

Grafický manuál

značky a vizuálního stylu



Úvod

Tento grafický manuál definuje doplňkovou marketingovou značku (dále „point“) používanou v komunikačních výstupech podporujících oblast cestovního ruchu na Vysočině. Primárně point používá Vysočina Tourism, příspěvková organizace, která v základní komunikační rovině standardně aplikuje vizuální styl zřizovatele – Kraje Vysočina.

Point představuje symbol z mapy, který pomyslně určuje návštěvnický cíl na Vysočině a zve za zážitky na Vysočinu. Ve svých grafických výstupech ho používá právě krajská příspěvková organizace Vysočina Tourism a mohou ho využívat také destinační společnosti působící v regionu Kraje Vysočina a také další organizace a subjekty soukromého či veřejného charakteru, které jsou zainteresované v nabídce cestovního ruchu Kraje Vysočina, jako například turistická informační centra, majitelé turistických atraktivit, poskytovatelé restauračních a ubytovacích služeb a podobně.

Za správné využití tohoto manuálu zodpovídá pracovník Vysočina Tourism na pozici marketing a PR. Jeho kontaktní údaje najdete v Kontaktech na webových stránkách organizace **www.vysocinatourism.cz**.

Obsah

1 ZNAČKA

- 1.1 Základní barevné provedení značky
- 1.2 Rozkres značky
- 1.3 Ochranná zóna značky
- 1.4 Rozměry a minimální velikost značky
- 1.5 Zakázané varianty značky
- 1.6 Použití piktogramu

2 BAREVNOST

- 2.1 Základní barvy
- 2.2 Černobílé provedení značky
- 2.3 Značka na podkladových plochách
- 2.4 Značka na fotografii

3 PÍSMO

- 3.1 Základní písmo
- 3.2 Doplnkové písmo

4 VIZUÁLNÍ STYL

- 4.1 Značka s textem
- 4.2 Sdělení u značky
- 4.3 Značka v materiálu
- 4.4 Princip použití – venkovní reklama
- 4.5 Princip použití – inzerce, web. bannery
- 4.6 Princip použití – reklamní předměty



1 ZNAČKA

1.1 Základní barevné provedení značky

Základním prvkem každého vizuálního stylu je vždy značka. V případě značky Vysočina se jedná o kombinaci motivu červeného piktogramu (dále jen „point“) s bílým logem Vysočina. Dohromady tvoří celek pro zdůraznění lokality v propagačních materiálech.

Do značky nelze zasahovat, nelze ji barevně ani jinak upravovat, používá se pouze v této podobě.

Značka nemá negativní verzi.



1 ZNAČKA

1.2 Rozkres značky

Rozkres značky definuje poměry a rozmístění jednotlivých prvků ve značce.

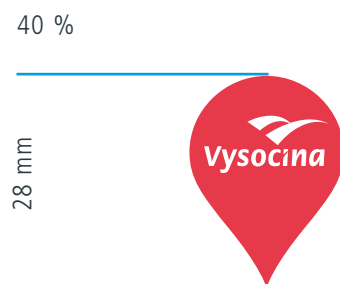
Poměry a rozmístění znázorněné na této straně nelze měnit, za každých okolností musí zůstat stejné.



1 ZNAČKA

1.3 Ochranná zóna značky

Ochranná zóna značky vymezuje průhledný prostor, do kterého nesmí být umístěny žádné jiné typografické prvky (texty). Jedná se o nejmenší možnou vzdálenost od dalších prvků, značek partnerů a motivů. V případě „pointu“ Vysočina je ochranná zóna určena velikostí x , která je odvozena od výšky písmene „o“ z loga Vysočina.



1 ZNAČKA

1.4 Rozměry a minimální velikost značky

Tato řada určuje **nejpoužívanější velikosti značky**. A to 100% velikost vychází ze značky umístěné na letáku A4, 60% velikosti na formáty menší než A4 a 40% na euroformát vizitky (85 x 55 mm).

Minimální velikost značky je nejmenší možný formát, který zaručuje její čitelnost.

neměnit umístění textu



neměnit font



nevpisovat jiný text



nevynechávat písmo



nevynechávat piktogram z loga



nedávat prázdný „point“



1 ZNAČKA

1.5 Zakázané varianty značky

Povolené podoby značky jsou definovány v tomto manuálu.

Jakékoliv další úpravy celku i jednotlivých částí jsou nepřipustné.

1 ZNAČKA

1.5 Zakázané varianty značky

nepřidávat další symboly



neořezávat



nedeformovat



neměnit barevnost textu



neměnit barevnost „pointu“



nerotovat



Povolené podoby značky jsou definovány v tomto manuálu.

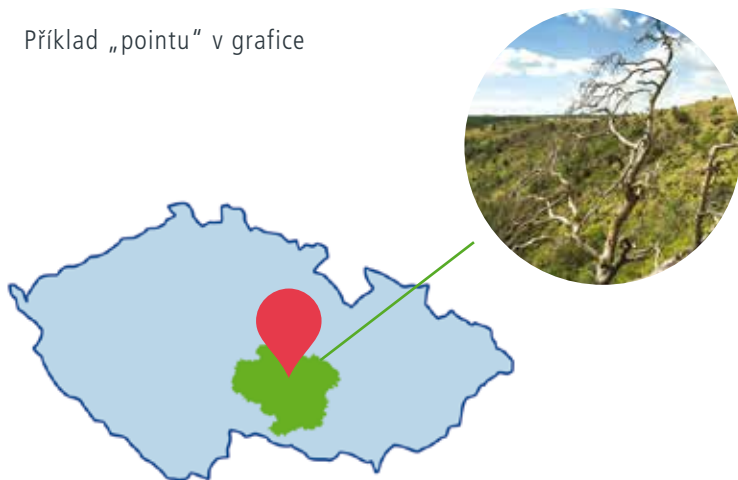
Jakékoliv další úpravy celku i jednotlivých částí jsou nepřípustné.

Příklad „pointu“ v textu

NADPIS

- 1 Odrážka v textu číslo jedna.
- 2 Odrážka v textu číslo dvě.
- 3 Odrážka v textu číslo tři.

Příklad „pointu“ v grafice



1 ZNAČKA







1.6 Použití piktogramu

V případě potřeby lze libovolně využít piktogram **jako vizuální doplněk** do grafik či textů. **Barevnost** lze řešit libovolně, ideálně v rámci barevnosti manuálů Kraje Vysočina.



2 | BAREVNOST

2.1 | Základní barvy

1.	<p>CMYK</p>  <p>0/88/61/0</p>	<p>PANTONE</p>  <p>710</p>	<p>RGB</p>  <p>230/58/76 #e53a4b</p>
2.	<p>CMYK</p>  <p>0/0/0/0</p>	<p>PANTONE</p>  <p>WHITE</p>	<p>RGB</p>  <p>255/255/255 #ffffff</p>

Barevnost je jedním ze základních stavebních prvků vizuálního stylu. Na této straně jsou uvedeny přesné definice barev pro sůtisk (CMYK), přímý tisk (Pantone) a elektronickou prezentaci (RGB).



1.

CMYK



0/0/0/85

RGB



75/75/75
#4b4b4b



2.

CMYK



0/0/0/0

RGB



0/0/0/0
#000000

2 BAREVNOST

2.2 Černobílé provedení značky

V černobílém tisku nebo v případech, kdy není z technických důvodů možné reprodukovat značku barevně, se používá černobílé provedení.

V černobílém provedení vychází značka z obdobného principu jako u plnobarevné varianty.

Druhá verze černobílé značky se používá pouze v ojedinělých případech. Je povolena výhradně na razítku, pokladním bloku a v případě ražby.

černobílá škála



do sytosti 40 %



nad sytost 40 %



2 BAREVNOST

2.3 Značka na podkladových plochách

Nejvhodnější je aplikovat značku na **světlou či tmavou plochu**. V případě potřeby je možné značku aplikovat i na méně kontrastní podklady, ovšem pouze v případě, že je zachována viditelnost kontury červeného „pointu“.

Pokud barevnost podkladové plochy neumožňuje dostatečně kontrastní pozadí, použije se značka v **černé variantě**.

2 | BAREVNOST

2.4 | Značka na fotografii

fotografie



Značku je možné umisťovat **na fotografie** při dodržení stejných pravidel barevnosti a čitelnosti.

Pokud barevnost podkladové plochy neumožňuje dostatečně kontrastní pozadí, použije se značka v **černé variantě**.

Není nutné dodržet ochrannou zónu značky od podkladové fotografie.

Frutiger Light

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzěščřžýáíé
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789(%@#/?!,-)

Frutiger Medium

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzěščřžýáíé
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789(%@#/?!,-)

Frutiger Bold

**abcdefghijklmnopqrstuvwxyzěščřžýáíé
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789(%@#/?!,-)**

Frutiger Condensed

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzěščřžýáíé
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789(%@#/?!,-)

Frutiger Condensed Bold

**abcdefghijklmnopqrstuvwxyzěščřžýáíé
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789(%@#/?!,-)**

3

PÍSMO

3.1

Základní písmo

Písmo je důležitou součástí jednotného vizuálního stylu. Základní písmo je Frutiger, které je možné používat ve třech řezech. V některých případech (malé plochy) lze použít písmo v řezu Condensed.

Písmo Frutiger se používá ve všech možných případech, od nadpisů až po dlouhé odstavce.

3 | PÍSMO

3.2 | Doplnkové písmo

Arial Regular

abcdefghijklmnopqrstuvxyzěščřžýáíé
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789(%@#/?!,-)

Arial Bold

abcdefghijklmnopqrstuvxyzěščřžýáíé
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789(%@#/?!,-)

Doplnkovým písmem je Arial.

Používá se tam, kde není možné použít písmo základní, např. u elektronických dokumentů na PC, na webových stránkách apod.

Pro běžný text se hodí řez Regular, pro zvýraznění řez Bold.

Písmo je všeobecně dostupné.

A



NECHTE SE UNĚST
ČISTOU KRÁSOU

B

OKOUZLUJÍCÍ
ČISTÁ KRÁSA



C

PROŽIJTE ČISTOU
RADOST Z POHYBU



4 | VIZUÁLNÍ STYL

4.1 | Značka s textem

Doplňkový text se umísťuje před značku, pod i za ní podle možností grafického vizuálu. Umístění značky nad text se doporučuje jen v ojedinělých případech.

Pro doplňkový text se používají **pouze velká písmena (verzálky)** v kombinaci s podtrženým slovem (slovy).

Příklady



PŘÍRODNÍ KRÁSY
ČISTÉ VYSOČINY



ČISTÁ RADOST
DĚTEM



ZAŽIJTE ČISTOU
RADOST Z POHYBU



NECHTE SE UNĚST
ČISTOU KRÁSOU

4 | VIZUÁLNÍ STYL

4.2 | Sdělení u značky

Použit lze nejrůznější varianty sdělení („claimů“). Sloveso v podobě výzvy nebo podstatné jméno, vždy s kombinací přídavného jména **ČISTÝ**, které je podtržené.

A



B



C



4 | VIZUÁLNÍ STYL

4.3 Značka v materiálu

Značka v materiálu se užívá v případě prostorových aplikací, kde je možné pomocí různých technologií (3D tisk, ražba, gravírování) aplikovat značku trojrozměrně. U plnobarevné trojrozměrné verze značky vystupuje celá značka nad rovinu povrchu (A). Pro ražbu do materiálu lze volit dvě techniky. V případě varianty B je „point“ oproti textu vystouplý, u varianty C zastrčený.

4 | VIZUÁLNÍ STYL

4.4 | Princip použití – venkovní reklama

citylight



billboard



4 | VIZUÁLNÍ STYL

4.5 | Princip použití – inzerce, web. bannery

inzerce



webový banner



4 | VIZUÁLNÍ STYL

4.6 Princip použití –
reklamní předměty





PROPAGUJME ČISTOU VYSOČINU SPOLEČNĚ

Vysočina Tourism, příspěvková organizace

Na Stoupách 144/3

P. O. BOX 85

586 01 Jihlava

www.vysocinatourism.cz

www.vysocina.eu

www.filmvysocina.cz

e-mail: info@vysocinatourism.cz



Grafický manuál
značky a vizuálního stylu