



City Cooperation II. ATHU018 projekt az Interreg V-A Ausztria- Magyarország  
Együttműködési Program keretében

I. MUNKARÉSZ: HELYI PIACOK STRATÉGIA ÉS MARKETINGKONCEPCIÓ KIDOLGOZÁSA

## Helyi piacok kommunikációjának kidolgozása

# KÖRMEND



**Készítette:**

MEDIUS Első Győri Közvélemény-és Piackutató Bt. és EFFIX-Marketing Kft. konzorcium

2019.



## Tartalom

Vezetői összefoglaló .....	3
Zusammenfassung.....	5
Helyi termelői piac kommunikációs terve .....	7
Nyomtatott megjelenés .....	7
Ajándéktárgyak.....	9
Rádióban történő megjelenés .....	11
TV-ben történő megjelenés.....	12
Közlekedési eszközön való megjelenés .....	13
Közterületi reklám .....	13
Online megjelenések .....	14
Eseménynaptár.....	18
Kommunikációs eszközök ütemterve .....	22
Az egyedi arculat kidolgozása arculati kézikönyv formájában .....	23



## Vezetői összefoglaló

A körmendi helyi termelői piac kommunikációjának kidolgozására a City Cooperation II. ATHU018 projekt az Interreg V-A Ausztria- Magyarország Együttműködési Program keretén belül került sor.

A kommunikációs stratégia kidolgozásának célkitűzése a körmendi helyi piac lakossági és turisztikai célú népszerűsítése mellett a Vasvár és Körmend, mint Vasihegyhát-Rábamente közös kommunikálása, illetve a termelői piacokhoz kapcsolódó termékek „Hegyháti Érték” márkanev alatt való ismertségének és elismertségének növelése.

A kommunikációs eszközök kiválasztásánál napjaink trendjeit és a termelői piacok sajátosságait figyelembe véve offline és online eszközök együttes alkalmazását fogalmazzuk meg a látogatószám és a tartózkodási idő növelésére, valamint a piaclátogatás hagyománnyá válásának segítésére. Hangsúlyozva a rövid ellátási láncok környezet- és költséghatékony jellegét, a közvetlen értékesítés előnyeit és a termékek mögött álló termelőt, mint minőségi garanciát, törekedtünk az egységes arculat kialakítására. Az arculati kézikönyvben megtervezett - többek között termelői piaci logó, bevásárló táskák és környezetkímélő csomagolóanyagok -, a piac hangulatához igazodó szín- és formavilág adja a marketingkommunikációs üzenetek alapját. „Csak úgy mint otthon”, mint a körmendi piac mottója is tükrözi a bizalom alapját, ami a termelők és fogyasztók kapcsolatát jellemzi.

Nyomtatott megjelenésben a Körmendi Híradó c. helyi újságra, a Vas Népe megyei napilapra, a Vas megyei Szuperinfóra és szakmai folyóiratokra is kitértünk. A szórólapokat a postaládákon, éttermeken és vendéglátóegységeken kívül -a kosárlabda városi közéletben játszott kiemelt szerepe miatt-, a sportcsarnok jegypénztárában, a helyi Tourinform irodában és a fürdőben, illetve egyéb, gyakran látogatott nevezetességek jegypénztáraiban is kihelyezésre javasoltuk.

A piacot haza vagy emlékebe, ajándékba vinni is érdekes kommunikációs lehetőség olyan ajándéktárgyak, mint a termelőket, a piac hangulatát, illetve a piaci rendezvényeket megörökítő falinaptár; a város nevezetességei mellett a termelői piacot is bemutató hűtőmágnes vagy képeslap formájában.

Kiváló felület termelői piac hangulatának közvetítésére a Körmend FM rádiócsatorna és a Körmendi Városi Televízió is. Megfogalmazzuk továbbá a piac vasúti szerelvényeken, helyközi és helyi autóbuszjáratokon történő népszerűsítésének lehetőségét laminált plakátok segítségével.

Közterületi reklámként a 8-as főút mentén kihelyezett óriásplakátok, a helyi termelői piaci hirdetőablak, valamint a városban a hétfői és a szombati piacnapok előtt közlekedő hirdetőautók kínálnak hatékony lehetőségeket.



Az offline kommunikáció mellett, a célzott üzenetekre lehetőséget nyújtó online kommunikációs eszközök használata szintén elengedhetetlen, úgy mint a projekthonlap létrehozása és működtetése, keresőoptimalizálás és Google AdWords kampányok, imázs film és imázs film trailerek készítése, a Vas Népe Online és a Rábavidék online felületeken, illetve a közösségi média platformjai közül a facebook-on, instagram-on, youtube-on való naprakész megjelenés.

A helyi termelői piachoz, annak eladóihoz, a termékekhez és ezáltal egy egészséges és fenntartható környezethez való kötődés kialakítását célozzák a javasolt olyan kezdeményezések, mint az „Egy doboz egészség a hétköznapokhoz”, vagy események, mint az „Évszakok természetes módra”, a „Mivel főznek a sportolók?” vagy az „Adventi sütiözön”. Ezekkel mind a gyerekeket, mind a felnőtteket meg lehet szólítani, a helyi lakosságot éppúgy, mint a turistákat, és a rendszeres programok méltán teszik emlékezetessé a körmendi helyi termelői piacnapokat.



## Zusammenfassung

Die Kommunikation des lokalen Produzentenmarktes in Körmend wurde im Rahmen des Projekts City Cooperation II. ATHU018 des Interreg V-A Österreich-Ungarn Kooperationsprogramms entwickelt.

Ziel der Kommunikationsstrategie ist neben der Förderung des lokalen Marktes in Körmend für die Öffentlichkeit und Touristen, die gemeinsame Kommunikation von Vasvár und Körmend als Vasihegyhát-Rábamente, sowie die Bekanntmachung von marktrelevanten Produkten unter dem Markennamen "Hegyháti Érték" (Hegyhát Gut).

Bei der Auswahl der Kommunikationstools berücksichtigen wir die Kombination von Offline- und Online-Tools unter Berücksichtigung der aktuellen Trends und der Besonderheiten der Produzentenmärkte, um Besucherzahlen und -aufenthalte zu steigern und den Marktbesuch zu einer Tradition zu machen. Unter Betonung der Umweltverträglichkeit und Wirtschaftlichkeit kurzer Lieferketten, der Vorteile des Direktvertriebs und der Qualität der Produkte als Qualitätsgarantie haben wir uns bemüht, ein einheitliches Image zu schaffen. Die im Markenhandbuch enthaltenen Farben und Formen, die der Stimmung des Marktes entsprechen, bilden die Grundlage für Marketingkommunikationsbotschaften. Dazu gehören Herstellerlogos, Einkaufstaschen und umweltfreundliche Verpackungen. "Wie zu Hause", so lautet das Motto des Marktes in Körmend, das die Vertrauensbasis widerspiegelt, die die Beziehung zwischen Produzenten und Konsumenten kennzeichnet.

Als gedruckte Presse haben wir die lokale Zeitung Körmend Híradó, die Tageszeitung des Komitats Vas Népe, die Inseratenzeitung des Komitats Szuperinfó und andere Fachzeitschriften erwähnt. Die Flyer würden neben Briefkästen, Restaurants und Cafés auch - da Basketball im städtischen öffentlichen Leben eine wichtige Rolle spielt - an der Kasse der Sporthalle, sowie im örtlichen Tourinform-Büro, im Thermalbad und an der Kasse anderer vielbesuchten Sehenswürdigkeiten verteilt werden.

Ein anderes interessantes Kommunikationsmittel, mit dem der Markt nach Hause gebracht oder als Souvenir oder Geschenk gegeben wird, könnte ein Wandkalender sein, der die Produzenten, die Stimmung des Marktes oder Marktereignisse einfängt, oder ein Kühlschrankmagnet, eine Postkarte, die zusätzlich zu den Sehenswürdigkeiten der Stadt den Produzentenmarkt darstellen.

Der FM-Radiosender Körmend und das Stadtfernsehen Körmend sind ebenfalls hervorragende Plattformen, um die Stimmung auf dem Produzentenmarkt zu vermitteln. Wir haben auch die Möglichkeit eingeführt, den Markt in Eisenbahnwagen, Überland- und Nahverkehrsbusse durch laminierte Plakate zu fördern.



Riesenwerbetafeln entlang der Nationalstraße 8, Plakate vom Produzentenmarkt und ein Ankündigungswagen, der vor den Markttagen von Montag und Samstag durch die Stadt fährt, sind als effiziente Werbemöglichkeiten erhältlich.

Neben der Offline-Kommunikation ist auch die Verwendung von Online-Kommunikationstools für gezielte Nachrichtenübermittlung unerlässlich, z. B. das Erstellen und Ausführen einer Projektseite mit Suchmaschinenoptimierung und Google AdWords-Kampagnen, Anfertigung eines Imagefilmes und eines Imagefilm-Trailers, Das Erschienen mit aktuellen Nachrichten auf den Online-Flächen von Vas Népe Online und Rábavidék Online, sowie auf Social Media Plattformen wie Facebook, Instagram und Youtube.

Vorgeschlagene Initiativen wie "Eine Kiste Gesundheit für den Alltag" oder Veranstaltungen wie "Jahreszeiten natürlich", "Womit kochen Sportler?" oder "Adventskeksfülle" fördern die Entwicklung einer Bindung zum lokalen Erzeugermarkt und dessen Verkäufern und Produkten, und dadurch zur gesunden und nachhaltigen Umwelt. Sie können genutzt werden, um sowohl Kinder als auch Erwachsene, die lokale Bevölkerung und Touristen zu erreichen. Regelmäßige Programme machen die lokalen Produzentenmarkttag in Körmend zu einem Erlebnis.



## Helyi termelői piac kommunikációs terve

A helyi termelői piac marketingstratégiájának is alapja és a siker egyik kulcstényezője a megfelelő kommunikáció. Amennyiben a célcsoport és a kommunikációval elérhető célok is ismeretek, úgy annak meghatározása következik, hogy az érintett célcsoportokhoz milyen információkat és hogyan juttassunk el. Bár egy projekt megvalósítása során a menedzsment és a többi belső érintett közti belső kommunikáció is lényeges, a jelen kommunikációs terv a külső kommunikációra, azon belül is elsősorban a vevői célcsoportokkal kapcsolatos kommunikációra fókuszál.

Így a jelen kommunikációs stratégia és operatív program célja a körmendi helyi termelői piac lakossági és turisztikai célú népszerűsítése úgy, hogy a környezettudatos és egészséges életvitel hangsúlyozásával növeljük az értékesítést és a helyi termelői piac elismertségét. Célunk továbbá a Vasvár és Körmend, mint Vasihegyhát-Rábamente terület közös népszerűsítése és a két városhoz, illetve azok termelői piacához kapcsolódó termékek „Hegyháti Érték” név alatt történő védjegyztetése és erős márkaként történő kommunikálása. Amennyiben ez megvalósul a körmendi és vasvári termelői piacon, úgy természetesen szükséges minden egyes kommunikációs csatornán közvetíteni, és bevezetni a köztudatba a márka jelentőségét, szerepét

A kommunikációs eszközök kiválasztásánál figyelembe vettük az egyes marketingkommunikációs szakterületek integrációját, mely lehetőséget teremt az üzenetek átláthatóságára, következetességére. A kommunikációs stratégia kialakításánál a tudatosságra, a rendszerezettségre, a kommunikációs csatornák egymásra épülésére, valamint a kitartásra kell fókuszálni. Az üzeneteknek kedvező benyomást, hangulati hatást kell kelteniük, amit a célcsoportok megértenek, és azonosulni tudnak azok tartalmával.

## Nyomtatott megjelenés

### Újság

A kezdetekben havonta, de 2014-től kéthetente megjelenő **Körmendi Híradó** c. újságban, ami a város önkormányzatának lapja, fontosnak tartanánk a helyi piacon jelenlevő termelők és termékeik bemutatását, az új termelők megjelenésének nyomon követését, a nyitva tartás folyamatos ismertetését és a termelői piacra szervezett rendezvények előre, havi szinten történő közlését meghívó formájában. Így az emberek tudatába beépülhet, hogy bár a tradicionális piacnap a hétfő, a családokat (főként a 3 évnél idősebb gyerekekkel) és a hétköznap munkába járókat is várja a piac a szombati napokon, nemcsak vásárlási, de kikapcsolódási lehetőséget is kínálva. A Hegyháti Érték, mint márkanév bevezetése további lehetőségeket rejt magában.



Az újság tartalmazhat egy eseménynaptárt, amiben a piaci programok is szerepelnek.

A helyi újságon kívül a megyei napilapban, a **Vas Népében** is szükséges a termelői piac megjelenítése, elsősorban a stratégiában meghatározott programok, úgy mint a szervezett gyerekprogramok, kulturális események, termelő-vásárló találkozók stb.

**Szakmai nyomtatott újságokban** (pl. Kistermelők Lapja) olyan szempontból javasoljuk a termelői piaccal kapcsolatos kommunikációt, hogy ezáltal új kisléptékű gazdálkodók, vagy a környezettudatosságot a háztartásukban középpontba helyezők is megnyerhetők.

Körmenden a **Vas megyei Superinfó** is kiváló felület arra, hogy abban heti szinten megjelenhessen a termelői piac, az ott elérhető termékekkel, a nyitva tartási idővel és az esetleges programokkal.

Mindhárom fentebb említett megyei, illetve országos lap lehetőséget kínál a Hegyháti Érték védjegy ismertetésére is, ami egyrészt kipróbálás, másrészt ajándék szintjén is érdekes lehet a környezettudatos és a helyi specialitásokat kereső turisták számára.

### **Szórólap**

Az egységes arculati kézikönyv tartalmazza a termelői piacról készített kiadványt. A termelőkkel folytatott interjúk rámutattak arra, hogy Körmenden a helyi termelői piac vásárlói körét, főként a hétfői napokon a közép- és időskorúak alkotják, így a szórólapok terjesztésének célja további célcsoportok megszólítása. Lakossági terjesztésen túl (családok és fiatalok megnyerése), mint turisztikai célpont is érdekes a helyi termelői piac, ami könnyen megközelíthető és szomszédságában a hagyományos piaccal, illetve a korábban említett és később kifejtésre kerülő programokkal, egész délelőtti elfoglaltságot nyújthat.

Ezek a szórólapok elhelyezhetők egyrészt a postaládákban, másrészt a sportcsarnokban, illetve a helyi és környékbeli éttermekben, vendéglátóegységekben csakúgy, mint a helyi Tourinform Irodában és a gyakran látogatott nevezetességek jegypénztárainál. Az ilyen csomópontokon, mint amilyen például a Fürdő is, a szórólapot kezdetben a belépőjegy mellé lehetne adni.





*A javasolt szórólap szakmai paramétereit:*

Csukott méret: 99 x 210 mm

Szín: 4+4

Papírminőség: 135-170 g ofszet papír /akár újrahasznosított is lehet/

Kivitelezés: 2 x biegelve, 2 x hajtvá leporelló hajtással

Javasoljuk ofszet papírból készíteni, amelynek tapintása természetesebb és jobban illeszkedik a helyi, termelői piachoz. Környezettudatos szempont alapján akár újrahasznosított papírból is készülhet.

A helyi lakosságot a postaládában elhelyezhető szórólapokkal tájékoztatnánk év elején az éves, vagy félévente a féléves programtervről.

*A javasolt szórólap szakmai paramétereit:*

méret: A5

terjedelem: 2 oldal

szín: 4+4

papírminőség: 130-170 g ofszet papír

kivitelezés: méretre vágva

## Ajándéktárgyak

### **Falinaptár**

Körmen d esetén, mivel a termelők száma ezt lehetővé teszi, lapozható falinaptár készítése javasolt.

Ezt a következő rendszerben gondoljuk:

- első évben havonta mutatkozna be egy-egy termelő, képek és bemutatkozó szöveg segítségével (ki ő, mivel foglalkozik, hol). Ha a naptár elkészítésének terve az év utolsó egynegyedére esik, esetleg az „Adventi sütiözön” gyerekalkotásairól készült képek és a sütemények receptjei, valamint fényképei is színesíthetik a hónapok naptári oldalait.
- a következő években pedig az előző évek piaci hangulatát megörökítő fényképek és kezdetben a termelők által, később esetleg a vásárlók által beküldött receptek közlésével. Ha ezt az előkészítési időszak hossza engedi, érdemes kifejezetten olyan recepteket válogatni, amik a termelői piacon elérhető termékek felhasználásával készültek.
- később pedig a piacon rendezett főző- vagy sütiverseny résztvevő ételeinek receptjeivel és a készítő ajánlásával tehető még vonzóbbá a kiadvány.



A falinaptár első lapján piaci hangulatkép, a piac logójával vagy egy vásárló a logóval ellátott már megpakolt vászontáskával, míg az utolsón: vagy a következő évi programajánló és a termelői piacot bemutató promóciós anyagok (vászontáska, kötény, képeslap, hűtőmágnes, stb.), vagy a tervezett vásárcsarnokkal kapcsolatos információk szerepelhetnek.

Elérhetővé a helyi termelői piacon, a város önkormányzatán, a Tourinform irodában, illetve lehetőség esetén a fürdő és a sportcsarnok, valamint a Batthyány Örökségközpont jegypénztáraiban tennénk.

#### *A falinaptár méretei:*

Falinaptár Wire-O kötéssel

belső lapok 4/0-szín

Formátum: álló

Méret: DIN A4 (21 x 29,7 cm)

Lapok száma: 14 lap

Anyag: 250 g fényes műnyomópapír

#### **Hűtőmágnes**

Hasznosnak tartjuk, hogy a város nevezetességeit kis képekben bemutató hűtőmágnesen a helyi termelői piac is megjelenjen piaci hangulattal vagy a piac logójával. A későbbiekben akár saját hűtőmágnes is tervezhető, rajta a felirat: „Régi házi ízek piaca”, vagy a korábban már említett „Csak úgy, mint otthon” jelmondat.

Elérhetővé szintén a helyi termelői piacon, a város önkormányzatán, a Tourinform irodában, illetve lehetőség esetén a fürdő és a sportcsarnok, valamint a Batthyány Örökségközpont jegypénztáraiban tennénk.

#### *A hűtőmágnes szakmai paramétereit:*

méret: 5\*7 cm

szín: 4+0

hűtőmágnes

egyedi grafikával



## Képeslap

Bár kevésbé számít népszerűnek, mégis nosztalgikus és keresett, ezért a hűtőmágneshez hasonló tartalommal bíró két képeslapfajta kidolgozását is javasoljuk. Ezeken egyrészt a város nevezetességeit kis képekben való bemutatás mellett a helyi termelői piac is megjelenhet piaci hangulatképpel vagy a piac logójával; másrészt önálló termelői piaci képeslap szerkesztése is elképzelhető, amin szerepel a felirat: „Csak úgy, mint otthon”, esetleg kapcsoltan a „Hegyháti Érték”-et is reklámozva.

Az elérhetőség szempontjából konzekvensen a helyi termelői piacot, a város önkormányzatát, a Tourinform irodát, illetve lehetőség esetén a fürdőt, a sportcsarnokot, valamint a Batthyány Örökségközpont jegypénztárait jelölnénk meg.

### *A képeslap szakmai paraméterei:*

Méret 148 x 105 mm

Papír: 300 g Artica kártyakarton / vagy amit javasoltok

Szín: 4+1

Kötészet: 1 oldalon fóliázva

### Rádióban történő megjelenés

A helyi rádió a Körmend FM (<https://kormendfm.hu/>; facebookon: <https://www.facebook.com/kormendfm/>), az interjúk tanúsága alapján nagy népszerűségnek örvend nemcsak a helyi lakosság, de a környező települések lakóinak körében is, beleértve Vasvárt.

A következőkben bemutatott kutatásra alapozva, mindenképpen fontosnak tartjuk a helyi termelői piacok kommunikálását ezen a csatornán keresztül is.

A holland Radio 538 és a Mindshare, egy neuromarketing ügynökséget bízott meg 2018-ban egy olyan közös kutatással, amelyben 25 , egyenként 20-49 év közötti férfi agyi aktivitását vizsgálták a rádió reklámokra adott válaszok tekintetében, ami azt az eredményt hozta, hogy([https://42net.blog.hu/2018/05/09/kikutattak\\_hogyan\\_hatnak\\_a\\_radio\\_reklamok\\_az\\_agyra](https://42net.blog.hu/2018/05/09/kikutattak_hogyan_hatnak_a_radio_reklamok_az_agyra)):

- a rádió tudatalatt és tudatos szinten is működik. Tudatosan mérlegeli a reklámban hallottakat, háttérhallgatás esetén a mérlegelés elmarad, így jobban aktiválható az agyban a márka ígérete. Ezért fontos a pozitív üzeneteket a kikapcsolt állapotban, a konkrét ajánlatokat a tudatos rádióhallgatás idejére korlátozni.



- a vizuális átvitel valóban érzelmi átvitel. A rádiós reklám előhossa a tévében látott képeket és akkor megállapított feltételezéseket, érzelmeket. Ez azt jelenti, hogy a rádió jó eszköze a brand építésnek, kiterjesztve a televízióra gyakorolta hatást.
- a sound logo erősíti a hatást. Az egyedi hangjelzés tehát növeli a reklám hatását.
- a humor növeli a figyelmet, de polarizál. A humoros reklámoknak mind a pozitív, mind a negatív hatása nagyobb lehet, de nem mindig hatékony (médiakampányoktól jobb távol tartani).
- az aktivitásra ösztönzés hasznosabb lehet. Konkrét cselekvésre való felhívás több figyelmet kap.

A fentiek alapján tehát javasoljuk a körmendi helyi termelői piac vonatkozásában felhívni a figyelmet szombat délután (hangsúlyozva, hogy aki az aznap délelőtti piacról lemaradt, az se búsuljon), vasárnap egész nap és hétfő délelőtt a hétfői piacra; míg csütörtökön, pénteken és szombat kora reggeli óráiban a szombati piacra. Természetesen a programok előtt, ezek hangsúlyozására két-három héttel korábbi reklámozást irányoznánk elő. Az ily módon történő rádiós megjelenéssel mind a munkába járók, mind az otthon rádiót hallgatók megcélozhatók és elérhetők, mind tudatos rádiózás, mind háttérként hallgatás során. Háttérként a termelői piac jelentőségének erősítése, aktív rádióhallgatás során a kapható termékek és a rendezett programok kiemelése, valamint a dobozrendszer nyújtotta előnyök bemutatása szükséges. A helyi termelői piacon való vásárlás az egészséges termékeken, s ezáltal a környezet megóvásán, de emellett a termelők interjúiból leszűrte baráti és jó hangulaton túl, a piac közösségépítő szerepével is motiválható.

### TV-ben történő megjelenés

A Körmendi Városi Televízió 1993-ban alakult és 2016-ban vette át Körmend Város Önkormányzata a Körmendi Televízió Alapítványtól.

Mivel a TV heti rendszerességgel készít műsorokat a város életéről, a városi intézményekről és sporteseményekről, így lehetőséget látunk abban, hogy a termelői piacon forgassanak és az ott megjelenő termelőkkel, de a vásárlókkal is rövid interjúkat készítsenek mindamelllett, hogy a soron következő piaci napra és a hozzá kapcsolt programra invitálják elsősorban a helyi lakosokat.

A rádióban megjelenő hirdetés kapcsán már a televízió megalapozó szerepe előkerült, ezért a fentiekén túl az imázs filmek vetítése is fontos lehet, az egységes arculat által meghatározott képi eszközök állandó használata mellett, hogy azok segítségével egyre inkább felfigyeljenek a termelői piaccal kapcsolatos hírekre, újdonságokra. A mottó az lehetne, hogy „Csak úgy, mint otthon”, ami mögött a



legtöbb helyi termelő által azon kiemelt tényt értjük, hogy ők azt viszik ki a piacra, amit otthon ők is fogyasztanak.

### Közlekedési eszközön való megjelenés

A Szentgotthárd és Körmend érintésével közlekedő, a személyközlekedésben érintett **vasúti szerelvényeken** (pl. Sopron-Szentgotthárd, vagy a Körmend és Szentgotthárd érintésével Ausztriába (Graz-ba) tartó vonatokon), de a településeket összekötő **helyközi és helyi autóbuszjáratokon** is érdemes felhívni a figyelmet a helyi termelői piacokra. A Sopron-Szentgotthárd között közlekedő GySEV szerelvényeken a kivetítőn váltják egymást a különböző hirdetések, ahol háttérként főként a termékek képi megjelenítését, míg információiban a helyi termelői piacok főbb piaci napjait lenne szükséges megjelölni. Az itt kapott benyomás alapján pedig, a szükséges további információkat a helyi termelői piacok weboldalán érhetik majd el az érdeklődők. A körmendi piac a kezdetektől a szombati rendezvények előzetes programajánlójával jelenhet meg ezen a felületen.

A kivetítővel nem rendelkező szerelvények esetén pedig, a fülkékben található várostérképek mellé lehetne a termelői piac színes, lényegre törő (termékek, nyitva tartás, elhelyezkedés) A4 méretű plakátját elhelyezni.

#### *Laminált plakát szakmai paraméterei:*

méret: A4

szín: 4+4 (ha ablaküvegre kerül 4+4, ha nem 4+0)

papírmínőség: 90 g műnyomó

kivitelezés: laminálva

Hasonlóan a buszmegállók és a vasúti várótermek reklámfelületeire is elhelyezhetők a helyi termelői piacokat és a „Hegyháti Érték”-et népszerűsítő poszterek.

### Közterületi reklám

#### **Óriásplakát**

A 8-as főút mentén javaslunk a városról és a helyi termelői piacról közös óriásplakátot kihelyezni. Egyetlen fénykép, egy hatásos szlogen és a rövid, lényegre törő szöveg biztos siker arra, hogy a reklám megragadja a befogadót (Ogilvy, D. (2001): Ogilvy a reklámról. Rark Kiadó, Budapest).



*A javasolt óriásplakát szakmai paramétereit:*

méret: 12 m<sup>2</sup> (5.04 m x 2.38 m)

formátumok: TIFF vagy PDF

színrendszer: CMYK

egyéb: Proof, Digit Proof

### **Hirdetőtábla a helyi termelői piacnál**

A helyi piac stratégiájában infrastrukturális fejlesztésként két információs tábla beszerzését javasoltuk. Az egyik táblán közérdekű információkat lehetne elhelyezni, köztük a piaci programtervekkel, a másik táblán helyi termékek, termelők bemutatását a kialakított arculatnak megfelelően. A tábla tartalmát, a szerkezet színét a helyi piac arculatának megfelelően kell elkészíteni.

### **Hirdetőautó**

Mivel Körmenten a hétfői termelői piacnak hagyománya van, ezért főként a szombati piacra és a programokra hivatkozva azt tartjuk kivitelezhetőnek és hatékonynak, ha a piaci nap előtt a városban hirdetőautó jár körbe, amely a hangosbemondón keresztül tudatosítja az emberekben a másnapi termelői piac nyitva tartását, az elérhető termékek körét és az esetleges programokat, kiemelve az aktualításokat.

Ennek eszközigénye: 1 db autó, 1 db mikrofon és 1 db hangszóró, szükség esetén erősítővel.

### **Online megjelenések**

A hagyományos marketingkommunikációs eszközök mellett nagy hangsúlyt kell helyezni az online marketingre is. Az emberek jelentős időt töltenek el az internet előtt. A KSH 2017-es internethasználattal kapcsolatos kutatása generációnként szemlélteti az internethasználat szerepét. A kutatás eredményei alapján a baby boomer (1964-1964 között születtek) és az X generáció (1965-1980 között születtek) körében az Internet kényelmi szerepet tölt be, az előző csoport leginkább böngészésre (45,2%), az X generáció tagjai a böngészést és a közösségi oldalak figyelését tartják a legfontosabbnak. Az X generációra (1981-1995 között született) már az is jellemző, hogy vásárlásaikat, problémamegoldásaikat, utazásaikat, szabadidős programjaikat is az Interneten keresztül szervezik, végzik (<https://www.ksh.hu/infografika/2018/internethasznalat.pdf>).

Az online marketing mellett szól az is, hogy sokkal célzottabban, személyre szabottan lehet a hirdetések, kampányok megszervezni, mint a tömegkommunikációs eszközök esetében. A



fogyasztókat nem csak el kell érni a kommunikációs eszközök segítségével, hanem aktív kapcsolatot is ki kell alakítani, mely kétirányú kommunikációval valósítható meg. A hetente frissülő és figyelmet megragadó hirdetésekkel, információkkal szolgáló, a keresésekben könnyen felbukkanó weboldalra szükség van, amit a több forrásból érkező, a kínálathoz és programokhoz kapcsolódó posztok tovább színesíthetnek.

*A termelői piac részére az online marketingkommunikáción belül hangsúlyos területek:*

- honlap létrehozása és az online jelenlét erősítése;
- a Facebook jelenlét erősítése, fizetett bejegyzésekkel nagyobb követőtáborra szert tenni;
- a fizetett hirdetések megjelenítése, konkrét kereső szavakra a Google-ban;
- a videós közösségi oldalakon való jelenlét erősítése.

### **Projekthonlap létrehozása és működtetése**

Önálló honlap létrehozását javasolunk a helyi piac részére, mely bemutatja a résztvevőket és termékeiket. Ez a bővülő termékkínálattal egyre vonzóbbá válhat. A weboldalak kialakításának fő szempontjai minden esetben a könnyű kezelhetőség és jó átláthatóság, megfelelő keresővel ellátva.

Webdesign készítése, weboldal programozása és közzététele a feladat.

A weboldal könnyen kezelhető admin felület létrehozásával készüljön, hogy a weboldal frissülő tartalma programozás nélkül frissíthető legyen. Domain és tárhely bérlése szükséges.

Az okostelefonok világában elengedhetetlen a weblap mobilra történő optimalizálása. Közösségi média oldalakon való egyszerű megosztást is lehetővé kell tenni.

*Weboldal felépítése:*

- Főoldal: helyi piac bemutatkozása (formázható szöveg, képbeszúrási lehetőség, lefelé bővíthető egylapos aloldal), fotók, imázsfilm, imázsotók elhelyezése.
- Blog: Legyen lehetőség szöveg és képfeltöltésre, cikkek listázására, a legújabb cikkek legelöl, végtelen számú hír felvihető (archívumra nincs szükség).
- Letölthető dokumentumok (pl.: szórólapok, jelentkezési lapok, szabályzatok, stb.)
- Helyi termelőknek bemutatkozási lehetőség.
- Galéria: Maximum kétszintű, lapozható
- Kapcsolat: Kapcsolati menüpontban nincs szükség kapcsolati űrlapra, csak az elérhetőségek felsorolása + Google térkép megjelenítése, nyitva tartás, egyéb általános információk



- Lábléc: Impresszum (weboldal üzemeltetőjének adatai), közösségi oldalak feltüntetése
- Adatkezelési tájékoztató és sütikezelő készítése az oldalra
- Facebook Pixel és Google Analytics beállítása az oldal élesítésekor

Mennyiség: 1 db

A város honlapján „VÁSÁR-TÉR, helyi piac létesítése Körmenten” címmel jelent meg bejegyzés, de a honlap a turizmus fül alatt, vagy a helyi programok keretein belül szerepelhetne a helyi termelői piacot, átirányítva az érdeklődőket a projekt honlapjára.

### **Keresőoptimalizálás, Google AdWords kampányok**

A keresőoptimalizálás célja, hogy hosszú távon emelkedjen az organikus látogatók száma a létrehozott termelői piac saját honlapján. Először a releváns kulcsszavakat kell megtalálni. A kulcsszavak lehetnek termelő, helyi termék, helyi termelő, piacok, hagyományok, szombati programok, dobozrendszer stb. A cél, hogy a kulcsszavakra találatként megjelenjen a weblap. A Google Adwords hirdetésekkel leadeket, konverziókat generálunk a termelői piac számára. A konverzió lehet feliratkozás, érdeklődés, kapcsolatfelvétel. A Google Adwords kampány előnye, hogy az embereket akkor fogja elérni a hirdetés, amikor rákeresnek azokra a termékekre, melyeket a termelői piac kínál, ezáltal új érdeklődők is megnyerhetők. A hirdetéseket célzottan lehet alkalmazni helyi, regionális, illetve országos szinten. Remarketing hirdetések alkalmazását is javasoljuk azoknál a látogatóknál, akik már korábban felkeresték a termelői piac honlapját, azonban nem hajtottak végre konverziót. Számukra személyre szabott hirdetéseket kell készíteni.

### **Imázs film**

A helyi termelői piac résztvevőiről, a kínált termékekről, a programokról, a piaci hangulatról érdemes imázs filmet készíteni, amiből a helyi termelői piacok előnyeire, a vásárlók egészség- és környezettudatosságára, a termelők elhivatottságára, a termékek eredetére és házi jellegére egyaránt rávilágítanak. Az imázsfilmekben megjelenhetnek a logón túl az azt tudatosító tárgyi eszközök is, mint például a vászontáska, a kötény. Az imázsfilm a mottóval zárulhat, „Csakúgy, mint otthon”, ami a termelők által több interjúban is kiemelt azon tényre hívja fel a figyelmet, hogy a családi receptek alapján készült termékeket a termelők a „spájpzpolcra veszik le”, azaz Ők is azt fogyasztják, ami így egyben garancia a minőségre és alap a bizalomhoz.





A megfelelő zenei háttér létfontosságú, hiszen az adja meg az imázsfilm dinamikáját. A zenei háttér megteremtéséhez jogtiszt zenék vásárlása szükséges. Az imázs film maximum 1-2 perc hosszúságú legyen és full HD felbontásban készüljön. Az imázsfilm elkészítéséhez részletes forgatókönyvre, operatőrre, szereplőkre, statisztákra, helyszíni engedélyre, esetlegesen drón használatára van szükség.

### **Imázs film trailerek**

Az imázs filmből rövidebb 15-60 másodperces felirat nélküli, zenei aláfestéssel ellátott filmek készítése is javasolt, melyek felhasználhatók a közösségi oldalakon (YouTube csatorna, Facebook, Instagram). Ezek a felületek elérhetők lesznek azoknak a célcsoportoknak, akik az Internetről tájékozódnak a megbízható, helyi termékekkel; családi és gasztronómiai programokkal kapcsolatban.

### **Közösségi média**

Körmend helyi termelői piacának közösségi médiában való megjelenése hiányzik, ezért a termelői piac közös, egységként való megjelentetését kell hangsúlyozni.

A közösségi média platformok közül a **Facebook-ot, esetleg az Instagramot és a YouTube** csatornát javasoljuk a termelői piac online kommunikációjában a célcsoportok életkorának figyelembe vétele mellett.

Az oldalak hatékony működéséhez javasoljuk a profilképek és borítóképek grafikai tervezését, kreatív tartalmak készítését, szövegírást, posztok megosztását, felhasználókkal történő kommunikációt.

Kezdetben a helyi termelőktől történő vásárlás előnyeire, az eladók által kínált termékek sokszínűségére, a nyitva tartásra, a piac könnyű megközelíthetőségére, a barátságos piaci légkörre, a dobozrendszer kínálatra lehetőségekre és a programokra kell helyezni a hangsúlyt. A programokról készült minőségi fotók nélkülözhetetlenek a vizualitás szempontjából. A képeken tükröződnie kell az egészség- és környezettudatosságnak, a frissességnek, a közösségi hangulatnak, beszélgetéseknek, vásárlásoknak, kóstolásoknak stb., vagyis pozitív életérzést kell sugározni.

A facebook-on javasoljuk a heti friss hírekkel való, minimum egy-két posztolást, a jelenlévő és esetlegesen a belépő új termelők és termékeik bemutatását. A Vásárcsarnok kivitelezési munkálatainak követése is figyelmet érdemel.

Az egészséges termékek, egészségtippek, környezettudatos háztartás, élelmiszerek, helyi termék, helyi termelők, rövid élelmiszerláncok vagy rövid ellátási láncok, dobozrendszer, közvetlen értékesítés csoportokban való hirdetéssel érhető el a jövőbeni célcsoport.



### **Youtube csatorna létrehozása, imázsfilm feltöltése**

A Youtube csatornán a következő témakörökben javasolt imázsfilmmel megcélozni a videókat megtekintőket: helyi piac, helyi termelő, piac, mézkülönlegességek, friss zöldségek és gyümölcsök, kecskesajtok, húsáru, dobozrendszer.

### **Vas Népe Online (VAOL), Rábavidék online**

A város honlapján, illetve a nyomtatott sajtó (Vas népe) online változatában való megjelenést és a regionális jellegű internetes lapokban, mint a Rábavidék (rabavidek.hu) való tájékoztatás is fontosnak tartjuk.

Körmend helyi termelői piacáról 2017-ben jelent meg egy cikk a vaol.hu oldalon, „Minden mi szem-szájnak ingere! – Ilyen a körmendi piac” címmel, illetve 2019-ben „Új piacot kap Körmend – Bemutatták a létesítmény látványtervét” címmel. A megjelenések a Vásárcsarnok elkészültével biztosan emelkednek, de addig a piaci hétköznapiak és a helyi termelők megszólaltatása a feladat, hiszen a piac sikere rajtuk áll.

### **Eseménynaptár**

A körmendi helyi termelői piac esetén a cél elérni azt, hogy az egyrészt a helyi lakosság bevásárló útjainak célpontjává, a helyiek találkozási helyévé, másrészt az idelátogatók számára turisztikai látványossággá, a helyi jellegű ajándékok vásárlásának helyszínévé váljon. A termelői interjúk alapján a piaci hangulat adott, bár a későbbiekben leülési lehetőségekkel és programokkal bővítve ez tovább fokozható, ugyanúgy, mint az itt eltöltött idő közösségépítő szerepe is, ami fontosságát alátámasztó szakirodalmi hivatkozás az alábbiakban olvasható.

A rendezvényekre vonatkozó célok a termelői piac esetén (Harsányi, D. (2012): A céges rendezvény hatása a márkára. Doktori értekezés, Gödöllő):

- látogatószám növelése
- hosszabb ideig tartó jelenlét, tartózkodás elérése
- hosszabb távú emlékezeti hatás elérése
- a program és a termelői piac hírnevének továbbvitele.

Javasoljuk tehát Körmenden is a termelői piachoz köthető rendezvények szervezését, melyek elsősorban figyelmet, érdeklődést felkeltő események lesznek a helyi, valamint regionális sajtó, illetve a közösségi média bevonásával.



### **„Egy doboz egészség a hétköznapokhoz”**

Ahogy a legtöbb termelői piacnak, úgy a körmendinek is alapja a termelő-vásárló közti bizalom kialakulása, amihez a közvetlen kapcsolat elengedhetetlen. Ehhez az első rendezvények között javasunk teret engedni egy, a piaci dobozrendszer bevezetését, előnyeit összefoglaló előadásnak. Ez a lehetséges dobozméreteken túl, megadná a lehetőséget arra, hogy a termelők és a vásárlók beszélgessenek, ismerkedjenek.

Vannak dobozrendszerben nem árusított, nem árusítható termékek, de ezeket a bemutatkozás nem zárna ki, hanem rávilágítana arra is, hogy milyen előnyökkel jár a piac heti szinten történő látogatása. A dobozrendszerben vásárolt termékek alapot adnak, míg a hetente válogatott hús-, sajt-, stb. termékek színesítik a családi asztalt.

### **„Évszakok természetes módra”**

Évszakokhoz kötve érdemes olyan évszaknyitó eseményeket szervezni, ahol egy-egy vállalkozó kedvű, az évszakhoz kötődő termékeket kínáló termelő meghívásával mutatják be az évszak sajátosságait, mint termékek, mint kapcsolódó hagyományok formájában.

Tavasszal pl. a virágokat, palántákat, vetőmagokat árusítókat szólaltatnák meg, akik az ültetés, palántálás főbb szempontjaival, praktikus tanácsokkal látnák el a vevőket. Természetesen több árus esetén nehéz és jogtalan előnyszerzést jelenthet egyikük kiválasztása, amikor is külső személy meghívása, vagy több termelő együttes megszólaltatása, velük interjúk készítése javasolt. Nyáron a szezonális zöldségekhez, gyümölcsökhöz kapcsolódó praktikumok, befőzési receptek; ősszel a dió, gesztenye; míg télen a méz, kézműves termékek eladói kapnának szót. Természetesen a teljesség igénye nélkül történt az előző felsorolás, hiszen minden termelő bemutatkozására lehet alkalmat találni a rendezvénysorozat keretében.

Az évszaknyitó, „szezonzáltó” piaci napot egy nyereményjátékkal is egybe lehet kötni, amikor is a vásárlók a kapott nyugták hátuljára felírva a nevüket és elérhetőségüket és azokat egy dobozban gyűjtve, sorsoláson vesznek részt. A szerencsés nyertes a helyi termelői piacon vásárolható termékekből összeállított kisebb, a piaci emblémával ellátott vászontáskába kerülő bemutató csomagot kap (a termelők felajánlásai alapján), így az évszak ízei már a családi ebédlőasztalnál is honosakká válnak. Az ajándékcsomagot a termelői piac egységes arculati elemekkel ellátott ajándékai teszik teljessé.



### **„Mivel főznek a sportolók?”**

„Ha Körmend, akkor kosárlabda”-hallhattuk és halljuk többektől. Ha pedig az emberek tudatában a város összekapcsolódik a sportággal, akkor nemcsak a termelői piacot lehet a sportcsarnokba bevinni a szórólapok, stb. egyik terjesztési helyszínékként, de a sportot is ki lehet vinni a helyi termelői piacra. A lehetőség megalapozott, sőt szinte kihagyhatatlan, mert ki tudhat többet az egészséges életmódról, ha nem egy aktív sportoló, akinek folyamatosan figyelni kell arra, hogy mit eszik és milyen minőségű alapanyagokat használ a saját konyhájában. Havonta egy szombati piacra meg lehetne hívni egy vagy két sportolót, aki(k) az egészséges életmódról, s benne a tudatos táplálkozás szerepéről, azon belül is a minőségi alapanyagokról és a helyi termelői piacról, mint a minőségi élelmiszerek fő beszerzési helyéről beszélnének. A sportolók a helyben összeválogatható alapanyagokból készítenék el egyik kedvenc ételüket, amiket a hallgatóság megkóstolhat, s két fél esetén szavazhat arról is, melyik étel ízlett jobban. A recepteket természetesen az online felületeken közzé tennék, a sportoló ajánlásával. A gyerekek számára is érdekes ez az esemény, hiszen a hivatalos előadáson túl kérdezhetnek, de akár fényképezkedhetnek is kedvenc sportolóikkal, s lehetőséget látunk táplálkozásuk egészségesebbé tételére is a sportolók által ajánlott menük alapján.

### **„Adventi sütiözön”**

A vállalkozó kedvű piaclátogatókat szólítanánk meg ezzel a programmal, melynek keretében, november utolsó szombati piacnapjára várnánk kedvenc karácsonyi receptjük elkészített változatát, egy tálca sütemény formájában.

A süteményekből a gyerekek adventi vagy karácsonyi témájú, a helyszínen szervezett barkácsolás keretében készített alkotások bemutatása ellenében szabadon választhatnak, míg a többi adományok fejében osztanak ki. Az adománnyal minden évben más intézményt vagy civil szervezetet támogathatnak, erről a piacvezetés dönthet.

A gyerekek alkotásairól készült képek montázs formájában a következő évi falinaptárt díszíthetik, ahogy a hónapokhoz csatoltan egy-egy recept és a süteményről készített kép is szerepelhet. Ha a naptár szerkesztéséhez ekkorra már csak a receptek és a képek hiányoznak, úgy a karácsonyi vásáron a következő évi falinaptár már ezen receptek felsorakoztatásával árusítható.

Hogy a receptek versenyeznek-e? Nem feltétlenül, de ha igen, ez esetben egy, hivatásos cukrásszal és gyerektaggal is rendelkező, minimum háromtagú zsűrit kell összeállítani. A nyeremény itt is egy, a piaci termékekből összeállított csomag lehet, azonban a receptek megjelentetése mellett, a verseny nem feltétlenül szükséges.



**A tematikus, ünnepekhez kapcsolódó programok** természetesen szintén gazdagíthatják a termelői piac kínálatát. Húsvétkor a tojásfestés, Luca napján a Luca búza ültetése, adventkor a koszorú vagy karácsonyfa díszek készítése hozható fel példának, amibe a gyerekes családok, a hagyományokat kedvelő lakosok és turisták egyaránt bevonhatók. Alapanyagok a helyszínen beszerezhető termékeket érdemes választani.

Az eseményekre újságírók, bloggerek/vloggerek meghívását is javasoljuk.

A fent ismertetett programok a lehetőségek csekély szeletét mutatják be, de a rendszeres programok segítségével a termelői piac a köztudatban tartható és a látogatószám növelése valószínűsíthető. Az események szervezésénél, azok sikeréhez, a város egyéb rendezvényeit és a környező települések „fesztiváljait” is fontos figyelembe venni.



## Kommunikációs eszközök ütemterve

A kommunikációs eszközök ütemezésénél egy évre havi bontásban javasoljuk a megjelenéseket. A nyomtatott hirdetések és ezek online változatának megjelenési gyakorisága függ az események, programok megrendezésének gyakoriságától.

<b>Eszközök</b>	<b>1.</b>	<b>2.</b>	<b>3.</b>	<b>4.</b>	<b>5.</b>	<b>6.</b>	<b>7.</b>	<b>8.</b>	<b>9.</b>	<b>10.</b>	<b>11.</b>	<b>12.</b>
Körmendi Híradó c. újság	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Vas Népe	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Kistermelők lapja	x	x	x								x	x
Szuperinfó	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Szórólap	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Programterv szórólap	x					x						
Laporello	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Körmend FM	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Körmend TV	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Közlekedési eszközökön való reklámozás	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Hirdetőtáblák	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Hirdetőautó	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Óriásplakát	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Önálló honlap	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Google Adwords kampány	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Imázsfilm	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Youtube	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Facebook	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
VAOL, Rábavidék megjelenés	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Eseménymarketing	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Molinó	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x



Az egyedi arculat kidolgozása arculati kézikönyv formájában





- 01 **GRAFIKAI ALAPELEMEK**  
A LOGÓ  
BETŰKÉSZLET  
SZÉK
- 02 **ARCULATHORDOZÓK**  
LÉPŐRÉLŐ  
CÍMHAZDOPAPÍR  
INFORMÁCIÓS TÁBLA  
ÜTBANJÁRTO TÁBLA  
VÁZSANTÁSKA  
PAPÍRTÁSKA  
PAPÍRTÁSKAI  
KÖTÉNY  
DOBOS  
KÉRTÁBLA  
ÁRTÁBLA  
ZÁSZÓ  
HOLNÓ

### A LOGÓ FEKVŐ ELRENDEZÉS



KÖRMENDI PIAC ARCULATI KÉZIKÖNYV 13

- 01 **GRAFIKAI ALAPELEMEK**  
A LOGÓ  
BETŰKÉSZLET  
SZÉK
- 02 **ARCULATHORDOZÓK**  
LÉPŐRÉLŐ  
CÍMHAZDOPAPÍR  
INFORMÁCIÓS TÁBLA  
ÜTBANJÁRTO TÁBLA  
VÁZSANTÁSKA  
PAPÍRTÁSKA  
PAPÍRTÁSKAI  
KÖTÉNY  
DOBOS  
KÉRTÁBLA  
ÁRTÁBLA  
ZÁSZÓ  
HOLNÓ

### A LOGÓ HELYES HASZNÁLAT



ÁLTALÁNOS



EGYSZÍNŰ



EGYSZÍNŰ,  
NEGATÍV

KÖRMENDI PIAC ARCULATI KÉZIKÖNYV 14



- 01 GRAFIKA/ALAPELEMEK  
A LOGÓ  
BETŰKÉSZLET  
SZÉK
- 02 ARCULATHORDOZÓK  
LEPŐRÉLŐ  
CICHADÓLÓPAPER  
INFORMÁCIÓS TÁBLA  
ÚTBANJÁRTO TÁBLA  
VÁZONTÁSKA  
PAPÍRTÁSKA  
PAPÍRTÁSKAI  
KÖTÉNY  
DOBÓZ  
KÉRTÁBLA  
ÁRTÁBLA  
ZÁSZÓ  
HOLNÓ

### A LOGÓ HELYES HASZNÁLAT | IZOLÁCIÓ

Az alábbi képeken a logó helyes használata látható. A logó mindig azonos méretben és színben jelenjen meg. A logó használata során mindig tartsa szem előtt a logó színeit és a logó színeit. A logó használata során mindig tartsa szem előtt a logó színeit és a logó színeit. A logó használata során mindig tartsa szem előtt a logó színeit és a logó színeit.



Az alábbi képeken a logó helytelen használata látható. A logó használata során mindig tartsa szem előtt a logó színeit és a logó színeit. A logó használata során mindig tartsa szem előtt a logó színeit és a logó színeit. A logó használata során mindig tartsa szem előtt a logó színeit és a logó színeit.

**VEDŐSÁV**  
Az körmen megadott méretben kell betartani a logó körül izolációs tárcsát.



KÖRMEENDI PIAC ARCULATI KÉZKÖNYV | 5

- 01 GRAFIKA/ALAPELEMEK  
A LOGÓ  
BETŰKÉSZLET  
SZÉK
- 02 ARCULATHORDOZÓK  
LEPŐRÉLŐ  
CICHADÓLÓPAPER  
INFORMÁCIÓS TÁBLA  
ÚTBANJÁRTO TÁBLA  
VÁZONTÁSKA  
PAPÍRTÁSKA  
PAPÍRTÁSKAI  
KÖTÉNY  
DOBÓZ  
KÉRTÁBLA  
ÁRTÁBLA  
ZÁSZÓ  
HOLNÓ

### A LOGÓ HELYTELEN HASZNÁLAT



- ÁLTALÁNOS TILTÁSOK**
- Torzítás
  - Logó elemek elmozdítása
  - Logó szimbólum nélküli használata
  - Logó használata körönkívül
  - Logó színeit átlósítva
  - Logó színeit átlósítva
  - Egyes színek használata
  - Helytelen színezés
  - A logó kontrasztos háttérrel való alkalmazás

KÖRMEENDI PIAC ARCULATI KÉZKÖNYV | 6



01 GRAFIKA/ALAPELEMEK  
A LOGÓ  
BETŰKÉSZLET  
SZÍNEK

02 ARCULATHORDOZÓK  
LEPŐRELLŐ  
CÍMHAZDOPAPÍR  
INFORMÁCIÓS TÁBLA  
ÜTBANJÁRTÓ TÁBLA  
VÁZSANTÁSKA  
PAPÍRTÁSKA  
PAPÍRTÁSKAI  
KÖTÉNY  
DOBOC  
KÉRTÁBLA  
ÁRTÁBLA  
ZÁSZÓLÓ  
HOLNÓ

## BETŰKÉSZLET

0123456789  
AÁBCDEÉFGHIJ  
KLMNOÓÖPQR  
STUÜŰÚVWXYZ  
()[]&\*#+%«=»„”;:..

Aa

LOGÓ | AMSI PRO NARROW ULTRA

ÁLTALÁNOS | AMSI PRO BETŰCSALÁD

KÖRHEKENDI PIAC ARCULATI KÉZKÖNYV | 7

01 GRAFIKA/ALAPELEMEK  
A LOGÓ  
BETŰKÉSZLET  
SZÍNEK

02 ARCULATHORDOZÓK  
LEPŐRELLŐ  
CÍMHAZDOPAPÍR  
INFORMÁCIÓS TÁBLA  
ÜTBANJÁRTÓ TÁBLA  
VÁZSANTÁSKA  
PAPÍRTÁSKA  
PAPÍRTÁSKAI  
KÖTÉNY  
DOBOC  
KÉRTÁBLA  
ÁRTÁBLA  
ZÁSZÓLÓ  
HOLNÓ

## SZÍNEK

### BORDÓ

CMYK 0 | 88 | 58 | 30



RGB 150 | 46 | 62



DIREKTSZÍN PANTONE 710 C



DIREKTSZÍN RAL 3027



### FEKETE

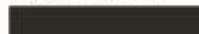
CMYK 0 | 0 | 0 | 100



RGB 0 | 0 | 0



DIREKTSZÍN PANTONE 419 C



DIREKTSZÍN RAL 9005



### PIROS

CMYK 0 | 88 | 58 | 0



RGB 198 | 61 | 60



DIREKTSZÍN PANTONE 710 C



DIREKTSZÍN RAL 3018



### SZÍNHASZNÁLAT

A logóban két szín (bordó és fekete) szerepel.  
Az arculat egységes elemekben, kiegészítő  
színekre magának a város árnyalat.

KÖRHEKENDI PIAC ARCULATI KÉZKÖNYV | 8

- 01 **GRAFIKAI ALAPELEMEK**  
A LOGÓ  
BETŰKÉSZLET  
SZÍNEK
- 02 **ARCUALATHORDOZÓK**  
LEPORELLÓ  
CÍSMAGDOLGAPAPIR  
INFORMÁCIÓS TÁBLA  
ÚTBANJÁRTO TÁBLA  
VÁZSANTASKA  
PAPÍRTASAK  
PAPÍRTASAK  
KÖTÉNY  
DOBÓZ  
KISFETÁBLA  
ÁRTÁBLA  
ZÁSOLÓ  
HOLNÓ

### LEPORELLÓ LÁTványTERV



KŐRMEI PIAC ARCUALATHORDOZÓV I II

- 01 **GRAFIKAI ALAPELEMEK**  
A LOGÓ  
BETŰKÉSZLET  
SZÍNEK
- 02 **ARCUALATHORDOZÓK**  
LEPORELLÓ  
CÍSMAGDOLGAPAPIR  
INFORMÁCIÓS TÁBLA  
ÚTBANJÁRTO TÁBLA  
VÁZSANTASKA  
PAPÍRTASAK  
PAPÍRTASAK  
KÖTÉNY  
DOBÓZ  
KISFETÁBLA  
ÁRTÁBLA  
ZÁSOLÓ  
HOLNÓ

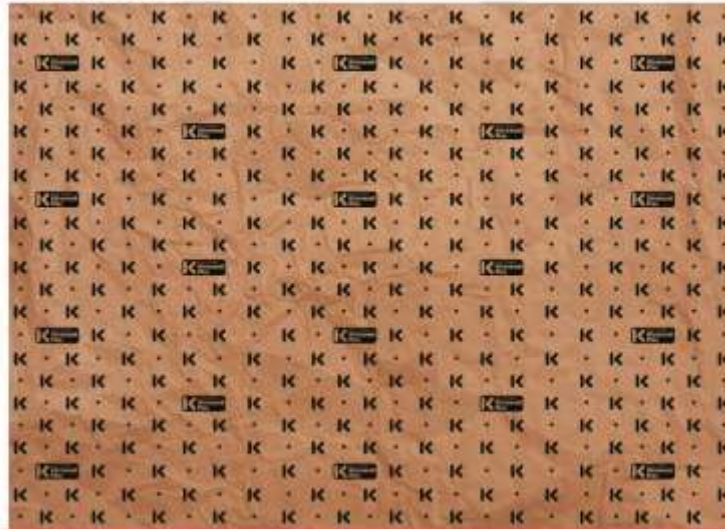
### LEPORELLÓ LÁTványTERV



KŐRMEI PIAC ARCUALATHORDOZÓV I II

- 01 GRAFIKAI ALAPELEMEK  
A LOGÓ  
BETŰKÉSZLET  
SZÉK
- 02 ARCULATHORDOZÓK  
LÉPŐRÉLŐ  
CSOMAGOLÓPAPÍR  
INFORMÁCIÓS TÁBLA  
ÚTBANJÁRÓ TÁBLA  
VÁZSANTÁSKA  
PAPÍRTÁSKA  
PAPÍRTÁSKAI  
KÖTÉNY  
DOBÓZ  
KÉRTÁBLA  
ÁRTÁBLA  
ZÁSZÓ  
MOLINO

### CSOMAGOLÓPAPÍR LÁTVÁNYTERV



KÖRHENDI PIAC ARCULATI KÉZIRŐNY 1/11

- 01 GRAFIKAI ALAPELEMEK  
A LOGÓ  
BETŰKÉSZLET  
SZÉK
- 02 ARCULATHORDOZÓK  
LÉPŐRÉLŐ  
CSOMAGOLÓPAPÍR  
INFORMÁCIÓS TÁBLA  
ÚTBANJÁRÓ TÁBLA  
VÁZSANTÁSKA  
PAPÍRTÁSKA  
PAPÍRTÁSKAI  
KÖTÉNY  
DOBÓZ  
KÉRTÁBLA  
ÁRTÁBLA  
ZÁSZÓ  
MOLINO

### INFORMÁCIÓS TÁBLA LÁTVÁNYTERV



KÖRHENDI PIAC ARCULATI KÉZIRŐNY 1/12

01 **GRAFIKAI ALAPELEMEK**  
A LOGÓ  
BETŰKÉSZLET  
SZÍNEK

02 **ARCUATHORDOZÓK**  
LEPORÉLLÓ  
CÍMHAZDOPAPÍR  
INFORMÁCIÓS TÁBLA  
ÚTBAIGAZÍTÓ TÁBLA  
VÁSZONTÁSKA  
PAPÍRTÁSKA  
PAPÍRTÁSKAI  
KÖTÉNY  
DOBÓZ  
KÖRTÁBLA  
ÁRTÁBLA  
ZÁSZÓ  
HOLNÓ

## ÚTBAIGAZÍTÓ TÁBLA



KÖRMENDI PIAC ARCUATI KÉZKÖNYV | 13

01 **GRAFIKAI ALAPELEMEK**  
A LOGÓ  
BETŰKÉSZLET  
SZÍNEK

02 **ARCUATHORDOZÓK**  
LEPORÉLLÓ  
CÍMHAZDOPAPÍR  
INFORMÁCIÓS TÁBLA  
ÚTBAIGAZÍTÓ TÁBLA  
VÁSZONTÁSKA  
PAPÍRTÁSKA  
PAPÍRTÁSKAI  
KÖTÉNY  
DOBÓZ  
KÖRTÁBLA  
ÁRTÁBLA  
ZÁSZÓ  
HOLNÓ

## VÁSZONTÁSKA LÁTVÁNYTERV



KÖRMENDI PIAC ARCUATI KÉZKÖNYV | 14

- 01 **GRAFIKAI ALAPELEMEK**  
A LOGÓ  
BETŰKÉSZLET  
SZÍNEK

- 02 **ARCULATHORDOZÓK**  
LEPŐRELLŐ  
CSOMAGDOPAPÍR  
INFORMÁCIÓS TÁBLA  
ÚTBARAJZTÓ TÁBLA  
VAGYONTÁSKA  
PAPÍRTÁSKA  
PAPÍRTASAI  
KÖTÉNY  
DOBOZ  
KRÉMTÁBLA  
ÁRTÁBLA  
ZÁSZÓ  
MOLINO

### PAPÍRTÁSKA LÁTVÁNYTERV



KÖRMENTI PIAC ARCULATI KÉZIRÓV ( 15 )

- 01 **GRAFIKAI ALAPELEMEK**  
A LOGÓ  
BETŰKÉSZLET  
SZÍNEK

- 02 **ARCULATHORDOZÓK**  
LEPŐRELLŐ  
CSOMAGDOPAPÍR  
INFORMÁCIÓS TÁBLA  
ÚTBARAJZTÓ TÁBLA  
VAGYONTÁSKA  
PAPÍRTÁSKA  
PAPÍRTASAI  
KÖTÉNY  
DOBOZ  
KRÉMTÁBLA  
ÁRTÁBLA  
ZÁSZÓ  
MOLINO

### PAPÍRTASAK LÁTVÁNYTERV



KÖRMENTI PIAC ARCULATI KÉZIRÓV ( 16 )

- 01 **GRAFIKAI ALAPELEMEK**  
A LOGÓ  
BETŰKÉSZLET  
SZÍNEK

- 02 **ARCLATHORDOZÓK**  
LEPORÉLÓ  
CÍMHADLÓPAPÍR  
INFORMÁCIÓS TÁBLA  
ÜTBANJÁRTO TÁBLA  
VÁSZNATÁSKA  
PAPÍRTÁSKA  
PAPÍRTÁSKAI  
KÖTÉNY  
DOBOZ  
KÖFTÁBLA  
ÁRTÁBLA  
ZÁSZÓ  
HOLNÓ

### KÖTÉNY LÁTVÁNYTERV



KÖRMEENDI PIAC ARCLATI KÉZKÖNYV | 17

- 01 **GRAFIKAI ALAPELEMEK**  
A LOGÓ  
BETŰKÉSZLET  
SZÍNEK

- 02 **ARCLATHORDOZÓK**  
LEPORÉLÓ  
CÍMHADLÓPAPÍR  
INFORMÁCIÓS TÁBLA  
ÜTBANJÁRTO TÁBLA  
VÁSZNATÁSKA  
PAPÍRTÁSKA  
PAPÍRTÁSKAI  
KÖTÉNY  
DOBOZ  
KÖFTÁBLA  
ÁRTÁBLA  
ZÁSZÓ  
HOLNÓ

### DOBOZ LÁTVÁNYTERV



KÖRMEENDI PIAC ARCLATI KÉZKÖNYV | 18

- 01 **GRAFIKAI ALAPELEMEK**  
A LOGÓ  
BETŰKÉSZLET  
SZINEK
- 02 **ARCUALATHORDOZÓK**  
LEPORÉLÓ  
CÍMHAZDOPAPÍR  
INFORMÁCIÓS TÁBLA  
ÚTBANJÁRTO TÁBLA  
VÁSZNÁTSKA  
PAPÍRTÁSKA  
PAPÍRTÁSKAI  
KÖTÉNY  
DOBÓZS  
**KRÉTATÁBLA**  
ÁRTÁBLA  
ZÁSZÓLÓ  
HOLNÓ

### KRÉTATÁBLA LÁTVÁNYTERV



KÖRMENDI PIAC ARCUALATI KÉZKÖNYV | 19

- 01 **GRAFIKAI ALAPELEMEK**  
A LOGÓ  
BETŰKÉSZLET  
SZINEK
- 02 **ARCUALATHORDOZÓK**  
LEPORÉLÓ  
CÍMHAZDOPAPÍR  
INFORMÁCIÓS TÁBLA  
ÚTBANJÁRTO TÁBLA  
VÁSZNÁTSKA  
PAPÍRTÁSKA  
PAPÍRTÁSKAI  
KÖTÉNY  
DOBÓZS  
**KRÉTATÁBLA**  
**ÁRTÁBLA**  
ZÁSZÓLÓ  
HOLNÓ

### ÁRTÁBLA LÁTVÁNYTERV



KÖRMENDI PIAC ARCUALATI KÉZKÖNYV | 20



- 01 **GRAFIKAI ALAPELEMEK**  
A LOGÓ  
BETŰKÉSZLET  
SZÍNEK

- 02 **ARCUALATHORDOZÓK**  
LEPŐRELLŐ  
CÍMHAZDOPAPÍR  
INFORMÁCIÓS TÁBLA  
ÚTBANJÁRTO TÁBLA  
VÁZSANTÁSKA  
PAPÍRTÁSKA  
PAPÍRTÁSKAI  
KÖTÉNY  
DOBÓZ  
KÉRTÁBLA  
ÁRTÁBLA  
ZÁSZLÓ  
MOLINÓ

### ZÁSZLÓ LÁTványTERV



KÖRMEINDI PIAC ARCUALATI KÉZKÖNYV | 21

- 01 **GRAFIKAI ALAPELEMEK**  
A LOGÓ  
BETŰKÉSZLET  
SZÍNEK

- 02 **ARCUALATHORDOZÓK**  
LEPŐRELLŐ  
CÍMHAZDOPAPÍR  
INFORMÁCIÓS TÁBLA  
ÚTBANJÁRTO TÁBLA  
VÁZSANTÁSKA  
PAPÍRTÁSKA  
PAPÍRTÁSKAI  
KÖTÉNY  
DOBÓZ  
KÉRTÁBLA  
ÁRTÁBLA  
ZÁSZLÓ  
MOLINÓ

### MOLINÓ LÁTványTERV



KÖRMEINDI PIAC ARCUALATI KÉZKÖNYV | 22