

MANUÁL JEDNOTNÉHO VIZUÁLNÍHO STYL U



1. ÚVOD

- 1.01 Jednotný vizuální styl
- 1.02 Funkce a užití manuálu

2. ZNAČKA

- 2.01 Jméno instituce
- 2.02 Základní barevné provedení
- 2.03 Jazykové mutace – barevné pozitivní provedení
- 2.04 Jazykové mutace – inverzní barevné provedení
- 2.05 Černobílé a polotónové pozitivní provedení
- 2.06 Jazykové mutace – černobílé a polotónové pozitivní provedení
- 2.07 Jazykové mutace – inverzní černobílé provedení
- 2.08 Speciální varianty (1)
- 2.09 Speciální varianty (2)
- 2.10 Grafická definice značky
- 2.11 Grafická definice speciální varianty (1)
- 2.12 Grafická definice speciální varianty (2)
- 2.13 Ochranná zóna základního provedení a speciálních variant
- 2.14 Ochranná zóna jazykových mutací
- 2.15 Rozměrové řady základního provedení a speciálních variant
- 2.16 Rozměrové řady jazykových mutací
- 2.17 Značka v materiálu
- 2.18 Příklady zakázaných provedení
- 2.19 Značka na podkladových plochách
- 2.20 Zakázané varianty značky na podkladových plochách
- 2.21 Grafické výzdobné prvky

3. TYPOGRAFIE

- 3.01 Základní typografické pojmy
- 3.02 Základní písmo instituce
- 3.03 Doplnkové písmo instituce

4. BAREVNOST

- 4.01 Definice barev

5. MERKANTILNÍ TISKOVINY

- 5.01 Princip vyplňování merkantilních tiskovin
- 5.02 Hlavičkový papír pro samosprávu – typ A
- 5.03 Hlavičkový papír pro samosprávu – typ A (vyplňování)
- 5.04 Hlavičkový papír pro samosprávu – typ B
- 5.05 Hlavičkový papír pro samosprávu – typ B (vyplňování)
- 5.06 Hlavičkový papír pro odbor – typ A
- 5.07 Hlavičkový papír pro odbor – typ A (vyplňování)
- 5.08 Hlavičkový papír pro odbor – typ B
- 5.09 Hlavičkový papír pro odbor – typ B (vyplňování)
- 5.10 Další strany dopisních papírů
- 5.11 Další strany dopisních papírů (vyplňování)
- 5.12 Hlavičkový papír – luxusní VIP
- 5.13 Hlavičkový papír – luxusní VIP (vyplňování)
- 5.14 Elektronické šablony hlavičkových papírů
- 5.15 Obálky DL
- 5.16 Obálky DL – luxusní VIP
- 5.17 Obálky C6
- 5.18 Obálky C5
- 5.19 Obálky C4
- 5.20 Tisková zpráva – titulní strana (barevné provedení)
- 5.21 Tisková zpráva – další strana (barevné provedení)
- 5.22 Tisková zpráva – titulní strana (černobílé provedení)
- 5.23 Tisková zpráva – další strana (černobílé provedení)
- 5.24 Vizitky
- 5.25 Razítko
- 5.26 Frankotyp
- 5.27 Frankotyp – aplikace
- 5.28 Elektronická zpráva

6. DALŠÍ TIŠTĚNÉ MATERIÁLY

- 6.01 Identifikační karty pro zaměstnance
- 6.02 Poznámkový blok A4
- 6.03 Poznámkový blok A5
- 6.04 Poznámkový blok A6 – šířkový
- 6.05 Prezentační desky (1)
- 6.06 Prezentační desky (2)
- 6.07 Samolepka

7. PREZENTAČNÍ A REKLAMNÍ MATERIÁLY

- 7.01 Základní pravidla vizuálního stylu
- 7.02 Informační brožury pro řadu „úřad“ – formát A4 výškový (1)
- 7.03 Informační brožury pro řadu „úřad“ – formát A4 výškový (2)
- 7.04 Informační brožury pro řadu „úřad“ – formát A4 výškový (3)
- 7.05 Informační brožury pro řadu „úřad“ – formát A5 výškový
- 7.06 Informační brožury pro řadu „úřad“ – formát A5 šířkový
- 7.07 Informační brožury pro řadu „úřad“ – atypický formát
- 7.08 Informační brožury pro řadu „úřad“ – skládačka
- 7.09 Princip vnitřní grafické úpravy pro řadu „úřad“
- 7.10 Informační brožury pro řadu „turistický ruch“ – formát A4 výškový
- 7.11 Informační brožury pro řadu „turistický ruch“ – formát A4 šířkový (1)
- 7.12 Informační brožury pro řadu „turistický ruch“ – formát A4 šířkový (2)
- 7.13 Informační brožury pro řadu „turistický ruch“ – formát A5 výškový
- 7.14 Informační brožury pro řadu „turistický ruch“ – formát A5 šířkový
- 7.15 Informační brožury pro řadu „turistický ruch“ – čtvercový formát
- 7.16 Informační brožury pro řadu „turistický ruch“ – skládačka (1)
- 7.17 Informační brožury pro řadu „turistický ruch“ – skládačka (2)
- 7.18 Informační brožury pro řadu „turistický ruch“ – skládačka (3)
- 7.19 Princip vnitřní grafické úpravy pro řadu „turistický ruch“
- 7.20 Informační brožury pro řadu „propagace kraje“ – formát A4 výškový (1)
- 7.21 Informační brožury pro řadu „propagace kraje“ – formát A4 výškový (2)
- 7.22 Informační brožury pro řadu „propagace kraje“ – formát A4 výškový (3)
- 7.23 Informační brožury pro řadu „propagace kraje“ – formát A5 výškový
- 7.24 Informační brožury pro řadu „propagace kraje“ – formát A5 šířkový
- 7.25 Informační brožury pro řadu „propagace kraje“ – atypický formát
- 7.26 Informační brožury pro řadu „propagace kraje“ – skládačka
- 7.27 Princip vnitřní grafické úpravy pro řadu „propagace kraje“
- 7.28 Noviny – hlavička
- 7.29 Časopis – hlavička
- 7.30 Prezentace PowerPoint – titulní strana
- 7.31 Prezentace PowerPoint – titulní strana (černobílé provedení)
- 7.32 Prezentace PowerPoint – další strana (1)
- 7.33 Prezentace PowerPoint – další strana (2)
- 7.34 Inzerce – personální (barevná)
- 7.35 Inzerce – personální (černobílá)
- 7.36 Inzerce – oznamovací (1)
- 7.37 Inzerce – oznamovací (2)
- 7.38 Inzerce – prezentační
- 7.39 Plakáty
- 7.40 Billboardy a bigboardy
- 7.41 Panely – výškové
- 7.42 Panely – šířkové
- 7.43 Nafukovadlo
- 7.44 Límec nad stánky
- 7.45 Prezentace na akcích
- 7.46 Sponzorské boardy
- 7.47 Bannery – princip tvorby (1)
- 7.48 Bannery – princip tvorby (2)
- 7.49 Samolepka na CD
- 7.50 Booklet a inlay CD
- 7.51 Papírový obal na CD
- 7.52 Inlay DVD

8. VNITŘNÍ INFORMAČNÍ SYSTÉM

- 8.01 Obecná pravidla pro tvorbu vnitřního informačního systému
- 8.02 Tabulka u vstupních dveří – barevná varianta
- 8.03 Tabulka u vstupních dveří – černobílá varianta
- 8.04 Hlavní informační tabule – barevná varianta
- 8.05 Hlavní informační tabule – černobílá varianta

9. SPECIÁLNÍ APLIKACE ZNAČKY

- 9.01 Značení osobních automobilů – VIP vozidla
- 9.02 Značení osobních automobilů – referentská vozidla (1)
- 9.03 Značení osobních automobilů – referentská vozidla (2)
- 9.04 Značení užitkových automobilů – vozidla promotýmu (1)
- 9.05 Značení užitkových automobilů – vozidla promotýmu (2)
- 9.06 Tabule k označení hranic regionu u pozemních komunikací
- 9.07 Tabule k označování v rámci kraje
- 9.08 Sponzorský vzkaz
- 9.09 Označení příspěvkových organizací (1)
- 9.10 Označení příspěvkových organizací (2)
- 9.11 Označení příspěvkových organizací (3)
- 9.12 Firemní vlajka

10. PROPAGAČNÍ A DÁRKOVÉ PŘEDMĚTY

- 10.01 Kuličkové pero, propisovací tužka a dřevěná tužka
- 10.02 Hrnek
- 10.03 Tašky – PVC a papírová (1)
- 10.04 Tašky – PVC a papírová (2)
- 10.05 Tričko a čepice
- 10.06 Balicí papír (1)
- 10.07 Balicí papír (2)
- 10.08 Pohlednice
- 10.09 Pohlednice – vnitřní strana

SAMOSTATNÉ PŘÍLOHY

Předpisy sazby a práce s obrazovou složkou při tvorbě informačních brožur
Elektronické šablony hlavičkových papírů pro PC



Jednotný firemní styl patří mezi hlavní prostředky vyjádření firemní identity.

Firemní identitou (corporate identity) se rozumí jednotný projev společnosti (instituce) jak vůči okolí, tak v interním rámci. Vychází ze strategie, filozofie a dlouhodobých cílů společnosti a lze říci, že určení a udržování corporate identity je nezbytnou podmínkou práce na rozvoji organizace a jejího dalšího fungování v daném prostředí.

Úkolem jednotného vizuálního stylu je vytvoření jednotné charakteristické firemní kultury a prezentace společnosti. Základními prvky koordinovaného vizuálního stylu jsou značka (ochranná známka, logo), typografie a barevnost. Na nich je postaven a rozvinut komplexní vizuální projev – firemní styl – kterým společnost komunikuje s veřejností.

Kvalitní a důsledně prosazovaný firemní styl vytváří nezaměnitelnou vizuální identitu společnosti a zásadním způsobem zjednodušuje identifikaci subjektu v mediálním prostředí, zvyšuje povědomí o její existenci a spoluvytváří její solidní a důvěryhodný obraz u veřejnosti. Jednotný a silný firemní design motivuje i zaměstnance a vytváří v nich pocit sounáležitosti s institucí a jejím posláním.

Ve sféře státní správy není primárním účelem vizuální komunikace instituce úspěšnost na trhu, jak je tomu ve sféře komerční, ale jedná se o jeden z nejdůležitějších prostředků, kterým lze aktivně působit na povědomí veřejnosti.

Standards jednotného firemního stylu jsou kodifikovány v grafickém manuálu, který má rozhodující vliv na jejich uplatňování.

Grafický manuál Kraje Vysočina (dále též „instituce“) slouží jako zdroj informací, které jednoznačně vymezují způsob užívání značky v rámci jednotného firemního stylu. Dodržování těchto závazných předpisů a zásad zaručuje prosazení a udržení jednotné vizuální prezentace kraje.

Tento grafický manuál je rozdělen do deseti kapitol.

V úvodní kapitole je stručně formulován pojem jednotného vizuálního stylu a popsán obsah jednotlivých kapitol.

Druhá kapitola představuje značku kraje ve všech jejích jazykových mutacích, v barevné i černobílé podobě, konstrukci značky i způsoby jejího užití. Je v ní definována její ochranná zóna, rozměrová řada, zobrazeny příklady nesprávných provedení a doplňkové prvky vizuálního stylu.

Třetí kapitola je věnována typografii. V jejím úvodu je stránka věnovaná vysvětlení základních typografických pojmů. Dále je zde představeno základní a doplňkové písmo instituce.

Ve čtvrté kapitole je definována barevnost značky a základní i doplňkové barvy používané ve vizuálním stylu kraje.

Pátá kapitola kodifikuje vybrané merkantilní tiskoviny a tiskové materiály – hlavičkové papíry a princip jejich vyplňování, obálky, vizitky, tiskovou zprávu i elektronickou zprávu a razítko instituce.

Šestá kapitola popisuje a zobrazuje další tištěné materiály – identifikační karty pro zaměstnance, poznámkové bloky, prezentační desky a samolepky.

Sedmá kapitola je věnována základním pravidlům vizuálního stylu Kraje Vysočina a principům jeho tvorby. Tato pravidla jsou aplikována na informační brožury tří základních řad, tvorbu novin, inzerci, plakáty, billboardy, powerpointovou prezentaci atd.

Osmá kapitola charakterizuje zásady aplikace jednotného firemního stylu při tvorbě vnitřního informačního systému krajského úřadu.

V deváté kapitole jsou definovány některé speciální aplikace značky – značení automobilů, firemní vlajka, tabule k označení hranic regionu atd.

Desátá kapitola představuje značky instituce na propagačních a dárkových předmětech, jako jsou propisovací tužka, kuličkové pero, hrnek, PVC taška, tričko, balicí papír atd.

Žádný z jednotlivých prvků manuálu není určen k přímé reprodukci.



Název instituce dle ústavního zákona č. 347/1997 Sb. ve znění pozdějších předpisů je:

Kraj Vysočina

anglicky **The Vysočina Region**

německy **die Region Vysočina**

francouzsky **Région Vysočina**

španělsky **Región de Vysočina**

Výraz **Vysočina** je rodu ženského a je možné jej v mluveném i psaném projevu skloňovat.

Vysočina se představila na mezinárodním veletrhu cestovního ruchu.

Průmyslová výroba se na Vysočině řadí k odvětvím s největší dynamikou.

Zástupci Vysočiny převzali ocenění za nejlepší krajský zpravodaj roku 2005.

Ve spojení názvu **Kraj Vysočina** se skloňuje slovo **Kraj** a výraz **Vysočina** se neskloňuje.

Obce obdržely od Kraje Vysočina dotaci na rozvoj infrastruktury.

Spolu s Krajem Vysočina byl tento problém konzultován i se sousedními regiony.

Pro Kraj Vysočina znamená toto ocenění velký závazek do budoucna.

Pro název instituce nejsou povoleny v psaném projevu žádné zkratky a je vždy nutné jej vypisovat celý.

Nejdůležitějším a nejvýznamnějším prvkem firemní identity je značka instituce (ochranná známka, logo). Její charakter, tvarosloví a barevnost ovlivňují všechny ostatní prvky jednotného firemního stylu.

V souvislosti se soudobým dynamickým rozvojem kraje, na základě dlouhodobých cílů a s ohledem na budoucnost bylo logo kraje upraveno do současné podoby. Modernizace vedená v souladu se základními principy komunikace kraje, jimiž jsou zejména aktivita, vstřícnost a respekt, tak vyústila v kompaktní, názorově jednoznačné a moderní logo. To charakterizuje kraj jako stabilní soudržný celek s mnoha vnitřními vazbami, svobodný, otevřený a přátelský, poskytující zdravé prostředí a perspektivní podmínky pro život a prosperitu.

Značka Kraje Vysočina tvoří nedělitelný celek a musí být zásadně používána v originálním tvaru, proporcích a předepsané barevnosti.

Značka je tvořena obrazovým znakem a logotypem. Obrazový znak, který zároveň plní funkci akcentu jednoho z písmen logotypu, je stylizovaným vizuálním ztvárněním charakteru krajiny – Vysočiny. Tomu odpovídá i jeho zelená barva – PANTONE 368 C/U.

Logotyp ve své základní české verzi je tvořen slovem Kraj a slovem Vysočina.

Tato dvě slova jsou významově odlišena slabým a tučným řezem písma Flor a. Háček nad písmenem **c** je tvořen obrazovým znakem. Ostatní akcenty logotypu – tečky – jsou ve všech jazykových mutacích nově konstruovány tak, aby opticky nenarušovaly výsledný obraz logotypu a naopak dotvářely jeho charakter. Písmový font působí díky oblosti svých hran přívětivě a díky lehkému sklonu velmi dynamickým dojmem, celek tak symbolicky vyjadřuje základní charakteristiky Kraje Vysočina. Barva logotypu je tmavomodrá – PANTONE 2748 C/U.

Anglická a německá verze logotypu se liší od základní české verze mutací slova kraj (region) a anglická verze navíc jeho umístěním. Barevnost všech jazykových verzí je identická.

Užití značky na barevných podkladových plochách je definováno v kapitole 2.19.



Anglická a německá verze logotypu se liší od základní české verze mutací slova kraj (region) a anglická verze navíc jeho umístěním. Barevnost všech jazykových verzí je identická.

Užití jazykových variant značky na barevných podkladových plochách se řídí stejnými pravidly jako u základní české verze a je definováno v kapitole 2.19.

anglická verze



Vysocina Region

německá verze



Region Vysocina

Vyžaduje-li to výtvarný záměr, lze využít i inverzní barevnou podobu značky Kraje Vysočina. Povolenou inverzní barevnou podobou značky je bílý logotyp a zelený (PANTONE 368 C/U) obrazový znak umístěný na tmavomodrou plochu (PANTONE 2748 C/U). Aplikace jiných barevných variant je zakázána.

Zobrazené podkladové plochy nejsou rozměrově definovány – jejich minimální plocha je totožná s ochrannými zónami značek.

česká verze



anglická verze



německá verze



V černobílém tisku a v případech, kdy není z technických důvodů možné aplikovat značku Kraje Vysočina barevně, se používá její černobílé provedení.

První možností je aplikace celé značky (tj. logotypu i obrazového znaku) ve 100 % černé barvy.

Druhou možností je použití polotónového provedení, kdy logotyp odpovídá 70 % a obrazový znak 35 % černé barvy.

Výběr z obou možností je dán technickými podmínkami a výtvarným záměrem. Černobílá podoba značky ve všech jazykových mutacích je podkladem pro její další možné aplikace – rážbu, vodotisk, gravírování, pískování atd.



vše – 100% černá



obrazový znak – 35% černá

logotyp – 70% černá

Černobílé a polotónové podoby jazykových mutací značky Kraje Vysočina jsou definovány stejně jako u české verze a jejich aplikace je závislá na stejných podmínkách.

anglická verze


Vysocina Region

vše – 100% černá

německá verze


Region Vysocina

vše – 100% černá

anglická verze


Vysocina Region

obrazový znak – 35% černá

logotyp – 70% černá

německá verze


Region Vysocina

obrazový znak – 35% černá

logotyp – 70% černá

Okrajově lze využít i inverzní černobílou (100% černá) podobu značky Kraje Vysočina ve všech jejích jazykových mutacích. Polotónovou inverzní podobu značky je zakázáno používat.

Zobrazené podkladové plochy nejsou rozměrově definovány – jejich minimální plocha je totožná s ochrannými zónami značky.

česká verze



Kraj Vysočina

anglická verze



Vysočina Region

německá verze



Region Vysočina

Na podporu soudržnosti kraje a výhradně v rámci kraje používá Kraj Vysočina speciální variantu značky s dovětkem NÁŠ DOMOV. Obsahuje název Vysočina bez slova Kraj, obrazový znak a dovětek (claim). Grafický tvar dovětku je definován použitým písmovým fontem (Frutiger Light). Jeho velikost, poměr ke značce a umístění jsou definovány pouze jediným možným, zde zobrazeným způsobem.

Jazykové mutace nejsou povoleny. Pro speciální variantu značky s claimem platí, že prioritu má vždy pozitivní provedení.

**Základní barevné provedení**

Jeho aplikace je možná pouze na bílou podkladovou plochu.

**Inverzní barevné provedení**

Jeho aplikace je povolena pouze na modrou (firemní) podkladovou plochu.

**Černobílé pozitivní provedení**

Používá se jen v případech, kdy není z technických důvodů možné aplikovat značku s dovětkem barevně.

**Inverzní provedení**

Pokud nelze speciální variantu značky s dovětkem aplikovat v základní nebo inverzní barevné podobě, je povoleno umísťovat její inverzní (bílou) podobu na libovolných podkladových plochách včetně černé.

Speciální variantou značky je značka tvořená pouze jednoslovným názvem kraje. Tato varianta se používá tam, kde zejména z prostorových důvodů není možné použít značku v plném znění, či účelově v předem stanovených zvláštních případech, kdy je z okolností zřejmé, že se jedná o značku vztahující se k územněsprávnímu celku. Použití této varianty je nutné vždy konzultovat s oddělením vnějších vztahů odboru sekretariátu hejtmána (dále jen oddělení vnějších vztahů).

Pro značku s jednoslovným názvem platí, že prioritu má vždy pozitivní provedení.

**Základní barevné provedení**

Jeho aplikace je možná pouze na bílou podkladovou plochu.

**Inverzní barevné provedení**

Jeho aplikace je povolena pouze na modrou (firemní) podkladovou plochu.

**Černobílé pozitivní provedení**

Používá se jen v případech, kdy není z technických důvodů možné aplikovat značku s jednoslovným názvem barevně.

**Inverzní provedení**

Pokud nelze speciální variantu značky s jednoslovným názvem aplikovat v základní nebo inverzní barevné podobě, je povoleno umísťovat její inverzní (bílou) podobu na libovolných podkladových plochách včetně černé.

Rozkres značky v konstrukční síti definuje umístění všech grafických prvků a jejich vzájemné poměry. Tento rozkres není podkladem pro konstrukci značky. Slouží především k ověření přesnosti reprodukce při prostorových aplikacích, zejména při velkém zvětšení.

Minimální velikost značky je limitována její dobrou čitelností v závislosti na technických parametrech podkladové plochy, maximální velikost není omezena. (Více v kapitole 2.15 Rozměrové řady základního provedení a speciálních variant.)

Značka je definována svou datovou podobou ve vektorových počítačových formátech, jež slouží jako výhradní zdroj pro práci se značkou.

Velikosti a proporce jednotlivých prvků jsou kodifikovány jednotkou x, která se rovná výšce obrazového znaku.



Rozkres speciální varianty značky s claimem v konstrukční síti definuje umístění všech grafických prvků a jejich vzájemné poměry. Tento rozkres není podkladem pro konstrukci, ale je určen především k ověření přesnosti reprodukce při prostorových aplikacích, zejména při velkém zvětšení.

Minimální velikost značky je limitována její dobrou čitelností v závislosti na technických parametrech podkladové plochy, maximální velikost není omezena.

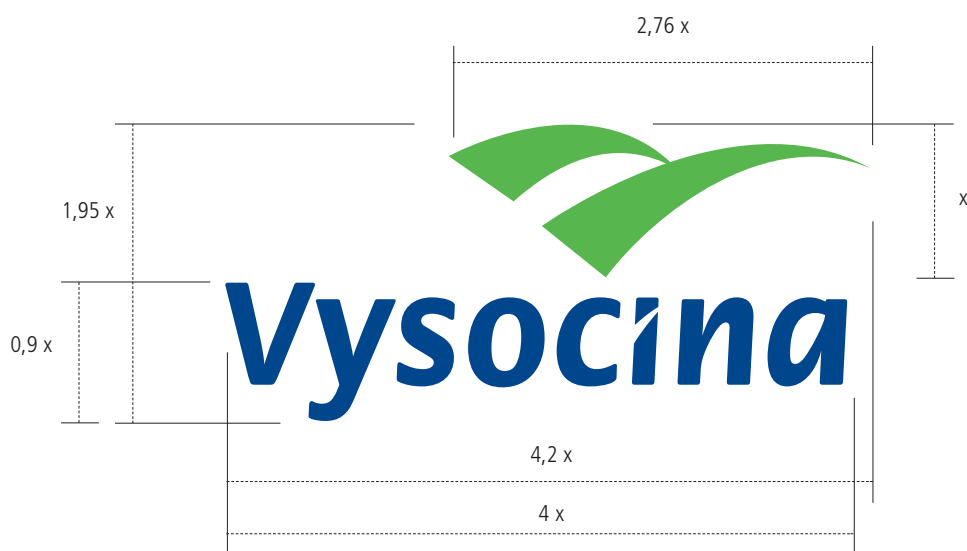
Velikosti a proporce jednotlivých prvků jsou kodifikovány jednotkou x, která se rovná výšce obrazového znaku.



Rozkres speciální varianty značky s jednoslovným názvem v konstrukční síti definuje umístění všech grafických prvků a jejich vzájemné poměry. Tento rozkres není podkladem pro konstrukci, ale je určen především k ověření přesnosti reprodukce při prostorových aplikacích, zejména při velkém zvětšení.

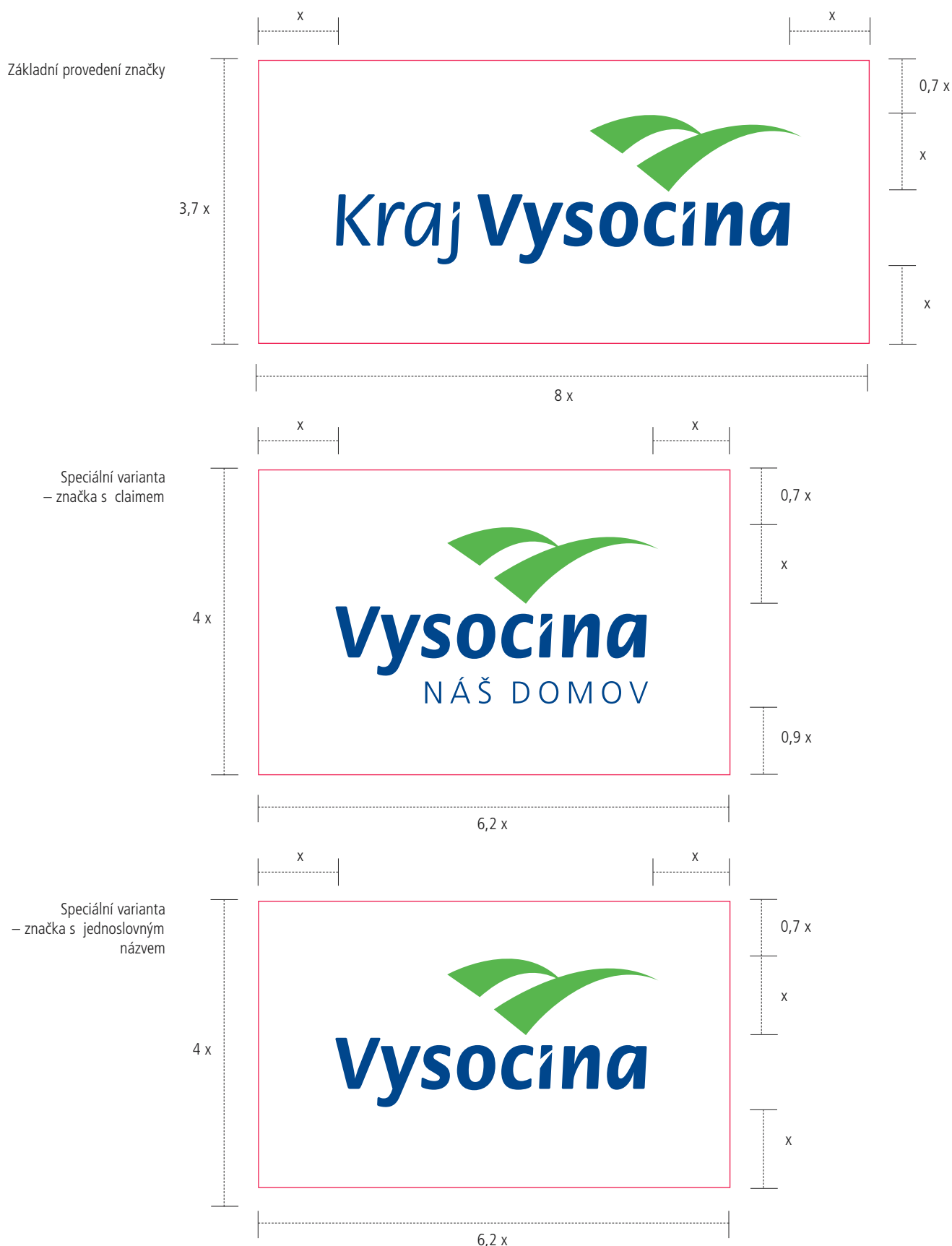
Minimální velikost značky je limitována její dobrou čitelností v závislosti na technických parametrech podkladové plochy, maximální velikost není omezena.

Velikosti a proporce jednotlivých prvků jsou kodifikovány jednotkou x, která se rovná výšce obrazového znaku.



Ochranná zóna je minimální velikost pole, do něhož nesmějí zasahovat žádné další grafické prvky – například texty, fotografie, ilustrace, další značky atd. Ochranná zóna brání integritu značky a napomáhá jejímu zvýraznění (čím větší je volná plocha kolem značky, tím silnější je její vizuální účinek).

Ochranná zóna je kodifikována poměrovou jednotkou x , která se rovná výšce obrazového znaku, který je ve všech jazykových mutacích stejně velký.



Ochranná zóna je minimální velikost pole, do něhož nesmějí zasahovat žádné další grafické prvky – například texty, fotografie, ilustrace, další značky atd. Ochranná zóna brání integritu značky a napomáhá jejímu zvýraznění (čím větší je volná plocha kolem značky, tím silnější je její vizuální účinek).

Ochranná zóna je kodifikována poměrovou jednotkou x , která se rovná výšce obrazového znaku, který je ve všech jazykových mutacích stejně velký.

Cizojazyčné mutace značky mají jiný šířkový rozměr, proto i jejich ochranná zóna je jiná – po obou stranách je také přidána hodnota x .



V zájmu jednotné aplikace značky je doporučeno používat její velikosti, které jsou uvedeny v rozměrové řadě. Tato řada stanovuje rozměry značek vhodné pro jednotlivé nejčastěji užívané formáty a platí pro pozitivní i inverzní provedení. Použití na reklamních a dárkových předmětech a speciální aplikace se řídí výtvarným záměrem (respektujícím všechny zásady tohoto manuálu) a specifickými technologickými podmínkami a není rozměrově limitována.

Maximální velikost značky není omezena. Minimální velikost v barevném i černobílém provedení je limitována její čitelností v závislosti na kvalitě tisku a použitém materiálu. Při optimálních podmínkách je dána šířkou základního provedení značky 19 mm. Předepsaným velikostem značek v základním provedení odpovídají velikosti speciálních variant, které jsou poměřovány výškou obrazového znaku, jehož velikost se nemění s délkou značky.

Základní provedení

Velikost 1 – šíře 19 mm (základního provedení)
doporučená minimální velikost značky použití:
(od 19 mm výše) reklamní předměty, například
propisovací pero, kuličkové pero, tužka,
razítka atd.



Velikost 2 – šíře 39 mm (základního provedení)
použití: vizitky, identifikační karty pro
zaměstnance, samolepky, inzerce,
obálky C6 atd.



Velikost 3 – šíře 43 mm (základního provedení)
použití: obálky DL a C5, informační brožury
formátu 1/2 šířky A4 a formátu A5, skládačky,
inzerce atd.



Velikost 4 – šíře 46 mm (základního provedení)
použití: hlavičkové papíry, obálky C4, dokumenty
formátu A4 atd.



Velikost 5 – šíře 58 mm (základního provedení)
použití: informační brožury formátu A4, inzerce
do formátu A4, prezentační desky, ostatní
prezentace formátu A4.

**Speciální varianta
– značka s claimem****Speciální varianta
– jednoslovná značka**

V zájmu jednotné aplikace značky je doporučeno používat její velikosti, které jsou uvedeny v rozměrové řadě. Tato řada stanovuje rozměry značek vhodné pro jednotlivé nejčastěji užívané formáty a platí pro pozitivní i inverzní provedení. Použití na reklamních a dárkových předmětech a speciální aplikace se řídí výtvarným záměrem (respektujícím všechny zásady tohoto manuálu) a specifickými technologickými podmínkami a není rozměrově limitována.

Maximální velikosti jazykových mutací značky nejsou omezeny. Minimální velikosti v barevném i černobílém provedení jsou limitovány jejich čitelností v závislosti na kvalitě tisku a použitém materiálu. Při optimálních podmínkách jsou dány velikostí 1, (viz kapitola 2.15), která odpovídá šíři 19 mm základního provedení. Velikosti značek jsou poměřovány výškou obrazového znaku, jehož velikost se nemění s délkou značky.

Anglická verze

Velikost 1 – odpovídá šíři 19 mm základního provedení (viz kapitola 2.15 atd.).

Německá verze

Velikost 2 – odpovídá šíři 39 mm základního provedení.



Velikost 3 – odpovídá šíři 43 mm základního provedení.



Velikost 4 – odpovídá šíři 46 mm základního provedení.



Velikost 5 – odpovídá šíři 58 mm základního provedení.



Značku Kraje Vysočina i samostatný výzdobný prvek (obrazový znak) je možné aplikovat v nejrůznějších materiálech. V plošném tisku lze tisknout – především výzdobné prvky – pouze parciálním lakem, tento lak (tiskový lak nebo UV lak) je možné aplikovat na tištěnou barevnou značku k jejímu zvýraznění. Další technologickou možností použití značky je slepotisk (výrazný konvexní reliéf) nebo vodotisk – jejich použití je určeno pro tisk oviny slavnostnějšího a speciálního charakteru.

Značku je možno také vyřezávat z plastických fólií. Na propagační a dárkové skleněné předměty lze využít další technologické možnosti – pískování a gravírování. Značku lze ztvárnit i plasticky – z kovu, plastu, skla a dalších materiálů, a to jak trojrozměrně, tak v reliéfu.

Při všech aplikacích je třeba dodržovat standardy užití značky předepsané manuálem jednotného vizuálního stylu. Především je nutné dbát na dodržení barevnosti značky, která musí odpovídat předepsaným tiskovým barvám (ve stupnici PANTONE).

Dále je nezbytné i pro značky aplikované v materiálu důsledně dodržovat předepsané ochranné zóny značek. Při velkých zvětšeních (při prostorových aplikacích – např. při umísťování značek na budovy) je třeba ověřovat přesnost reprodukce podle konstrukční sítě, která definuje umístění všech grafických prvků a jejich vzájemné poměry.



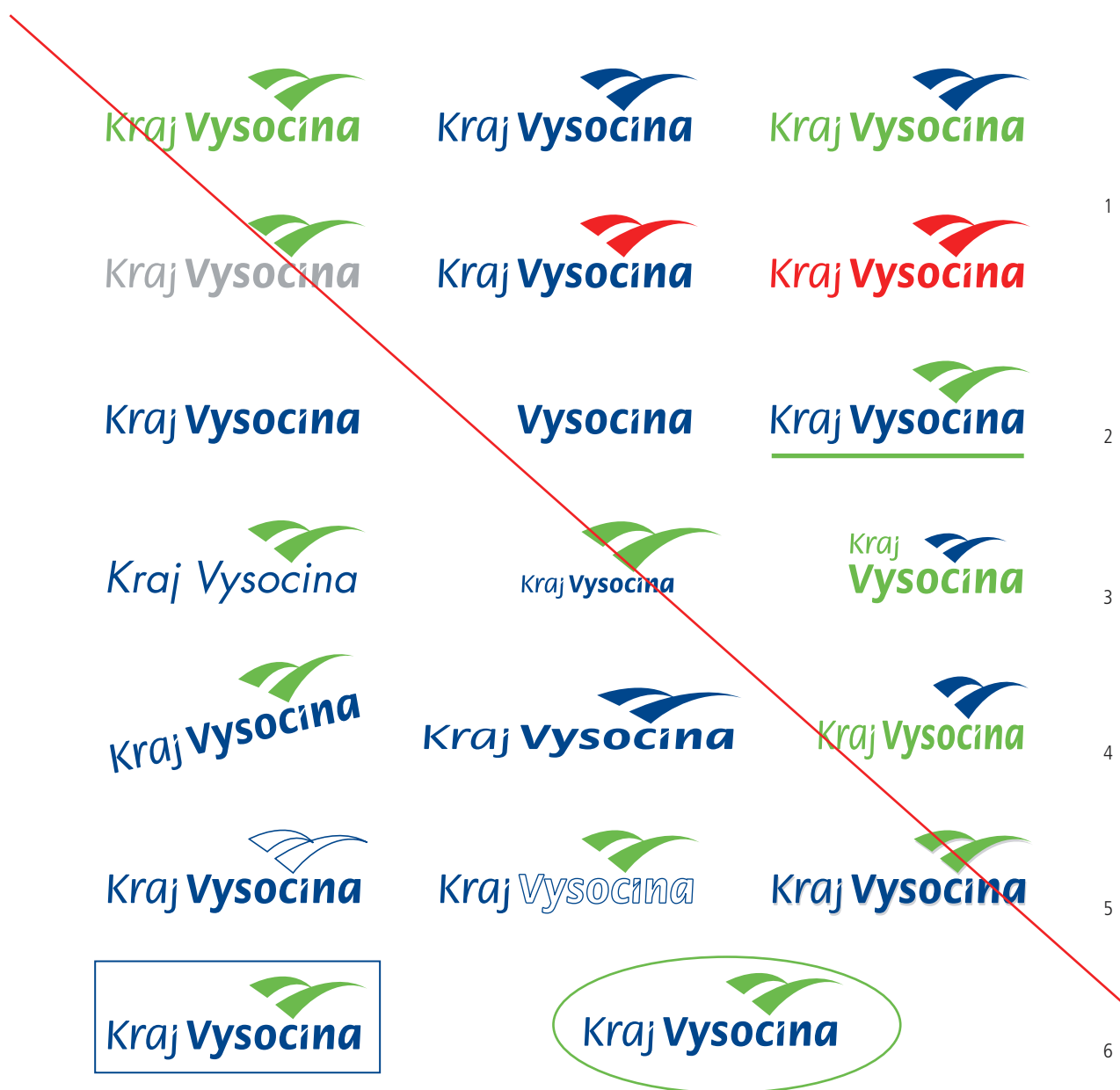
Značka Kraje Vysočina představuje nedělitelný celek a je povoleno ji zobrazovat výhradně v originální podobě, definované grafickým manuálem. Na této straně jsou uvedeny některé chyby při práci se značkou. Nekompletní značku je možno použít jen pokud to určí designmanuál nebo oddělení vnějších vztahů.

Je zakázáno:

- 1/ používat jinou než manuálem předepsanou barvu značky, měnit barevnost jednotlivých částí značky
- 2/ zobrazovat značku nekompletní nebo k ní cokoli přidávat
- 3/ měnit písmový font logotypu, velikost a vzájemné postavení jednotlivých částí značky
- 4/ značku jakýmkoliv způsobem natáčet, tvarově modifikovat nebo upravovat filtry
- 5/ používat linkové provedení celé značky nebo jejích částí, značku jakýmkoliv způsobem stínovat
- 6/ umisťovat značku do rámečků jakýchkoliv tvarů.

Zobrazené příklady nepostihují všechny možnosti zakázaných modifikací značky.

Zakázané varianty značky na podkladových plochách jsou popsány a zobrazeny v kapitole 2.20.



Značka Kraje Vysočina se ve svém **základním barevném provedení** zásadně umísťuje na bílé podkladové ploše. Druhou povolenou variantou pro speciální aplikace je umístění na stříbrné ploše.

V **inverzním barevném provedení** se značka zobrazuje výhradně na tmavomodré ploše – PANTONE 2748 C/U (100 %).

Pokud nelze značku aplikovat v základní nebo **inverzní barevné podobě**, je povoleno umísťovat její inverzní (bílou) podobu na libovolných podkladových plochách, jejichž intenzita zaručuje její čitelnost. Pokud je nezbytné aplikovat značku na velmi světlý barevný podklad, je třeba použít její černobílou podobu (100 %).



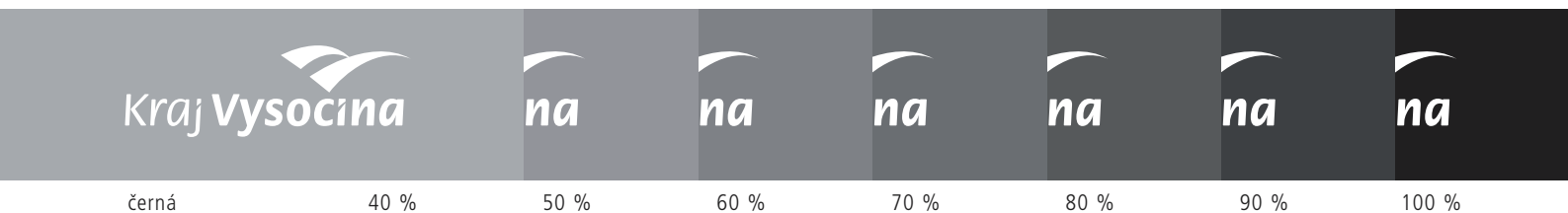
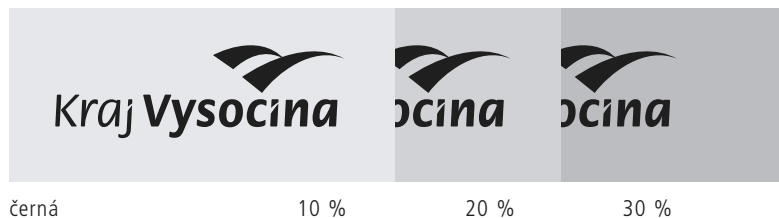

PANTONE 2748

50 % 100 % 50 % 100 % 50 % 100 % 50 % 100 % 50 % 100 %



V **černobílém pozitivním provedení** je kromě prioritního použití na bílé podkladové ploše povoleno značku aplikovat na šedých plochách v hodnotách 10, 20 a 30 % černé barvy.

Černobílou inverzní značku lze použít na podkladových plochách v odstínech 40 – 100 % černé barvy.



Pokud podkladovou plochu tvoří barevná nebo černobílá fotografie (nebo jiný obrazový materiál) a nelze vytvořit prostor pro užití základní podoby značky, je povoleno ji aplikovat pouze v její **inverzní, bílé podobě**.



Tyto zásady platí pro značky ve všech jazykových mutacích i pro speciální varianty.

Je zakázáno

značku Kraje Vysočina na podkladových plochách umisťovat do jakýchkoliv rámečků nebo dalších podkladových plošek.

**Je zakázáno**

značku Kraje Vysočina umisťovat na jakékoliv irisové podkladové plochy.



Kraj Vysočina

The image shows the logo of Kraj Vysočina, with the green stylized wave icon above the text "Kraj Vysočina" in a white sans-serif font. The background is a horizontal gradient from light blue on the left to white on the right.

Kraj Vysočina

The image shows the logo of Kraj Vysočina, with the green stylized wave icon above the text "Kraj Vysočina" in a white sans-serif font. The background is a horizontal gradient from light green on the left to white on the right.**Je zakázáno**

aplikovat základní provedení značky na podklady tvořené barevnými nebo černobílými obrazovými materiály.



Kraj Vysočina

The image shows the logo of Kraj Vysočina, with the green stylized wave icon above the text "Kraj Vysočina" in a blue sans-serif font. The background is a photograph of a modern building with a curved glass facade, tinted with a blue color.

Kraj Vysočina

The image shows the logo of Kraj Vysočina, with the green stylized wave icon above the text "Kraj Vysočina" in a blue sans-serif font. The background is a black and white photograph of a modern building with a curved glass facade.

Kromě základních prvků vizuálního stylu (značka, barevnost, typografie) jsou v manuálu prezentovány doplňkové prvky. Grafickým doplňkovým prvkem vizuálního stylu Kraje Vysočina je jeho obrazový znak, který lze v souladu se zásadami definovanými grafickým manuálem používat samostatně. Uplatnění může nacházet v nejrůznějších firemních tiskovinách jako výtvarný doplněk textu ve formě podtisku (spíše okrajově) nebo grafického doplňku typografie. Lze jej využít ve vnitřním orientačním systému, ve speciálních aplikacích, jako je firemní vlajka, při označování firemních automobilů, designu propagačních a dárkových předmětů apod. Lze jej používat v barevné (zásadně pouze firemní 100% zelené) i černobílé polotónové podobě. Prvek může být použit jako celek nebo ve vzorku. V tisku může být aplikován technikou slepotisku, vodotisku nebo tisku parciálním lakem, v dalších aplikacích je možnost například gravírování, pískování atd.



100% zelená
PANTONE 368 C/U

Slepý text slepý text slepý text slepý text
slepý text slepý text slepý text slepý text
Slepý text slepý text slepý text slepý text
slepý text slepý text slepý text slepý text
Slepý text slepý text slepý text slepý text
slepý text slepý text slepý text slepý text
Slepý text slepý text slepý text slepý text
slepý text slepý text slepý text slepý text

Podtisk 10, 15, 20 % černé
nebo modré – PANTONE 2748 C/U



Vzorek 10, 15 nebo 20 % černé
nebo modré – PANTONE 2748 C/U

3

TYPOGRAFIE

Tato stránka obsahuje stručné vysvětlení některých typografických pojmů, se kterými nejčastěji přicházíme do styku při zadávání a tvorbě grafického designu.

Antikva	Základní forma latinského písma, odvozená z římských majuskulí (verzálek) a karolinských minuskulí (minusek).
Minusky	Malá písmena
Verzátky	Velká písmena
Serify	Patky tvořící příčné (vodorovné, svislé nebo šikmé) zakončení tahu písmene. Jednotný tvar serifu spoluvytváří charakter daného písma.
Prostrkání	Vzdálenost mezi jednotlivými písmovými znaky textu. Je určováno buď v setinách čtverčíku, nebo v praktičtěji použitelných hodnotách, přepočítaných do jednotek počítačových programů.
Čtverčík	Rozměr čtverce daného velikostí kuželky v typografických bodech.
Kuželka	Termín odvozený z kovové sazby, kde jsou znaky písmen odlity z kovu (písmoviny).
Typografický bod	Základní jednotka typografické soustavy používaná pro klasifikaci velikosti písma. Odpovídá velikosti 0,3525 mm.
Proklad	Mezery mezi jednotlivými řádky textu. V popiskách, kde jsou označeny velikosti textu, např. Frutiger Bold Condensed 8/10, číslo před lomítkem označuje velikost písma v bodech a číslo za lomítkem řádkový proklad v bodech.
Záhlaví	Text umístěný na každé stránce nad vlastním textem. Neživé záhlaví je v celé publikaci stejné, živé záhlaví se mění.
Zápatí	Text umístěný na každé stránce pod vlastním textem.
Paginace	Označení strany příslušnou číslicí.

Písmo je dalším ze základních prvků jednotného vizuálního stylu a svým charakterem jej dotváří. Základním (firemním) písmem Kraje Vysočina je písmo Frutiger ve všech zobrazených řezech včetně kondenzovaných verzí. Je to bezserifové písmo, které je i v nejmenších stupních dobře čitelné, s elegantní kresbou písmových znaků, univerzálně použitelné pro všechny druhy firemních tiskovin i při prostorových aplikacích. Textové části značky (logotyp a claim) jsou provedeny tímto písmem a tvoří její neoddělitelnou součást.

Všechny řezy písma je zakázáno rozšiřovat, zužovat či jinak modifikovat. Verzálková slova nebo věty je doporučeno podle potřeby a v závislosti na velikosti textu prostrkávat, zejména v tučnějších řezech. Písmo Frutiger smí být ve všech firemních aplikacích kombinováno pouze s doplňkovým (variantním) písmem Arial.

Velikost písma v grafickém manuálu je předepisována v typografických bodech monotypové soustavy. Velikost bodu je 0,3525 mm.

ABCDabcd1234

Frutiger Light

ABCDabcd1234

Frutiger Light Condensed

ABCDabcd1234

Frutiger Roman

ABCDabcd1234

Frutiger Condensed

ABCDabcd1234

Frutiger Bold

ABCDabcd1234

Frutiger Bold Condensed

ABCDabcd1234

Frutiger Light Italic

ABCDabcd1234

Frutiger Italic

ABCDabcd1234

Frutiger Bold Italic

Doplňkovým písmem firemního designu Kraje Vysočina je Arial ve všech zobrazených řezech. Je to písmo univerzálně použitelné a dostupné, které je také kompatibilní v prostředí PC a může nahradit použití základního písma při vyplňování dokumentů v osobních počítačích zaměstnanců či to může být v variantní písmo při zhotovování dopisních šablon určených pro PC. Ve svých slabých řezech je vhodné zejména k vyplňování dokumentů zasílaných elektronickou poštou. Tučnější řezy lze využít k vyznačování v textu nebo k sazbě titulků. Verzálkové texty je doporučeno podle potřeby prostrkávat.

Všechny řezy písma je zakázáno rozšiřovat, zužovat či jinak modifikovat.

ABCDabcd1234

Arial Regular

ABCDabcd1234

Arial Italic

ABCDabcd1234

Arial Bold

ABCDabcd1234

Arial Bold Italic

4

BAREVNOST

Jedním ze tří základních prvků jednotného firemního stylu je barevnost. Její důsledné uplatňování významným způsobem dotváří vizuální identitu subjektu.

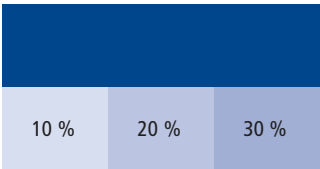
Základními barvami Kraje Vysočina jsou zelená a tmavomodrá barva.

Zelenou barvu lze použít pouze v její 100% hodnotě, modrou barvu i v jejích procentuálních odstínech 10 %, 20 % a 30 % pro užití v podkladových plochách a výzdobných prvcích.

Doplňkovými barvami jsou černá, bílá a stříbrná barva. Černou barvu lze používat v procentuálních odstínech 10 – 40 %.

Pro tisk přímými barvami jsou barvy definovány podle vzorníku PANTONE (tisk na lesklých papírech s označením C, tisk na matných papírech s označením U), pro soutiskové provedení ve stupnici CMYK, pro zobrazení na monitoru v RGB.

Barevné odstíny nátěrových hmot, samolepicích fólií a dalších materiálů musí být identické s předepsanými barvami.

ZÁKLADNÍ BARVY	zelená		Přímá barva: PANTONE 368 C/U	Soutisková barva: C 65 % M 0 % Y 100 % K 0 %	RGB: R 102 G 188 B 41
	modrá		Přímá barva: PANTONE 2748 C/U	Soutisková barva: C 100 % M 76 % Y 0 % K 18 %	RGB: R 0 G 32 B 114
DOPLŇKOVÉ BARVY	černá		Přímá barva: PANTONE Process Black C/U	Soutisková barva: C 0 % M 0 % Y 0 % K 100 %	RGB: R 29 G 29 B 29
	stříbrná		Přímá barva: PANTONE 877 C (pouze přímá barva na lesklých papírech)		RGB: R 53 G 53 B 53
	bílá				

Společným jednotícím prvkem oznamovacích inzerátů ve všech formátech je použití korporátního zeleno-modrého pruhu v podtisku inverzních textů, umístění základního provedení značky na osu barevného rozhraní do bílého pruhu v záhlaví a používání písma Frutiger. Inzeráty se ve všech formátech používají v barevném i černobílém provedení. V černobílém provedení je zelená barva plochy nahrazena 30 % a modrá barva plochy 60 % černé barvy, texty jsou bílé (velké titulky na modré ploše mohou být i zelené). Prostor vyhrazený pro zelenou plochu je možné alternativně využít podle potřeby pro umístění obrazového materiálu.

	
Kontaktní osoby: Titul. Jméno Příjmení tel.: 564 602 546 e-mail: xxxxx.x@kr-vysocina.cz Titul. Jméno Příjmení tel.: 564 602 549 e-mail: xxxxx.x@kr-vysocina.cz	p o ř á d á Prezentaci Kraje Vysočina a obchodní misi podnikatelských subjektů do Itálie, oblast Udine a Terstu termín uspořádání mise: květen 2005 Akci zaštiťuje Kraj Vysočina. Podnikatelská mise bude zaměřena na přímá bilaterální jednání podnikatelských subjektů Kraje Vysočina s italskými partnery v Udine a Terstu a na návštěvu největšího technologického parku v Terstu. Naším italským partnerem budou vyhledány italské firmy „na klíč“ na základě vašich požadavků. Prosíme zástupce podnikatelských subjektů Kraje Vysočina, aby se v případě zájmu o účast na této misi obrátili na Krajský úřad Kraje Vysočina, odbor regionálního rozvoje, Žižkova 16, 587 33 Jihlava, a to do poloviny března 2005.

	
	p o ř á d á Prezentaci Kraje Vysočina a obchodní misi podnikatelských subjektů do Itálie, oblast Udine a Terstu termín uspořádání mise: květen 2005 Akci zaštiťuje Kraj Vysočina. Podnikatelská mise bude zaměřena na přímá bilaterální jednání podnikatelských subjektů Kraje Vysočina s italskými partnery v Udine a Terstu a na návštěvu největšího technologického parku v Terstu. Naším italským partnerem budou vyhledány italské firmy „na klíč“ na základě vašich požadavků. Prosíme zástupce podnikatelských subjektů Kraje Vysočina, aby se v případě zájmu o účast na této misi obrátili na Krajský úřad Kraje Vysočina, odbor regionálního rozvoje, Žižkova 16, 587 33 Jihlava, a to do poloviny března 2005.
Kontaktní osoby: Titul. Jméno Příjmení, tel.: 564 602 546, e-mail: xxxxxx.x@kr-vysocina.cz, Titul. Jméno Příjmení, tel.: 564 602 549, e-mail: xxx.x@xxxxx.cz	

V případech inzerátů na akce, které jsou pořádány ve spolupráci s jinými organizacemi a je nutné uveřejnit jejich značku, umísťujeme firemní značky na bílou podkladovou plochu.



LOGO 1 **LOGO 2**

LOGO 3 **LOGO 4**

Kontaktní osoby:
Titul. Jméno Příjmení,
tel.: 564 602 546
e-mail: xxxxx.x@kr-vysocina.cz
Titul. Jméno Příjmení,
tel.: 564 602 549
e-mail: xxxxx.x@kr-vysocina.cz

p o ř á d á

Prezentaci Kraje Vysočina

a obchodní misi podnikatelských subjektů
do Itálie, oblast Udine a Terstu

termín uspořádání mise: květen 2005

Akci zaštiťuje Kraj Vysočina.
Podnikatelská mise bude zaměřena na přímá bilaterální jednání podnikatelských subjektů Kraje Vysočina s italskými partnery v Udine a Terstu a na návštěvu největšího technologického parku v Terstu. Naším italským partnerem budou vyhledány italské firmy „na klíč“ na základě vašich požadavků. Prosíme zástupce podnikatelských subjektů Kraje Vysočina, aby se v případě zájmu o účast na této misi obrátili na Krajský úřad Kraje Vysočina, odbor regionálního rozvoje, Žižkova 16, 587 33 Jihlava, a to do poloviny března 2005.





LOGO 1

LOGO 2

LOGO 3

LOGO 4

p o ř á d á

Prezentaci Kraje Vysočina

a obchodní misi podnikatelských
subjektů do Itálie, oblast Udine
a Terstu

termín uspořádání mise:
květen 2005

Akci zaštiťuje Kraj Vysočina.
Podnikatelská mise bude zaměřena na přímá bilaterální jednání podnikatelských subjektů Kraje Vysočina s italskými partnery v Udine a Terstu a na návštěvu největšího technologického parku v Terstu. Naším italským partnerem budou vyhledány italské firmy „na klíč“ na základě vašich požadavků. Prosíme zástupce podnikatelských subjektů Kraje Vysočina, aby se v případě zájmu o účast na této misi obrátili na Krajský úřad Kraje Vysočina, odbor regionálního rozvoje, Žižkova 16, 587 33 Jihlava, a to do poloviny března 2005.

Kontaktní osoby: Titul. Jméno Příjmení,
tel.: 564 602 546, e-mail: xxxxx.x@kr-vysocina.cz
Titul. Jméno Příjmení, tel.: 564 602 549, e-mail: xxxxx.x@xxxx.cz

Prezentační inzeráty Kraje Vysočina mohou být vizuálně variabilní a postavení jednotlivých prvků na daném formátu podléhá výtvarnému záměru. Proto je třeba používat co možná největší množství jednotlivých prvků. Společnými jednotlivými prvky na zobrazených inzerátech je použití bílého pruhu v záhlaví, na kterém je umístěna značka instituce v základním barevném provedení, zeleno-modrá barevnost podkladových a doplňkových ploch a komponování obrázků tak, aby s barevnými plochami tvořily uzavřené obdélníkové nebo čtvercové celky. Obrázky se zásadně nepřekrývají, pouze se dotýkají styčnými plochami. Dalším jednotlivým prvkem je důsledné používání písma Frutiger ve všech jeho řezech.

V černobílém provedení je zelená barva plochy nahrazena 30 % a modrá barva plochy 60 % černé barvy, texty jsou 100% černé nebo bílé.



**Víme, co potřebujete,
a přesně to vám nabízíme**

- Výhodná poloha – centrální umístění mezi dvěma hlavními aglomeracemi v republice
- Dobrá dopravní dostupnost – dálnice D1, rychlostní silnice E 59, mezinárodní železniční koridor
- Silná tradice průmyslové výroby podpořená vzdělanou a flexibilní pracovní silou
- Rozvojové plochy připravené pro investory, zajímavý potenciál objektů brownfields
- Významná podpora regionálních a místních samospráv
- Zdravé životní prostředí

Vysočina je ideálním místem, kde vaše firma může růst




Žižkova 57, 587 33 Jihlava,
Česká republika
Tel.: (+420) 564 602 111,
fax: (+420) 564 602 420,
posta@kr-vysocina.cz,
www.kr-vysocina.cz





Vysočina je ideálním místem, kde vaše práce ponese plody




**Víme, co potřebujete,
a přesně to vám nabízíme**

- Výhodná poloha – centrální umístění mezi dvěma hlavními aglomeracemi v republice
- Dobrá dopravní dostupnost – dálnice D1, rychlostní silnice E59, mezinárodní železniční koridor
- Silná tradice průmyslové výroby podpořená vzdělanou a flexibilní pracovní silou
- Rozvojové plochy připravené pro investory, zajímavý potenciál objektů brownfields
- Významná podpora regionálních a místních samospráv
- Zdravé životní prostředí

Žižkova 57, 587 33 Jihlava, Česká republika
Tel.: (+420) 564 602 111, fax: (+420) 564 602 420
posta@kr-vysocina.cz, www.kr-vysocina.cz

V rámci komunikačních aktivit používá Kraj Vysočina také plakáty. Ty mohou být celobarevné, s použitím obrazového materiálu, nebo jen textové, řešené typograficky. Sjednocujícím prvkem všech typů plakátů je umístění značky instituce v záhlaví na středu korporátního pruhu (bílého nebo modrého). Na bílém pruhu je značka použita v základním provedení, na modrém pruhu v inverzním barevném provedení. Velikost (šířka) značky je kodifikována poměrovou jednotkou x , která se rovná šířce formátu, výška pruhu pak poměrovou jednotkou y , která se rovná výšce formátu. Dalším sjednocujícím prvkem je důsledné používání písma Frutiger ve všech jeho řezech a barevnost respektující předepsané základní a doplňkové barvy instituce. Obrazového materiálu lze použít jako podtisku na plný formát ve formě jednoho nebo i více obrázků. Pokud je použito více obrázků, nikdy se nepřekrývají, pouze se dotýkají styčnými plochami. Při řešení typografických plakátů se naopak barevné plochy (podkladové i ilustrační) mohou nejednotlivějším způsobem překrývat v závislosti na zvoleném výtvarném záměru.



Billboardy a bigboardy jako velkoplošná média jsou výrazným prvkem venkovní komunikace Kraje Vysočina s občany. Různost formátů zvyšuje požadavek na jednotnost jejich vizuálního působení, a proto je třeba zachovat co možná nejvíce jednotných prvků. Jednotícím prvkem je i zde korporátní pruh v záhlaví (bílý nebo modrý) se značkou umístěnou na jeho středu. V případě bílého pruhu je značka použita v základním provedení, na modrém pruhu v inverzním barevném provedení. Na billboardech a bigboardech mohou být použity obrazové materiály, ale mohou být také pouze textové – řešené typograficky. Velikost (šířka) značky je kodifikována poměrovou jednotkou x , která se rovná šířce formátu, výška pruhu pak poměrovou jednotkou y , která se rovná výšce formátu.

Dalším sjednocujícím prvkem je důsledné používání písma Frutiger ve všech jeho řezech a barevnost respektující předepsané základní a doplňkové barvy instituce.



Panely mají široké možnosti uplatnění a jsou různých formátů. Je nutné udržet jednotu jejich vizuálního působení, a proto je třeba zachovat co možná nejvíce jednotných prvků. Také u panelů je jednotícím prvkem používání korporátního pruhu (zeleno-modrého, bílého nebo modrého) v záhlaví formátu. Na bílém pruhu je značka použita v základním provedení, na modrém pruhu v inverzním barevném provedení.

Velikost (šířka) značky je kodifikována poměrovou jednotkou x , která se rovná šířce formátu, výška pruhu pak poměrovou jednotkou y , která se rovná výšce formátu. Na této straně je zobrazeno několik možností řešení; pro jednu akci je třeba vybrat jen jedno z nich, které nejlépe vyhovuje danému záměru, a to jednotně použít. Layout lze aplikovat i na propagační materiály typu BannerUp.

Dalším jednotícím prvkem je důsledné používání písma Frutiger ve všech jeho řezech a barevnost respektující předepsané základní a doplňkové barvy instituce.



Panely mají široké možnosti uplatnění a jsou různých formátů. Je nutné udržet jednotu jejich vizuálního působení, a proto je třeba zachovat co možná nejvíce jednotných prvků. Také u panelů je jednotícím prvkem používání korporátního pruhu (zeleno-modrého, bílého nebo modrého) v záhlaví formátu. Na bílém pruhu je značka použita v základním provedení, na modrém pruhu v inverzním barevném provedení.

Velikost (šířka) značky je kodifikována poměrovou jednotkou x , která se rovná šířce formátu, výška pruhu pak poměrovou jednotkou y , která se rovná výšce formátu. Na této straně je zobrazeno několik možností řešení; pro jednu akci je třeba vybrat jen jedno z nich, které nejlépe vyhovuje danému záměru, a to jednotně použít. Layout lze aplikovat i na propagační materiály typu BannerUp.

Dalším jednotícím prvkem je důsledné používání písma Frutiger ve všech jeho řezech a barevnost respektující předepsané základní a doplňkové barvy instituce.

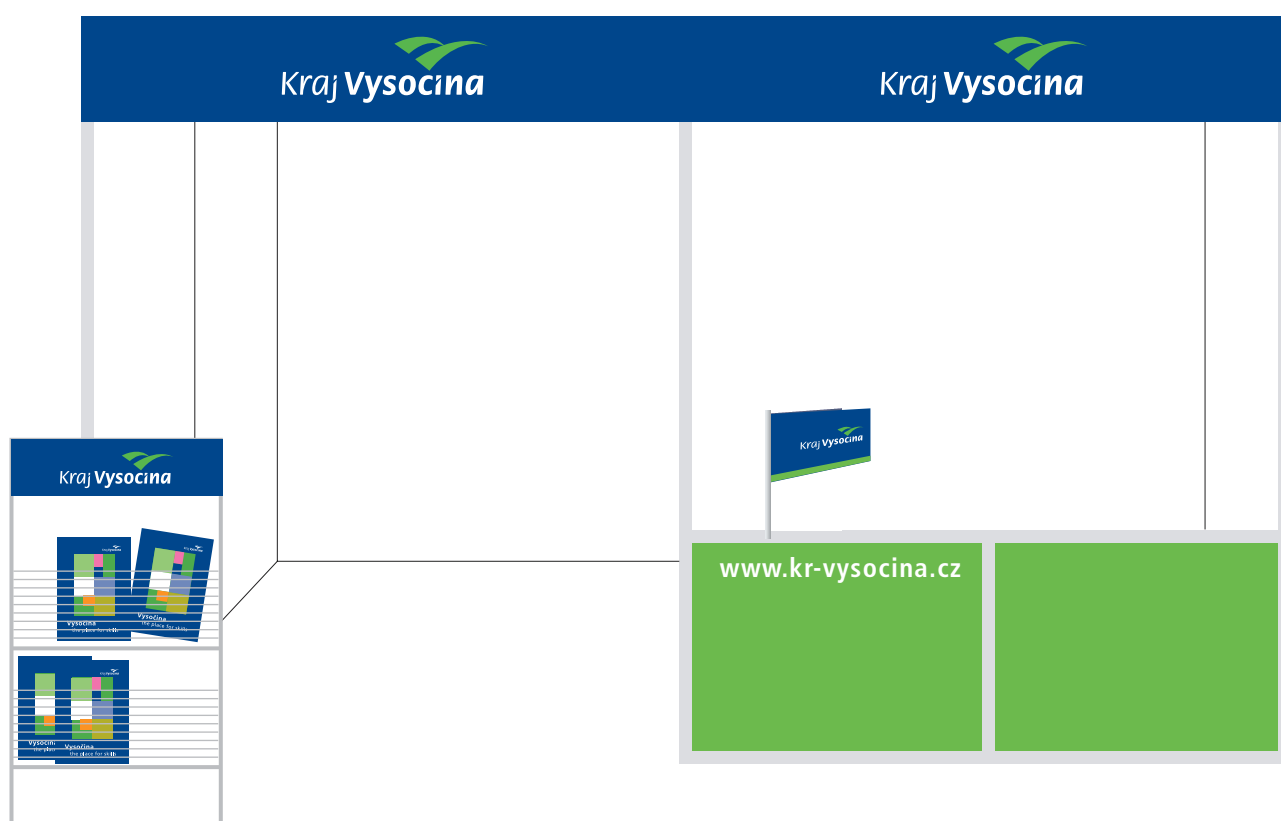


Nafukovadla jsou účinnými prvky prezentace Kraje Vysočina při nejrůznějších společenských, sportovních a sponzorských akcích. Jejich design vychází z jednotného vizuálního stylu instituce. Kromě výzdobných prvků v podobě zelených a bílých pruhů na modrém podkladu (resp. modrých a bílých na zeleném podkladu) obsahuje objekt značku kraje v barevném inverzním provedení. Dále může obsahovat heslo a www adresu, které jsou vysazeny z firemního písma Frutiger v bílé barvě a umístěny v souladu s prostorovými možnostmi i výtvarným záměrem.

Použité barvy musí vždy odpovídat jejich předepsané definici (viz kapitola 4.01).



Ke své prezentaci na různých akcích používá Kraj Vysočina propagační stánky s límcí, na nichž je uplatněn jednotný vizuální styl instituce. Na podkladové modré (firemní) ploše límce jsou umístěny značky instituce v inverzním barevném provedení. Barva pultu je zelená, s www adresou v bílé barvě. Použité barvy musí vždy odpovídat jejich předepsané definici (viz kapitola 4.01), aplikace značky musí vždy respektovat předepsanou ochrannou zónu značky (viz kapitola 2.13). Ostatní výzdoba je předmětem konkrétního typu a zaměření prezentační akce.



Propagační stánky Kraje Vysočina, používané na různých prezentačních akcích, mohou být vybaveny různými typy výzdobných a informačních panelů, sponzorskými boardy, stojany na brožury, vlaječkami (případně i prapory) a dárkovými propagačními předměty (tužky, propisovačky, pohlednice atd.). Všechny tyto objekty a předměty jsou navrženy a zpracovány v rámci jednotného vizuálního stylu Kraje Vysočina.

Ostatní výzdoba je předmětem konkrétního typu a zaměření prezentační akce.



Firemní vlajka Kraje Vysočina slouží k označování budov krajského úřadu, k propagaci a reprezentaci regionu v rámci politických, kulturních, společenských a sponzorských akcí. Základní podobou firemní vlajky je inverzní barevné provedení značky umístěné na modré ploše a zelený pruh na spodním okraji. Druhá barevná varianta má na bílé ploše umístěnou základní podobu značky a na dolním okraji modrý pruh. Tato varianta se užívá výhradně ve společné instalaci se základní podobou, kdy je celkový počet vlajek větší než dvě.

Velikost firemní vlajky se vždy přizpůsobuje výšce stožáru. Formát vlajky je podélný, v poměru stran 3:2. Vlajky jsou vyrobeny z lehkého materiálu (z umělých vláken), který zaručuje barevnou stálost a odolnost vůči povětrnostním vlivům. Proporce a umístění značky na vlajce jsou kodifikovány poměrovou jednotkou x , která se rovná jeho šířce.



10

PROPAGAČNÍ
A DÁRKOVÉ
PŘEDMĚTY

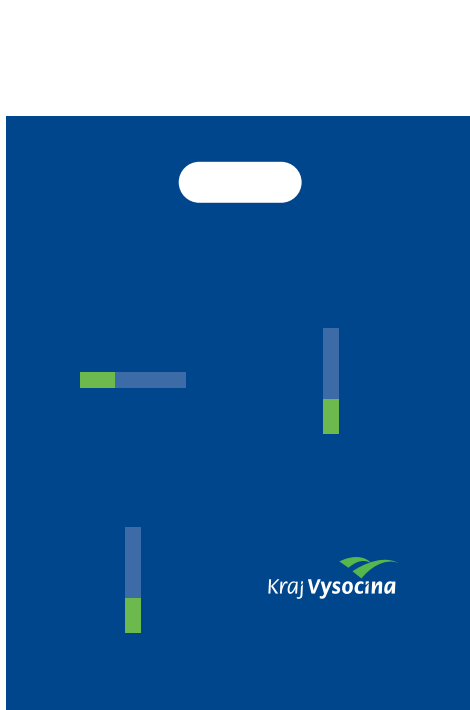
Kraj Vysočina umísťuje v rámci propagace svou značku na drobné předměty a dárkové předměty. Při těchto aplikacích je nutné dodržovat standardy jednotného vizuálního stylu kodifikované tímto grafickým manuálem. Především barevnost značky a podkladových ploch musí odpovídat předepsaným barvám. Podkladová plocha pro všechny tři zobrazené předměty je modrá a zelená, značka instituce je na ně aplikována ve své barevné inverzní podobě. Pod značkou je umístěna www adresa, vysazená z písma Frutiger Cn na její šíři v zelené barvě (propisovací tužky a pera) nebo v bílé barvě ve velikosti přesahující šíři značky a umístěná na osu pod ní (dřevěné tužky).



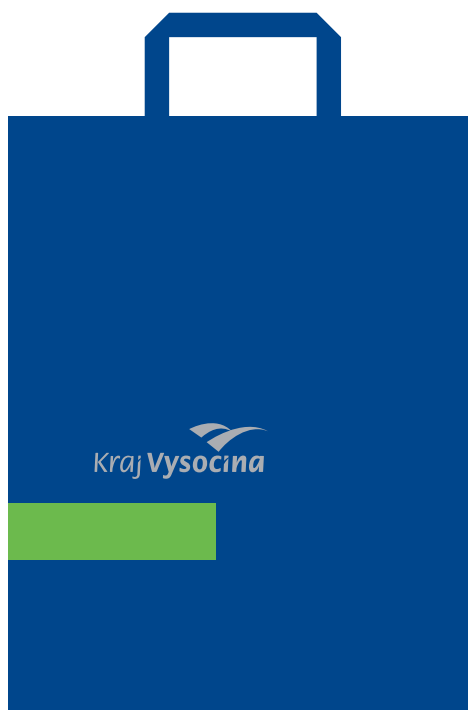
Grafický design skleněného hrnečku typu „frosty“ vychází z jednotného vizuálního stylu instituce a tvoří jej kompozice zeleno-modrých korporátních proužků. Jejich barevnost musí přesně odpovídat předepsaným firemním barvám. V horní části hrnku je umístěna značka Kraje Vysočina aplikovaná technologií pískování.



Grafický design tašek – PVC i papírových – vychází z jednotného vizuálního stylu instituce. PVC taška je oboustranně potištěna modrou firemní barvou, na níž je oboustranně umístěna kompozice zeleno-modrých korporátních proužků (modrá v 70% intenzitě) a značky instituce v inverzním barevném provedení. Papírová taška (přírodní papír) je celoplošně potištěna modrou firemní barvou. Na obou stranách má umístěnu zelenou (firemní) plochu a značku instituce ve stříbrné barvě. Použité barvy musejí odpovídat předepsané firemní barevnosti.



taška PVC



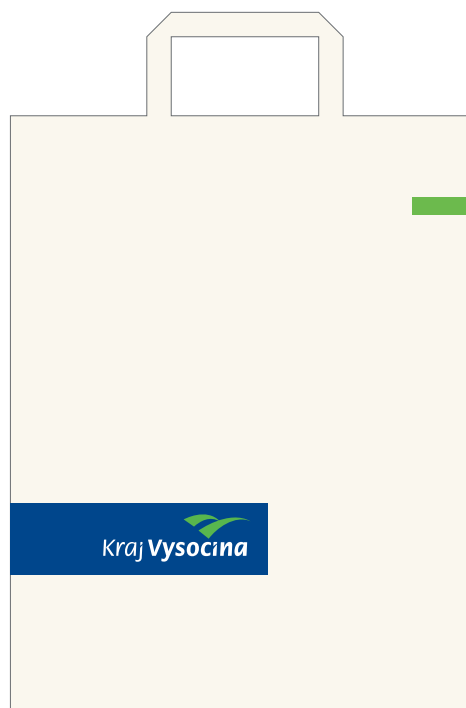
taška papírová



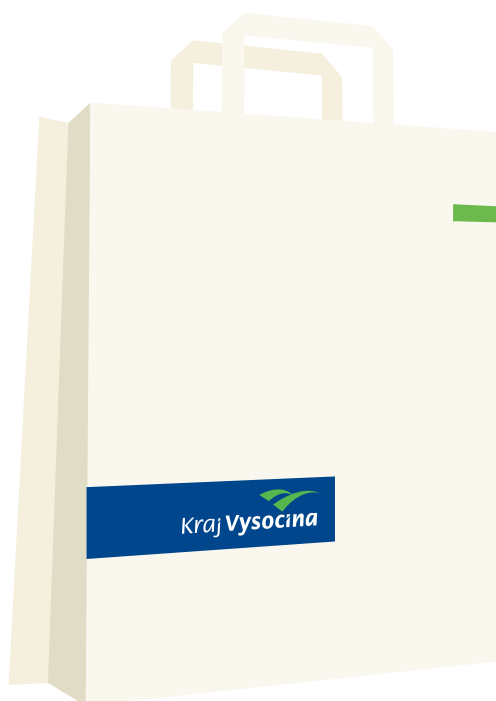
Variantní grafický design tašek – PVC i papírových – vychází z jednotného vizuálního stylu instituce. PVC taška má bílý podklad a je oboustranně potištěna kompozicí zeleno-modrých korporátních proužků a značky instituce v základním barevném provedení. Papírová taška (přírodní papír) je oboustranně potištěna motivem modré (firemní) plochy, v níž je umístěna značka instituce v inverzním barevném provedení, a zelenou (firemní) doplňkovou ploškou. Použité barvy musejí odpovídat předepsané firemní barevnosti.



taška PVC



taška papírová

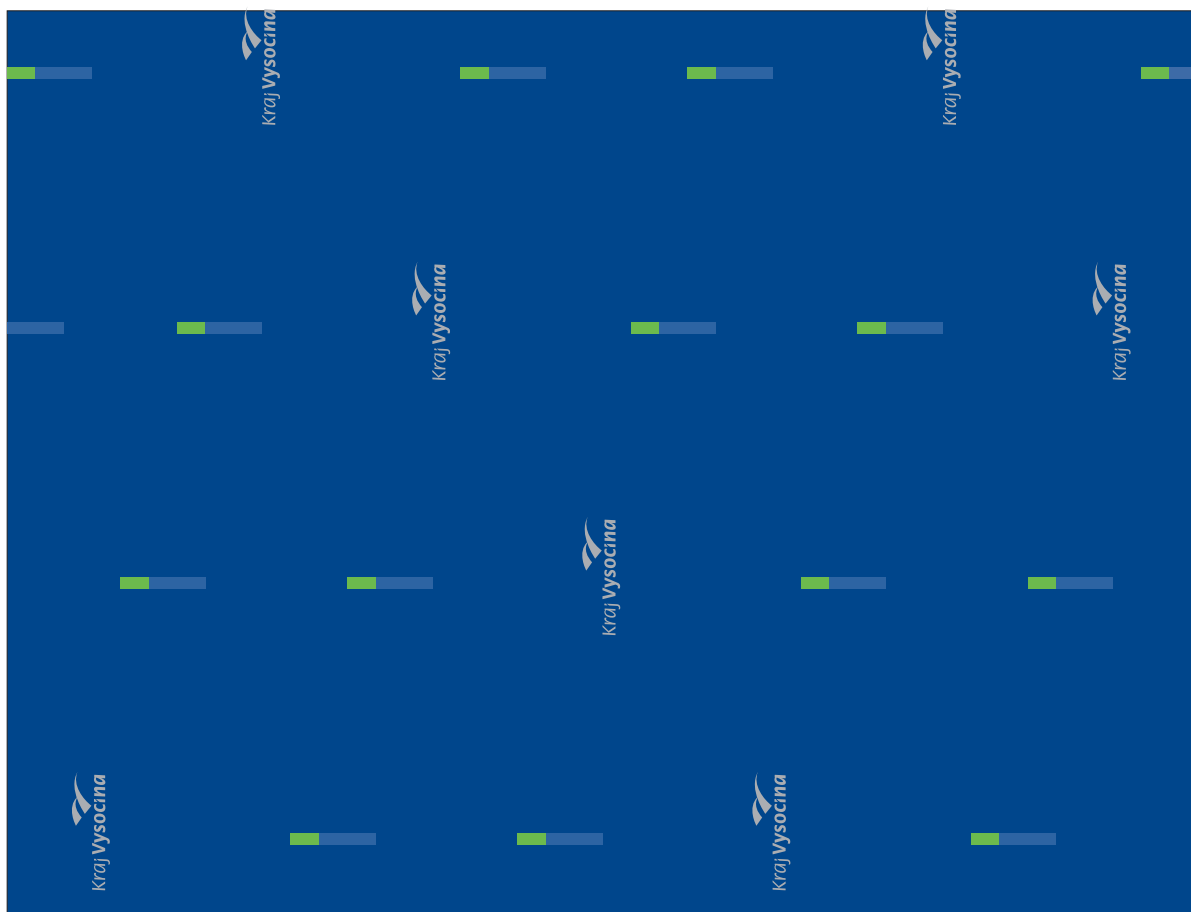


Barva trička je bílá s aplikací zeleno-modrého korporátního pruhu na přední části a značky Kraje Vysočina v základní barevné podobě nad středem modré části pruhu. Na pravém rukávu je umístěn výzdobný prvek – obrazová část značky.

Čepice je dvoubarevná – na bílém podkladu je v levé části předního dílu aplikována značka v základním barevném provedení, stínítko je v zelené barvě.



Grafický design balicího papíru vychází z jednotného vizuálního stylu Kraje Vysočina a je určen pro balení propagačních a dárkových předmětů. Je celoplošně potištěn firemní modrou barvou s kompozicí zeleno-modrých korporátních proužků (modrá je v nich v 70% intenzitě) a značek instituce ve stříbrné barvě (nebo 38% černé). Použité barvy musejí odpovídat předepsané firemní barevnosti.



Variantní grafický design balicího papíru vychází z jednotného vizuálního stylu Kraje Vysočina a je určen pro balení propagačních a dárkových předmětů. Na bílém podkladu je kompozice zeleno-modrých korporátních proužků a značek instituce ve stříbrné barvě (nebo 38% černé). Použité barvy musejí odpovídat předepsané firemní barevnosti.

