

INTERNATIONAL STUDENT DESIGN COMPETITION

Visual identity for 'World Skills, The International Vocational Training Organisation'

Total cash prize: US\$6,000

Deadline for entries: 31 May 2000

Eligibility: Design education institutions and students only

1. WHO ARE WORLD SKILLS?
2. TASK
3. THE COMPETITION
4. ENTRY CRITERIA
5. THE DESIGN BRIEF
6. MEMBER COUNTRIES
7. COMMUNICATION CHANNELS

WHO ARE WORLD SKILLS?

World Skills began with a vocational training skill contest between Portugal and Spain in 1950. This event was the catalyst for the creation of the International Vocational Training Organisation (IVTO) which now has 35 member countries which contest the World Skills Competition every two years in over 40 different trades and technologies. The World Skills Competition has come to symbolise the pinnacle of excellence in vocational education and training across the world.

To celebrate 50 years of existence, and to move the organisation towards the new millennium, it was decided to change the organisation's name to World Skills and to devise a new visual identity.

Structure

World Skills is a not-for-profit, non-government membership association which is open to national bodies which represent vocational education and training systems in any country in the world.

The members make all the important decisions at a General Assembly meeting held once a year. The organisation has a small secretariat located in Zurich, Switzerland. The funds of the organisation come from an annual fee paid by the members and from sponsorships raised for special projects.

Vision

Promoting Skills Across the World

Mission

The new mission statement of the organisation is; Acting together to promote awareness world-wide of the essential contribution of skills and high standards of competence to achieving both economic success and personal fulfilment

What is Vocational Education and Training?

Vocational education and training provides learners with the knowledge and skills to competently carry out various trades and occupations, and also prepares them more generally for life and the world of work.

What are the trades covered by World Skills?

The full list of trades and their descriptions are set out on World Skills' web site: www.worldskills.com. They range across many industry sectors, from bricklaying to electronics, from hairdressing to computer aided design (CAD), and from welding to graphic communications.

Why not run this design competition as part of the World Skills Competition?

The World Skills Competition is held in a different member country every two years. The last competition was held in Montreal, Canada in November 1999, and the next competition will be in Seoul, Korea in September 2001.

It was decided by the members in Montreal to modernise the identity of the organisation and launch this identity on the occasion of the organisation's 50th anniversary which will be celebrated in Lisbon in June 2000.

It was also agreed to conduct a design competition for students in the organisation's member countries during the period March-May 2000, and utilise the internet as the means to conduct the competition.

Helpful Hint

Any design solution is only as good as the brief that precedes it.

Understand your client thoroughly. Seek information from them and related bodies.

Bury yourself in your subject.

TASK

To design a visual identity for 'World Skills, the International Vocational Training Organisation'.

Why a competition for design students?

As an organisation with a focus on young people and a vision to promote skills across the world, it should be the new generation of designers who create a modern visual identity for the organisation's future.

Why run the competition on-line?

What better way to harness the creativity and talent of students in the leading design schools from among the organisation's 35 member countries?

What are the ultimate objectives of this competition?

1. To create a modern organisational identity which captures the key importance of skills across the world in the new century.
2. To provide a means for students from around the world to solve a real design challenge through the application of the latest communication technologies.
3. To demonstrate the power of design, communications and technology in promoting understanding and participation in the cause of furthering skill development and work futures for young people.

Why share the cash prize between the design school and their winning student/s?

The contribution of the school and teachers to the student's success is appropriately recognised by dividing the cash prize of US\$6,000 between the school and their winning student/s.

THE COMPETITION

You are invited to submit designs for the World Skills visual identity.

Eligibility

Entry into the competition is determined by the particular member country of the organisation. Each member country has been restricted to a maximum of three entries from one or more design schools in that country. Registration for the competition will be the responsibility of each member country only. (Note: In the World Skills Competition entry is restricted to one competitor/team per category per country).

The Selection Process

The member country organisation will determine which three entries will represent them in the competition, and in May 2000 all the eligible entries will be posted by the designers on this website. A judging panel of member delegates and professional designers will select two finalists from the entries received. The winning entry will be chosen by all member country delegates in Lisbon, Portugal on 15 June 2000.

Prize

The successful entry will receive US\$6,000, to be distributed between the individual student designer(s) and their educational institution.

Implementation of the design

As a separate process to the competition, it is proposed that the winning student designer be invited to work with a professional design studio in their country to participate in the implementation of the identity through the creation of identity guidelines. These will be distributed across the organisation for practical application. This phase will be dependent on a number of factors and the details of its practicality will be formulated on conclusion of the competition stage.

Legal Issues

On entry to the competition, all copyright on the designs passes to World Skills. The entries must be original designs, and must not infringe on any other copyright.

Entry by Internet

Entry to the competition will be by electronic file to a central web site. Over the course of the competition the entries nominated by member countries will be displayed on the site, will be judged through the site and the finalists displayed there.

Helpful Hint

You can't play the game if you don't know the rules. This is a 'real' project for the 'real' world. Iron-out any concerns over the terms and conditions before you even think about the creative. Only enter if you're comfortable with the potential outcome.

ENTRY CRITERIA

Design Submission

You are required to submit original, creative designs which satisfy the requirements of the Design Brief.

Rationale

Your submission should be accompanied by a written rationale of your design of 50 words or less which supports and describes your entry.

Electronic File

Your entry must be submitted as an electronic file sent by email to the IVTO web site.

Deadline

The submissions from eligible participants must be posted to the website by Wednesday 31 May 2000.

Helpful Hint

The comp is going to be judged by professional designers who will be able to look beyond the cracks in presentation for a genuine, creative, relevant, original solution. The idea is more important than the finish or style of execution.

THE DESIGN BRIEF

The Design Submission

The Submission should show designs for:

1. the Primary Mark,
2. the Defining Statement and
3. Secondary Elements.

Designers should also address, though not necessarily submit designs for, the Activity Statements and National Body Statements.

The Submission need not include specifications of colours, fonts, dimensions, usage or non-usage guidelines, applications or technical data unless you consider it absolutely essential to your design solution.

Participants should be aware that, although many of the functions of the competition will be conducted electronically, this is a competition to design a corporate identity, not a web site!

Particular attention should be given to section 5.6 Brand Equity, in deciding on a strategy for entering a revolutionary or evolutionary design.

Helpful Hint

Enter no less than absolutely answers the brief – enter no more than absolutely breaks your spirit and bank balance.

The Primary Mark

The Primary Mark should communicate, in letter-form:

World Skills

It must be in English language but can be configured to suit your creative objectives. It can appear in combinations of upper and lower case characters but must convey a single statement of two distinct parts.

The Primary Mark may or may not include a graphic symbol or picture. However, if used, a symbol may only be used to support the letter-form components.

Helpful Hint

Identify examples of primary marks. Consider what makes a good mark. How important is colour, form, shape, type, simplicity versus complexity? What makes a memorable mark? How does a logo change your perception of a product or service?

The Defining Statement

The Primary Mark will, in certain circumstances, be accompanied by the Defining Statement.

The Defining Statement describes the organisation and is a way of enabling a soft transition from the old identity to the new.

The Defining Statement should communicate, in letter-form:

World Skills

International Vocational Training Organisation

The Defining Statement should always appear as a supporting element to the Primary Mark.

The Defining Statement will usually appear in any one of the three official languages of the Organisation (English, French and German), or in the language and letterform of a member country (see section 6 for the full list of member countries).

In French it translates as:

Organisation internationale de la formation professionnelle

In German it translates as:

Internationale Berufsbildungsorganisation

Helpful Hint

Treat the defining statement like a 'positioning statement' – it's the closing catch phrase, slogan or sign-off. It's important. It's integral to your solution.

Secondary Elements

It is intended that through the use of Secondary Elements, combined with the Primary Mark and/or the Defining Statement, that a total, integrated visual language be devised for the World Skills identity.

The Secondary Elements can be decorative, playful and symbolic and can be expressed as patterns, colours or other graphic devices. Their potential use will be on all communications pieces of the organisation. For example, the covers of reports or brochures; backgrounds for web pages, advertising or leaflets; illustrative borders on banners or stationery.

The design and development of Secondary Elements is critical to the overall look and image of the World Skills identity:

- They should be adaptable to fit any conceivable practical application
- They should be flexible to offer creative scope to individual identity implementors
- They should not constrain expression
- They should allow for differentiation between communications pieces
- Their use should contribute to the maintenance of visual consistency.

Helpful Hint

Look through design annuals for successful, creative corporate identities. There's more to identity design than a snappy logo and it's often the secondary elements and application ideas which create that brilliant, world-beating system...

Activity Statement and National Body Statement

The Primary Mark will, in certain circumstances, be accompanied by an Activity Statement or a National Body Statement.

Some examples of Activity Statements are:

World Skills 2001

World Skills 2003

World Skills Competition

World Skills Volunteers

World Skills Leaders

World Skills On-Line

Some examples of National Body Statements are:

World Skills (Australia)

etc

Whilst it is not essential in your submission to show how these statements would be expressed, designers should be aware that these secondary identities will make up a component of the practical identity system and therefore the judging criteria will take into account the ability of the submission to adapt to these applications.

Helpful Hint

Try your solution with all these occurrences (and worse!). Try to maintain design integrity; avoid bolt-on solutions – consider the consequences.

World Skills Brand Essence

Some of the qualities we hope to see expressed in the new World Skills identity are:

- Youth
- Dynamism, vibrancy, colour
- International
- Small, smart, simple
- Trades based
- Modern, forward looking
- Reflective of the multi-disciplinary, multi-faceted aspect of World Skills.

Words that best describe the aims of World Skills are:

- Being the best you can be
- The highest standards of competence
- Innovation and excellence in work
- Skill leaders and mentors
- Skill transfer and development
- World-wide exchange and friendship.

Words which could help describe the personality and role of Worlds Skills are:

- a showcase
- a public event
- a forum
- an exchange
- a team member

Primary Audience

The Identity should appeal to and be relevant to:

- vocational education – students, teachers and parents, schools, colleges etc
- the workforce – apprentices and trainees as well as their employers
- education and industry association managers
- media, particularly trade media
- multi-national audience, possibly non-english speaking

Helpful Hint

This is where the originality spark happens. Avoid copying a trendy design that *nearly* applies to *some* of this – it won't work. There's an *original* solution in you trying to make its way onto paper; you just need to help it along.

World Skills Vision Statement

'Promoting Skills Across The World'

World Skills Mission Statement

'Acting together to promote awareness world-wide of the essential contribution of skills and high standards of competence to achieving both economic success and personal fulfilment'.

Helpful Hint

This is your client's holy scripture... make it yours for the duration of the project.

Application Parameters

Reproduction

The Identity must reproduce clearly on all printed matter such as letters, envelopes, forms, brochures, folders, posters, displays, flags, medals and advertising.

It must reproduce in single colour and in full colour, on light or dark backgrounds.

It may show adaptability to three dimensional applications.

It must be legible on screen based applications, such as electronic media, and may incorporate moving elements for such applications.

Language

The primary language for communications from the organisation is English. However, global communications may carry information in the three official languages of the organisation, English, French and German; and member country communications may carry information in their local language and letterforms.

Cultural

The identity must reflect the organisation's political and denominational neutrality.

Helpful Hint

Talk to printers and web technos early in the process to eliminate potential problems. Design is a partnership experience and it's more rewarding pulling on expertise from different disciplines. You're an expert among experts, and remember – they can't do what you can do!

Evolution or Revolution?

Brand equity is the abstract value placed on the cultural and visible values of a company or body. Companies fiercely defend their brand. It differentiates them from their competitors and makes them recognisable to their customers.

As already stated, the IVTO has adopted World Skills as a unifying, simple expression of its organisation. The visual and cultural expression of World Skills will help lead the organisation into the future.

However, both its internal structure and its audience are most likely unaware of such a change. They are used to dealing with a body called the IVTO, with whom they have a relationship of one kind or another. The IVTO, by virtue of its longevity and international stature, has considerable equity in its existing brand.

So whilst there are radical (revolutionary) changes happening within the organisation, the membership may be slower at adapting (evolving) to the new direction and a measure of brand equity may be lost in dispensing with the old identity.

Unfortunately in this brief we cannot accurately indicate the levels of resistance or willingness to change, as the organisation itself is yet to come to terms with this issue.

To help the organisation address the consequence of change it is likely that of the two finalist designs one will in some way evolve the existing identity, to make it relevant to the World Skills ideals and to the desired brand essence (section 5.2). The other finalist will be seen as a revolutionary design, with little or no visual link to the old organisation other than the defining statement.

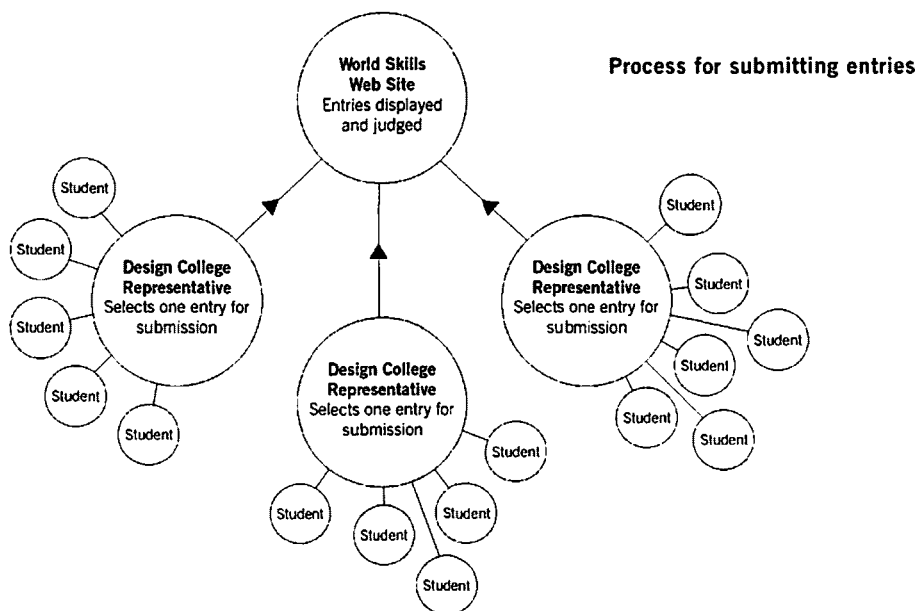
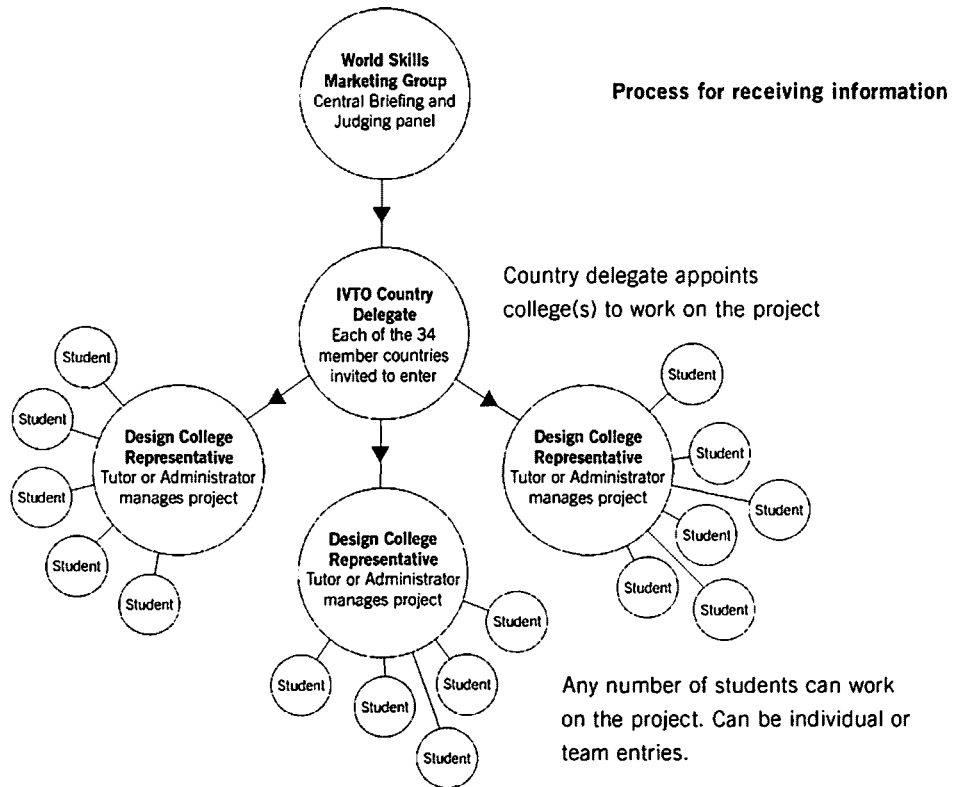
Entrants are therefore encouraged to explore the IVTO web site to get an understanding of their subject, to consider the relevant value of the existing identity of IVTO and asked to make a strategic decision as to which direction their solution should pursue at the outset of the project.

Helpful Hint

Some of the world's most recognised marks have evolved with their brands over time – Coca Cola and Shell are examples. KFC (Kentucky Fried Chicken) is an organisation which traded declining brand equity for a revolutionary make-over in an attempt to halt that decline.

MEMBER COUNTRIES

Australia
Austria
Belgium
Brazil
Canada
Chinese Taipei
Denmark
Finland
France
Germany
Hong Kong, China
Iran
Ireland
Japan
Korea
Liechtenstein
Luxembourg
Macau, China
Malaysia
Morocco
Netherlands
New Zealand
Norway
Philippines
Portugal
Singapore
South Africa
South Tyrol, Italy
Sweden
Switzerland
Thailand
Tunisia
United Arab Emirates
United Kingdom
United States of America



CONCOURS INTERNATIONAL D'ÉTUDIANTS DE DESIGN

Identité visuelle de "World Skills, Organisation Internationale de la Formation Professionnelle"

Prix total en espèce : US\$ 6000

Date limite d'inscription : 31 mai 2000

Admissibilité : Ecoles et étudiants de design

1. BUT
2. QUI EST WORLD SKILLS ?
 - 2.1 Structure
 - 2.2 Vocation
 - 2.3 Mission
 - 2.4 En quoi consiste l'éducation et la formation professionnelle ?
 - 2.5 Quels sont les métiers faisant partie de World Skill ?
 - 2.6 Pourquoi ne pas intégrer ce concours au Concours World Skills ?
3. LE CONCOURS
 - 3.1 Admissibilité
 - 3.2 Sélection
 - 3.3 Prix
 - 3.4 Réalisation du design
 - 3.5 Questions juridiques
 - 3.6 Candidature par l'Internet
4. CRITÈRES D'INSCRIPTION
 - 4.1 Proposition de design
 - 4.2 Exposé
 - 4.3 Fichier électronique
 - 4.4 Date limite
5. INSTRUCTIONS POUR LE DESIGN
 - 5.1 Proposition de design
 - 5.1.1 Le logo principal
 - 5.1.2 La déclaration principale
 - 5.1.3 Eléments secondaires
 - 5.1.4 Déclaration d'Activité et de Nationalité
 - 5.2 Image de marque de World Skill
 - 5.2.1 Public principal
 - 5.3 Enoncé de la vision à long terme de World Skill
 - 5.4 Enoncé de la mission de World Skill
 - 5.5 Paramètres de candidature
 - 5.5.1 Reproduction
 - 5.5.2 Langue
 - 5.5.3 Culture
 - 5.6 Evolution ou révolution ?
6. LISTE DES PAYS MEMBRES

1

1. BUT

Conception d'une identité visuelle pour "World Skills, Organisation Internationale de la Formation Professionnelle"

Pourquoi un concours pour étudiants de design ?

Un organisme centré sur les jeunes et dont la vocation est d'encourager diverses compétences de par le monde se doit de confier à la nouvelle génération de graphistes la tâche de créer une identité visuelle moderne pour l'avenir.

Pourquoi un concours sur le Web ?

Comment mieux mobiliser la créativité et le talent des étudiants des meilleures écoles de design parmi les 34 pays membres de l'organisation ?

Quels sont les objectifs ultimes du concours ?

1. Créer une identité moderne pour l'organisation qui rende l'importance capitale des compétences existant dans le monde à l'aube du XXI^e siècle.
2. Donner aux étudiants du monde entier les moyens de résoudre un authentique problème de design en utilisant les techniques de communication les plus récentes.
3. Prouver la capacité du design et des technologies de la communication à promouvoir l'entente et la participation à l'avancement du développement des compétences et du potentiel de travail pour les jeunes.

Pourquoi partager l'argent du prix entre l'école de design et ses étudiants gagnants ?

La part apportée par l'école et les professeurs à la réussite de l'étudiant est reconnue à juste titre par le partage de moitié entre l'école et le ou les étudiants gagnants des US\$ 6000 du prix.

2

2. QUI EST WORLD SKILLS ?

World Skill a fait ses débuts à l'occasion d'un concours de formation professionnelle entre le Portugal et l'Espagne en 1950. Cet événement a donné lieu à la création de l'Organisation Internationale de la Formation Professionnelle, qui compte maintenant 34 pays membres entre qui tous les deux ans se joue le Concours des Compétences Mondiales, où plus de 40 métiers et techniques sont représentés. Le Concours des Compétences Mondiales en est venu à symboliser un sommet de l'éducation et de la formation professionnelle dans le monde.

Afin de célébrer nos 50 ans d'existence et de faire progresser l'organisation vers le nouveau millénaire, il a été convenu de changer notre nom en World Skills, et de nous trouver une nouvelle identité visuelle.

2.1 Structure

World Skills est une organisation non gouvernementale, à but non lucratif, ouverte à tout organisme national représentant une entité d'éducation et de formation professionnelle n'importe où dans le monde.

Les membres prennent toutes les décisions importantes lors d'une Assemblée Générale qui se tient une fois l'an. L'organisation dispose d'un secrétariat à Zurich, en Suisse. Elle est subventionnée par les cotisations annuelles des membres, et par des contributions extérieures pour les projets spéciaux.

2.2 Vocation

La promotion des compétences partout dans le monde.

2.3 Mission

La nouvelle expression de notre mission est : agissons ensemble afin d'encourager une sensibilisation à l'échelle mondiale à la contribution essentielle apportée par les compétences de haut niveau à la réussite économique et à l'épanouissement personnel.

2.4 En quoi consiste l'éducation et la formation professionnelle ?

L'éducation et la formation professionnelle fournissent aux étudiants les connaissances et les compétences nécessaires à l'accomplissement de différents métiers et travaux, et d'une manière plus générale les préparent à la vie et au monde du travail.

Conseil utile

Une solution à un problème de design n'est valable que dans la mesure où la tâche a été comprise.

Ayez une compréhension en profondeur de votre client. Demandez-lui et à ses associés tout renseignement utile.

Plongez-vous dans votre sujet.

2

2.5 Quels sont les métiers faisant partie de World Skill ?

La liste complète des métiers et leurs descriptions est donnée sur le site de World Skill (www.worldskill.com). Ils couvrent plusieurs secteurs industriels, de la maçonnerie à l'électronique, de la coiffure à la conception assistée par ordinateur (CAO), et de la soudure à la communication graphique.

2.6 Pourquoi ne pas intégrer ce concours au Concours World Skills ?

Le concours World Skill se tient un an sur deux, à chaque fois chez un pays membre différent. Le dernier concours en date a eu lieu à Montréal, au Canada, en Novembre 1999, et le prochain se tiendra à Séoul, en Corée, en Septembre 2001.

Il a été décidé par les pays membres à Montréal de moderniser l'identité de l'organisation et de lancer cette nouvelle identité à l'occasion du cinquantième anniversaire de l'organisation, qui sera fêté à Lisbonne en Juin 2000.

Il a été également convenu d'organiser un concours de design pour les étudiants des pays membres durant la période de mars à mai 2000, par le biais de l'Internet.

3

3. LE CONCOURS

Vous êtes invités à soumettre un nouveau style pour l'identité visuelle de World Skills.

3.1 Admissibilité

Les règles de participation au concours sont déterminées par chaque pays membre de l'organisation. Chaque pays membre n'a droit qu'à un maximum de trois participants venant d'une ou plusieurs écoles de design de ce pays. Chaque pays est responsable de l'inscription au concours. (Note : dans le cas du concours de World Skill, l'inscription est limitée à un concurrent ou équipe par catégorie et par pays).

3.2 Sélection

L'organisme du pays membre décidera des trois candidats qui le représenteront au concours, et toutes les candidatures admises seront annoncées sur notre site Web. Un jury composé de délégués des pays membres et de graphistes professionnels sélectionnera deux finalistes parmi les candidatures reçues. Le gagnant sera choisi par tous les délégués de pays membres à Lisbonne, au Portugal, le 15 Juin 2000.

3.3 Prix

La candidature gagnante recevra US\$ 6000, dont US\$ 3000 iront à l'étudiant ou aux étudiant(s), et US\$ 3000 à leur établissement.

3.4 Réalisation du design

En sus du concours proprement dit, l'étudiant gagnant se verra offrir la possibilité de travailler dans un studio de design professionnel de son pays afin de participer à la création de l'identité en préparant des instructions de réalisation qui seront diffusées à travers l'organisation pour application pratique. Cette étape dépend d'un grand nombre de facteurs, et les détails pratiques de son exécution seront formulés après le concours.

3.5 Questions juridiques

A l'inscription au concours, tous les droits sur le design sont transférés à World Skills. Chaque candidature doit être originale, et ne pas contrevenir à d'autres droits d'auteur.

3.6 Candidature par l'Internet

Les candidatures sont déposées par fichiers électroniques envoyés à un site Web central. Durant le concours, les designs proposés seront affichés et jugés sur le site, et la liste des finalistes y sera également affichée.

Conseil utile

On ne peut pas jouer sans connaître les règles. Il s'agit là d'un "vrai" projet à exécuter dans la vie réelle. Pensez d'abord aux conditions et aux modalités du concours *avant* de vous occuper de l'aspect créatif. Ne posez votre candidature que si vous êtes sans inquiétudes en ce qui concerne le résultat éventuel.

4

4. CRITÈRES D'INSCRIPTION

4.1 Proposition de design

Vous devez soumettre des designs originaux répondant aux exigences données dans les instructions.

4.2 Exposé

Votre candidature sera accompagnée d'un exposé raisonné par écrit d'un maximum de 50 mots, décrivant et justifiant votre proposition.

4.3 Fichier électronique

Votre candidature sera soumise sous forme d'un fichier électronique au format PDF à envoyer par courrier électronique au site Web de l'IVTO.

4.4 Date limite

Les candidatures doivent être envoyées au site Web par tous les participants admissibles le mercredi 31 mai 2000 au plus tard.

Conseil utile

Les designs proposés seront jugés par des graphistes professionnels, capables d'identifier, par-delà les défauts de présentation, une solution authentiquement créatrice, pertinente et originale. L'idée compte plus que la finition ou que le style de l'exécution.

5

5. INSTRUCTIONS POUR LE DESIGN

5.1 Proposition de design

La candidature doit inclure des designs pour :

- Le logo principal
- La déclaration principale
- Les éléments secondaires.

Les graphistes devront également prendre en considération les déclarations d'Activité et de Nationalité, sans obligatoirement proposer de designs supplémentaires pour ces dernières.

La proposition ne doit pas nécessairement inclure de spécifications relatives aux couleurs, à la typographie, aux dimensions, aux instructions d'usage ou de non-usage, aux logiciels ou aux détails techniques, à moins que ceux-ci ne soient considérés comme faisant partie intégrante de la solution graphique.

Les participants doivent être conscients qu'en dépit du fait que beaucoup des étapes du concours se déroulent par le biais de l'électronique, le but est de concevoir une image de marque, et non pas un site web!

On se doit d'apporter une attention particulière à la section 5.6 (Capital-marque) pour la détermination d'une stratégie visant à proposer un design révolutionnaire ou en développement.

Conseil utile

N'en faites pas moins que ce qui est strictement requis par les Instructions. N'en faites pas tant que ça vous sape le moral et votre compte en banque.

5

5.1.1 Le logo principal

Le logo principal doit comprendre le message suivant, en lettres:

World Skills

La langue à utiliser est l'anglais, mais la configuration peut être adaptée à votre vision créatrice. Le mélange de majuscules et de minuscules est permis, mais l'impact doit être celui d'un énoncé unique, en deux parties distinctes.

Le logo principal peut éventuellement comprendre un symbole ou dessin graphique. Toutefois, si l'on utilise un symbole, celui-ci ne doit faire fonction que de support à l'élément en lettres.

Conseil utile

Repérez des exemples de logos principaux. Réfléchissez à ce qui constitue un bon logo. Quelle est l'importance de la couleur, des formes, de la typographie, de la simplicité ou de la complexité ? Qu'est-ce qui fait que l'on retient un logo ? En quoi est-ce qu'un logo change votre perception d'un produit ou d'un service ?

5

5.1.2 La déclaration principale

Le logo principal sera dans certaines circonstances accompagné de la déclaration principale. La déclaration principale décrit l'organisation et assure une transition en douceur entre l'ancienne identité et la nouvelle.

La déclaration principale communiquera le message suivant, en lettres :

World Skills International Vocational Training Organisation

La déclaration principale doit toujours apparaître comme un support du logo principal.

La déclaration principale sera normalement dans l'une des trois langues officielles de l'organisation (Anglais, Français et Allemand), ou dans la langue et l'alphabet d'un pays membre (voir la liste complète des pays membres en section 6).

La traduction française en est :

Organisation Internationale de la Formation Professionnelle.

Et en allemand :

Internationale Berufsbildungsorganisation

Conseil utile

Traitez la déclaration principale comme un énoncé de positionnement. C'est le slogan qui accroche, le point final. C'est un élément important, qui fait partie intégrante de votre solution.

5

5.1.3 Eléments secondaires

Les éléments secondaires, associés au logo principal et/ou à la déclaration principale, sont destinés à fournir un langage visuel complet et intégré exprimant l'identité de World Skills.

Les éléments secondaires peuvent être décoratifs, humoristiques ou symboliques, et peuvent être exprimés au moyen de motifs, de couleurs, ou autres moyens graphiques. Ils sont potentiellement utilisables sur tous les organes de communication de l'organisation, par exemple en couverture de rapport ou de brochure, en arrière-plan de page de web, sur les prospectus et dépliants, ou comme bordure de gros titre ou sur la papeterie.

La conception et le développement des éléments secondaires sont vitaux à l'image générale de l'identité de World Skills :

- Ils doivent pouvoir s'adapter à absolument n'importe quelle application pratique.
- Ils doivent être suffisamment souples pour laisser une marge de créativité aux graphistes individuels.
- Ils ne doivent pas entraver l'expression.
- Ils doivent permettre de faire la différence entre les moyens de communication.
- Ils doivent contribuer au maintien de la cohérence visuelle.

Conseil utile

Consultez des publications graphiques pour trouver des images de marque créatrices et qui ont de l'impact. Le design d'une identité ne se réduit pas à un logo tape-à-l'oeil. Ce sont souvent les éléments secondaires et la manière dont ils sont agencés qui donnent un "look" intelligent et qui porte.

5

5.1.4 Déclaration d'Activité et de Nationalité

Le logo principal sera parfois accompagné d'une Déclaration d'Activité ou de Nationalité.

Exemples de Déclarations d'Activité :

World Skills 2001

World Skills 2003

Concours World Skills

Bénévoles World Skills

Leaders World Skills

World Skills en ligne

Exemples de Déclarations de Nationalité :

World Skills Australie

World Skills Brésil

etc...

Bien qu'il ne vous soit pas indispensable dans votre proposition de montrer comment ces déclarations seraient exprimées, les candidats doivent savoir que ces identités secondaires feront partie dans la pratique du système général, et qu'en conséquence les critères de sélection prendront en compte la capacité des designs proposés à se prêter à ces applications.

Conseil utile

Essayez votre solutions avec tous ces exemples (et d'autres encore moins faciles !). Tentez de conserver l'intégrité du graphisme. Évitez les solutions qui font pièce rapportée – pensez au conséquences.

5

5.2 Image de marque de World Skill

Entre autre qualités, nous voudrions que notre nouvelle identité soit :

- Jeune
- Dynamique, vivace, colorée
- Internationale
- Petite, chic, simple
- Orientée sur les métiers
- Energique
- Moderne, tournée vers l'avenir
- Un reflet de l'aspect pluridisciplinaire et varié de World Skill

Les mots qui expriment le mieux les objectifs de World Skills sont :

- Etre les meilleurs
- Un niveau de compétence élevé
- Innovation et excellence dans le travail
- Meneurs et orienteurs de talents
- Transfert et développement des compétences
- Echanges et relations d'amitié partout dans le monde

Les mots qui rendent le mieux la personnalité et le rôle de World Skills sont :

- une vitrine
- un événement public
- un forum
- un échange
- un membre d'équipe

5.2.1 Public principal

L'identité doit plaire et être appropriée à :

La formation professionnelle - étudiants, enseignants et parents, écoles, enseignement supérieur, etc...

Les travailleurs – apprentis et stagiaires ainsi que leurs employeurs

Les directeurs d'associations scolaires et industrielles

Les média, particulièrement professionnels

Un public multi-national, peut-être non-anglophone.

Conseil utile

C'est à ce stade qu'on a besoin d'une étincelle d'originalité. Evitez de copier un design à la mode qui s'applique *en gros* à *certain*s des critères ci-dessus : ça ne marchera pas. Vous avez en vous une solution *originale* qui essaye d'arriver jusqu'à la page; il vous suffit de l'aider un peu.

5

5.3 Enoncé de la vision à long terme de World Skill

Promouvoir les compétences à l'échelle mondiale.

5.4 Enoncé de la mission de World Skill

Agissons ensemble afin d'encourager une sensibilisation à l'échelle mondiale à la contribution essentielle apportée par les compétences de haut niveau à la réussite économique et à l'épanouissement personnel.

Conseil utile

Pour votre client, ces mots sont paroles d'évangile. Faites les vôtres pour toute la durée du projet.

5

5.5 Paramètres de candidature

5.5.1 Reproduction

L'identité doit pouvoir être reproduite clairement sur tout médium imprimé : lettres, enveloppes, formulaires, brochures, dépliants, affiches, drapeaux, médailles et supports publicitaires.

Elle doit pouvoir être reproduite en couleur simple et toute en couleur, sur fond clair ou sombre.

Elle peut être adaptable à une exploitation tridimensionnelle.

Elle doit être lisible sur écran, comme c'est le cas par exemple avec les média électroniques, et peut alors incorporer des éléments mobiles.

5.5.2 Langue

La langue de communication principale de l'organisation est l'anglais. Toutefois, l'information peut être transmise globalement dans les trois langues de l'organisation, à savoir l'anglais, le français et l'allemand. L'information à l'intérieur d'un pays membre peut être communiquée dans la langue et l'alphabet du pays.

5.5.3 Culture

L'identité doit refléter la neutralité politique et religieuse de l'organisation.

Conseil utile

Consultez des imprimeurs et techniciens du Web dès le début afin d'éliminer les problèmes potentiels. Le design est une activité de groupe, et il est plus motivant de faire appel à des experts venus de différentes disciplines. Vous êtes un expert parmi d'autres, et n'oubliez pas : eux non plus ne peuvent pas faire ce que vous savez faire !

5

5.6 Evolution ou révolution ?

Le capital-marque est la valeur abstraite attribuée aux valeurs culturelles et visibles d'une société ou d'une organisation. Les sociétés défendent vigoureusement leur marque. C'est ce qui les différencie de leurs concurrents et les rend reconnaissables à leurs clients.

Comme nous l'avons dit plus haut, IVTO a adopté World Skills en tant qu'expression simple et unificatrice de son organisation. L'expression culturelle et visuelle de World Skills nous ouvrira la voie qui mène vers l'avenir.

Mais ce changement est probablement passé inaperçu auprès de notre structure interne et de notre public, qui à l'habitude de traiter avec une entité appelée IVTO, et avec qui il entretient telle ou telle relation. Grâce à sa longévité et son envergure internationale, la marque IVTO actuelle jouit d'un capital considérable.

C'est pourquoi en parallèle des changements radicaux (révolution) qui ont lieu au sein de l'organisation, il se peut que les membres soient plus lents à s'adapter à la nouvelle perspective (évolution), et une part de capital-marque serait donc perdue à cause du changement d'identité.

Nous ne pouvons malheureusement pas, dans le cadre de ces explications, indiquer précisément quel sera le niveau de résistance ou d'acceptation de ces changements puisque c'est l'organisation entière qui doit faire face à cette situation.

Afin d'aider l'organisation à maîtriser les conséquences du changement, il est probable que des deux designs en finale, l'un évoquera d'une manière ou d'une autre l'identité actuelle, afin de l'adapter à l'idéal de Work Skills et à l'image de marque requise (section 5.2). L'autre finaliste sera perçu comme révolutionnaire, n'ayant conservé aucun, ou très peu, de liens visuels avec l'ancienne organisation, à part la déclaration principale.

Les candidats sont par conséquent encouragés à visiter le site Web de l'IVTO afin d'acquérir une bonne connaissance de leur sujet, à considérer les mérites de l'identité actuelle de l'IVTO, et à prendre une décision stratégique quant à la direction vers laquelle leur solution devrait s'orienter dès le début du projet.

Conseil utile

Certains des logos les plus reconnus ont évolué au cours des années avec leur marque (Coca-Cola et Shell, par exemple). KFC (Kentucky Fried Chicked) est l'exemple type d'une société qui a recouru à un changement d'image révolutionnaire afin d'arrêter le déclin de son image de marque.

6

6. LISTE DES PAYS MEMBRES

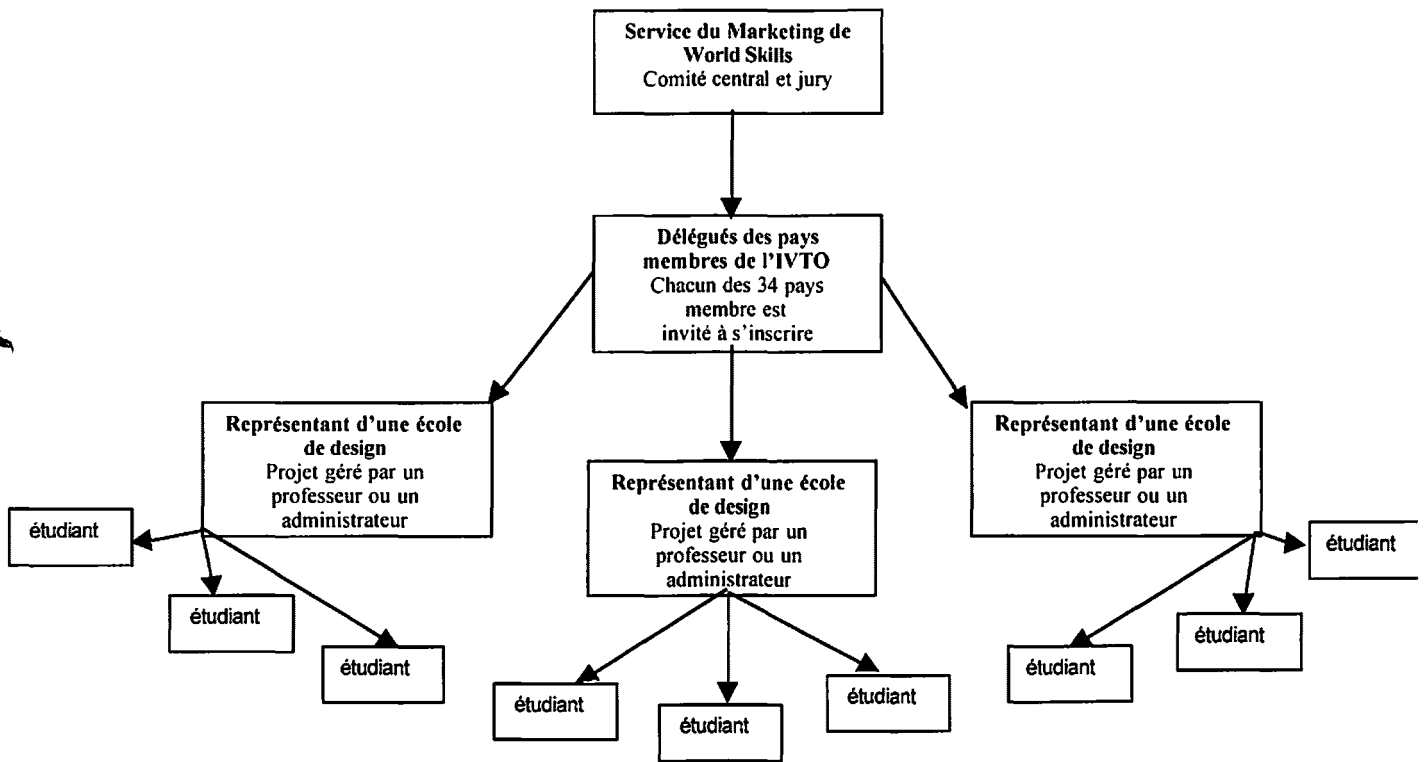
Afrique du Sud
Allemagne
Australie
Autriche
Belgique
Brésil
Canada
Corée
Danemark
Émirats Arabes Unis
États-Unis

Finlande
France
Hong Kong
Iran
Irlande
Japon
Liechtenstein
Luxembourg
Macao
Malaisie
Maroc
Pays-Bas

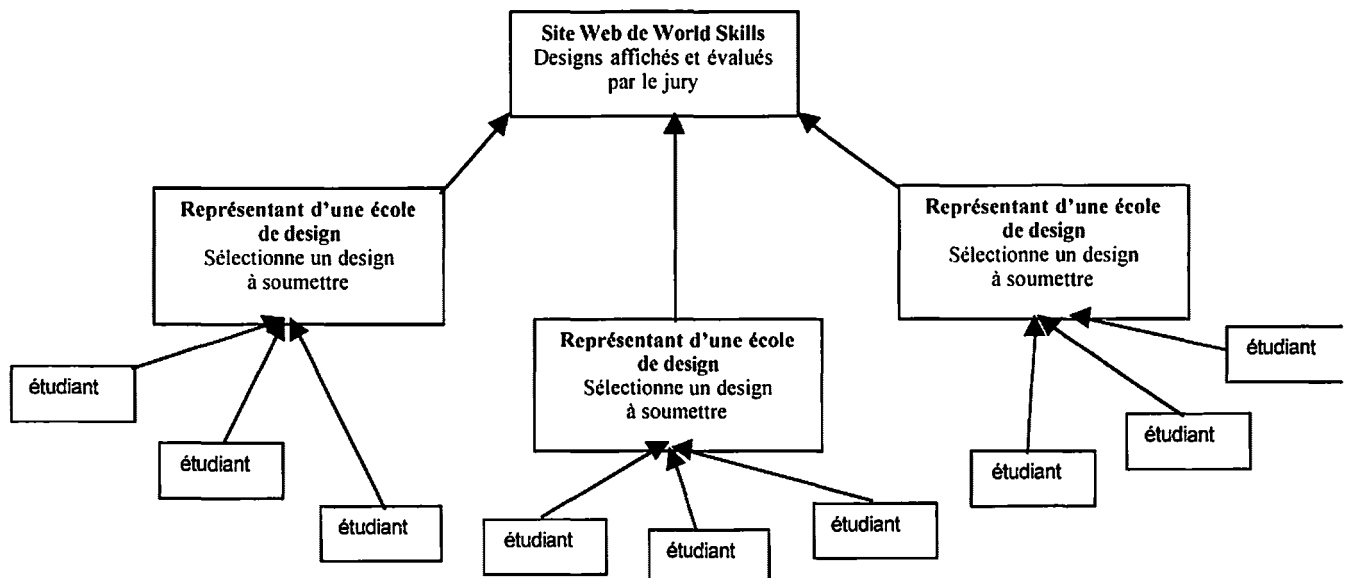
Nouvelle-Zélande
Norvège
Philippines
Portugal
Royaume-Uni
Singapour
Suède
Suisse
Taïpei
Thaïlande
Tunisie
Tyrol du Sud (Italie)

7

Comment recevoir des informations:



Comment soumettre sa candidature



INTERNATIONALER WETTBEWERB FÜR DESIGN STUDENTEN

Visual Identity für 'World Skills, die Internationale Berufsbildungsorganisation'.

Gesamtbargeldpreis: US\$ 6,000

Einsendeschluss: 31. Mai 2000

Zulässige Teilnehmer: Ausbildungseinrichtungen und Studierende aus dem Fachbereich Design

1. **AUFGABE**
2. **WER IST WORLD SKILLS**
3. **DER WETTBEWERB**
 - 3.1 **Qualifikation**
 - 3.2 **Das Auswahlverfahren**
 - 3.3 **Der Preis**
 - 3.4 **Umsetzung des Designs**
 - 3.5 **Juristische Aspekte**
 - 3.6 **Teilnahme über Internet**
4. **TEILNAHMEBEDINGUNGEN**
 - 4.1 **Designvorlage**
 - 4.2 **Konzept**
 - 4.3 **Elektronische Datei**
 - 4.4 **Einsendeschluss**
5. **ANFORDERUNGEN AN DAS DESIGN**
 - 5.1 **Designvorlage**
 - 5.1.1 **Primary Mark**
 - 5.1.2 **Defining Statement**
 - 5.1.3 **Nachgeordnete Elemente**
 - 5.1.4 **Activity Statement und Statement zu Nationalen Organisationen**
 - 5.2 **Wesentliche Elemente der Marke**
 - 5.3 **Leitbild der Organisation**
 - 5.4 **Mission**
 - 5.5 **Anwendungsparameter**
 - 5.5.1 **Wiedergabe**
 - 5.5.2 **Sprache**
 - 5.5.3 **Kulturbekenntnis**
 - 5.6 **Revolution oder Evolution?**

1. AUFGABE

Entwerfen einer Visual Identity(visuellen Identität) für 'World Skills, die Internationale Berufsbildungsorganisation'.

Warum ein Wettbewerb für Studierende aus dem Bereich Design?

Eine moderne Visual Identity für die Zukunft einer Organisation, die sich weltweit für die Förderung junger Menschen und berufliche Bildung einsetzt, sollte von einer neuen Generation von Designern entworfen werden.

Warum ein on-line Wettbewerb?

Wie liessen sich die Kreativität und das Talent der führenden Designschulen aus den 34 Mitgliedsländern der Organisation besser nutzen?

Worum geht es bei diesem Wettbewerb in erster Linie?

1. Um die Schaffung einer modernen Identität der Organisation in Übereinstimmung mit der Schlüsselrolle, die beruflicher Bildung im neuen Jahrhundert weltweit zukommt.

2. Mit Hilfe der neuester Kommunikationstechnologien soll Studierenden aus der ganzen Welt sollen die Möglichkeit gegeben werden, ihre Lösung für einen echten, designerisch anspruchsvollen Auftrag vorzustellen.

3. Es soll deutlich werden, wie sehr Design, Kommunikation und Technologie zu einem höheren Mass an Verständnis und Engagement für die Förderung der beruflichen Bildung und Zukunft junger Menschen beitragen.

Warum sollen sich die Designschule und der, bzw. die Gewinner den Bargeldpreis teilen?

Man will dem Verdienst, der den Lehrkräften und der Schule am Erfolg der Studenten zukommt, Rechnung tragen, indem man den Preis von US\$ 6.000 auf die Schule und die von ihr ausgebildeten Preisträger zu gleichen Teilen aufteilt

2. WER IST WORLD SKILLS

Der Ursprung von World Skills geht zurück auf einen Berufswettbewerb zwischen Portugal und Spanien im Jahre 1950. Diese Veranstaltung gab den Anstoss zu der Gründung der Internationalen Berufsbildungsorganisation, die heute 34 Mitgliedsländer umfasst. Vertreter 40 verschiedener Berufe und Branchen der Technologie aus diesen Ländern tragen alle zwei Jahre eine Berufsweltmeisterschaft aus, die im Laufe der Zeit zu einem wahren Symbol für weltweit hervorragende berufliche Aus- und Weiterbildung geworden ist.

Im Zusammenhag mit der Feier zum 50-jährigen Bestehen der Organisation und dem Aufbruch ins neue Jahrtausend ist beschlossen worden, den Namen der Organisation ins World Skills zu ändern und sich eine neue visuelle Identität zu geben.

2.1 Struktur

World Skills ist eine gemeinnützige, nicht-staatliche Organisation, welche weltweit den nationalen Organisationen, welche für die Berufsbildung eines Landes zuständig sind, für die Mitgliedschaft offen steht.

Alle wichtigen Entscheidungen werden von den den Mitgliedern auf ihrer jährlichen Vollversammlung getroffen. Die Organisation hat ein kleines Sekretariat mit Sitz in Zürich, in der Schweiz. Sie finanziert sich aus den Jahresbeiträgen der Mitglieder sowie aus projektbezogenen Sondermitteln von Sponsoren.

2.2 Das Leitbild der Organisation

Weltweite Förderung beruflicher Fertigkeiten

2.3 Die Mission der Organisation

In der neuen Erklärung zur Mission der Organisation wird der Wille bekundet, durch gemeinsames Handeln weltweit das Bewusstsein dafür zu stärken, dass berufliches Können und die Erfüllung höchster Anforderungen die Voraussetzung für wirtschaftlichen Erfolg wie auch für persönliche Verwirklichung sind.

2.4 Worin besteht berufliche Bildung und Schulung?

Berufliche Bildung und Schulung vermittelt den Lernenden zum einen die Kenntnisse und Fertigkeiten, die sie zur Ausübung verschiedener Berufe und Beschäftigungen befähigen, bereitet sie zum anderen aber auch auf das Leben selbst und auf die Arbeitswelt vor.

Nützlicher Hinweis:

Eine designerische Lösung kann nur gelingen, wenn keine Zweifel hinsichtlich der Anforderungen bestehen. Setzen Sie sich mit dem Anliegen Ihres Kunden gründlich auseinander. Bitten Sie nicht nur ihn um Auskunft, sondern auch andere mit der Sache vertraute Stellen. Vertiefen Sie sich in das Thema.

2.5 Welche Berufsbilder deckt World Skills?

Die vollständige Liste der Berufe und der Beschreibung der Berufsbilder findet sich auf der Web Site von World Skills www.Worldskills.com. Sie umfasst die unterschiedlichsten Branchen, vom Mauern bis zur Elektronik, vom Friseurhandwerk bis zum computergestützten Design (CAD), vom Schweissen bis zu den graphischen Kommunikationen.

2.6 Warum wird dieser Design Wettbewerb nicht als Teil der Berufsweltmeisterschaft ausgeschrieben?

Die Berufsweltmeisterschaft wird alle zwei Jahre jeweils in einem anderen Mitgliedsland abgehalten. So fand der letzte Wettbewerb im November 1999 in Montreal, Kanada statt und der nächste ist für September 2001 in Seoul, Korea geplant.

Gemäss dem Beschluss der Mitgliederversammlung in Montreal aber soll die neue Identity der Organisation bereits anlässlich der Feier des 50. Jahrestags in Lissabon im Juni 2000 vorgestellt werden.

Zu diesem Zweck wurde vereinbart, in der Zeit von März bis Mai 2000 über das Internet einen Design Wettbewerb für Studenten aus den Mitgliedsländern abzuhalten.

3. DER WETTBEWERB

Die Teilnehmer sind aufgefordert, Designvorschläge für die World Skills Visual Identity einzureichen

3.1 Qualifikation

Die Entscheidung über die Teilnahme am Wettbewerb wird von den Mitgliedsländern der Organisation gefällt. Es werden höchstens drei Beiträge aus einer oder mehreren Schulen pro Land zugelassen. Die Anmeldung zum Wettbewerb muss von den Mitgliedsländern vorgenommen werden. (Bedenken Sie, dass bei den Berufsweltmeisterschaften für die einzelnen Kategorien nur ein Wettbewerber bzw. nur ein Team pro Land zugelassen wird)

3.2. Das Auswahlverfahren

Zunächst bestimmt die Organisation des Mitgliedslandes, mit welchen drei Beiträgen sie bei dem Wettbewerb vertreten sein will, und im Mai 2000 werden alle ordnungsgemäss angemeldeten Beiträge auf dieser Website ausgestellt werden. Eine aus Delegierten der Mitgliedsländer und professionellen Designern bestehende Jury wird zwei Beiträge auswählen, die in die Endausscheidung kommen, und am 15 Juni 2000 wird die Vollversammlung der Delegierten der Mitgliedsländer in Lissabon, Portugal den Sieger ermitteln.

3.3 Der Preis

Von dem Gesamtbetrag von US\$ 6.000 für den ersten Preis entfallen US\$ 3.000 auf den Design Studenten und US\$ 3.000 auf die Einrichtung, an der er seine Ausbildung absolviert.

3.4 Umsetzung des Designs in der Praxis

Abgesehen vom eigentlichen Wettbewerb soll der Preisträger die Möglichkeit erhalten, in einem professionellen Designerstudio in seinem Land an der Umsetzung der visual Identity in Richtlinien für deren praktische Anwendung mitzuwirken. Diese werden dann an alle Mitglieder der Organisation verteilt. Da es hinsichtlich der Verwirklichung dieser Phase noch einige Unwägbarkeiten gibt, werden die Einzelheiten erst nach Abschluss des eigentlichen Wettbewerbs geklärt werden können.

3.5. Juristische Aspekte

Mit der Teilnahme an dem Wettbewerb gehen alle Urheberrechte an den Designs automatisch an World Skills über. Bei den eingereichten Designs muss es sich um Originale handeln, die kein anderes Urheberrecht verletzen.

3.6 Teilnahme über das Internet

Die Teilnahme am Wettbewerb erfolgt durch Übermittlung einer elektronischen Datei an eine zentrale Web Site. Im Verlauf des Wettbewerbs werden zunächst alle Beiträge der Wettbewerber auf dieser Web Site ausgestellt, und nach Abschluss der Auswertung, die ebenfalls über die Web Site läuft, die Projekte, die in die Endausscheidung kommen.

Nützlicher Hinweis

Man kann ein Spiel nur spielen, wenn man die Regeln kennt. Hier geht es um ein 'reales' Projekt für eine 'reale' Welt. Bevor Sie auch nur einen Gedanken an den kreativen Teil Ihrer Arbeit verwenden, müssen Sie alle Zweifel hinsichtlich der Bedingungen und Spezifikationen ausräumen. Nehmen Sie nur teil, wenn Sie sich über das zu erwartende Ergebnis im Klaren sind.

4. TEILNAHMEBEDINGUNGEN

4.1 Designvorlage

Es wird ein originales, kreatives Design verlangt, das die Anforderungen der Wettbewerbsunterlagen erfüllt.

4.2 Konzept

Die Vorlage sollte durch eine schriftlichen Erklärung ergänzt werden, in der mit etwa 50 Worten der konzeptuelle Hintergrund des Designs erklärt wird.

4.3 Elektronische Datei

Die Beiträge müssen in Form einer elektronischen PDF Datei per E-mail an die IVTO Web Site geschickt werden

4.4 Einsendeschluss

Die Vorlagen der Teilnehmer, die sich qualifiziert haben, müssen bis spätestens Mittwoch, den 31. Mai 2000 an die Web Site geschickt worden sein

Nützlicher Hinweis:

Die Bewertung wird von professionellen Designern vorgenommen werden, die eine eigenständige, kreative, relevante und originelle Lösung trotz eventueller Unzulänglichkeiten in der Präsentation stets zu erkennen vermögen. Auf die Idee kommt es an und nicht so sehr auf eine formvollendete Ausführung.

5. ANFORDERUNGEN AN DAS DESIGN

5.1 Die Designvorlage

Die Vorlage muss sich zusammensetzen aus je einem Design für:

1. die Primary Mark (Hauptmarkenzeichen)
2. das Definition Statement (definierender Zusatz)
3. nachgeordnete Elemente

Die Designer sollten sich auch mit möglichen Designs für die Activity Statements (Erklärungen zur Aktivität) sowie für die Statements der nationalen Organisationen befassen, obwohl nicht verlangt wird, dass entsprechende Vorschläge eingereicht werden.

Die Vorlage muss weder spezifische Angaben zu Farben, Grundierungen und Abmessungen enthalten, noch Bedienungshinweise, anwendungsbezogene oder technische Daten, es sei denn als Bestandteil der designerischen Lösung.

Die Teilnehmer müssen sich bewusst sein, dass es trotz der Austragung des Wettbewerbs auf elektronischem Wege um das Design für eine Corporate Identity (Unternehmenskultur) geht und nicht um eine Web Site.

Vor der strategischen Entscheidung für ein revolutionäres oder eher evolutionäres Design empfiehlt es sich, Kapitel 5.6 über den Markenwert mit besonderer Aufmerksamkeit lesen .

Nützlicher Hinweis:

Reichen Sie nicht weniger ein, als in den Anforderungen verlangt wird und nicht mehr, als Sie mit der Wahrung ihres seelischen und finanziellen Gleichgewichts in Einklang bringen können

5.5.1 Die Primary Mark

Die Primary Mark muss den Begriff

World Skills

in Buchstabenschrift und in englischer Sprache enthalten. Bei der Anordnung besteht kreative Freiheit. Es können Gross- und Kleinbuchstaben kombiniert werden, aber die aus zwei verschiedenen Begriffen bestehende einheitliche Aussage muss erhalten bleiben.

Der Designer kann selbst bestimmen, ob er ein Symbol oder Bild in den Entwurf einarbeiten will, es darf jedoch immer nur zur Ergänzung der schriftlichen Aussage dienen.

Nützlicher Hinweis

Suchen Sie nach Beispielen für Primary Marks. Was zeichnet ein gutes Markenzeichen aus? Welche Rolle spielen Farbe, Form, Gestalt, Schrifttyp, Schlichtheit im Verhältnis zu Komplexität? Was macht ein Markenzeichen unvergesslich? Wie verändert ein Logo die Wahrnehmung eines Produkts oder einer Dienstleistung?

5.1.2 Das Defining Statement

Unter bestimmten Umständen wird die Primary Mark zusammen mit dem Defining Statement erscheinen. Das Defining Statement beschreibt die Organisation und ermöglicht einen allmählichen Übergang von der alten zur neuen Identität.

Das Defining Statement muss folgende Aussage in Buchstabenschrift enthalten:

World Skills International Vocational Training Organisation

Das Defining Statement sollte immer als Ergänzung der Primary Mark erscheinen.

Normalerweise erscheint das Defining Statement in einer der drei offiziellen Sprachen der Organisation (Englisch, Französisch oder Deutsch) oder in der Sprache und Schrift eines Mitgliedslandes. (Siehe Kapitel 6: Vollständige Liste der Mitgliedsländer)

Die französische Bezeichnung lautet:

Organisation internationale de la formation professionnelle

und die deutsche:

Internationale Berufsbildungsorganisation

Nützlicher Hinweis:

Behandeln Sie das Defining Statement wie ein 'Positioning Statement' - es ist das abrundende Schlagwort, ein Slogan, ein Schlusswort. Es muss Bestandteil Ihrer Lösung sein.

5.1.3 Nachgeordnete Elemente

Durch den Einsatz nachgeordneter Elemente zusammen mit der Primary Mark und/ oder dem Defining Statement soll eine in sich schlüssige, eigene visuelle Sprache für die World Skills Identity geschaffen werden.

Diese nachgeordneten Elemente können dekorativ, verspielt oder symbolischer Natur sein, es kann sich um Muster, bestimmte Farbgebungen oder sonstige graphische Ausdrucksweisen handeln. Im Prinzip soll alle Kommunikationsvehikel der Organisation mit diesen Elementen versehen werden, so zum Beispiel die Deckblätter von Berichten und Broschüren, der Hintergrund von Web Pages, Anzeigen oder Drucksachen, die illustrativen Randstreifen auf Spruchbändern und auf Briefpapier.

Design und Gestaltung dieser Elemente sind für den Gesamteindruck und das Image der World Skills Identity von ausschlaggebender Bedeutung:

- Sie sollten für alle vorstellbaren praktischen Anwendungen geeignet sein.
- Sie sollten wandlungsfähig genug sein, um Spielraum für eine individuelle Umsetzung der Identity zu bieten.
- Sie sollten der Ausdrucksfreiheit keine Grenzen setzen
- Sie sollten der unterschiedlichen Beschaffenheit der Kommunikationsmittel Rechnung tragen
- Sie sollten zur Wahrung visueller Konsistenz beitragen

Nützlicher Hinweis

Durchstöbern Sie Design Jahrbücher und suchen Sie nach erfolgreichen kreativen Corporate Identities. Das Design einer Identity ist mehr als ein griffiger Logo, und oft sind es die nachgeordneten Elemente und Anwendungen, die einige von ihnen brilliant und weltbekannt gemacht gemacht haben.

5.1.4 Activity Statements und Statements der Nationalen Organisationen

Bei bestimmten Gelegenheiten folgt auf die Primary Mark ein Zusatz, der auf eine Aktivität oder eine nationale Organisation verweist.

Hier einige Beispiele für solche Activity Statements

World Skills 2001
World Skills 2003
World Skills Competition
World Skills Volunteers
World Skills Leaders
World Skills On-Line

Und nun einige Beispiele für Zusätze, die eine nationale Organisation bezeichnen:

World Skills Australia
World Skills Brazil
usw.

Es ist zwar nicht nötig, dass die Wettbewerber in ihrer Designvorlage konkrete Beispiele für derartige Statements aufführen, aber sie sollten berücksichtigen, dass diese nachgestellten Identities Bestandteil des gesamten Identity Systems sein werden, so dass die Eignung der Vorlage für diese Anwendungen mit zu den Bewertungskriterien gehören wird.

Nützlicher Hinweis

Probieren Sie Ihre Lösung an all diesen (oder schlimmeren) Einfällen aus. Versuchen Sie dabei stets, ein in sich geschlossenes Design beizubehalten, vermeiden Sie aufgeschraubte Lösungen - überlegen Sie genau, wie sie sich auswirken würden.

5.2 Wesentliche Merkmale der Marke World Skills

Hier nun einige der Merkmale, die die neue Identität von World Skills vermitteln sollte:

- Jugend
- Dynamik, Schwung, Farbe
- International
- klein, gewandt, unkompliziert
- fachbezogen
- robust
- modern, zukunftsorientiert
- Wiedergabe des multidisziplinären und vielschichtigen Ansatzes von World Skills

Folgende Begriffe beschreiben die Zielsetzungen von World Skills besonders gut:

- das Beste geben
- fachliches Können, das höchste Ansprüche erfüllt
- Innovation und hervorragende Arbeit
- Spitzenfachkräfte und Berater in allen Branchen
- Weitervermittlung und Entwicklung von fachlichem Können
- Austausch und Freundschaft weltweit

Folgende Worte könnten die Persönlichkeit und die Rolle von World Skills beschreiben helfen:

- ein Schaukasten
- eine öffentliche Veranstaltung
- ein Forum
- ein Austausch
- ein Mannschaftsmitglied

5.2.1 Hauptzielgruppe

Die Identität sollte für folgende Zielgruppen attraktiv und relevant sein:

- Im Bereich der Berufsbildung: für Studenten, Lehrkräfte, Eltern, Schulen, Universitäten, etc.
- Unter den Erwerbstätigen: für Lehrlinge und Auszubildende so wie ihre Arbeitgeber
- Für Führungskräfte aus Ausbildungseinrichtungen und Industrieverbänden
- Für Vertreter der Presse, insbesondere der Fachpresse
- für ein internationales, möglicherweise nicht englischsprachiges Publikum

Nützlicher Hinweis

Hier müsste der Funke der Originalität zünden. Versuchen Sie nicht, ein modisches Design zu kopieren, das auf *fast* auf *das ein oder andere* passt - es wird nicht funktionieren. In Ihnen schlummert eine *originelle* Lösung, die danach drängt, zu Papier gebracht zu werden. Sie brauchen ihr nur dabei zu helfen.

5.3 Das Leitbild von World Skills

Weltweite Förderung der beruflichen Bildung

5.4 Die Mission von World Skills

Durch gemeinsames Handeln soll weltweit das Bewusstsein dafür gestärkt werden, dass berufliches Können und die Erfüllung höchster Anforderungen die Voraussetzung für wirtschaftlichen Erfolg wie für persönliche Verwirklichung sind.

Nützlicher Hinweis

Dies ist die Heilige Schrift Ihres Kunden. Machen Sie sie sich für die Dauer des Projekts zu eigen.

5.5 Anwendungsparameter

5.5.1 Wiedergabe

Die Identity muss sich auf allen bedruckbaren Materialien klar reproduzieren lassen, so z.B. auf Briefbögen, Umschlägen, Formularen, Broschüren, Faltblättern, Postern, Displays, Flaggen, Medaillen und Inseraten.

Sie muss sich ein- und vielfarbig, auf hellem und auf dunklem Grund reproduzieren lassen

Die Eignung für dreidimensionale Anwendungen ist optional

Sie muss bei bildschirmgestützten Anwendungen, vor allem im Bereich der elektronischen Medien, lesbar sein, und gegebenenfalls auch bewegliche Elemente aufnehmen können

5.5.2 Sprache

Normalerweise erfolgen die Mitteilungen der Organisation auf Englisch. Aber globale Informationen werden oft in den drei offiziellen Sprachen der Organisation, d.h. auf Englisch, Französisch und Deutsch verschickt, während Mitteilungen innerhalb der Mitgliedsländer unter Umständen in der Landessprache und entsprechenden Schrift abgefasst werden.

5.5.3 Kulturbekenntnis

Die Identity muss die politische und konfessionelle Neutralität der Organisation widerspiegeln.

Nützlicher Hinweis

Holen Sie sich rechtzeitig von Druckern und Web Technikern Rat, um mögliche Probleme von vornherein auszuschalten. Design erfordert Partnerschaft und es lohnt, sich bei verschiedenen Disziplinen kundig zu machen. Sie sind ein Experte unter Experten und vergessen Sie nicht - die anderen können das, was Sie tun, nicht.

5.6 Evolution oder Revolution

Der Markenwert ist der abstrakte Wert, der den kulturellen und erkennbaren Werte eines Unternehmens oder einer Organisation zugeordnet wird. Unternehmen verteidigen ihre Marke mit allen Mitteln. Sie hebt sie von ihren Konkurrenten ab und hat hohen Wiedererkennungswert für ihre Kunden

Wie bereits erklärt wurde, ist die IVTO der Meinung, mit World Skills einen Ausdruck gefunden zu haben, der die Persönlichkeit der Organisation schlicht und einheitlich definiert. Als visuelle und kulturelle Äusserung wird World Skills der Organisation den Weg in die Zukunft ebnen.

Allerdings ist man sich vermutlich weder auf allen Ebenen innerhalb der Organisation noch bei ihren Ansprechpartnern dieser Veränderung bewusst. Die Organisation, mit der sie bisher in der einen oder anderen Art zu tun hatten, trug den Namen IVTO. Auf Grund ihrer langjährigen Geschichte und ihrer internationalen Dimension ist IVTO zu einem Markenzeichen von erheblichem Wert geworden.

Während also radikale (revolutionäre) Veränderungen innerhalb der Organisation stattfinden, werden die Mitglieder länger brauchen (Stichwort Evolution), um sich auf die neue Ausrichtung einzustellen und bei diesem Abbau der alten Identity könnte ein Teil des Markenwertes verloren gehen.

Genaue Angaben zu dem Ausmass an Widerstand oder Bereitschaft, die Veränderungen anzunehmen, sind im Moment schwer zu machen, da die Organisation selbst diesbezüglich noch keine letzte Klarheit hat.

Um ihr die Auseinandersetzung mit den Folgen der Veränderungen zu erleichtern, werden vermutlich zwei Designvorschläge unterschiedlicher Ausrichtung in die Endrunde kommen; eines, das die bestehende Identity weiterentwickelt bis sie die Ideale von World Skills und die gewünschten Kernelemente der Marke überzeugend verkörpert. Bei dem zweiten Beitrag wird es sich um ein revolutionäres Design handeln, mit so gut wie keinem visuellen Bezug zu der alten Organisation, mit Ausnahme des Defining Statements.

Vor diesem Hintergrund sollten sich die Wettbewerber mit Hilfe der IVTO Web Site einen tieferen Einblick in das Thema verschaffen, um die Relevanz der bestehenden IVTO Identity besser einschätzen zu können. Im Anschluss daran wird man sie auffordern, eine strategische Entscheidung zu treffen und ihr Projekt von vorneherein nach einem der beiden Ansätze auszurichten.

Nützlicher Hinweis

Einige der bekanntesten Markenzeichen der Welt haben sich im Laufe der Zeit in mit ihren Marken weiterentwickelt. Coca Cola und Shell sind entsprechende Beispiele. KFC (Kentucky Fried Chicken) dagegen ist eine Organisation, die versucht hat, den drohenden Verlust ihres Markenwertes durch eine revolutionäre Neufassung aufzuhalten.