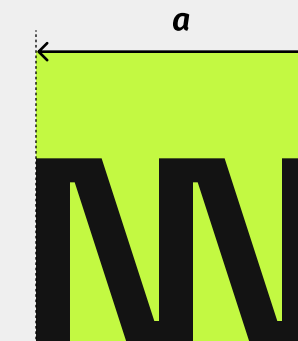
LOGOTIP

MINIMALNI ZAŠTITNI PROSTOR

Poštivanje zadanih veličina logotipa osigurava da je vizualni utjecaj uvijek dosljedan i prepoznatljiv.



Veličina minimalnog zaštitnog prostora oko logotipa određuje se prema širini ligature slova NN unutar znaka, što znači da oko logotipa uvijek treba ostaviti dovoljno prostora ekvivalentnog širini tih slova kako bi bio jasno vidljiv i istaknut.



Visina proreda između riječi u logotipu odgovara širini slova I, što znači minimalna visina između riječi "sport" i "innovest" ne smije biti manja od zadane širine kako bi se osigurala jasnoća i prepoznatljivost.



LOGOTIP

MINIMALNA DOZVOLJENA VELIČINA

Uspostavljanje minimalne veličine logotipa osigurava da se u primjeni ne narušavaju utjecaj i čitljivost logotipa.

U tisku, kako bi se osigurala čitljivost i utjecaj, logo se nikada ne smije reproducirati manji **od 50 mm širine** u bilo kojoj tiskanoj komunikaciji.

U digitalnom obliku, kako bi se osigurala čitljivost i utjecaj, logotip se nikada ne smije reproducirati u širini manjoj od **100 px**.



LOGOTIP

DOPUŠTENO POZICIONIRANJE

Kao i sama konferencija: metaforički logo ispunja mjesto gdje je potreban.

Innovest vizualni identitet je otvoreni sustav, dizajniran da se prilagođava kontekstu, kao i poruke koje prenosi.

Iz tog razloga je i sam logotip modularan. Ne postoji jedno točno pozicioniranje. Može stajati u kutu, može se razvući preko cijelog vizuala, može biti u nizu ili u raspadu.

Riječi imaju prostor, ritam i prisutnost. Pomične su u odnosu na sadržaj. I baš zbog toga, uvijek djeluju svježije.

Odmičemo se strogosti funkcionalnosti i kao nove ciljeve postavljamo slobodu i fleksibilnost. Prilagodljivost različitim medijima, porukama i tonovima, i to bez gubitka identiteta.

	<div>SPORT INNOVEST</div>	<div>2K25</div>
	<div>2K25</div>	<div>SPORT INNOVEST</div>
	<div>SPORT</div>	<div>INNOVEST 2K25</div>
	<div>SPORT INNOVEST 2K25</div>	
	<div><div>Osnovne smjernice brenda Sport Innovest 2025</div><div>SPORT INNOVEST</div></div>	

LOGOTIP

NEDOPUŠTENA UPOTREBA

Logotip se ne smije pogrešno tumačiti, mijenjati ili dorađivati. Izmjene logotipa na bilo koji način nisu dopuštene. Njegova orijentacija, boja i kompozicija trebaju ostati kako je naznačeno u ovom dokumentu - bez iznimki.

Važno je da izgled logotipa ostane konzistentan. Kako bi ilustrirali ovu točku, neke od vjerojatnijih grešaka prikazane su na ovoj stranici.

	<div></div> <div>Nije dopuštena promjena orijentacije logotipa.</div>	<div></div> <div>Nije dopušteno rezanje dijelova logotipa.</div>	
	<div></div> <div>Nije dopušteno mijenjati veličinu ili proporcije logotipa.</div>	<div></div> <div>Nije dopušteno proizvoljno mijenjati boje logotipa.</div>	
	<div></div> <div>Nije dopušteno mijenjati proporcije i položaj, rekreirati ili zamijeniti elemente logotipa.</div>	<div></div> <div>Ne predstavljajte logo samo u obrubu.</div>	
	<div></div> <div>Ne koristite efekte na logotipu (npr. izbočenje, sjaj, sjena).</div>	<div></div> <div>Ne postavljajte logo na pozadinu sličnih boja ili na uzorak.</div>	
	<div>Osnovne smjernice brenda</div> <div>Sport Innovest 2025</div> <div></div>		

TIPOGRAFIJA

Odabrani fontovi, Space Grotesk i Fira Sans, oblikuju sustav koji jednako dobro funkcionira na digitalnim i tiskanim površinama. Njihova forma je dovoljno ozbiljna da komunicira povjerenje, ali dovoljno razigrana da prenese emociju.

Space Grotesk je nešto neuobičajeniji, disruptivan, gotovo konceptualan. Prkosi očekivanjima, rezonira s porukom o novim putevima i boljoj budućnosti. U njemu postoji doza znatiželje, otvorenosti i izraza.

Fira Sans ga balansira. Nježnija je, stabilnija i formalnija. Ona je ono što nas prizemljuje kad emocija pređe u tišinu. Tipografija koja nosi ozbiljnost, ali i razumije osjećaj.

Zajedno, Space i Fira čine vizualni jezik koji je istovremeno suvremen i intuitivan, emocionalan i funkcionalan. U anatomiji se prate bez napora. U aplikaciji postaju most između danas i onoga što dolazi. Upravo ono što Sport Innovest jest.

➤ [Preuzmi Fira Sans](#)

➤ [Preuzmi Space Grotesk](#)

BOJE

Odabrane boje koje definiraju Sport Innovest su progresivne i *uplifting*. Energična zelena, zasićena žuta, svijetla narančasta uz komplementarno pojavljivanje nijansi magente i plave: sve s dovoljno zraka i prostora da djeluju kao **optimizam u pokretu**.

Gradijenti koji ih povezuju grade sinaptički emocionalni tok. Simboliziraju prijelaz, mekani korak iz jedne faze u drugu.

MOMENTUM Cyan	HEX #01E5FF	80%	50%	30%
ENERGY Lime	HEX #C7FF44	80%	50%	30%
BRIGHT Yellow	HEX #FFEF1C	80%	50%	30%
IGNITE Orange	HEX #FFBE44	80%	50%	30%
MOTION Pink	HEX #FFC5EF	80%	50%	30%
GRAVITY Black	HEX #141414	80%	50%	30%
FLOW White	HEX #FCFCFC	80%	50%	30%

16,62%

Predviđena godišnja stopa rasta tržišta sportske tehnologije od 2025. do 2033., s očekivanim rastom na \$86,22 milijarde do 2033. godine.

VIZUALNA KOMUNIKACIJA

Odabir stila fotografije je nosi visoku dozu estetike, gotovo kao i editoriali. Ali ono što svaku fotografiju obilježava je i visoka emocija.

Referenca su nam brendovi poput Nike i Adidasa. Ne iz želje za imitacijom, nego zato što razumijemo što oni znaju: **emocija nije dodatak, ona je pokretač.**

Naš fotografski smjer nije tipičan prikaz sportaša u akciji. Prikazuje ih u trenutku koji dolazi prije nje, u samo središtu fokusa ili dolazi nakon. Nije samo do statike prije eksplozije nego je trenutak prisutnosti.

Lovimo ne samo momentum, već i esenciju sportaša. Točku u kojoj se odlučuje dati sve od sebe. Emociju. Odustajanje od straha. Viziju cilja. U isto vrijeme to je snaga i to je tišina. Mikroekspresija. Pogled u prazno. Ili pogled prema nečemu što tek treba doći.

U tom trenutku, bez lopte, bez sprave, bez publike, vidimo ono što sport stvarno jest. I ono što Sport Innovest pokušava prepoznati, podržati i podijeliti.

Trenutak kad **sport postaje vizija.**



VIZUALNA KOMUNIKACIJA

Odabrali smo fotografije koje ne dokumentiraju, već pokreću. U njima tražimo više od sporta, tražimo osjećaj. Nije bitan dokaz snage, nego trenutak odluke. Zbog toga biramo krajnosti: slike koje su iznimno tamne ili izrazito svijetle - koje zadržavaju pogled i koje nose poruku bez da viču.

To nisu stock-slike uspjeha. To su trenuci između: napetost prije pokreta, pogled prije odluke, tijelo u balansu u promjeni. Svaka fotografija funkcionira kao emocionalna podloga za tekst koji je napisan jednostavno, ali postavljen s namjerom. Ne treba biti velik. Ne treba biti podvučen. Dovoljno je da je iskren. U kompoziciji s pravim vizualom, postaje glasniji od bilo kakvog fonta.

Razmišljali smo i o širem komunikacijskom spektru kada fotografije nisu vezane isključivo uz lica. Ponekad je dovoljan kadar ruke u niskom startu ili tekstura poda pod nogama. Vođeni smo emocijom, ne prepoznatljivim licem. I baš zbog toga te slike nose univerzalnu snagu. Mogu pričati bilo čiju priču.



Sada je **tvoj** red.

VIZUALNA KOMUNIKACIJA

Na taj sloj fotografije dolazi dodatni, pažljivo dozirani sloj: *ripple* efekt, *reed glass* tekstura. Efekt ne koristimo estetski, već je svrhovito postavljen kao simbol presjeka. Tranzicije. Ideje u nastajanju.

Kao da gledamo kroz vrijeme. Kroz filter koji izoštrava ono što osjećamo, a ne samo ono što vidimo. *Ripple* podiže sliku izravno iz stvarnosti i stavlja je u apstrakciju, u metaforu.

Možemo ga gledati kao simbol inovacije. Ali još snažnije, njega opisuje **reakcija**. Val koji kreće iz jedne odluke. Iz jedne akcije. I prelazi dalje, na saveznike, na sustave, na sljedeću generaciju.

I to jest srž Sport Innovesta. Ne samo trenutak. Nego efekt.



Tvoje sutra, moja je inspiracija.



Nakon zlata dolazi **znanje.**

A young boy with short dark hair, wearing a red t-shirt, is shown in profile, pointing his right arm forward. He is looking intently at something out of frame. The scene is dimly lit with a strong blue light source from the left, casting his face and arm in a cool blue glow. The background is dark and indistinct.

Ulaganje u **jednake šanse.**



Od terena do **budućnosti.**

ZAŠTO OVAKAV BRANDING?

Uspješnost emocionalnih kampanja.

31%

Emocionalne kampanje ostvaruju dvostruku uspješnost, u odnosu na racionalne kampanje koje ostvaruju 16%uspjeha. Upravo iz razloga što stvaraju vezu, a veza traje duže od poruke.

Jer cilj nije samo da netko razumije. Cilj je da osjeti. Da poželi biti dio toga. Da uđe, pogleda, i pomisli: “ovo se tiče i mene.” Zato branding ne gleda izvana prema unutra. On upravo raste iz unutra prema van. Koristeći dinamiku, ritam, boju, emociju, mi pozivamo ljude da ne budu publika, već sudionici.

Sport Innovest branding smo zamislili kao skalabilan sustav. I zato nije napravljen da traje do kraja konferencije, nego da ostane i nakon nje. Kao osjećaj. Kao impuls. Kao promjena.

A high-contrast, black and white silhouette of a man's upper body, shown in profile facing right. He is wearing a tank top. The lighting is dramatic, highlighting the contours of his muscles and the shape of his clothing against a dark background.

Sport Innovest mijenja pravila igre.

Branding smjernice za:

SPORT INNOVEST 2K25

Vjerujemo da dobar dizajn komunicira, vodi korisnika i pretvara ideju u stvarno iskustvo. Zato stvaramo identitete i digitalne proizvode koji imaju i dušu i svrhu. Ne oblikujemo samo izgled proizvoda, već i njegov karakter, ton i doživljaj koji ostaje s korisnicima.

2025

CONTACT
contact@coreline.agency

WEB
coreline.agency

HQ
Florijana Andrašeca 18a
HR-10000 Zagreb