

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 sekretarátu 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 umisťovat 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.

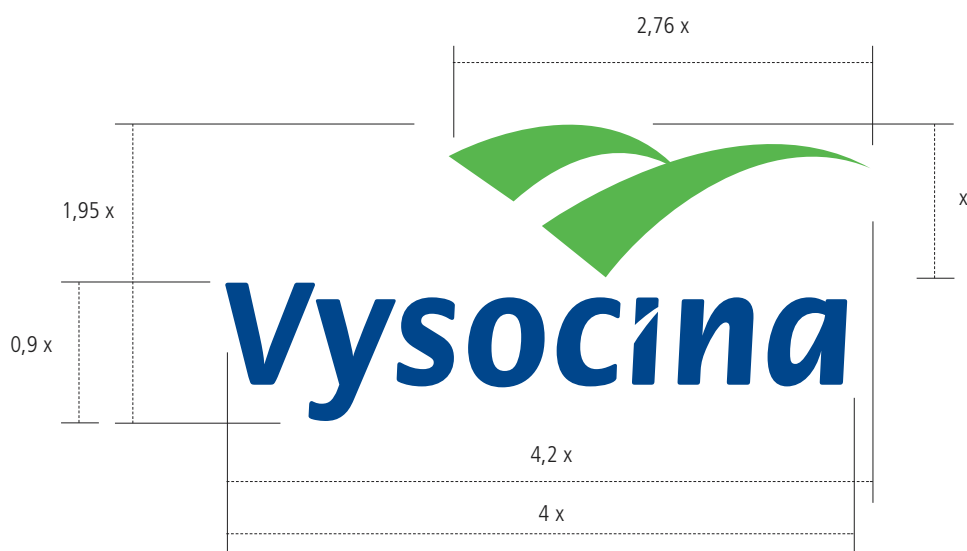
Velikosti a proporce jednotlivých prvků jsou kodifikovány jednotkou x, která se rovná výšce obrazového znaku.



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.

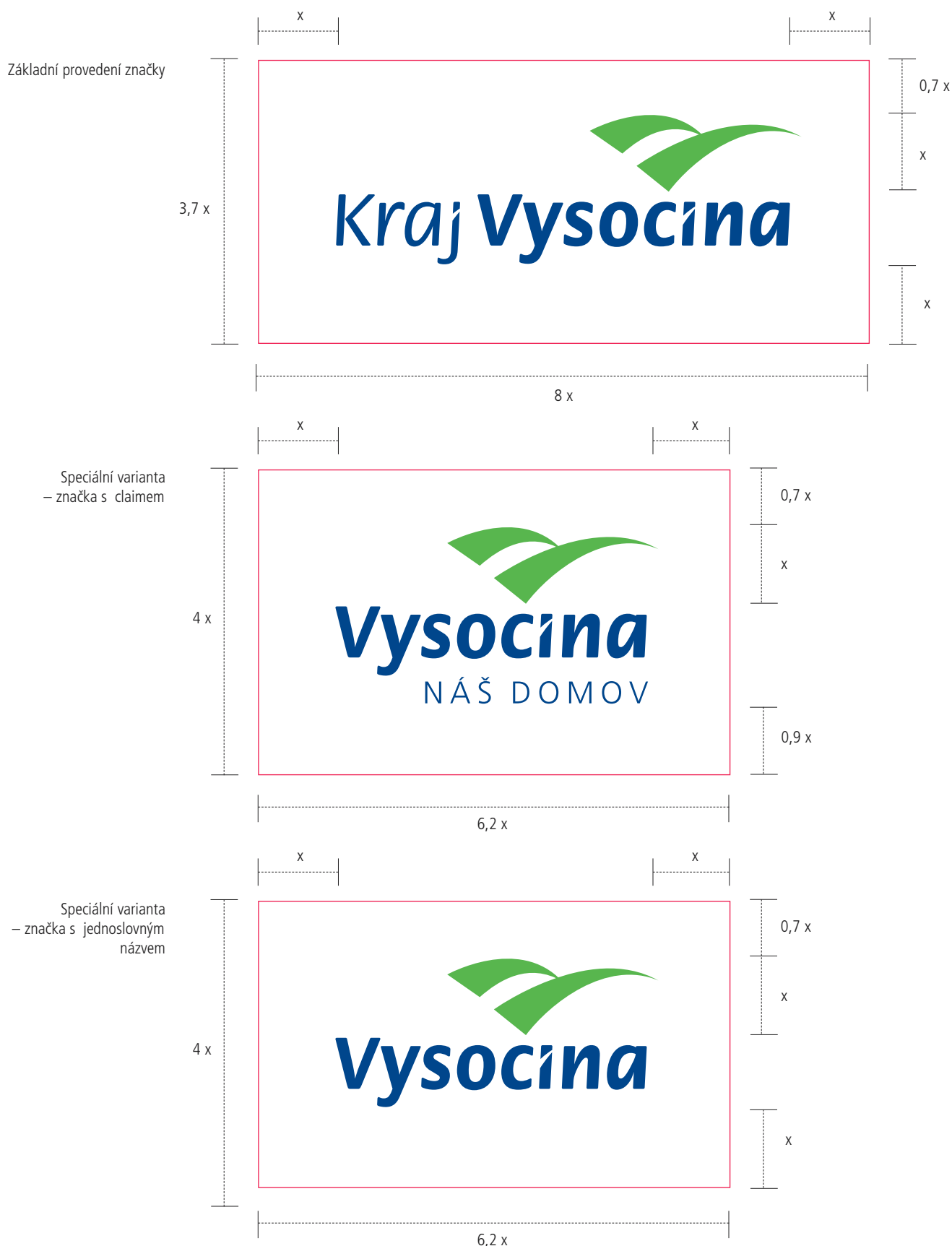
Minimální velikost značky je limitována její dobrou čitelností v závislosti na technických parametrech podkladové plochy, maximální velikost není omezena.

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 %).



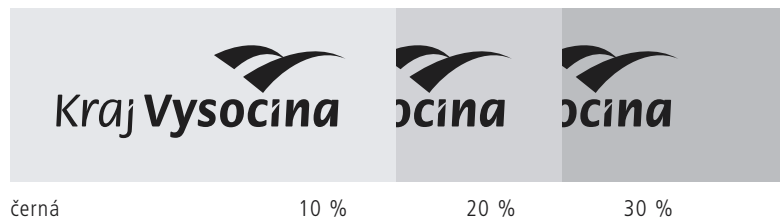
PANTONE 2748

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

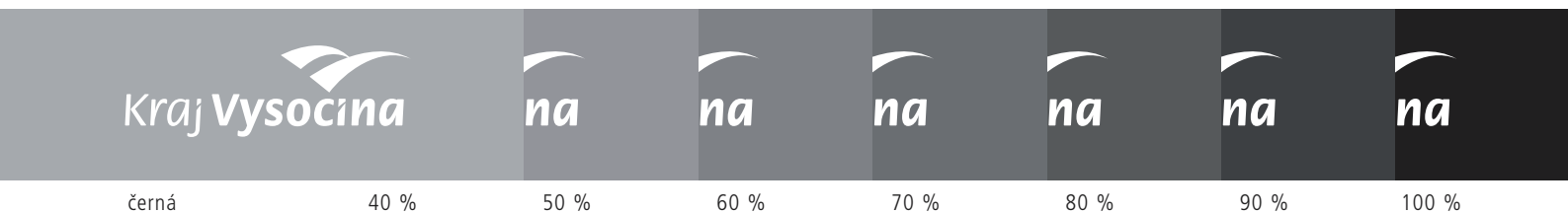


V **černobílém pozitivním provedení** je kromě prioritního použití na bílé podkladové ploše povoleno značku aplikovat na šedých plochách v hodnotách 10, 20 a 30 % černé barvy.

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



černá 10 % 20 % 30 %



černá 40 % 50 % 60 % 70 % 80 % 90 % 100 %

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.

**Je zakázáno**

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



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 řazy lze využít k vyznačování v textu nebo k sazbě titulků. Verzálkové texty je doporučeno podle potřeby prostrkávat.

**Všechny řazy 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.


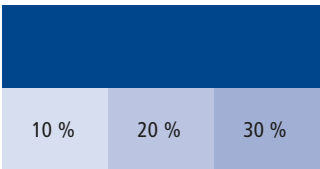



Základními barvami Kraje Vysočina jsou zelená a tmavomodrá barva.

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

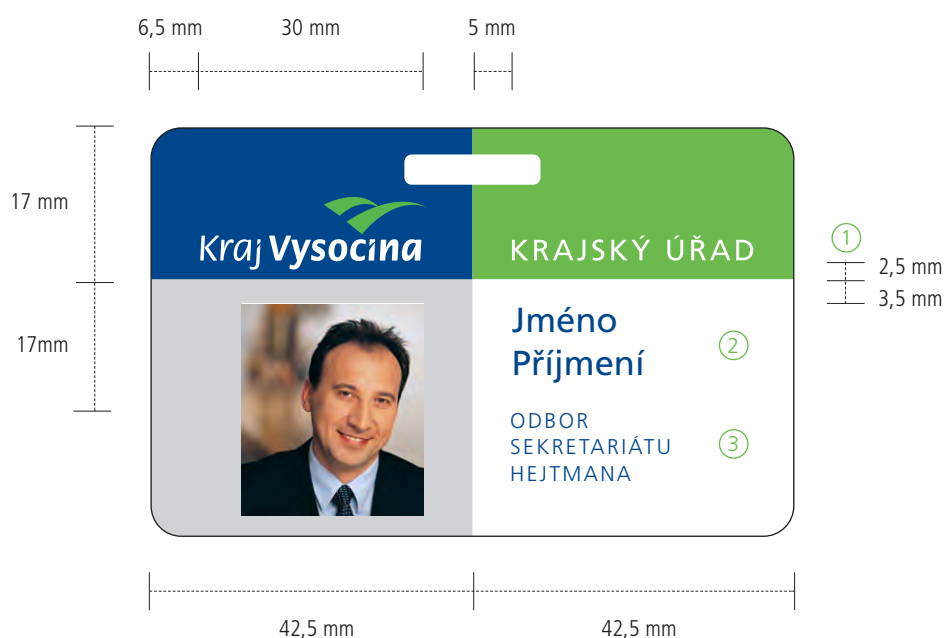
6

DALŠÍ  
TIŠTĚNÉ  
MATERIÁLY

Identifikační karty pro zaměstnance jsou vyrobeny z plastu a jednostranně potištěny. Rozměry karty jsou 85 x 54 mm se zakulacenými rohy a v horní části mají průřez pro uchycení.

Podklad karet je bílý a je potištěn třemi přímými barvami – tmavomodrou (PANTONE 2748 C), zelenou (PANTONE 368 C) a šedou (20 % černé). Karta obsahuje značku instituce v inverzní barevné podobě, barevné plochy a texty (modrá barva): název úřadu, jméno a příjmení zaměstnance a název odboru. Na světlešedou plochu se umísťuje barevná fotografie formátu 24 x 28 mm tak, aby její pravý kraj zařezával s pravým krajem logotypu.

Zobrazení karty je ve 100 %; rozměrové údaje jsou předepsány v milimetrech, velikost textu v typografických bodech.



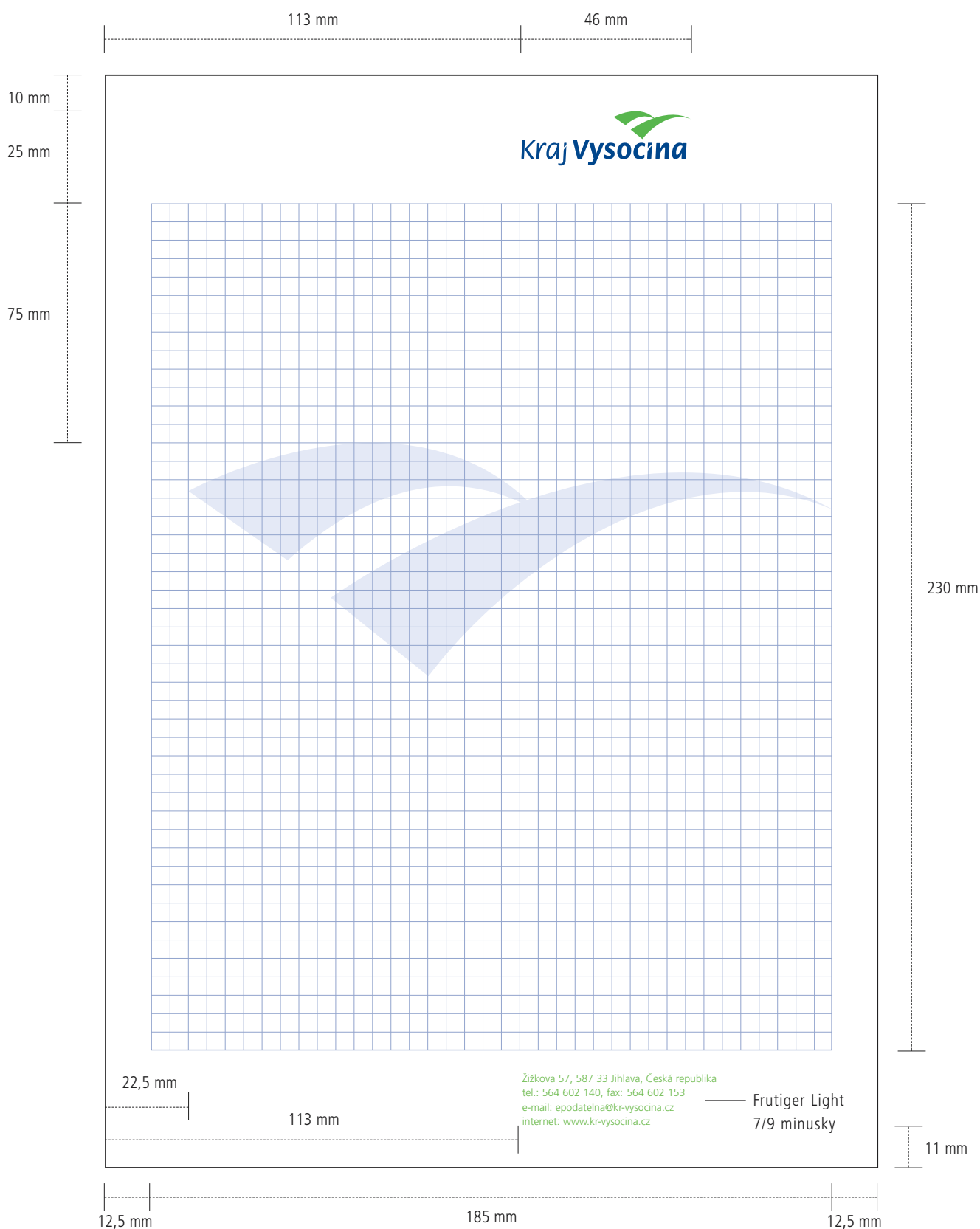
1/ Frutiger Roman 11 b. verzálky, prostrkání 20

2/ Frutiger Roman 13/16 b. minusky

3/ Frutiger Light 8/10 verzálky, prostrkání 20

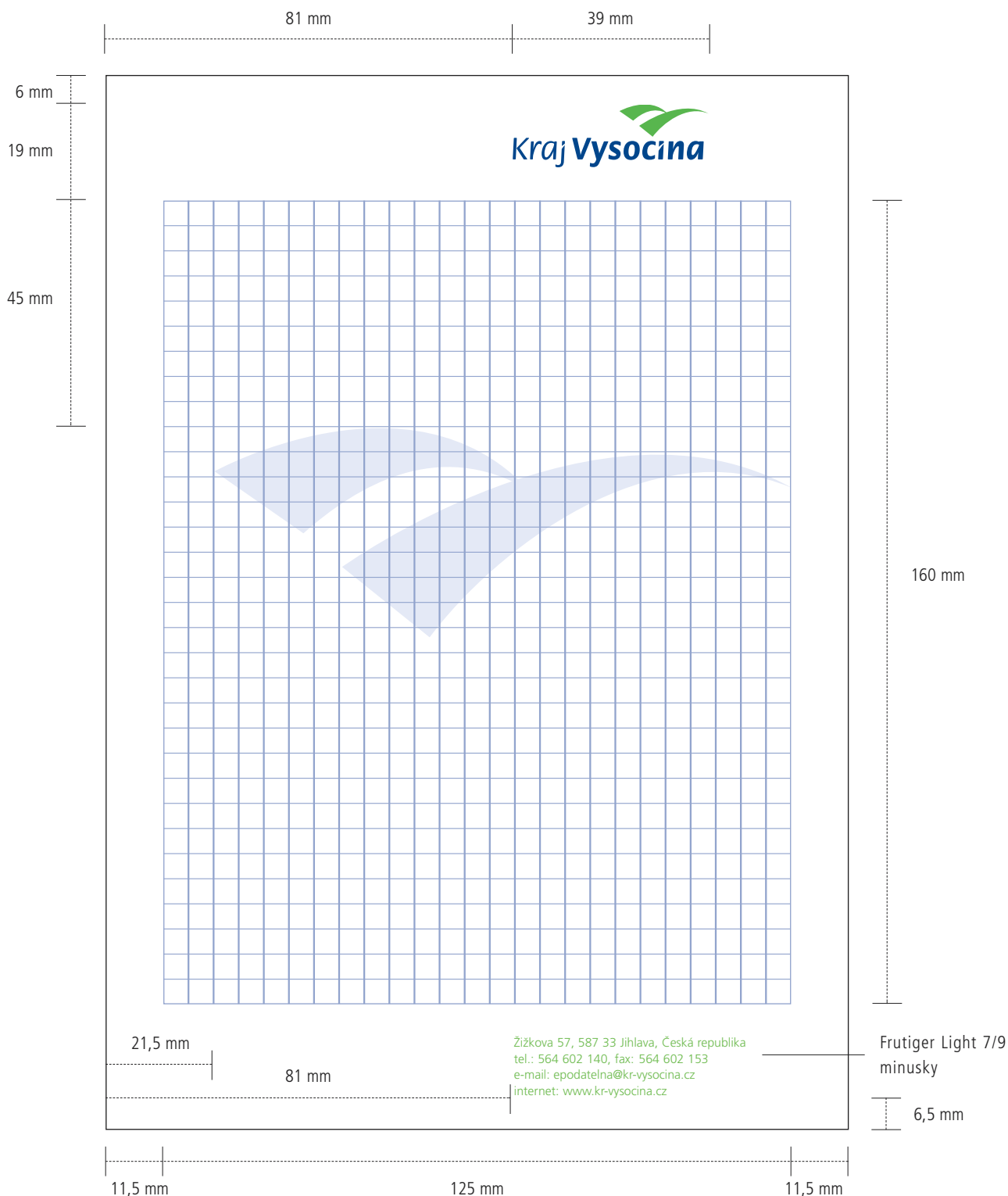
Podoba poznámkových bloků vychází z jednotného vizuálního stylu instituce. Na formátu A4 je v záhlaví umístěna značka kraje v základním barevném provedení. Bílá podkladová plocha je potištěna modrými (35 %) linkami (0,5 b.) tvořícími čtvercový rastr. V podtisku je modrý (8 %) obrazový znak. V zápatí listu je umístěn blok textu s adresou a kontaktními údaji v zelené barvě. Blok je potištěn dvěma přímými barvami (tmavomodrou – PANTONE 2748 C/U a zelenou – PANTONE 368 C/U) ofsetovou technologií na bílý papír.

Zobrazený dokument je v 66 % skutečné velikosti, rozměrové údaje popisují 100% velikost a jsou předepsány v milimetrech, velikost textu v typografických bodech.



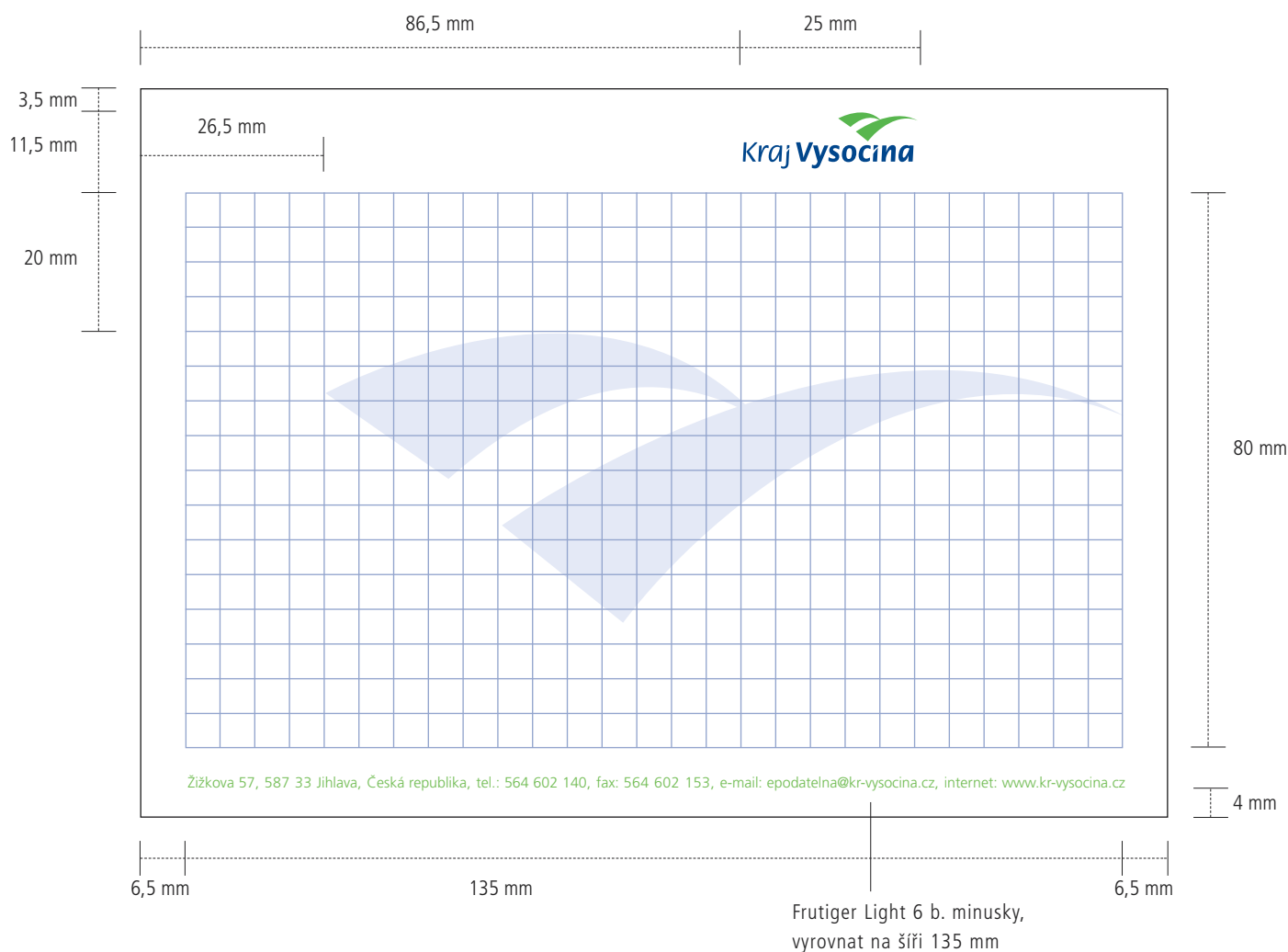
Podoba poznámkových bloků vychází z jednotného vizuálního stylu instituce. Na formátu A4 je v záhlaví umístěna značka kraje v základním barevném provedení. Bílá podkladová plocha je potištěna modrými (35 %) linkami (0,5 b.) tvořícími čtvercový rastr. V podtisku je modrý (8 %) obrazový znak. V zápatí listu je umístěn blok textu s adresou a kontaktními údaji v zelené barvě. Blok je potištěn dvěma přímými barvami (tmavomodrou – PANTONE 2748 C/U a zelenou – PANTONE 368 C/U) ofsetovou technologií na bílý papír.

Zobrazený dokument je v 85 % skutečné velikosti, rozměrové údaje popisují 100% velikost a jsou předepsány v milimetrech, velikost textu v typografických bodech.



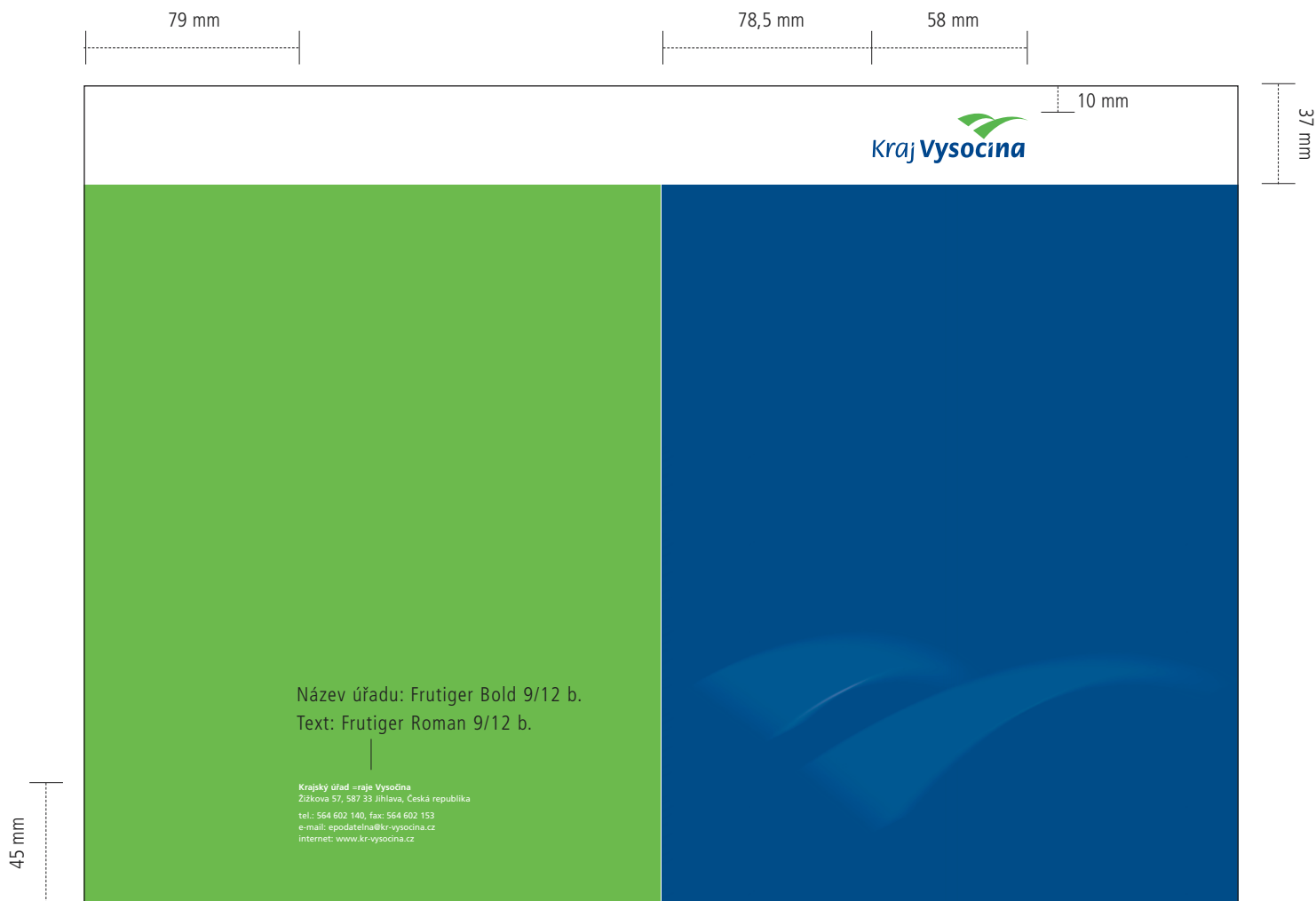
Podoba poznámkových bloků vychází z jednotného vizuálního stylu instituce. Na šířkovém formátu A5 je v záhlaví umístěna značka kraje v základním barevném provedení. Bílá podkladová plocha je potištěna modrými (35 %) linkami (0,5 b.) tvořícími čtvercový rastr. V podtisku je modrý (8 %) obrazový znak. V zápatí listu je umístěn text s adresou a kontaktními údaji v zelené barvě. Blok je potištěn dvěma přímými barvami (tmavomodrou – PANTONE 2748 C/U a zelenou – PANTONE 368 C/U) ofsetovou technologií na bílý papír.

Zobrazený dokument je ve 100% velikosti, rozměrové údaje jsou předepsány v milimetrech, velikost textu v typografických bodech.



Prezentační desky obsahují na své přední straně značku instituce v inverzním barevném provedení, umístěnou na střed bílého pruhu v záhlaví, a výzdobný prvek – obrazový znak (modifikovaný filtry) v modré ploše. V dolní části zadní strany desek, která je zelená, je umístěna adresa a kontaktní údaje v bílé barvě. Desky jsou z kvalitního bílého a lesklého kartonu a jsou oboustranně potištěny ofsetovou technologií. Značka je potištěna parciálním UV lakem. Formát přední strany desek je 215 x 305 mm.

Zobrazený dokument je ve 40% velikosti, rozměry jsou předepsány v milimetrech a velikost textu v typografických bodech.



Desky mají dvě chlopně (v zelené barvě) pro ukládání dokumentů. V dolní chlopni jsou průřezy pro připevnění vizitky.



Obě vnitřní strany prezentačních desek (včetně vnitřních ploch chlopní) jsou potištěny modrou (firemní) barvou s bílým pruhem v záhlaví, ve kterém je na levé straně umístěna značka instituce v základním barevném provedení. V modré ploše levé strany jsou dále umístěny dvoubarevné (zelené a bílé) texty a vícebarevná schematická mapka Kraje Vysočina.

Zobrazený dokument je ve 40% velikosti, rozměry jsou předepsány v milimetrech a velikost textu v typografických bodech.



#### Texty:

zelené texty – Frutiger Cn 20 b. minusky

bílé texty – Frutiger Light Cn 20 b. minusky

proklad – 1 řádka

Samolepky mají široké možnosti užití a jejich aplikace posiluje povědomí o přítomnosti instituce. První varianta obsahuje pouze značku kraje v jejím inverzním barevném provedení. Druhá varianta má navíc pod značkou umístěnu [www](http://www.kr-vysocina.cz) adresu.

Samolepky jsou tištěny dvěma přímými firemními barvami (tmavomodrou – PANTONE 2748 C a zelenou – PANTONE 368 C) na bílý podklad. Jejich zvolená velikost vychází vždy z předepsaných poměrů, které jsou na zobrazeném vzoru kodifikovány poměrovou jednotkou  $x$ , jež se zde rovná šířce samolepky.



Frutiger Light minusky, vyrovnat do jedné řádky na šíři logotypu  
– při šířce samolepky 120 mm je velikost písma 29 b.



PREZentační  
a reklamní  
materiály

Základní pravidla jednotného vizuálního stylu (kap. 1.01) jsou kodifikována v tomto grafickém manuálu. Kromě standardních merkantilních tiskovin a některých dalších aplikací, které jsou zde detailně předepsány pro realizaci, jsou u dalších grafických prací kreativnějšího charakteru (například plakáty, billboardy, časopisy, ediční řady brožur atd.) stanoveny obecnější zásady jejich tvorby. Hlavní zásadou je uplatňování co možná největšího množství společných prvků, které demonstrují jednotnou tvář vizuálního stylu Kraje Vysočina.

Jednotícím prvkem všech aplikací je používání korporátního pruhu. Tento pruh je zeleno-modrý, bílý nebo modrý. Zeleno-modrý pruh se může používat buď samostatně (například při označování automobilů), nebo jako jeden z prvků celkového řešení (například v inzerátech). Bílý nebo modrý pruh se používá jen jako součást celkového výtvarného řešení.

Dalšími důležitými zásadami jsou:

- 1/ za všech okolností dodržovat předepsanou firemní barevnost ve všech technologických zpracováních
- 2/ bezpodmínečně respektovat ochrannou zónu všech variant značky
- 3/ užívat pouze předepsané písmové fonty
- 4/ značku instituce ve všech povolených variantách používat pouze vymezeným způsobem (viz kap. 2. ZNAČKA)

V případě edičních řad brožur vydávaných Krajem Vysočina je třeba vnímat jejich otevřenost pro rozvinutí naznačených grafických možností. Jejich variabilita je nastíněna v zobrazených příkladech, které ukazují různé používání stejných grafických prvků způsobem, který vytváří jednotnou linii, ale zároveň zdůrazňuje odlišnost jednotlivých edičních řad.

Společnými výtvarnými prvky pro všechny tři ediční řady jsou:

- 1/ jednotný princip tvorby obálek ve všech užívaných formátech, spočívající ve vytvoření tvarové i barevně variabilní mozaiky podkladové plochy
- 2/ jednotný způsob práce s obrazovým materiálem, spočívající ve vytváření obdélníkových bloků z obrázků způsobem, který vytváří prostor pro jejich tvarovou variabilitu i jejich postavení (obrázky se zásadně nepřekrývají, pouze se dotýkají)
- 3/ výhradní používání firemního písma Frutiger ve všech jeho povolených řezech na obálkách i vnitřních úpravách
- 4/ aplikace inverzní (bílé) podoby značky Kraje Vysočina (kromě uvedených variant, kdy je možno použít i značku v základním barevném provedení)
- 5/ respektování předpisu sazby a předpisu práce s obrázky, které jsou součástí manuálu

Charakteristickými prvky pro jednotlivé ediční řady jsou:

**Edice pro „úřad“**

- prioritní používání zelené (firemní) barvy a jejích procentních odstínů pro tvorbu podkladových mozaik obálek a podkladových ploch v řešení vnitřních grafických úprav
- převaha bílých ploch ve vnitřní úpravě, jednodušší způsob práce s texty a obrazovým materiálem

**Edice pro „propagaci kraje“**

- prioritní používání modré (firemní) barvy a jejích procentních odstínů pro tvorbu podkladových mozaik obálek a podkladových ploch v řešení vnitřních grafických úprav,
- převaha bílých ploch ve vnitřní úpravě, dynamičtější způsob práce s texty a obrazovým materiálem

**Edice pro „turistický ruch“**

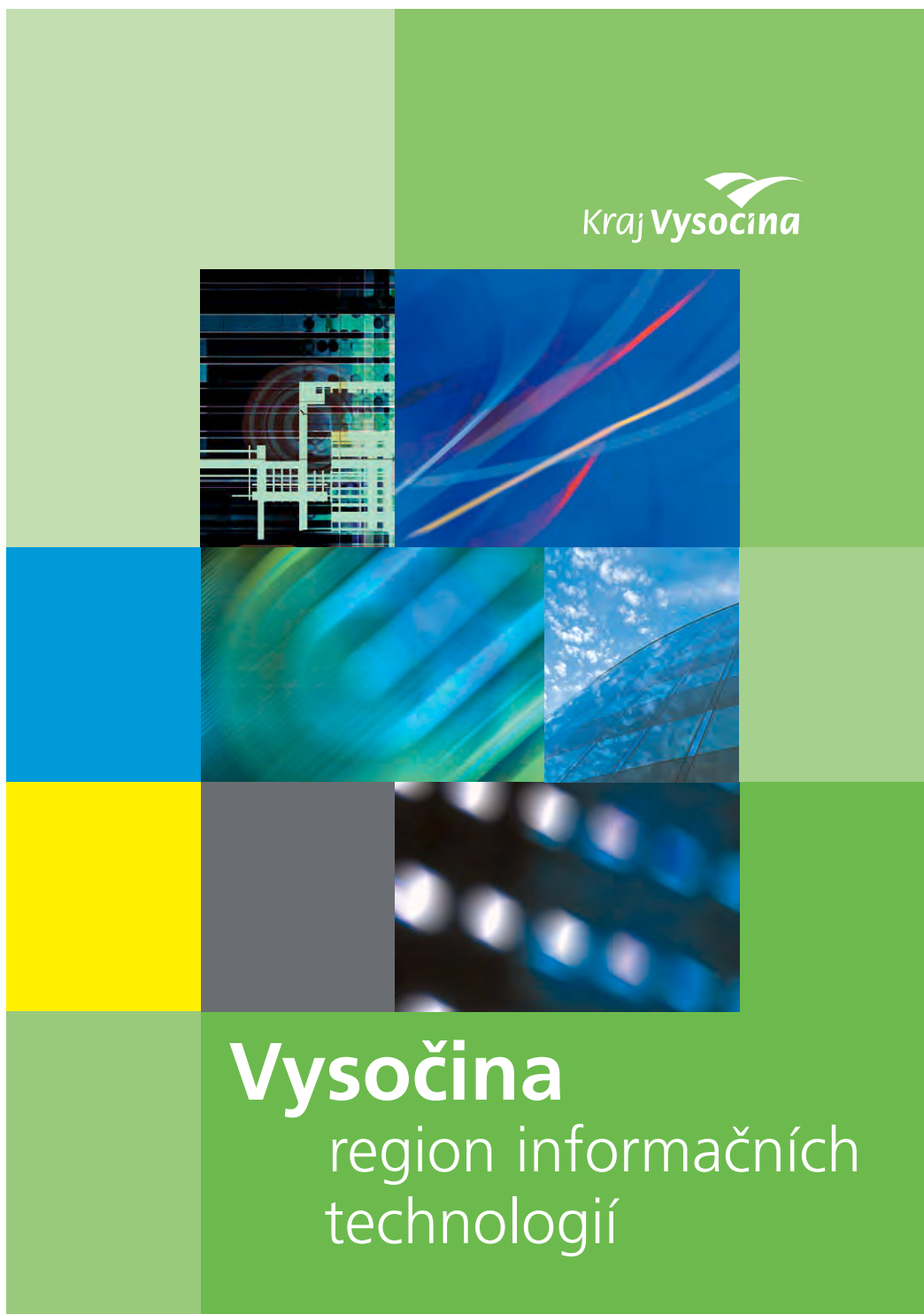
- používání pestrých a barevně variabilních podkladových mozaik obálek, jejichž barevnost se přenáší i do vnitřních grafických úprav jednotlivých titulů edice, využívání všech předepsaných možností práce s texty a obrazovým materiálem ve prospěch pestrosti a variability grafické úpravy vnitřních stran publikací
- používání obrázků větších formátů (i celostránkových) a sdružování menších obrázků do bloků (pruhů),
- používání barevných podkladových ploch (viz barevnost příslušné obálky) pro texty a titulky, inverzní (bílé) texty v obrázcích, aplikace piktogramů a dalších grafických prvků

V případě umísťování jiných firemních značek je nutno zohlednit ostatní okolnosti (veřejná podpora, živnostenské podnikání).

Hlavními výtvarnými principy tvorby obálek řady informačních materiálů pro „úřad“ výškového formátu A4 jsou:

- podkladová mozaika vytvořená ze zelených ploch (firemní zelená a její procentní odstíny od 20 do 100 %), doplněná dvěma až třemi ploškami doplňkových barev
- umístění obrazového materiálu do bloku stabilních rozměrů s možností tvarové i poziční variability
- aplikace inverzní (bílé) podoby značky Kraje Vysočina v jednotné velikosti (šíře 50 mm) a postavení
- výhradní používání firemního písma Frutiger (v kombinaci Frutiger Bold a Frutiger Light) v bílé barvě a jeho stabilní umístění

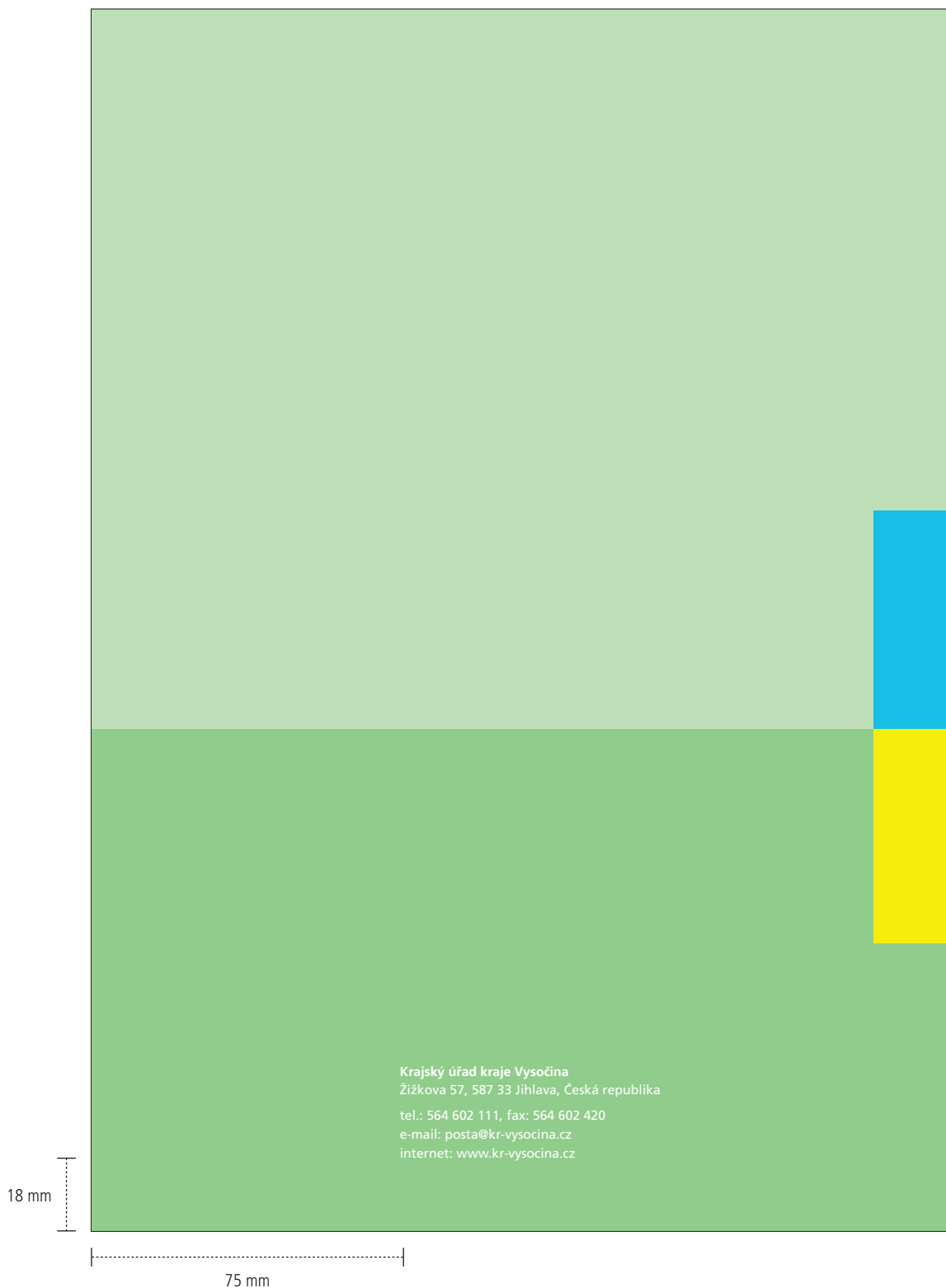
Zobrazený dokument je v 66 % skutečné velikosti.



Hlavními výtvarnými principy tvorby zadních stran obálek řady informačních materiálů pro „úřad“ výškového formátu A4 (1) varianta A jsou:

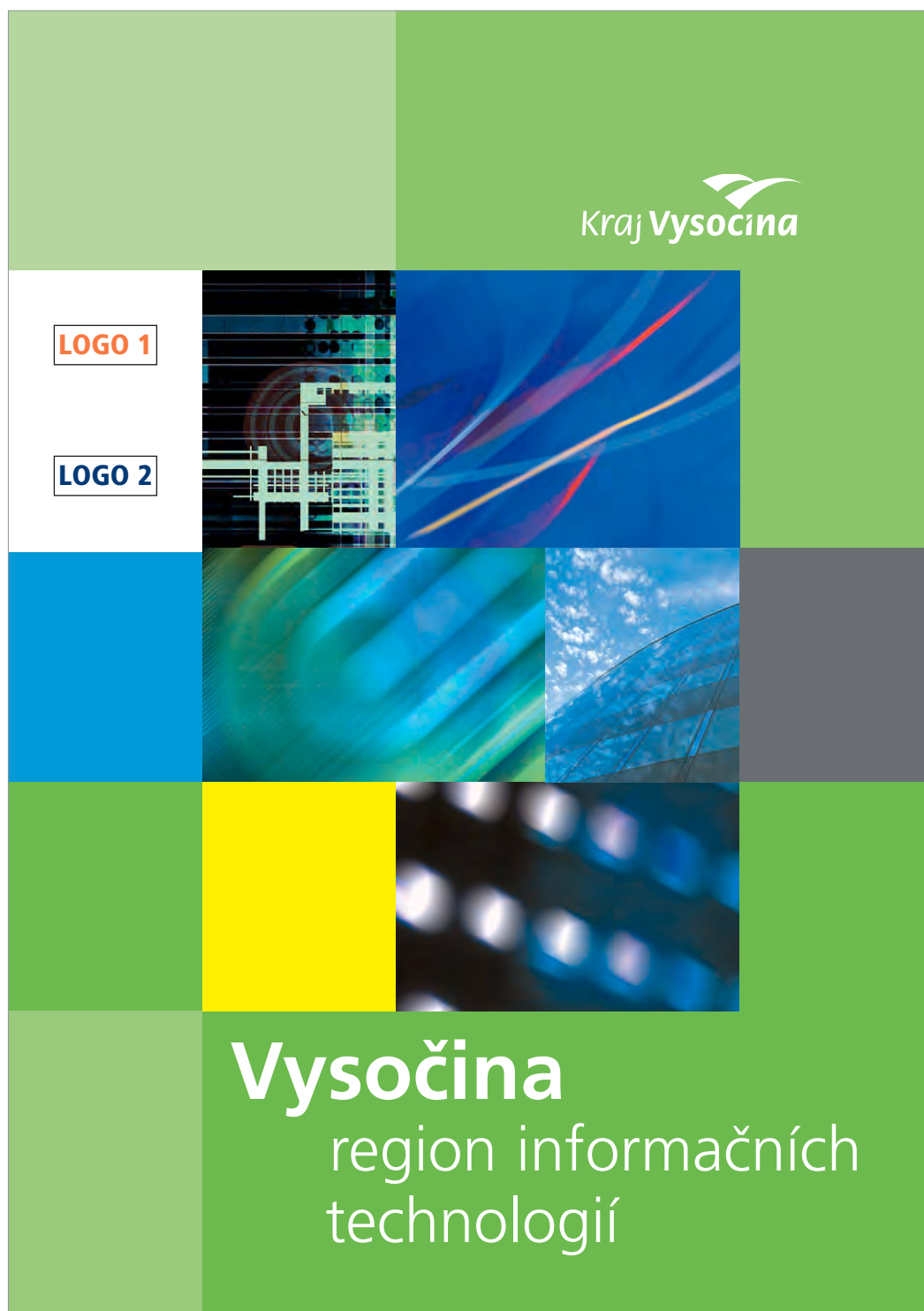
- přesah barevných ploch podkladové mozaiky z přední strany obálky po celé délce zadní strany, doplněný přesahem barevných ploch o šířce 20 mm
- výhradní používání firemního písma Frutiger 9/12 (v kombinaci Frutiger Bold a Frutiger Roman), v bílé nebo modré barvě (PANTONE 368 C/U), zarovnání textu doleva
- umístování log či dalších grafických prvků není doporučeno

Zobrazený dokument je v 66 % skutečné velikosti.



V případě nutnosti umístit na obálku jednu či více firemních značek, které mohou být aplikovány pouze na bílé podkladové ploše, je možné vyčlenit pro tento účel jednu z ploch podkladové mozaiky a změnit ji na bílou.

Zobrazený dokument je v 66 % skutečné velikosti.



Hlavními výtvarnými principy tvorby zadních stran obálek řady informačních materiálů pro „úřad“ výškového formátu A4 (1) varianta B jsou:

- přesah všech barevných ploch podkladové mozaiky z přední strany obálky o šířce 60 mm
- výhradní používání firemního písma Frutiger 9/12 (v kombinaci Frutiger Bold a Frutiger Roman), v modré barvě (PANTONE 368 C/U), zarovnání textu doprava
- umístování log či dalších grafických prvků není doporučeno

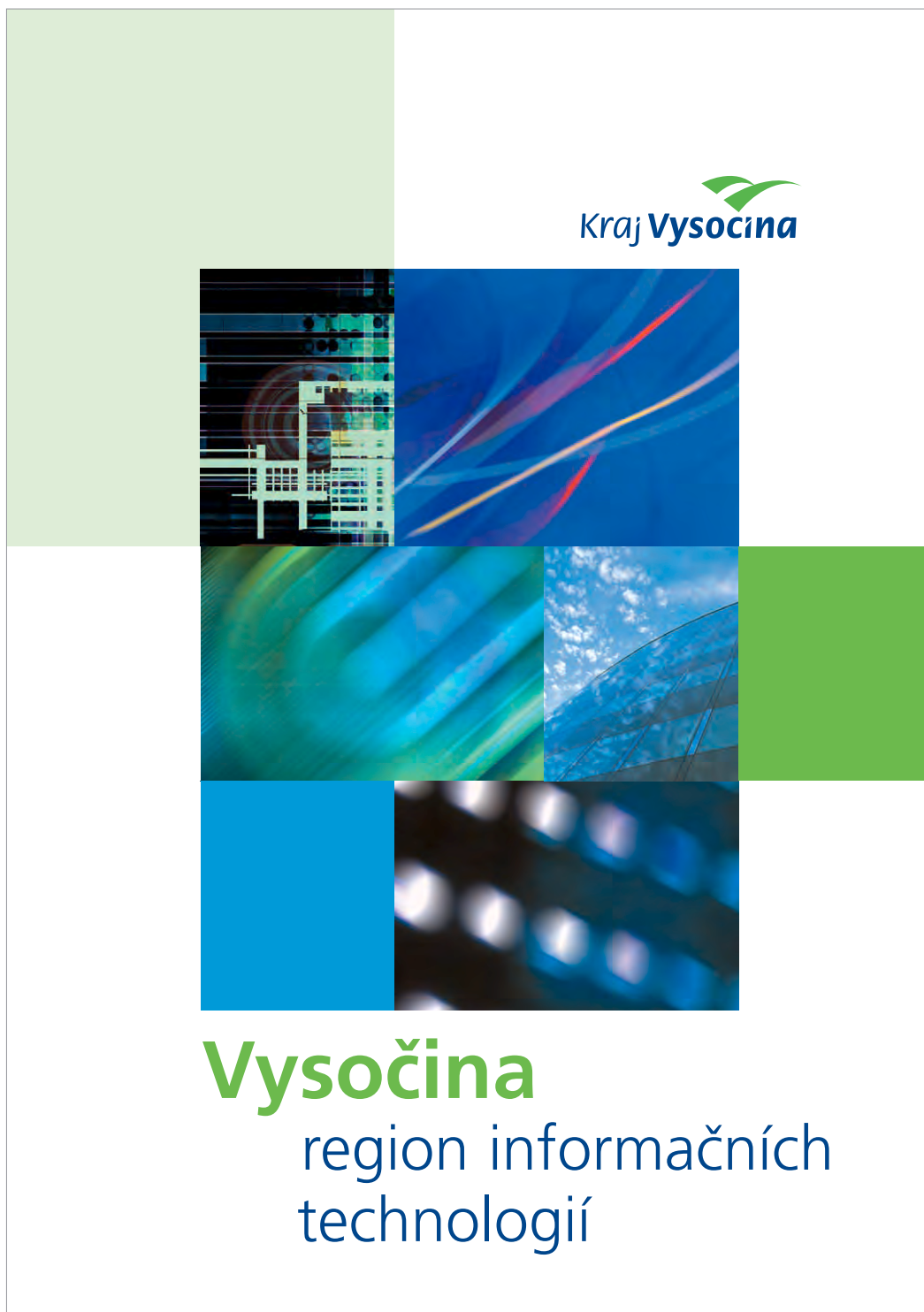
Zobrazený dokument je v 66 % skutečné velikosti.





Varianta řešení obálky, které je možné uplatnit i ve všech dalších používaných formátech, je umístění obrazového bloku na bílou podkladovou plochu s využitím jedné až dvou doplňkových ploch v procentních odstínech (20 – 100 %) firemní zelené barvy (plus další doplňkové barevné plochy). Značka instituce je použita ve svém základním barevném provedení ve stejné velikosti i postavení. Titul brožury je ve dvou firemních barvách – zelené a modré – ve stejném postavení a velikosti.

Zobrazený dokument je v 66 % skutečné velikosti.



Výtvarné principy tvorby zadních stran obálek řady informačních materiálů pro „úřad“ výškového formátu A4 (3) jsou stejné jako principy tvorby zadních stran obálek formátu A4 (1) (varianta A i B) řady informačních materiálů pro „úřad“.

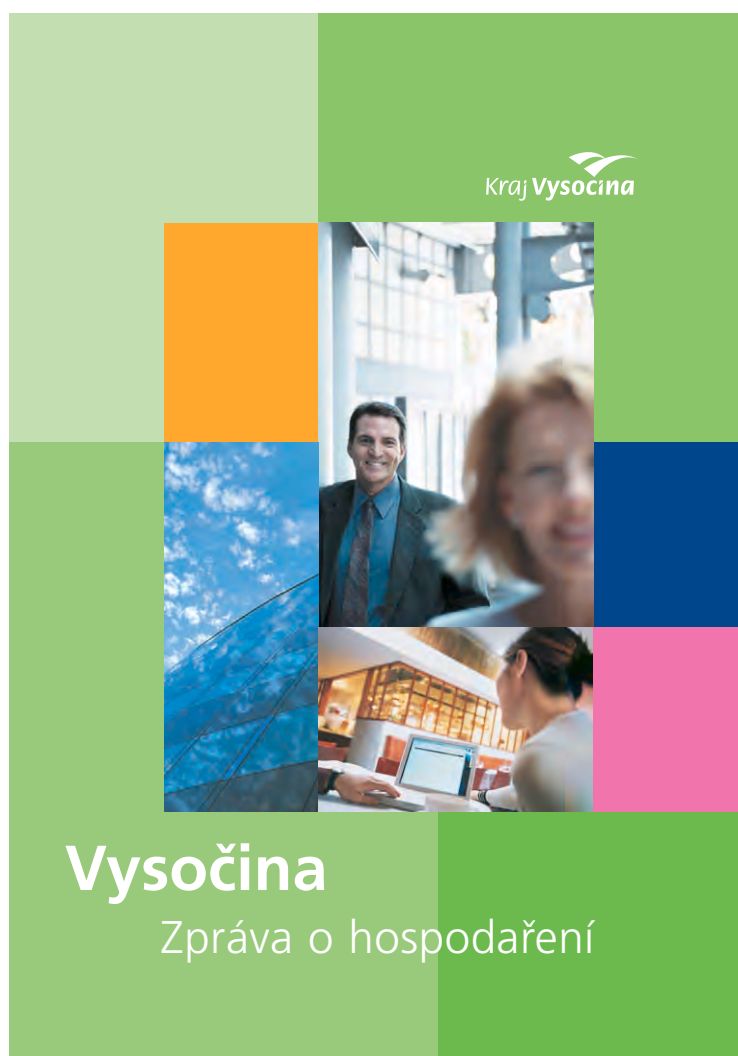
Zobrazený dokument představuje jednu možnou variantu (A) a je v 66 % skutečné velikosti.



Hlavními výtvarnými principy tvorby obálek řady informačních materiálů pro „úřad“ výškového formátu A5 jsou:

- podkladová mozaika vytvořená ze zelených ploch (firemní zelená a její procentní odstíny od 20 do 100 %), doplněná dvěma až třemi ploškami doplňkových barev
- umístění obrazového materiálu do bloku stabilních rozměrů s možností jejich tvarové i poziční variability
- aplikace inverzní (bílá) podoby značky Kraje Vysočina v jednotné velikosti (šíře 43 mm) a postavení
- výhradní používání firemního písma Frutiger (v kombinaci Frutiger Bold a Frutiger Light) v bílé barvě a jeho stabilní umístění

Zobrazený dokument je v 66 % skutečné velikosti.



Výtvarné principy tvorby zadních stran obálek řady informačních materiálů pro „úřad“ výškového formátu A5 jsou stejné jako principy tvorby zadních stran obálek formátu A4 (1) (varianta A i B) řady informačních materiálů pro „úřad“.

Zobrazený dokument představuje jednu možnou variantu (A) a je v 66 % skutečné velikosti.



Hlavními výtvarnými principy tvorby obálek řady informačních materiálů pro „úřad“ šířkového formátu A5 jsou:

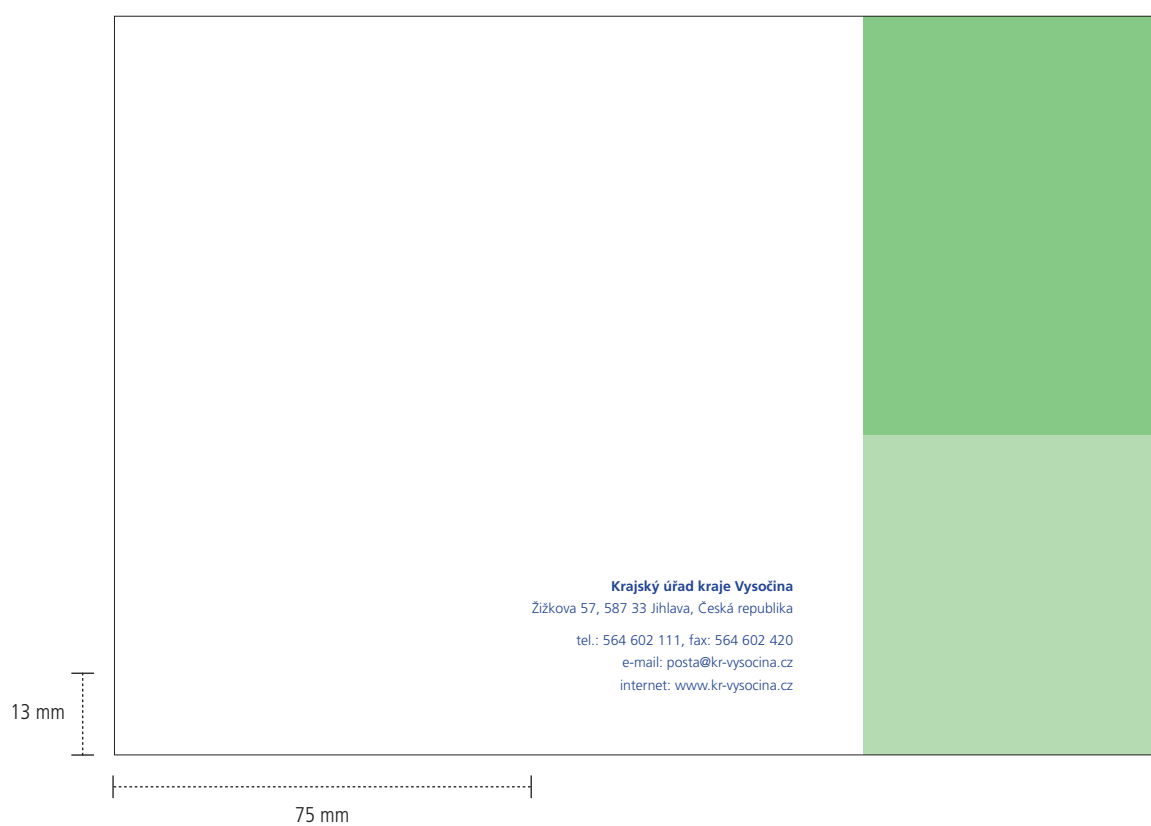
- podkladová mozaika vytvořená ze zelených ploch (firemní zelená a její procentní odstíny od 20 do 100 %), doplněná dvěma až třemi ploškami doplňkových barev
- umístění obrazového materiálu do bloku stabilních rozměrů s možností tvarové i poziční variability
- aplikace inverzní (bílé) podoby značky Kraje Vysočina v jednotné velikosti (šíře 43 mm) a postavení
- výhradní používání firemního písma Frutiger (v kombinaci Frutiger Bold a Frutiger Light) v bílé barvě a jeho stabilní umístění

Zobrazený dokument je v 66 % skutečné velikosti.



Výtvarné principy tvorby zadních stran obálek řady informačních materiálů pro „úřad“ šířkového formátu A5 jsou stejné jako principy tvorby zadních stran obálek formátu A4 (1) (varianta A i B) řady informačních materiálů pro „úřad“.

Zobrazený dokument představuje jednu možnou variantu (B) a je v 66 % skutečné velikosti.



Hlavními výtvarnými principy tvorby obálek řady informačních materiálů pro „úřad“ atypického formátu 105 x 297 mm (po složení) jsou:

- podkladová mozaika vytvořená ze zelených ploch (firemní zelená a její procentní odstíny od 20 do 100 %), doplněná dvěma až třemi ploškami doplňkových barev
- umístění obrazového materiálu do bloku stabilních rozměrů s možností tvarové i poziční variability
- aplikace inverzní (bílé) podoby značky Kraje Vysočina v jednotné velikosti (šíře 43 mm) a postavení
- výhradní používání firemního písma Frutiger (v kombinaci Frutiger Bold a Frutiger Light) v bílé barvě (s možností kombinace části textu v procentních odstínech zelené barvy – 30 až 60 %) a jeho stabilní umístění

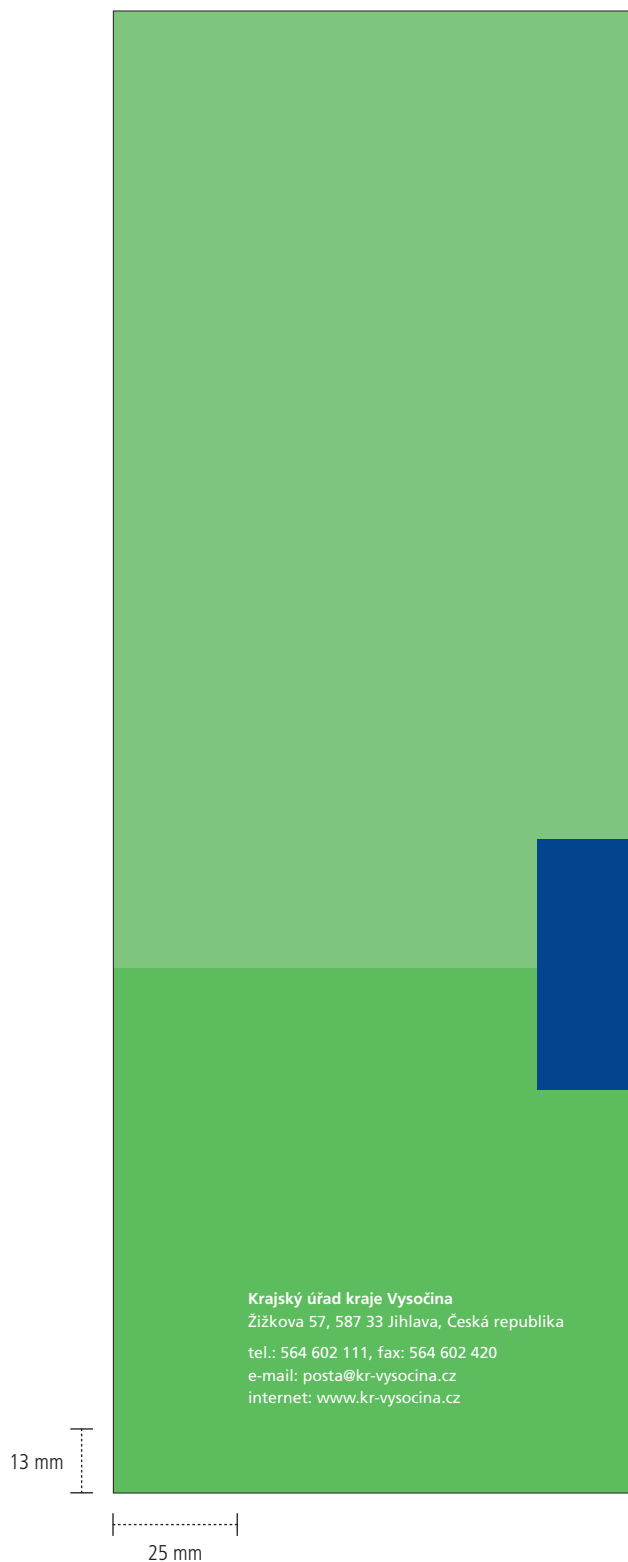
Zobrazený dokument je v 66 % skutečné velikosti.



Výtvarné principy tvorby zadních stran obálek řady informačních materiálů pro „úřad“ atypického formátu jsou stejné jako principy tvorby zadních stran obálek formátu A4 (1) (varianta A i B) řady informačních materiálů pro „úřad“ s těmito specifiky:

- výhradní používání firemního písma Frutiger 8/11 (v kombinaci Frutiger Bold a Frutiger Roman), v bílé nebo modré barvě (PANTONE 368 C/U), zarovnání textu doleva
- v případě zvolení varianty B se předepisuje přesah barevných ploch podkladové mozaiky z přední strany obálky o šířce 20 mm

Zobrazený dokument představuje jednu možnou variantu (A) a je v 66 % skutečné velikosti.





Hlavními výtvarnými principy tvorby obálek řady informačních materiálů pro „úřad“ formátu 100 x 210 mm (po složení) jsou:

- podkladová mozaika vytvořená ze zelených ploch (firemní zelená a její procentní odstíny od 20 do 100 %), doplněná dvěma až třemi ploškami doplňkových barev
- umístění obrazového materiálu do bloku stabilních rozměrů s možností tvarové i poziční variability
- aplikace inverzní (bílé) podoby značky Kraj Vysočina v jednotné velikosti (šíře 43 mm) a postavení
- výhradní používání firemního písma Frutiger (v kombinaci Frutiger Bold a Frutiger Light) v bílé barvě

Zobrazený dokument je v 66 % skutečné velikosti.



Hlavními výtvarnými principy řešení vnitřní grafické úpravy pro všechny formáty ediční řady pro „úřad“ jsou:

- 1/ jednotný způsob práce s obrazovým materiálem spočívající ve vytváření bloků (pruhů) z obrázků (obrázky se zásadně nepřekrývají, pouze dotýkají)
- 2/ okrajové používání firemní modré barvy v titulcích a menších podkladových ploškách
- 3/ výhradní používání firemního písma Frutiger ve všech jeho povolených řezech
- 4/ respektování předpisu sazby a předpisu práce s obrázky, které jsou součástí manuálu (samostatná příloha)
- 5/ převaha bílých ploch ve vnitřní úpravě, jednodušší způsob práce s texty a obrazovým materiálem
- 6/ zachování bílého pásu v záhlaví všech stránek s možností umisťovat do něj značku instituce
- 7/ stabilní umístění paginace na vnějších okrajích stránek

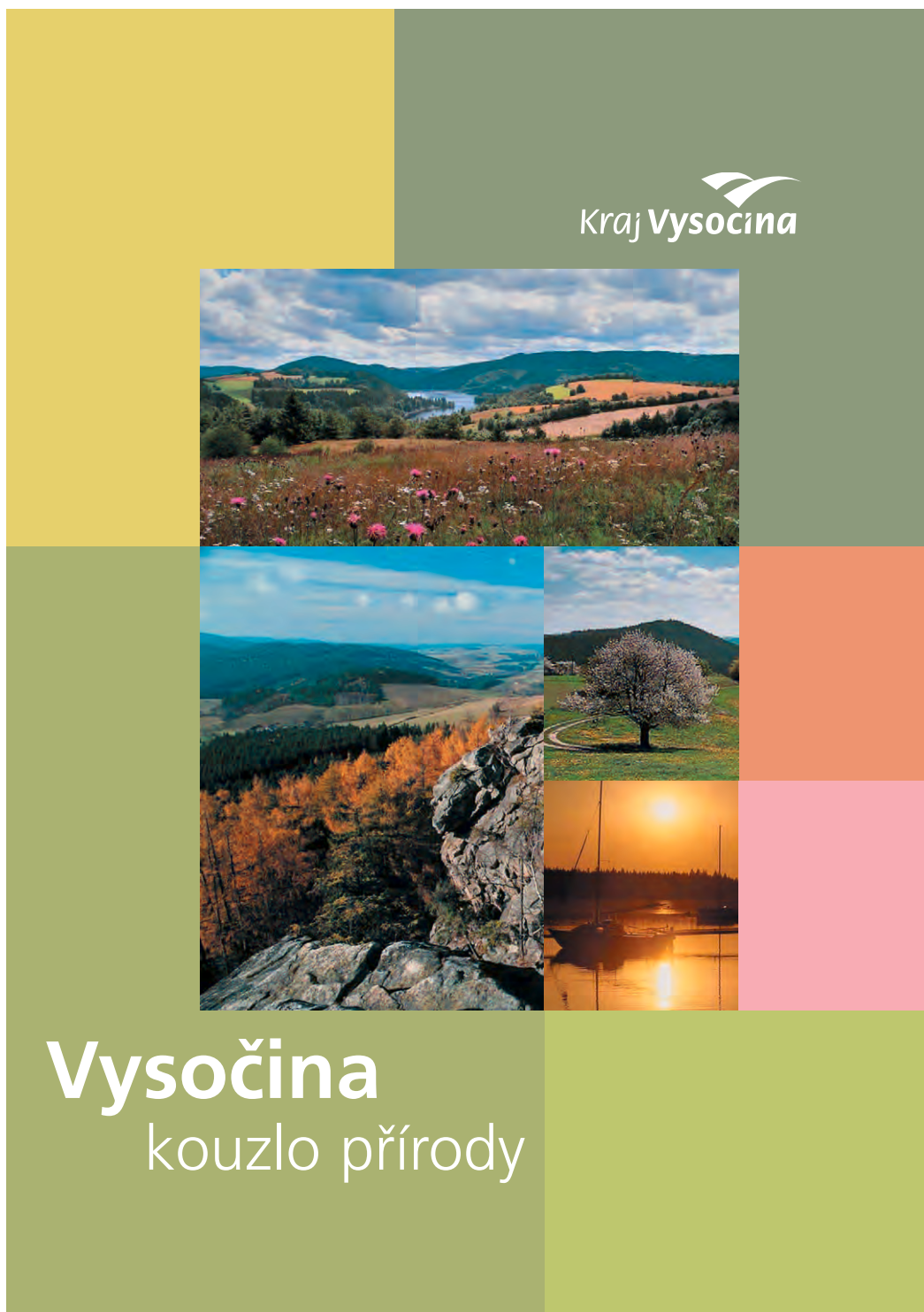
Zobrazený dokument je ve 40 % skutečné velikosti.

<div data-bbox="229 819 399 851" data-label="Section-Header"> <h2>Hlavní titulek</h2> </div> <div data-bbox="229 891 770 952" data-label="Text"> <p>Of the Vysočina Regions has thus attracted a number of foreign investors recently, who have placed here not only production capacities, but also R&amp;D. Human resources in the Vysočina Region are characterized by a high degree of skills, knowledge and reliability. At the same time, the price of the labour force is substantially lower than the price of the labour force not only in Western Europe, but also in the rest of the Czech Republic.</p> </div> <div data-bbox="229 963 770 1019" data-label="Text"> <p>Both the government of the Vysočina Region and the local town administrations have a very positive approach to supporting business. This attitude helps entrepreneurs in their activities and facilitates the official procedures that are often connected with all the advantages that this region offers, makes the Vysočina Region one of most attractive locations for business in Europe.</p> </div> <div data-bbox="229 1030 770 1104" data-label="Text"> <p>Our Dutch owner was preparing a greenfield project for the construction of new production facilities were supposed to be built somewhere in central Europe and it was clear that it did not have to be necessarily in the Czech Republic, much less the Vysočina Region. Our Dutch owner was preparing a greenfield project for the construction of new production facilities were supposed to be built somewhere in central Europe and it was clear that it did not have to be necessarily in the Czech Republic, much less the Vysočina Region."</p> </div> <div data-bbox="188 1128 826 1417" data-label="Image"> </div> <div data-bbox="229 1433 453 1456" data-label="Section-Header"> <h3>Podtitulek prvního řádu</h3> </div> <div data-bbox="229 1453 759 1568" data-label="Text"> <p>One of the fourteen regions of the Czech Republic, has been known historically as a land of very poor and very tough people. The region gained this reputation thanks to its picturesque but rough countryside, which tested the capabilities and inventiveness of the people in fighting their destiny. The word Vysočina means "highlands" in Czech, and it is a much more difficult part of the Czech Republic than the other, flatter regions, allowing its farmers to grow almost nothing else but potatoes, the so-called "crop of the poor". Modern times brought a number of revolutionary changes to the Vysočina Region. In Vysočina, as well as in the rest of the Czech Republic, industrial production supplanted agriculture as the principle economic activity. The traditional industries in Vysočina includes: Production of parts for automotive industry, Electrical industry, Power engineering.</p> </div> <div data-bbox="229 1601 245 1615" data-label="Text"> <p>01</p> </div>	<div data-bbox="1347 768 1425 792" data-label="Page-Header"> <p>Kraj Vysočina</p> </div> <div data-bbox="826 801 1465 1128" data-label="Image"> </div> <div data-bbox="1163 963 1404 1115" data-label="Section-Header"> <h2>Umístování bílých textů do barevných obrazů</h2> </div> <div data-bbox="887 1155 1067 1176" data-label="Section-Header"> <h3>Podtitulek druhého řádu</h3> </div> <div data-bbox="887 1173 1149 1299" data-label="Text"> <p>Of the Vysočina Regions has thus attracted a number of foreign investors recently, who have placed here not only production capacities, but also R&amp;D. Human resources in the Vysočina Region are characterized by a high degree of skills, knowledge and reliability. At the same time, the price of the labour force is substantially lower than the price of the labour force not only in Western Europe, but also in the rest of the Czech Republic.</p> </div> <div data-bbox="887 1310 1149 1411" data-label="Text"> <p>Both the government of the Vysočina Region and the local town administrations have a very positive approach to supporting business. This attitude helps entrepreneurs in their activities and facilitates the official procedures that are often connected with all the advantages that this region offers, makes the Vysočina Region one of most attractive locations for business in Europe.</p> </div> <div data-bbox="887 1422 1149 1563" data-label="Text"> <p>Our Dutch owner was preparing a greenfield project for the construction of new production facilities were supposed to be built somewhere in central Europe and it was clear that it did not have to be necessarily in the Czech Republic, much less the Vysočina Region. Our Dutch owner was preparing a greenfield project for the construction of new production facilities were supposed to be built somewhere in central Europe and it was clear that it did not have to be necessarily in the Czech Republic, much less the Vysočina Region."</p> </div> <div data-bbox="1163 1155 1425 1270" data-label="Text"> <p>Of the Vysočina Regions has thus attracted a number of foreign investors recently, who have placed here not only production capacities, but also R&amp;D. Human resources in the Vysočina Region are characterized by a high degree of skills, knowledge and reliability. At the same time, the price of the labour force is substantially lower than the price of the labour force not only in Western Europe, but also in the rest of the Czech Republic.</p> </div> <div data-bbox="1163 1279 1425 1379" data-label="Text"> <p>Both the government of the Vysočina Region and the local town administrations have a very positive approach to supporting business. This attitude helps entrepreneurs in their activities and facilitates the official procedures that are often connected with all the advantages that this region offers, makes the Vysočina Region one of most attractive locations for business in Europe.</p> </div> <div data-bbox="1163 1417 1465 1576" data-label="Image"> </div> <div data-bbox="1410 1601 1426 1615" data-label="Text"> <p>02</p> </div>
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Hlavními principy tvorby obálek řady informačních materiálů pro „turistický ruch“ výškového formátu A4 jsou:

- podkladová mozaika vytvořená z různého počtu barevných ploch
- umístění obrazového materiálu do bloku stabilních rozměrů s možností tvarové i poziční variability
- aplikace inverzní (bílé) podoby značky Kraje Vysočina v jednotné velikosti (šíře 50 mm) a postavení
- výhradní používání firemního písma Frutiger (v kombinaci Frutiger Bold a Frutiger Light) v bílé barvě a jeho stabilní umístění

Zobrazený dokument je v 66 % skutečné velikosti.



Výtvarné principy tvorby zadních stran obálek řady informačních materiálů pro „turistický ruch“ výškového formátu A4 jsou stejné jako principy tvorby zadních stran obálek formátu A4 (1) (varianta A i B) řady informačních materiálů pro „úřad“.

Zobrazený dokument představuje jednu možnou variantu (B) a je v 66 % skutečné velikosti.



Hlavními principy tvorby obálek řady informačních materiálů pro „turistický ruch“ šířkového formátu A4 jsou:

- podkladová mozaika vytvořená z různého počtu barevných ploch
- umístění obrazového materiálu do bloku stabilních rozměrů s možností tvarové i poziční variability
- aplikace inverzní (bílá) podoby značky Kraje Vysočina v jednotné velikosti (šíře 50 mm) a postavení
- výhradní používání firemního písma Frutiger (v kombinaci Frutiger Bold a Frutiger Light) v bílé barvě a jeho stabilní umístění

Zobrazený dokument je v 50 % skutečné velikosti.



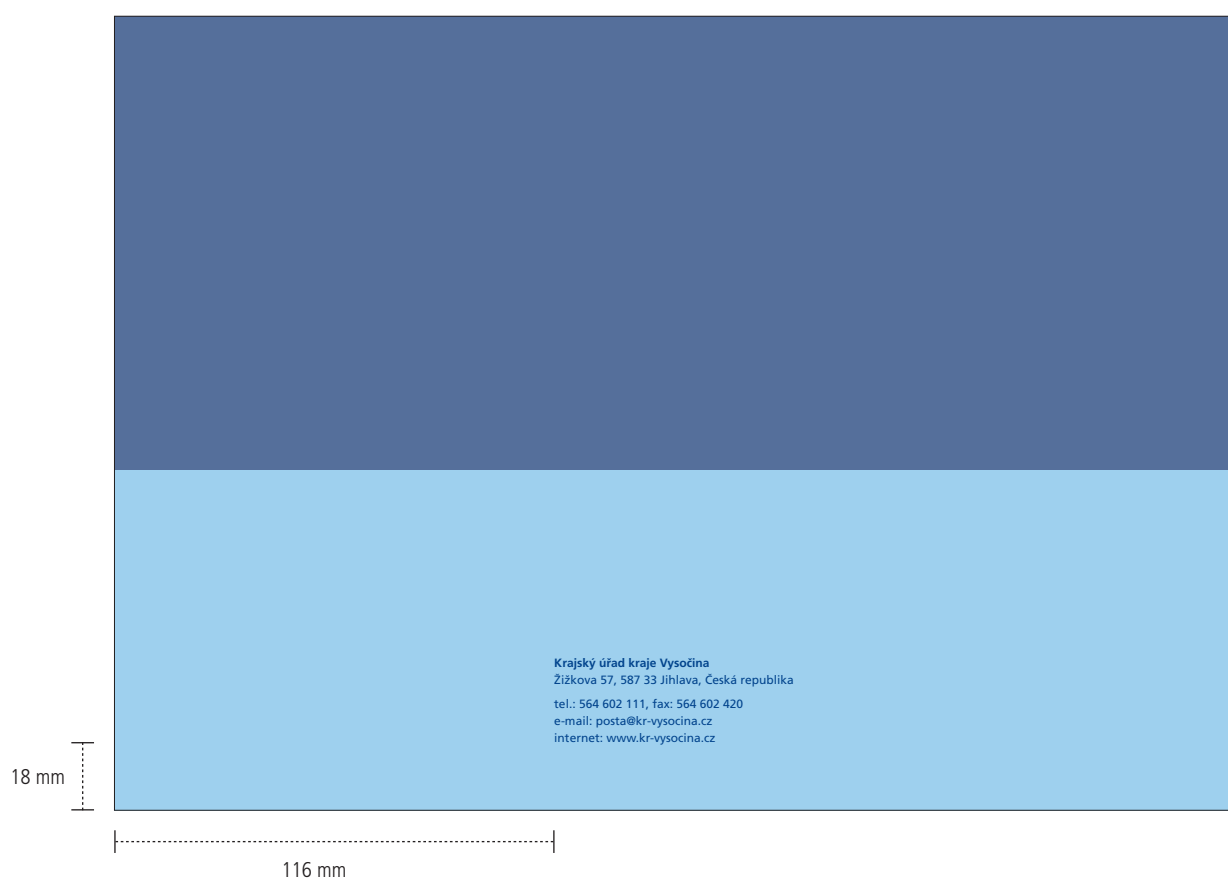
V případě nutnosti umístit na obálku jednu či více firemních značek, které mohou být aplikovány pouze na bílé podkladové ploše, je možnost vyčlenit pro tento účel jednu z ploch podkladové mozaiky a změnit ji na bílou.

Zobrazený dokument je v 50 % skutečné velikosti.



Výtvarné principy tvorby zadních stran obálek řady informačních materiálů pro „turistický ruch“ šířkového formátu A4 jsou stejné jako principy tvorby zadních stran obálek formátu A4 (1) (varianta A i B) řady informačních materiálů pro „úřad“.

Zobrazený dokument představuje jednu možnou variantu (A) a je v 66 % skutečné velikosti.

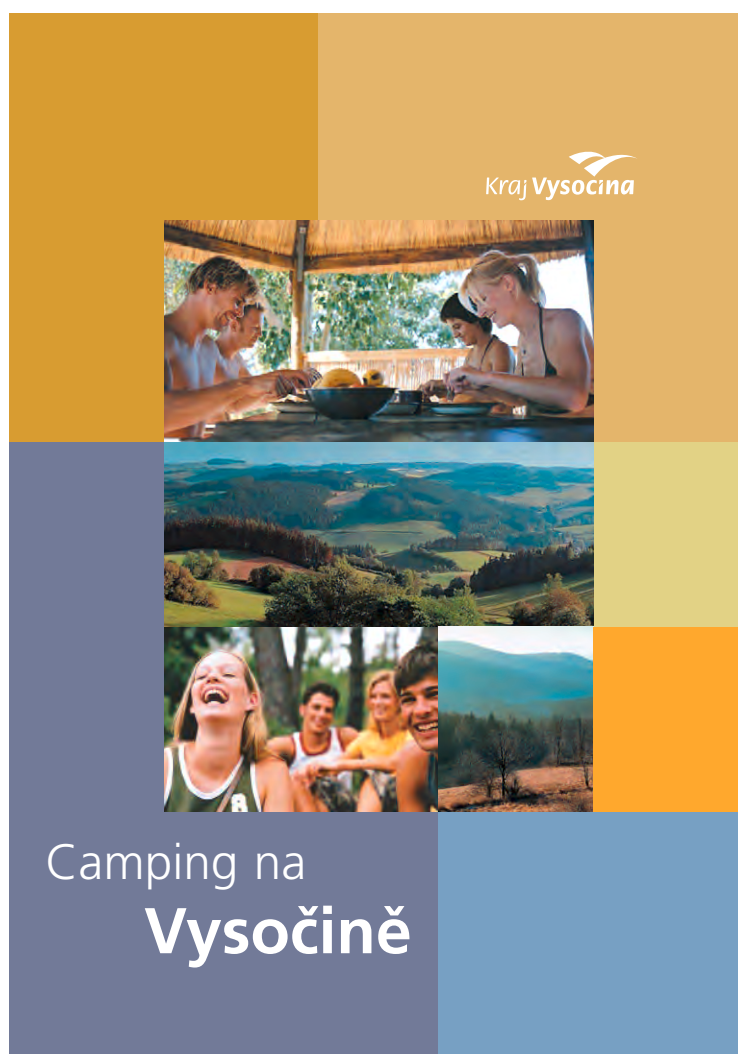




Hlavními principy tvorby obálek řady informačních materiálů pro „turistický ruch“ výškového formátu A5 jsou:

- podkladová mozaika vytvořená z různého počtu barevných ploch
- umístění obrazového materiálu do bloku stabilních rozměrů s možností tvarové i poziční variability
- aplikace inverzní (bílé) podoby značky Kraje Vysočina v jednotné velikosti (šíře 43 mm) a postavení
- výhradní používání firemního písma Frutiger (v kombinaci Frutiger Bold a Frutiger Light) v bílé barvě a jeho stabilní umístění

Zobrazený dokument je v 66 % skutečné velikosti.





Výtvarné principy tvorby zadních stran obálek řady informačních materiálů pro „turistický ruch“ výškového formátu A5 jsou stejné jako principy tvorby zadních stran obálek formátu A4 (1) (varianta A i B) řady informačních materiálů pro „úřad“.

Zobrazený dokument představuje jednu možnou variantu (A) a je v 66 % skutečné velikosti.



Hlavními principy tvorby obálek řady informačních materiálů pro „turistický ruch“ šířkového formátu A5 jsou:

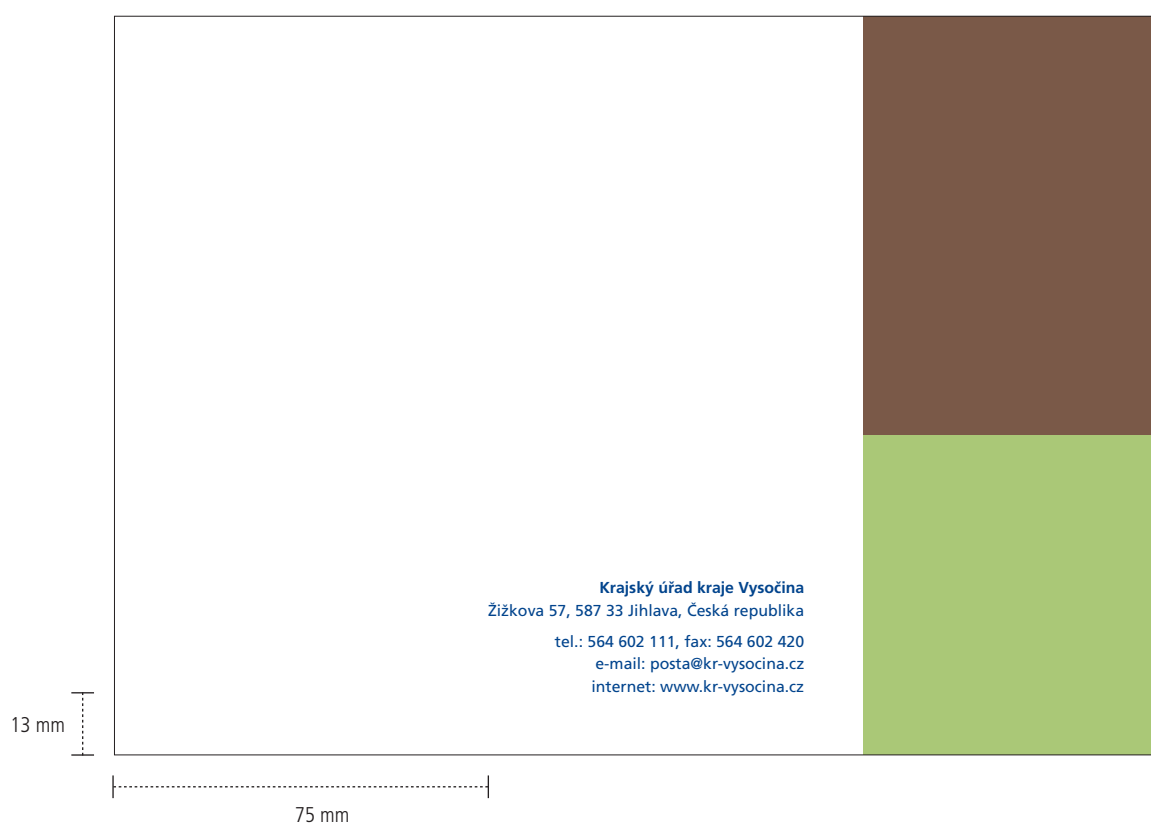
- podkladová mozaika vytvořená z různého počtu barevných ploch
- umístění obrazového materiálu do bloku stabilních rozměrů s možností tvarové i poziční variability
- aplikace inverzní (bílé) podoby značky Kraje Vysočina v jednotné velikosti (šíře 43 mm) a postavení
- výhradní používání firemního písma Frutiger (v kombinaci Frutiger Bold a Frutiger Light) v bílé barvě a jeho stabilní umístění

Zobrazený dokument je v 66 % skutečné velikosti.



Výtvarné principy tvorby zadních stran obálek řady informačních materiálů pro „turistický ruch“ šířkového formátu A5 jsou stejné jako principy tvorby zadních stran obálek formátu A4 (1) (varianta A i B) řady informačních materiálů pro „úřad“.

Zobrazený dokument představuje jednu možnou variantu (B) a je v 66 % skutečné velikosti.



Hlavními principy tvorby obálek řady informačních materiálů pro „turistický ruch“ čtvercového formátu 210 x 210 mm jsou:

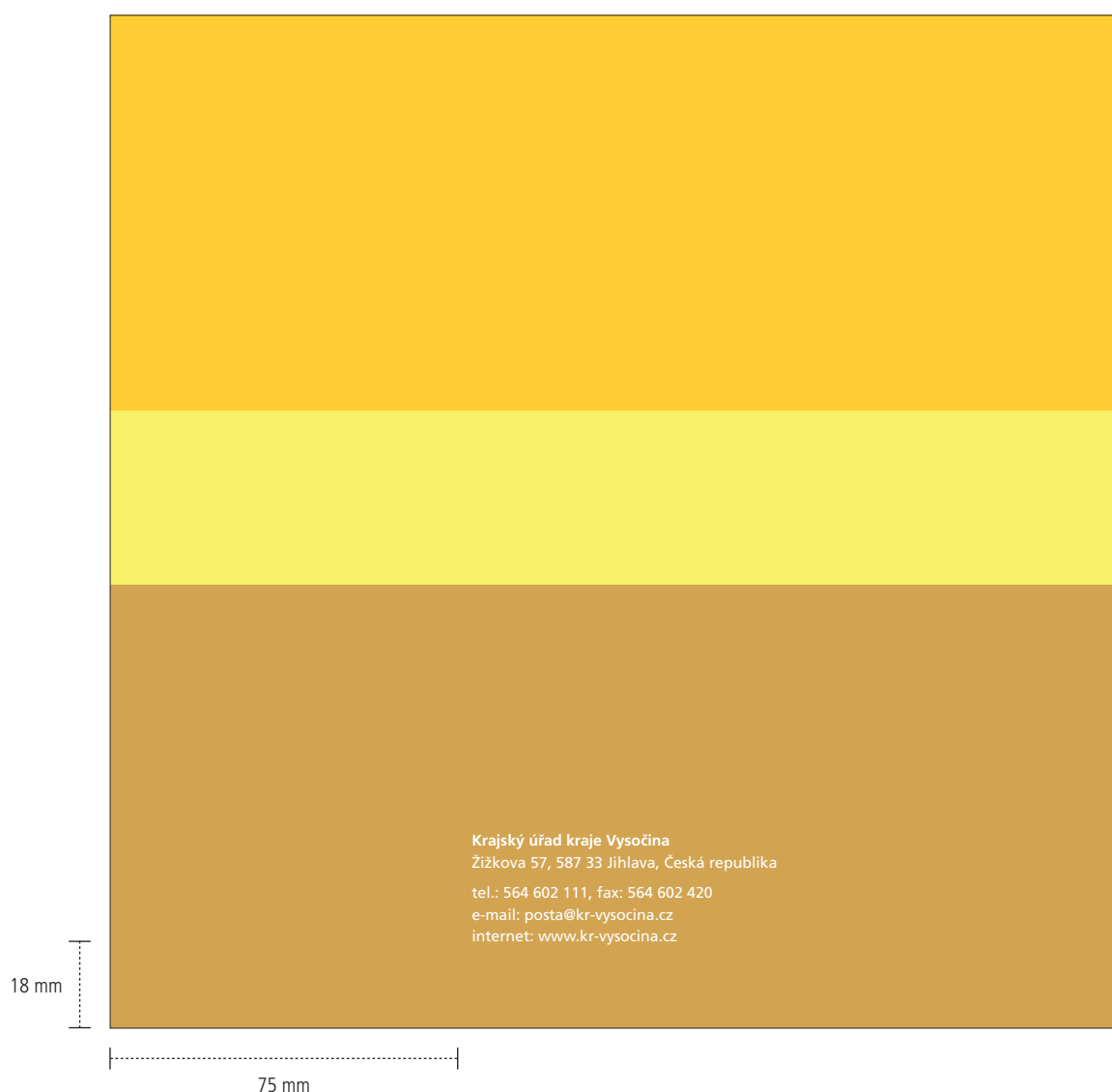
- podkladová mozaika vytvořená z různého počtu barevných ploch
- umístění obrazového materiálu do bloku stabilních rozměrů s možností tvarové i poziční variability
- aplikace inverzní (bílé) podoby značky Kraje Vysočina v jednotné velikosti (šíře 43 mm) a postavení
- výhradní používání firemního písma Frutiger (v kombinaci Frutiger Bold a Frutiger Light) v bílé barvě a jeho stabilní umístění

Zobrazený dokument je v 66 % skutečné velikosti.



Výtvarné principy tvorby zadních stran obálek řady informačních materiálů pro „turistický ruch“ čtvercového formátu jsou stejné jako principy tvorby zadních stran obálek formátu A4 (1) (varianta A i B) řady informačních materiálů pro „úřad“.

Zobrazený dokument představuje jednu možnou variantu (A) a je v 66 % skutečné velikosti.



Hlavními principy tvorby obálek řady informačních materiálů pro „turistický ruch“ formátu 100 x 210 mm (po složení) jsou:

- podkladová mozaika vytvořená z různého počtu barevných ploch
- umístění obrazového materiálu do bloku stabilních rozměrů s možností tvarové i poziční variability
- aplikace inverzní (bílé) podoby značky Kraje Vysočina v jednotné velikosti (šíře 39 mm) a postavení
- výhradní používání firemního písma Frutiger (v kombinaci Frutiger Bold a Frutiger Light) v bílé barvě a jeho stabilní umístění

Zobrazený dokument je v 66 % skutečné velikosti.



Hlavními principy tvorby obálek řady informačních materiálů pro „turistický ruch“ formátu 70 x 148 mm (po složení) jsou:

- podkladová mozaika vytvořená z různého počtu barevných ploch
- umístění obrazového materiálu do bloku stabilních rozměrů s možností tvarové i poziční variability
- aplikace inverzní (bílě) podoby značky Kraje Vysočina v jednotné velikosti (šíře 39 mm) a postavení
- výhradní používání firemního písma Frutiger (v kombinaci Frutiger Bold a Frutiger Light) v bílé barvě a jeho stabilní umístění

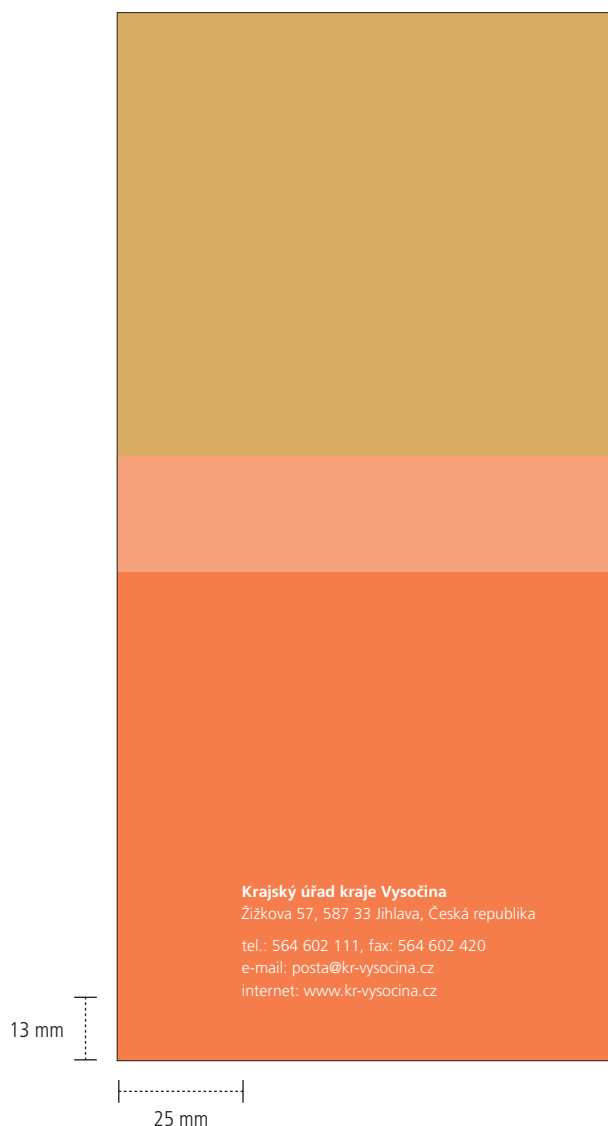
Zobrazený dokument je v 100% velikosti.



Výtvarné principy tvorby zadních stran obálek řady informačních materiálů pro „turistický ruch“ typu skládačka (2) jsou stejné jako principy tvorby zadních stran obálek formátu A4 (1) (varianta A i B) řady informačních materiálů pro „úřad“ s těmito specifiky:

- výhradní používání firemního písma Frutiger 8/11 (v kombinaci Frutiger Bold a Frutiger Roman), v bílé nebo modré barvě (PANTONE 368 C/U), zarovnání textu doleva
- v případě zvolení varianty B se předepisuje přesah barevných ploch podkladové mozaiky z přední strany obálky o šířce 20 mm

Zobrazený dokument představuje jednu možnou variantu (A) a je v 66 % skutečné velikosti.

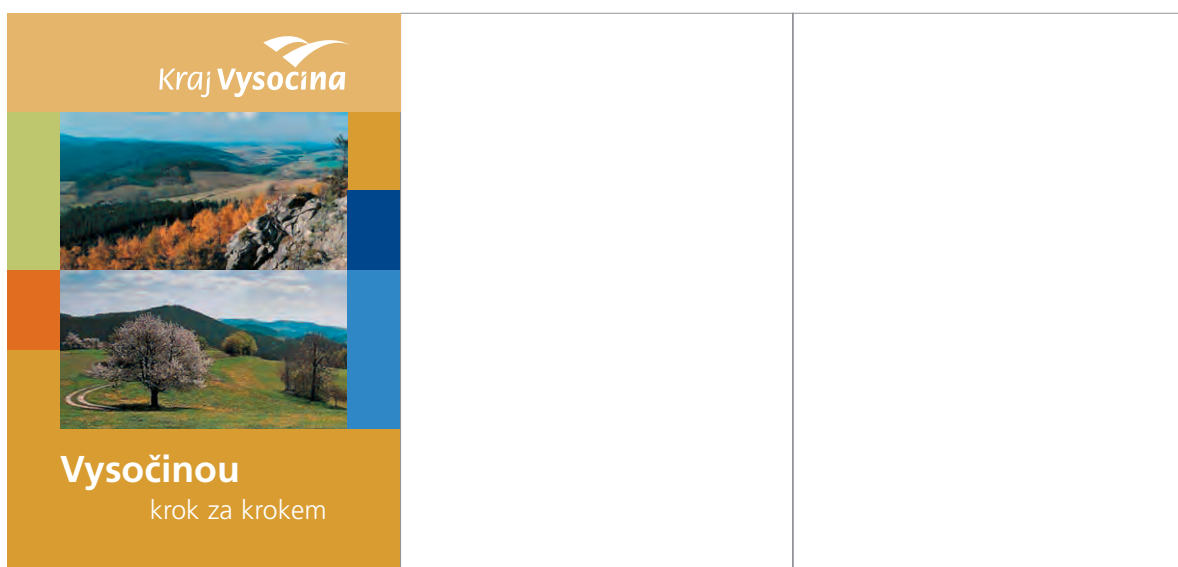




Hlavními principy tvorby obálek řady informačních materiálů pro „turistický ruch“ formátu 52 x 74 mm (po složení) jsou:

- podkladová mozaika vytvořená z různého počtu barevných ploch
- umístění obrazového materiálu do bloku stabilních rozměrů s možností tvarové i poziční variability
- aplikace inverzní (bílě) podoby značky Kraje Vysočina v jednotné velikosti (šíře 20 mm) a postavení
- výhradní používání firemního písma Frutiger (v kombinaci Frutiger Bold a Frutiger Light) v bílé barvě a jeho stabilní umístění

Zobrazený dokument je v 100% velikosti.



Hlavními výtvarnými principy řešení vnitřní grafické úpravy pro všechny formáty ediční řady pro „turistický ruch“ jsou:

- 1/ používání obrázků větších formátů (i celostránkových) a sdružování menších obrázků do bloků nebo pruhů – obrázky se zásadně nepřekrývají, pouze se dotýkají
- 2/ přenášení barevnosti obálek do řešení vnitřních grafických úprav jednotlivých titulů edice, používání barevných podkladových ploch pro texty a titulky, inverzní (bílé) texty v obrázcích
- 3/ využívání všech předepsaných možností práce s texty a obrazovým materiálem (viz samostatná příloha) ve prospěch pestrosti a variability grafické úpravy vnitřních stran publikací
- 4/ aplikace piktogramů a dalších výrazných grafických prvků
- 5/ stabilní umístění paginace na vnějších okrajích stránek

Zobrazený dokument je ve 40 % skutečné velikosti.



## Inverzní bílé texty na pozadí barevných obrázků

**Podtitulek druhého řádu**

Naučná stezka začíná i končí na parkovišti jihozápadně od obce Mohelno, kde je možné zakoupit si tištěného průvodce. Přímou na začátku naučné stezky stojí mohyla z doby železné, připomínající dřívější osídlení. Fakt, že tu lidé žili již od starší doby kamenné, dokládají nálezy pazourkových nástrojů. Naučná stezka má dvě varianty, jarní okruh se šesti zastávkami měří 3,3 km a trvá maximálně 2,5 hod., a podzimní okruh s pěti zastávkami měří 3 km a trvá maximálně 2 hodiny.

### Hlavní titulek

#### Podtitulek prvního řádu

Národní přírodní rezervace Velký Špičák se rozkládá na skalnatém vrcholku, přilehlých úbočích a na hřebeni táhnoucím se k Velkému Javoru (679 m), asi tři kilometry od města Třebí. A to na rozloze 46 hektarů. V lesním porostu převažuje buk s jedlí a smrkem, na úbočích javor klen a mlieč, jasan ztepilý a jilm horský. Rozsuhodný je v této oblasti výskyt dubu letního a habru obecného. V bohatém bylinném podrostu roste např. měsíčnice vlnitá, česnek medvědí nebo sněženka podléžní, v keřovém podrostu vzácný lýkovec jedovatý. Les hostí i vzácné druhy dřevokazných hub. Z ptáků jsou hojně zastoupeny druhy hnízdící ve stromových dutinách – holub douphák, budníček lesní, žluna sedá, diask sluzozobý, žluna hajní a další. Byly zde zjištěny také některé vzácnější druhy pavouků. Území je ve většině dobře přístupné po značených stezkách a po naučné stezce Špičák. Národní přírodní Mohelnská hadcová step na rozloze 57 ha je unikátním územím, jehož význam přesahuje hranice České republiky. Zvláštnost území je dána neopakovatelným reliéfem terénu a především geologickým podložím, které je tvořeno hominou hadcem neboli serpentinitem. Reka Jihlava vytváří hluboce zařiznutý meandr, lidově nazývaný Čertův ocas, na jehož severní straně jsou skalnaté, výrazně osluněné svahy o výšce až 120 m. Rozhodující vliv na vytváření suchého a teplého klimatu na skalnatých svazích a pro rozvoj suchu- a teplomilných rostlin a živočichů má především tmavá barva hadcové horniny, vysoký obsah hořčíku, porovnatost odvádějící od kořenů rostlin vodu, nízké srážky a silný účinek slunečního záření. Průměrná teplota je zde zhruba o 10 stupňů vyšší než v nedalekém Mohelně. Zajímavým jevem jsou trpasličí formy rostlin, tzv. nanismy, kdy rostlina dosahuje často jen patnáctiny svého normálního vzrůstu. Mohelnská hadcová step je pro některé z nich nejsevernější oblastí výskytu v Evropě. Vzácný je výskyt drobné kapradiny podmrkvy jižní, která se na území naší republiky jinde nevyskytuje. Na Mohelnské hadcové stepi bylo zjištěno 91 druhů mravenců a 285 druhů pavouků.

**Kam na výlet**

Chráněné krajinné oblasti:	Žďárské vrchy
Národní přírodní rezervace:	Velký Špičák, Mohelnská hadcová step
Národní přírodní památky:	Hojkovské rašeliníště, Jankovský potok
Přírodní parky:	Balinské údolí, Bohdalovsko, Čeřínek, Melechov, Rokytná, Střední Pojhlaví, Svratecká pahorkatina, Třebíčsko

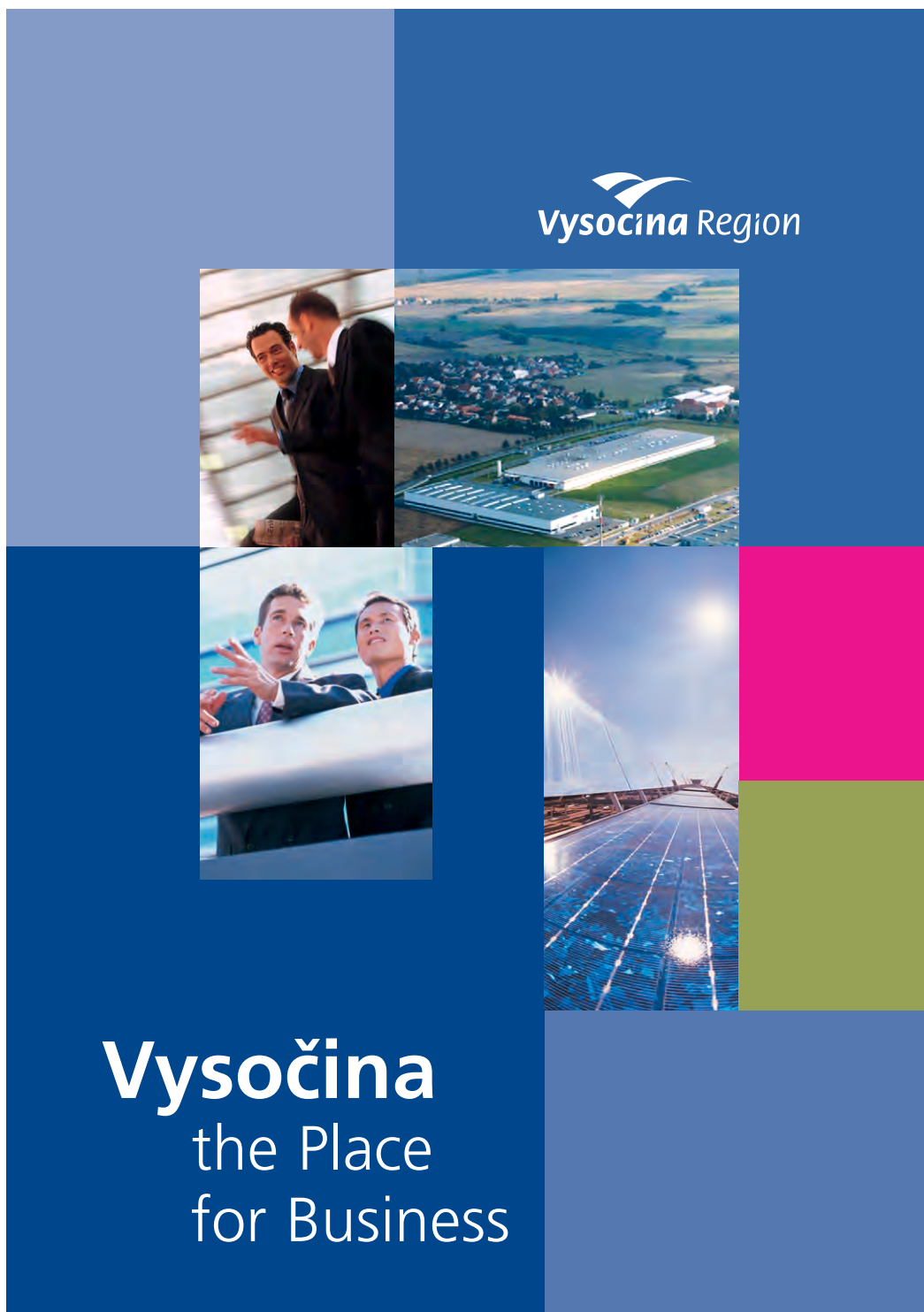


Naučná stezka začíná i končí na parkovišti jihozápadně od obce Mohelno, kde je možné zakoupit si tištěného průvodce. Přímou na začátku naučné stezky stojí mohyla z doby železné, připomínající dřívější osídlení. Fakt, že tu lidé žili již od starší doby kamenné, dokládají nálezy pazourkových nástrojů. Naučná stezka má dvě varianty, jarní okruh se šesti zastávkami měří 3,3 km a trvá maximálně 2,5 hod., a podzimní okruh s pěti zastávkami měří 3 km a trvá maximálně 2 hodiny.

Hlavními výtvarnými principy tvorby obálek řady informačních materiálů pro „propagaci kraje“ výškového formátu A4 jsou:

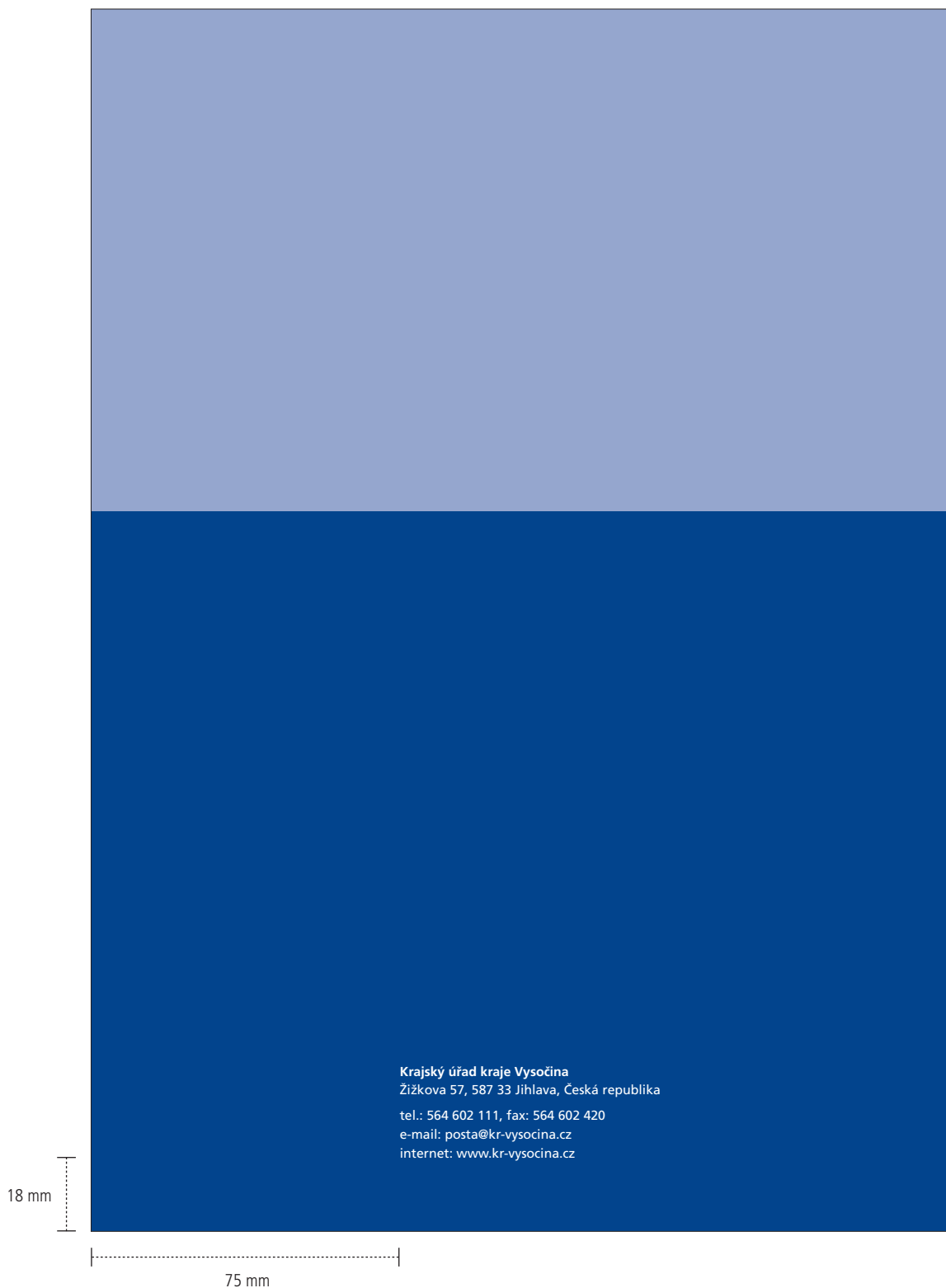
- podkladová mozaika vytvořená z modrých ploch (firemní modrá a její procentní odstíny od 20 do 100 %), doplněná dvěma až třemi ploškami doplňkových barev
- umístění obrazového materiálu do bloku stabilních rozměrů s možností tvarové i poziční variability
- aplikace inverzní (bílé) podoby značky Kraje Vysočina v jednotné velikosti (šíře 50 mm) a postavení
- výhradní používání firemního písma Frutiger (v kombinaci Frutiger Bold a Frutiger Light) v bílé barvě a jeho stabilní umístění

Zobrazený dokument je v 66 % skutečné velikosti.



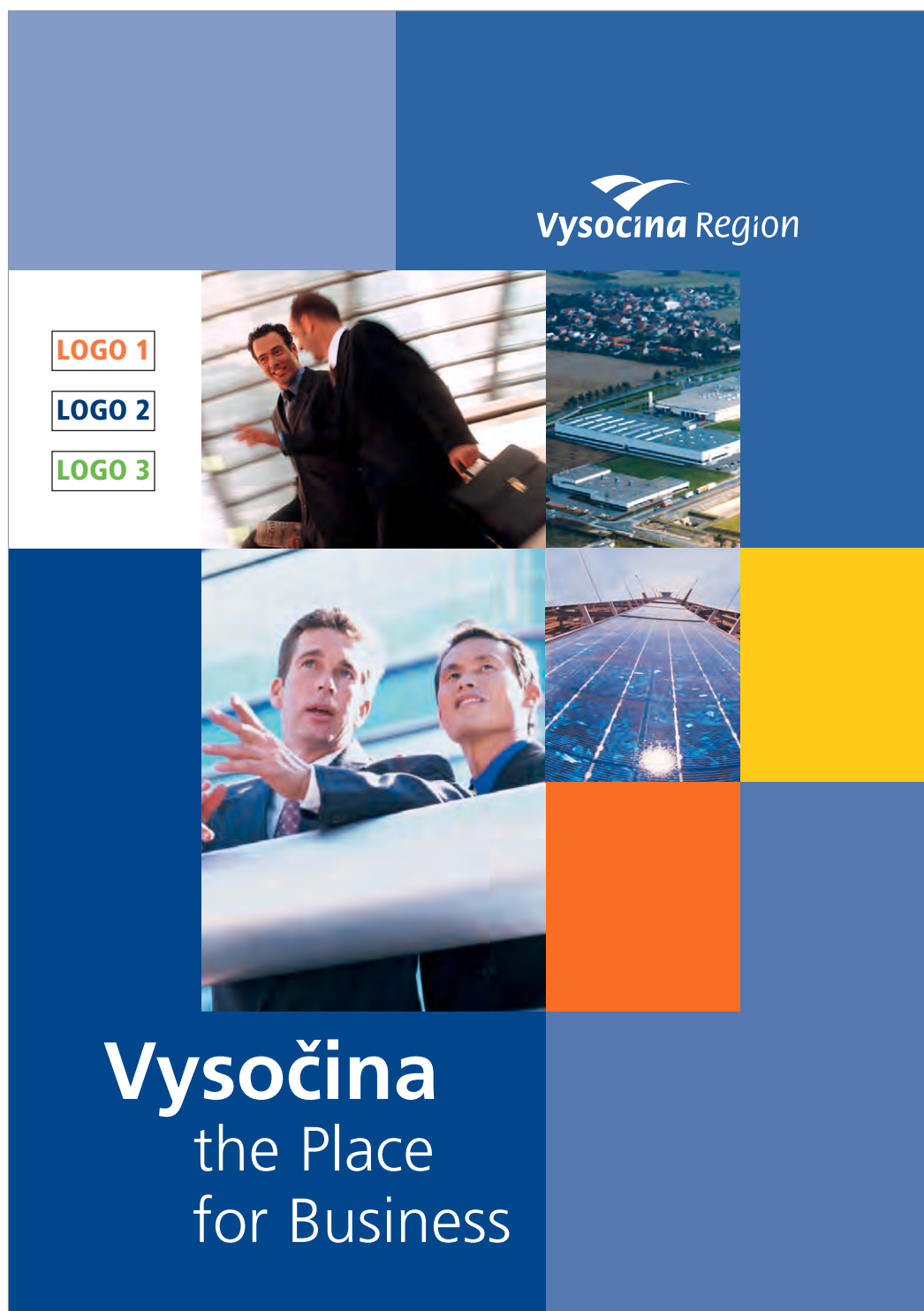
Výtvarné principy tvorby zadních stran obálek řady informačních materiálů pro „propagace kraje“ výškového formátu A4 (1) jsou stejné jako principy tvorby zadních stran obálek formátu A4 (1) (varianta A i B) řady informačních materiálů pro „úřad“.

Zobrazený dokument představuje jednu možnou variantu (A) a je v 66 % skutečné velikosti.



V případě nutnosti umístit na obálce jednu či více firemních značek, které mohou být aplikovány pouze na bílé podkladové ploše, je možnost vyčlenit pro tento účel jednu z ploch podkladové mozaiky a změnit ji na bílou.

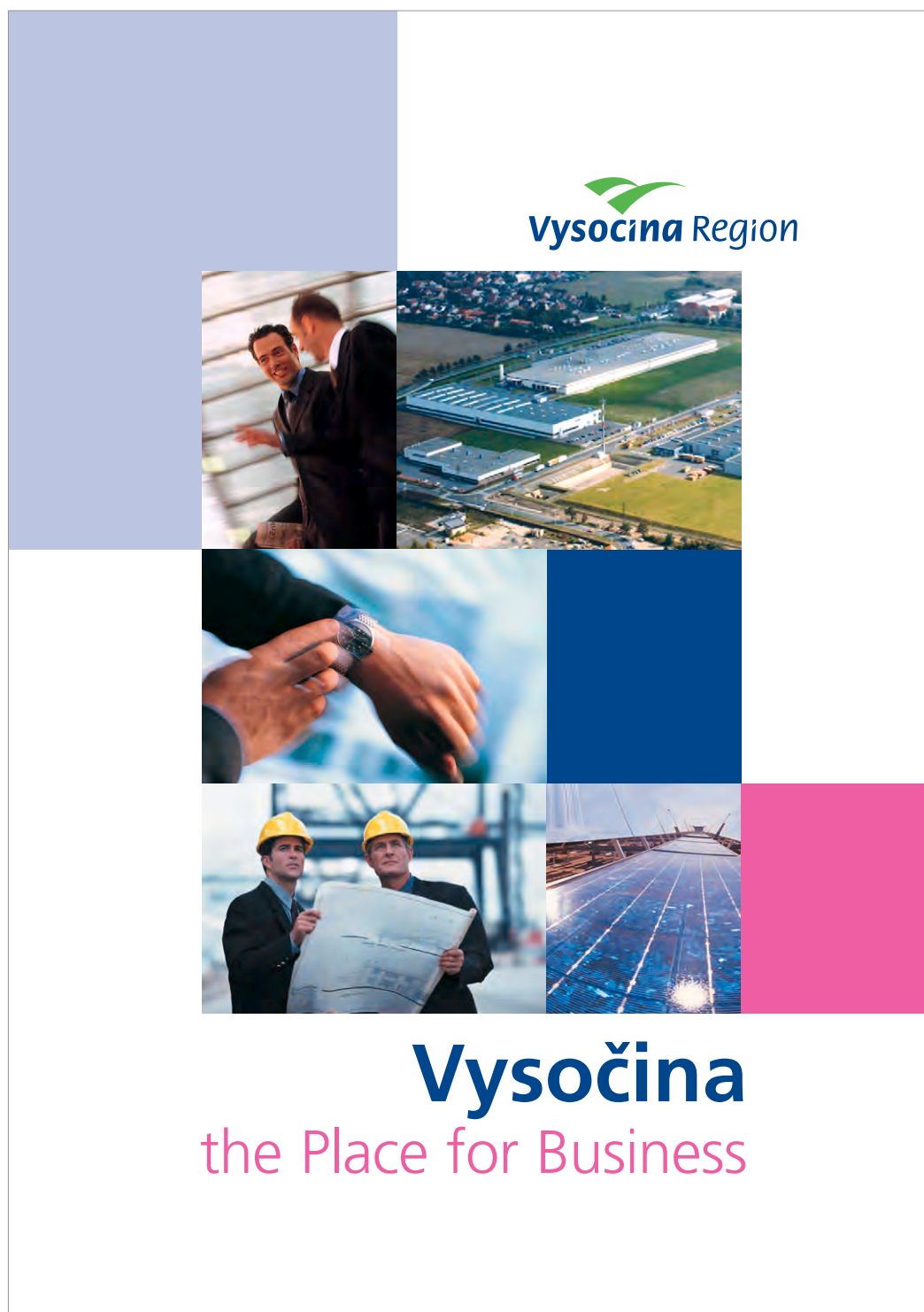
Zobrazený dokument je v 66 % skutečné velikosti.





Varianta řešení obálky, které je možné uplatnit i ve všech dalších používaných formátech, je umístění obrazového bloku na bílou podkladovou plochu s využitím jedné až dvou doplňkových ploch v procentních odstínech (20 – 100 %) firemní modré barvy (plus další doplňkové barevné plochy). Značka instituce je použita ve svém základním barevném provedení ve stejné velikosti i postavení. Titul brožury je provedený ve dvou barvách – firemní modré a barvě doplňkové plochy – ve stejném postavení a velikosti.

Zobrazený dokument je v 66 % skutečné velikosti.



Výtvarné principy tvorby zadních stran obálek řady informačních materiálů pro „propagace kraje“ výškového formátu A4 (3) jsou stejné jako principy tvorby zadních stran obálek formátu A4 (1) (varianta A i B) řady informačních materiálů pro „úřad“.

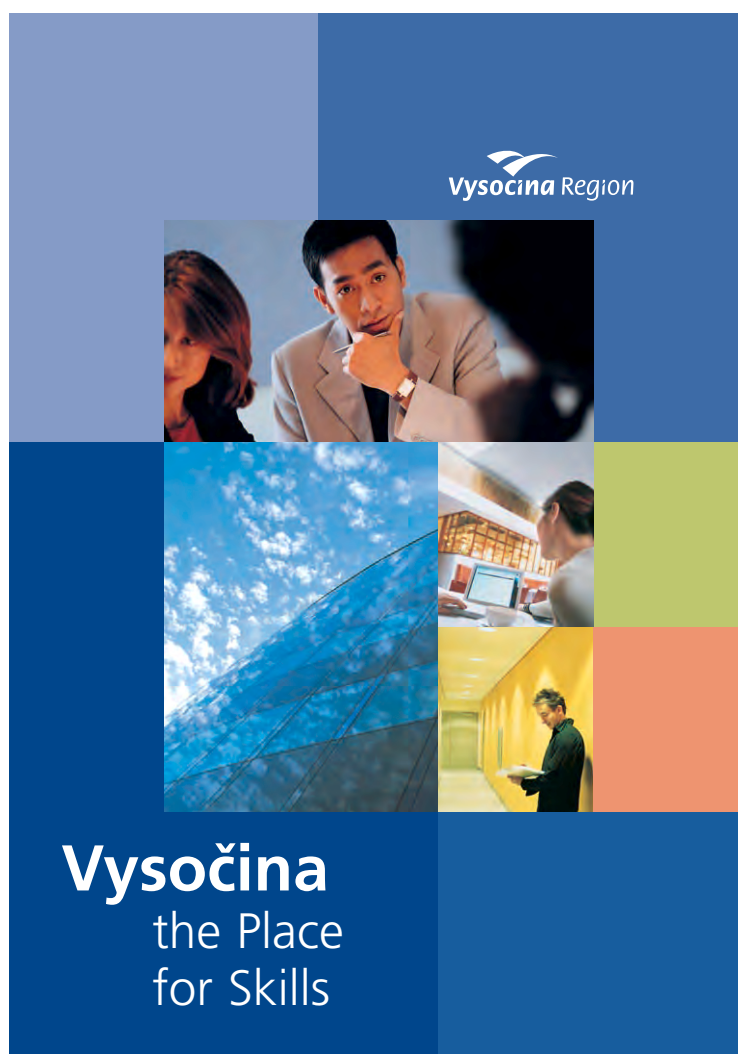
Zobrazený dokument představuje jednu možnou variantu (A) a je v 66 % skutečné velikosti.



Hlavními výtvarnými principy tvorby obálek řady informačních materiálů pro „propagaci kraje“ výškového formátu A5 jsou:

- podkladová mozaika vytvořená z modrých ploch (firemní modrá a její procentní odstíny od 20 do 100 %), doplněná dvěma až třemi ploškami doplňkových barev
- umístění obrazového materiálu do bloku stabilních rozměrů s možností tvarové i poziční variability
- aplikace inverzní (bílá) podoby značky Kraje Vysočina v jednotné velikosti (šíře 43 mm) a postavení
- výhradní používání firemního písma Frutiger (v kombinaci Frutiger Bold a Frutiger Light) v bílé barvě a jeho stabilní umístění

Zobrazený dokument je v 66 % skutečné velikosti.





Výtvarné principy tvorby zadních stran obálek řady informačních materiálů pro „propagace kraje“ výškového formátu A5 jsou stejné jako principy tvorby zadních stran obálek formátu A4 (1) (varianta A i B) řady informačních materiálů pro „úřad“.

Zobrazený dokument představuje jednu možnou variantu (A) a je v 66 % skutečné velikosti.



Hlavními výtvarnými principy tvorby obálek řady informačních materiálů pro „propagaci kraje“ šířkového formátu A5 jsou:

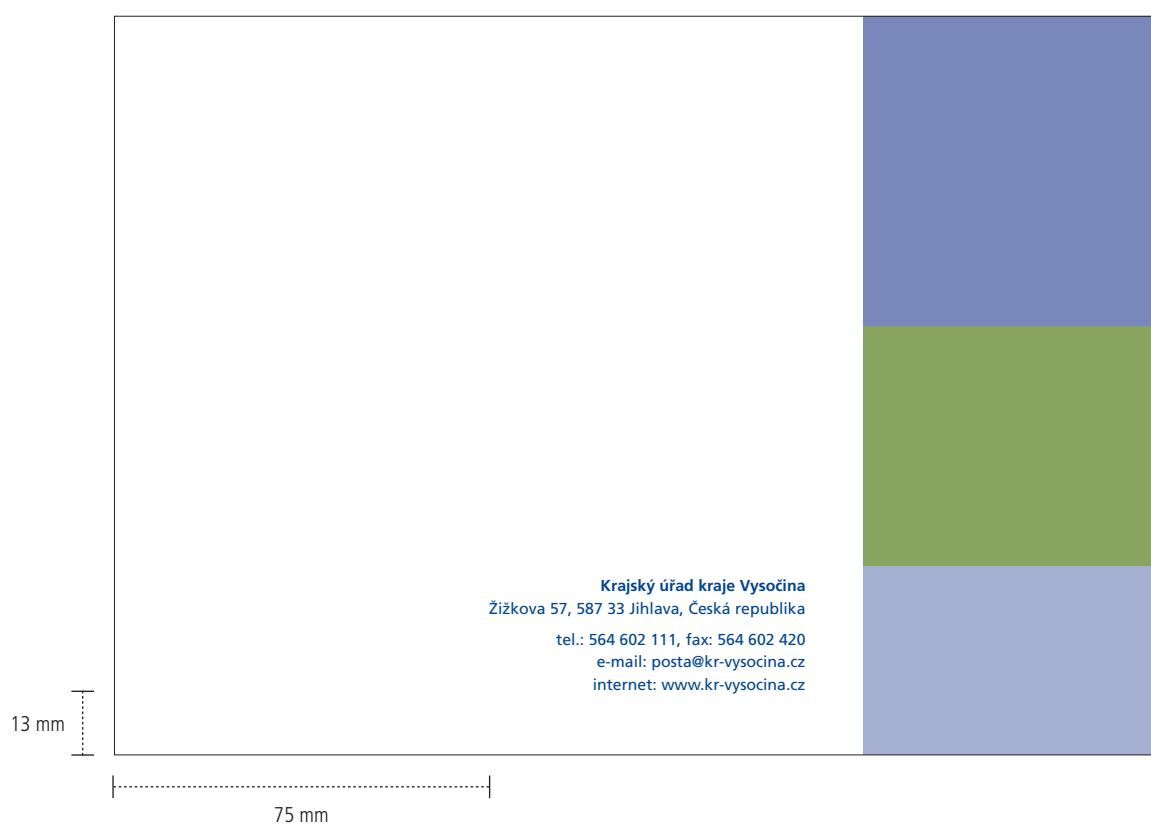
- podkladová mozaika vytvořená z modrých ploch (firemní modrá a její procentní odstíny od 20 do 100 %), doplněná dvěma až třemi ploškami doplňkových barev
- umístění obrazového materiálu do bloku stabilních rozměrů s možností tvarové i poziční variability
- aplikace inverzní (bílé) podoby značky Kraje Vysočina v jednotné velikosti (šíře 43 mm) a postavení
- výhradní používání firemního písma Frutiger (v kombinaci Frutiger Bold a Frutiger Light) v bílé barvě a jeho stabilní umístění

Zobrazený dokument je v 66 % skutečné velikosti.



Výtvarné principy tvorby zadních stran obálek řady informačních materiálů pro „propagace kraje“ šířkového formátu A5 jsou stejné jako principy tvorby zadních stran obálek formátu A4 (1) (varianta A i B) řady informačních materiálů pro „úřad“.

Zobrazený dokument představuje jednu možnou variantu (B) a je v 66 % skutečné velikosti.



Hlavními výtvarnými principy tvorby obálek řady informačních materiálů pro „propagaci kraje“ atypického formátu 105 x 297 mm (po složení) jsou:

- podkladová mozaika vytvořená z modrých ploch (firemní modrá a její procentní odstíny od 20 do 100 %), doplněná dvěma až třemi ploškami doplňkových barev
- umístění obrazového materiálu do bloku stabilních rozměrů s možností tvarové i poziční variability
- aplikace inverzní (bílé) podoby značky Kraje Vysočina v jednotné velikosti (šíře 43 mm) a postavení
- výhradní používání firemního písma Frutiger (v kombinaci Frutiger Bold a Frutiger Light) v bílé barvě a jeho stabilní umístění

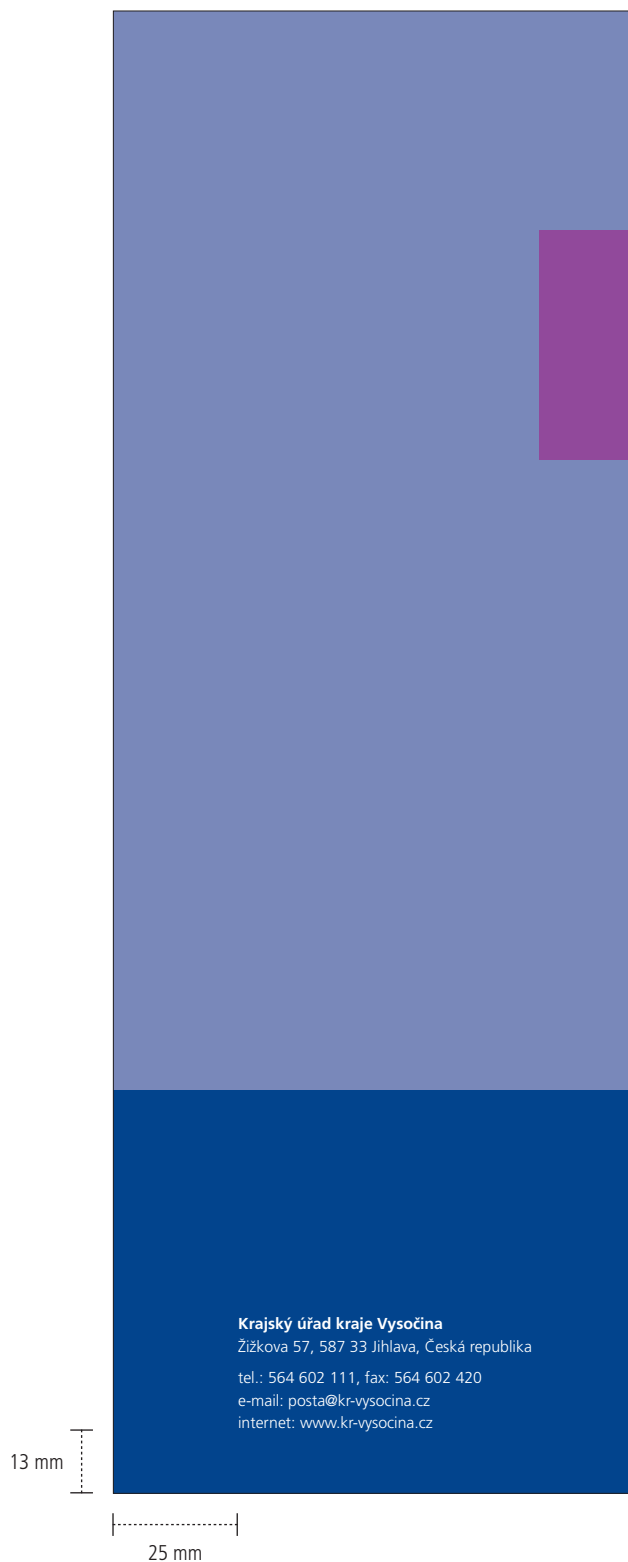
Zobrazený dokument je v 66 % skutečné velikosti.



Výtvarné principy tvorby zadních stran obálek řady informačních materiálů pro „propagace kraje“ atypického formátu jsou stejné jako principy tvorby zadních stran obálek formátu A4 (1) (variant A i B) řady informačních materiálů pro „úřad“ s těmito specifiky:

- výhradní používání firemního písma Frutiger 8/11 (v kombinaci Frutiger Bold a Frutiger Roman), v bílé nebo modré barvě (PANTONE 368 C/U), zarovnání textu doleva
- v případě zvolení varianty B se předepisuje přesah barevných ploch podkladové mozaiky z přední strany obálky o šířce 20 mm

Zobrazený dokument představuje jednu možnou variantu (A) a je v 66 % skutečné velikosti.



Hlavními výtvarnými principy tvorby obálek řady informačních materiálů pro „propagaci kraje“ formátu 100 x 210 mm (po složení) jsou:

- podkladová mozaika vytvořená z modrých ploch (firemní modrá a její procentní odstíny od 20 do 100 %), doplněná dvěma až třemi ploškami doplňkových barev
- umístění obrazového materiálu do bloku stabilních rozměrů s možností tvarové i poziční variability
- aplikace inverzní (bílé) podoby značky Kraje Vysočina v jednotné velikosti (šíře 43 mm) a postavení
- výhradní používání firemního písma Frutiger (v kombinaci Frutiger Bold a Frutiger Light) v bílé barvě a jeho stabilní umístění

Zobrazený dokument je v 66 % skutečné velikosti.



Hlavními výtvarnými principy řešení vnitřní grafické úpravy pro všechny formáty ediční řady „propagace kraje“ jsou:

- 1/ prioritní používání modré (firemní) barvy a jejích procentních odstínů v řešení grafických úprav vnitřních stran brožur
- 2/ okrajové používání firemní zelené barvy v titulcích, doplňkových textech a menších podkladových ploškách
- 3/ výhradní používání firemního písma Frutiger ve všech jeho povolených řezech
- 4/ respektování předpisu sazby a předpisu práce s obrázky, které jsou součástí manuálu (samostatná příloha)
- 5/ převaha bílých ploch ve vnitřní úpravě, dynamický způsob práce s texty a obrazovým materiálem
- 6/ zachování bílého pásu v záhlaví všech stránek s možností umisťovat do něj značku instituce
- 7/ stabilní umístění paginace na vnějších okrajích stránek

Zobrazený dokument je ve 40 % skutečné velikosti.

## Hlavní titulek



Of the Vysočina Region has thus attracted a number of foreign investors recently, who have placed here not only production capacities, but also R&D. Human resources in the Vysočina Region are characterized by a high degree of skills, knowledge and reliability. At the same time, the price of the labour force is substantially lower than the price of the labour force not only in Western Europe, but also in the rest of the Czech Republic.

Both the government of the Vysočina Region and the local town administrations have a very positive approach to supporting business. This attitude helps entrepreneurs in their activities and facilitates the official procedures that are often

Of the Vysočina Region has thus attracted a number of foreign investors recently, who have placed here not only production capacities, but also R&D. Human resources in the Vysočina Region are characterized by a high degree of skills, knowledge and reliability. At the same time, the price of the labour force is substantially lower than the price of the labour force not only in Western Europe, but also in the rest of the Czech Republic.

Both the government of the Vysočina Region and the local town administrations have a very positive approach to supporting business. This attitude helps entrepreneurs in their activities and facilitates the official procedures that are often connected with all the advantages that this region offers, makes the Vysočina Region one of most attractive locations for business in Europe. Our Dutch owner was preparing a greenfield project for the construction of new production facilities were supposed to be built somewhere in central Europe and it was clear that it did not have to be necessarily in the Czech Republic, much less the Vysočina Region."

### Podtitulek prvního řádu

Of the Vysočina Region has thus attracted a number of foreign investors recently, who have placed here not only production capacities, but also R&D. Human resources in the Vysočina Region are characterized by a high degree of skills, knowledge and reliability. At the same time, the price of the labour force is substantially lower than the price of the labour force not only in Western Europe, but also in the rest of the Czech Republic.

Both the government of the Vysočina Region and the local town administrations have a very positive approach to supporting business. This attitude helps entrepreneurs in their activities and facilitates the official procedures that are often connected with all the advantages that this region offers, makes the Vysočina Region one of most attractive locations for business in Europe.



## Podtitulek druhého řádu

Of the Vysočina Region has thus attracted a number of foreign investors recently, who have placed here not only production capacities, but also R&D. Human resources in the Vysočina Region are characterized by a high degree of skills, knowledge and reliability. At the same time, the price of the labour force is substantially lower than the price of the labour force not only in Western Europe, but also in the rest of the Czech Republic.

Both the government of the Vysočina Region and the local town administrations have a very positive approach to supporting business. This attitude helps entrepreneurs in their activities and facilitates the official procedures that are often connected with all the advantages that this region offers, makes the Vysočina Region one of most attractive locations for business in Europe. Our Dutch owner was preparing a greenfield project for the construction of new production facilities were supposed to be built somewhere in central Europe and it was clear that it did not have to be necessarily in the Czech Republic, much less the Vysočina Region."



# 2005

Both the government of the Vysočina Region and the local town administrations have a very positive approach to supporting business.



## Podtitulek druhého řádu

One of the fourteen regions of the Czech Republic, has been known historically as a land of very poor and very tough people. The region gained this reputation thanks to its picturesque but rough countryside, which tested the capabilities and inventiveness of the people in fighting their destiny. The word Vysočina means "highlands" in Czech, and it is a much more difficult part of the Czech Republic than the other, flatter regions, allowing its farmers to grow almost nothing else but potatoes, the so-called "crop of the poor". Modern times brought a number of revolutionary changes to the Vysočina Region. In Vysočina, as well as in the rest of the Czech Republic, industrial production supplanted agriculture as the principle economic activity. The traditional industries in Vysočina includes: Production of parts for automotive industry, Electrical industry, Power engineering.

Both the government of the Vysočina Region and the local town administrations have a very positive approach to supporting business. This attitude helps entrepreneurs in their activities and facilitates the official procedures that are often connected with all the advantages that this region offers, makes the Vysočina Region one of most attractive locations for business in Europe. Our Dutch owner was preparing a greenfield project

01

02

Novinová hlavička časopisu Kraj Vysočina, vydávaného Krajem Vysočina, je tvořena jeho značkou v inverzním barevném provedení umístěnou v modré (firemní) ploše. Součástí hlavičky je zelená (firemní) plocha s nutnými údaji vysazenými z písma Frutiger, a linkami – obojí v bílé barvě. Prostor pro reklamu napravo od hlavičky není její součástí. Při tisku je nutné stabilně dodržovat předepsanou firemní barevnost.

50 % skutečné velikosti



Texty v zelené ploše:

Frutiger Cn 12/17 b. verzálky, prostrkání 150, na praporek vlevo

(tučně vyznačená čísla – Frutiger Black Cn, prostrkání 150)

Text pod linkami: Frutiger Cn 11/14 (první řádka 11/20), prostrkání 150

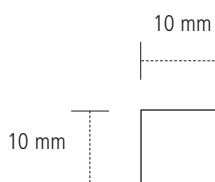
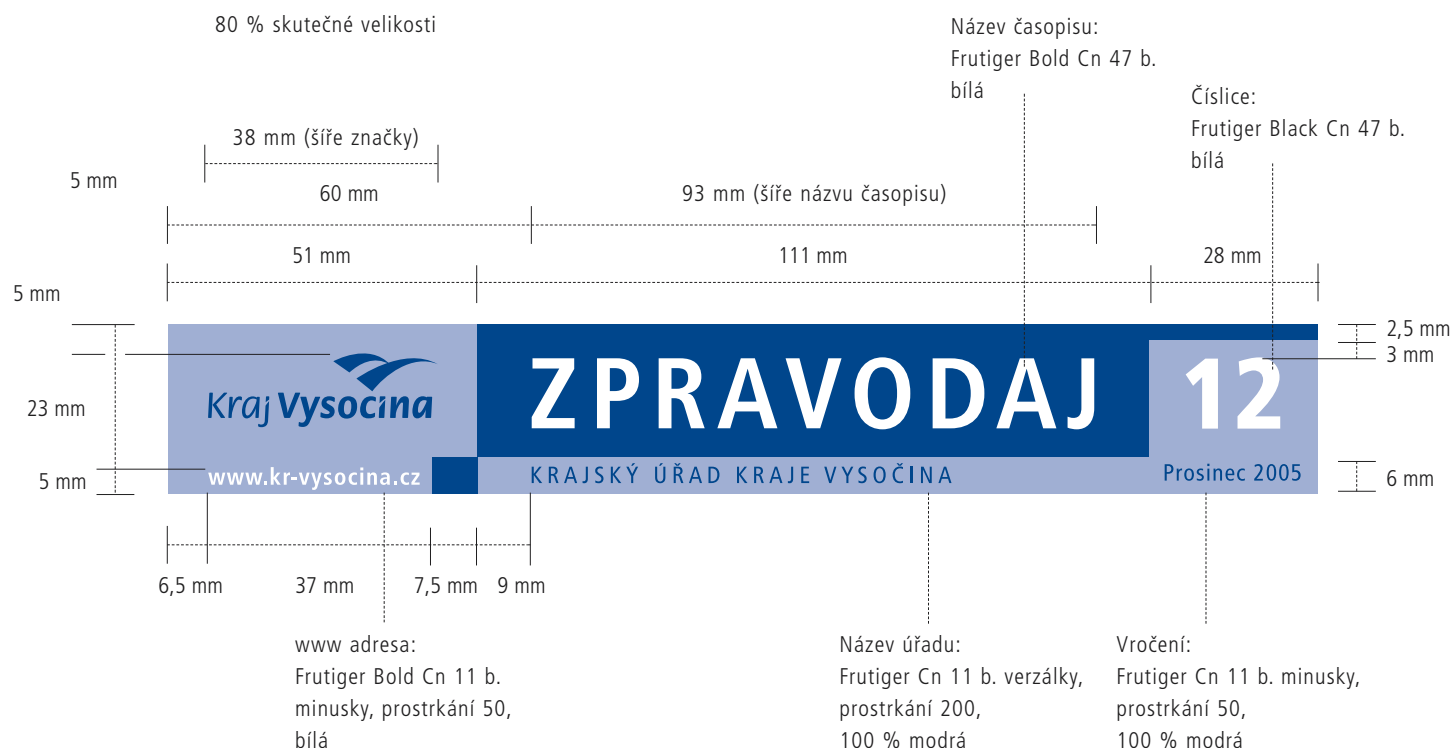
Linky: síla 1,5 b., šířka 68 mm, barva zelená – 70 % podkladové barvy

Postavení hlavičky na formátu titulní strany – 100 % skutečné velikosti





Hlavička měsíčníku Zpravodaj, vydávaného Krajským úřadem Kraje Vysočina, je tvořena jeho inverzním (bílým) názvem umístěným v modré (firemní – 100%) ploše. Ostatní součásti hlavičky – značka Kraje Vysočina, www adresa, název úřadu a číslo časopisu s vročením – jsou umístěny na 30% modré podkladové ploše. Všechny texty jsou vysázeny ze základního firemního písma Frutiger. Časopis je tištěn dvěma přímými barvami – modrou (PANTONE 2748 U) a černou (PANTONE Process Black U). Hlavička je složena z jedné (modré) barvy v předepsaných procentech.

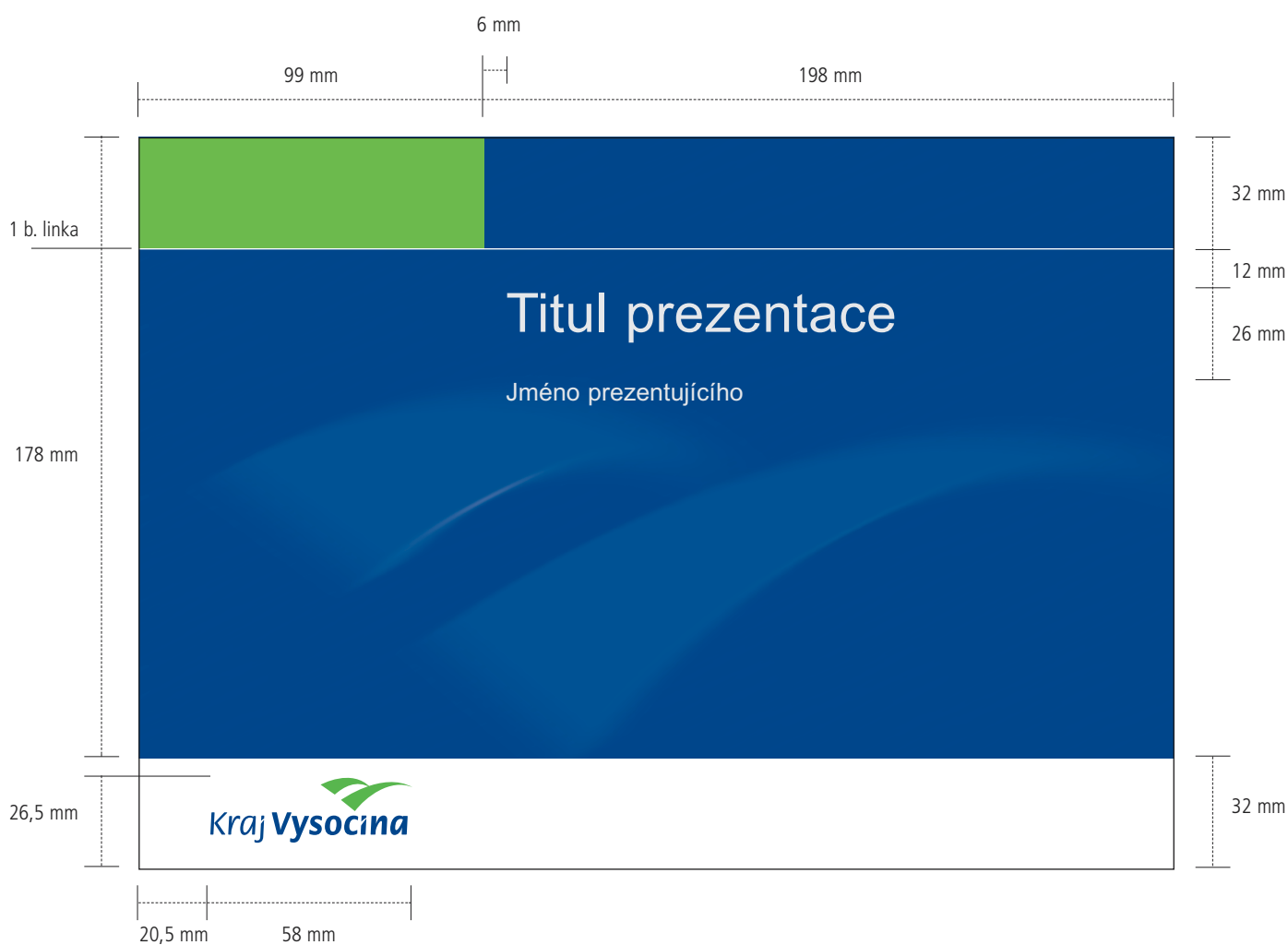


Postavení hlavičky časopisu na formátu titulní strany – 100 % skutečné velikosti.

Šablona pro prezentaci v PowerPointu vychází z jednotného vizuálního stylu Kraje Vysočina. Užívá se k prezentacím pro externí i interní subjekty.

Titulní strana obsahuje v záhlaví zeleno-modrý korporátní pruh, výtvarně zpracovaný motiv obrazového znaku, titul prezentace, jméno prezentujícího (obojí z písma Arial), bílou linku vymezující korporátní pruh a v dolním bílém pruhu značku instituce v základním barevném provedení, umístěnou na osu zelené plochy.

Zobrazený dokument je v 50 % skutečné velikosti, rozměrové údaje popisují 100% velikost a jsou předepsány v milimetrech, velikost textu v typografických bodech.



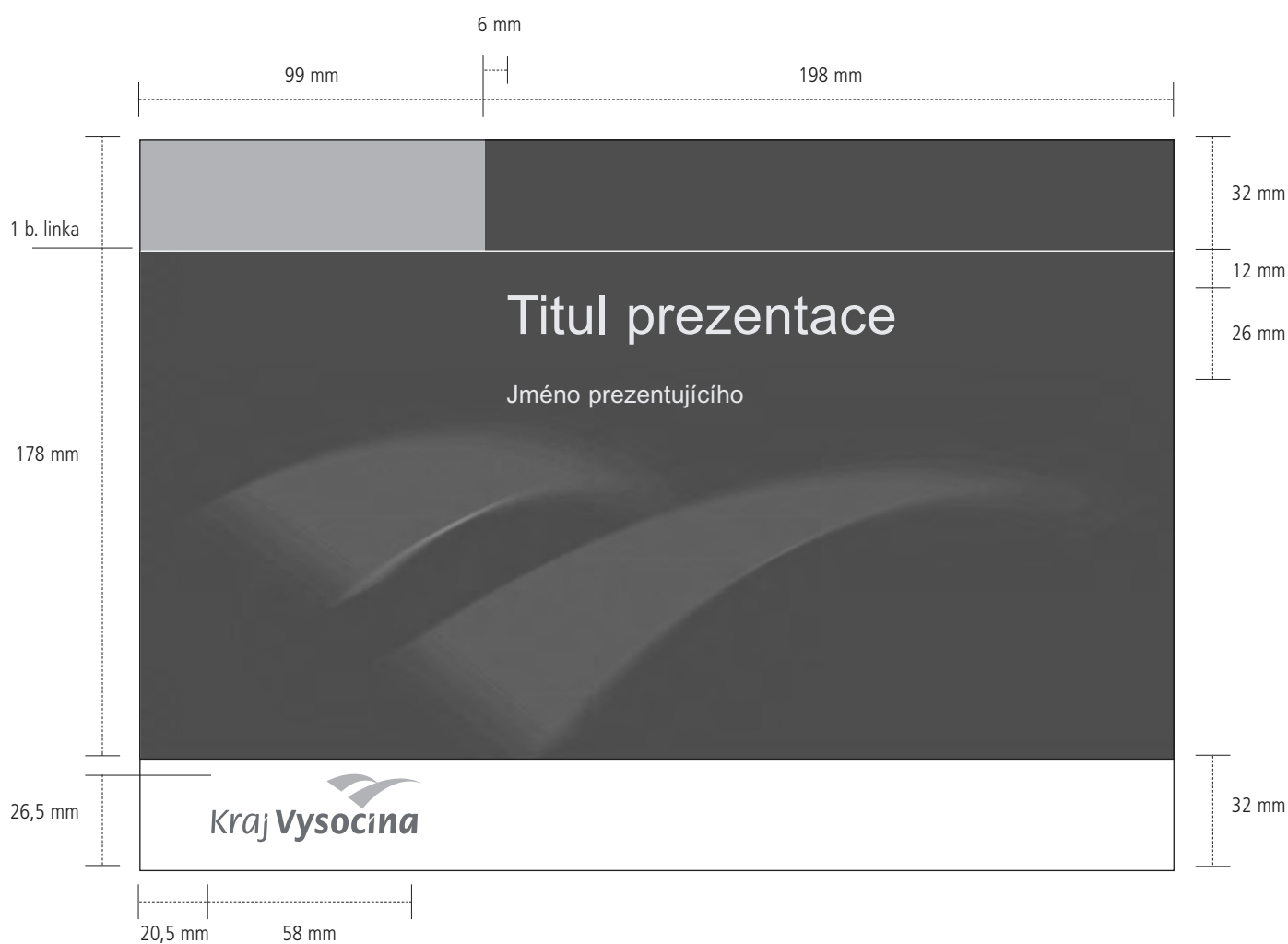
Název prezentace: Arial Regular 44 b. minusky (10% černá)

Jméno prezentujícího: Arial Regular 20 b. minusky (10% černá)

Linka: 1 bod, bílá

Pokud je nutné zobrazovat titulní stranu prezentace v černobílé podobě, pak je barevný obraz znaku nahrazen jeho variantou ve stupních šedi, zelená barva pruhu je nahrazena šedou (35 % černé) a barevná značka je nahrazena jejím polotónovým provedením.

Zobrazený dokument je v 50 % skutečné velikosti, rozměrové údaje popisují 100% velikost a jsou předepsány v milimetrech, velikost textu v typografických bodech.



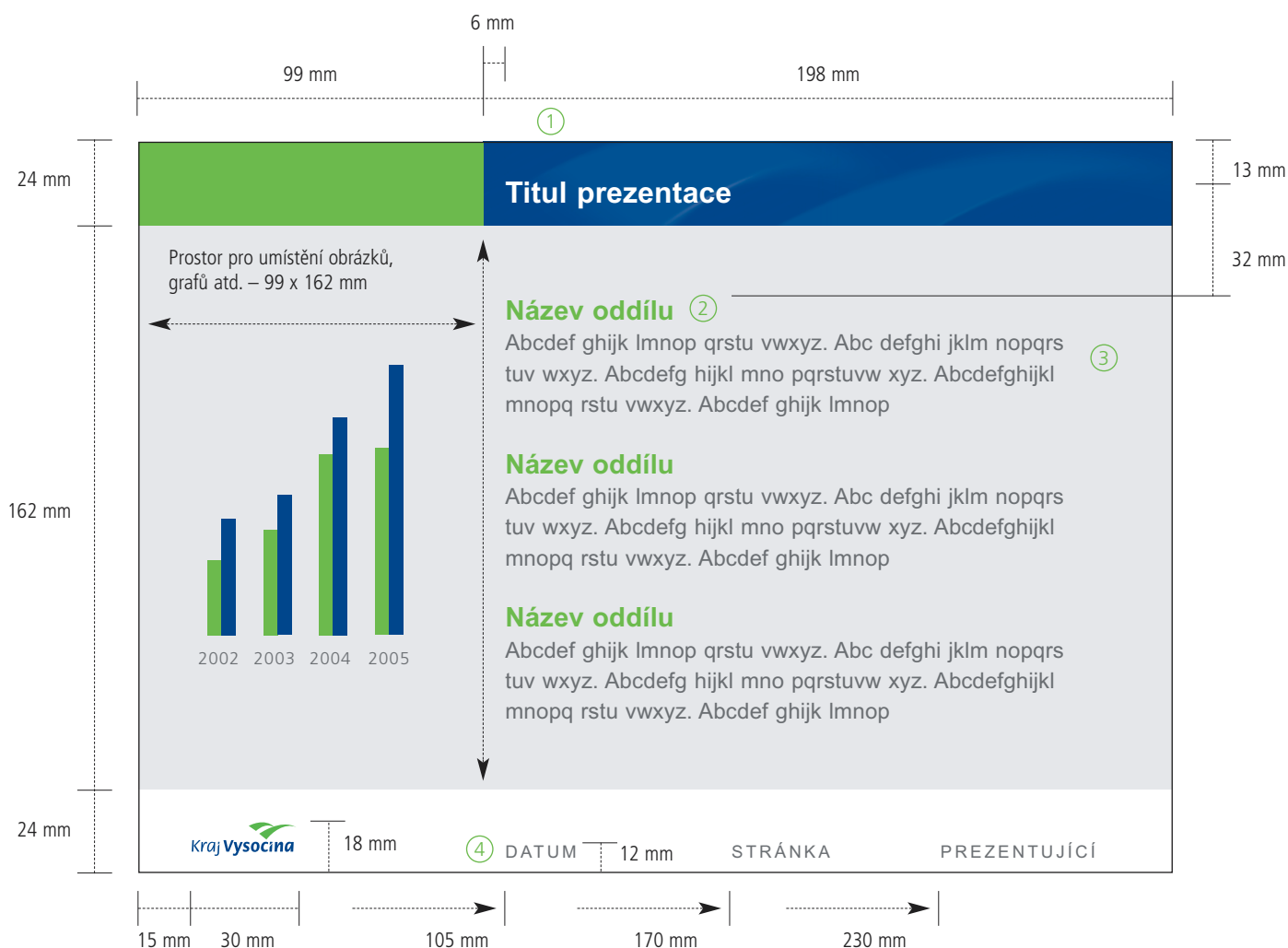
Titul prezentace: Arial Regular 44 b. minusky (10% černá)

Jméno prezentujícího: Arial Regular 20 b. minusky (10% černá)

Linka: 1 bod, bílá

Další strany powerpointové prezentace mají v záhlaví korporátní zeleno-modrý pruh, jehož první třetina je zelená (PANTONE 368 C/U) a druhé dvě třetiny šíře dokumentu zabírá výřez motivu z titulní strany. V něm je prostor pro název prezentace. Do světlešedé plochy (10 % černé) je umístěn vlastní text prezentace vysazený z písma Arial tmavošedou (70 % černé) barvou. V zápatí je umístěna značka v základním barevném provedení a nutné údaje. Do vymezeného prostoru vlevo od bloku textu je možno umisťovat další prvky prezentace, jako jsou grafy, obrazové materiály atd.

Zobrazený dokument je v 50 % skutečné velikosti, rozměrové údaje popisují 100% velikost a jsou předepsány v milimetrech, velikost textu v typografických bodech.



1/ Hlavička: Arial Bold 24 b. minusky, bílá

2/ Název oddílu: Arial Bold 22/25 b. minusky (PANTONE 368 C/U)

3/ Vlastní text: Arial Regular 20/25 b. minusky (70% černá), maximální šíře 175 mm

4/ Údaje: Arial Regular 14 b. verzálky, prostrkat 30 (70% černá)

Pokud je stránka prezentace pouze textová, mění se postavení bloku sazby od levého okraje a zvětšuje se maximální šíře sazby.


Zobrazený dokument je v 50 % skutečné velikosti, rozměrové údaje popisují 100% velikost a jsou předepsány v milimetrech, velikost textu v typografických bodech.



- 1/ Hlavička: Arial Bold 24 b. minusky, bílá
- 2/ Název oddílu: Arial Bold 22/25 b. minusky (PANTONE 368 C/U)
- 3/ Vlastní text: Arial Regular 20/25 b. minusky (70% černá), maximální šíře 218 mm
- 4/ Údaje: Arial Regular 14 b. verzálky, prostrkat 30 (70% černá)
- 5/ Odrážky: čtverec 2x2 mm (PANTONE 368 C/U) ve vzdálenosti 2 mm od textu

Inzeráty jsou důležitou složkou komunikace Kraje Vysočina a součástí jednotného vizuálního stylu instituce. Jsou odlišné svým užitím (personální, oznamovací, prezentační) i různými formáty, ale sjednocené používáním společných prvků. Společnými jednotlivými prvky personální inzerce jsou: aplikace korporátního zeleno-modrého pruhu (viz základní firemní barvy) v záhlaví všech formátů, umístění inverzní (bílé) značky do středu modré plochy, světlešedé (10% černá) podtiskové plochy, používání písma Frutiger a sazba do bloků na levou zarážku. Inzeráty se ve všech formátech používají v barevném i černobílém provedení.

<p>www.kr-vysocina.cz</p>	<p> <b>Kraj Vysočina</b> KRAJSKÝ ÚŘAD KRAJE VYSOČINA</p>
<p>Titul, Jméno Příjmení ředitel /ka Krajského úřadu kraje Vysočina, vyhlašuje dle § 7 zákona č. 312/2002 Sb., o úředních územních samosprávních celcích a o změně některých zákonů, výběrové řízení na pozici:</p> <p><b>úředník/ce na úseku organizace práce sekretariátu hejtmána 01</b></p>	<p><b>Výběrové řízení</b></p> <p><b>Požadujeme:</b> úplné střední/vyšší odborné vzdělání, přehled v oblasti veřejné správy, znalost zákona č. 129/2000 Sb., o krajích, znalost práce na PC (Word, Excel, Outlook, internet), komunikativnost a schopnost jednat s lidmi, samostatnost a organizační schopnosti, logické a tvůrčí myšlení, smysl pro týmovou práci, aktivní znalost jednoho světového jazyka.</p> <p><b>Typické činnosti vykonávané na této pozici:</b> příprava denních rozvrhů, organizace a přijímání návštěv, příprava podkladových materiálů pro pracovní jednání, pořizování zápisů z pracovních jednání, osobní, písemná i telefonická komunikace se zahraničními partnery, informační servis pro členy rady kraje, vyřizování korespondence, práce se spisovou službou, práce s databázovými systémy.</p> <p><b>Nabízíme:</b> perspektivní pozici, možnost trvalého vzdělávání a osobního růstu, 8. platovou třídu, zajímavou práci v tvůrčím kolektivu.</p> <p><b>Záměrně předloží písemnou přihlášku, která obsahuje tyto náležitosti:</b> jméno a příjmení, titul zájemce, datum a místo narození zájemce, státní příslušnost zájemce, místo trvalého pobytu zájemce, číslo občanského průkazu nebo číslo povolení k pobytu, datum a podpis zájemce.</p> <p><b>K přihlášce je nutno přiložit:</b> životopis, ve kterém se uvedou údaje o dosavadních zaměstnáních a o odborných znalostech týkajících se správních činností, výpis z evidence rejstříku trestů ne starší než 3 měsíce (u cizinců obdobný doklad z příslušného státu), ověřenou kopii dokladu o nejvyšším dosaženém vzdělání.</p> <p>Vaše přihlášky v písemné podobě očekáváme <b>do 26. listopadu 2004</b> na adrese: <b>Krajský úřad Kraje Vysočina, Žižkova 57, 587 33 Jihlava</b></p>


<p>www.kr-vysocina.cz</p>	<p> <b>Kraj Vysočina</b> KRAJSKÝ ÚŘAD KRAJE VYSOČINA</p>
<p>Titul, Jméno Příjmení, ředitel /ka Krajského úřadu kraje Vysočina, vyhlašuje dle § 7 zákona č. 312/2002 Sb., o úředních územních samosprávních celcích a o změně některých zákonů, výběrové řízení na pozici:</p> <p><b>úředník/ce na úseku organizace práce sekretariátu hejtmána 01</b></p>	<p><b>Výběrové řízení</b></p> <p><b>Požadujeme:</b> úplné střední/vyšší odborné vzdělání, přehled v oblasti veřejné správy, znalost zákona č. 129/2000 Sb., o krajích, znalost práce na PC (Word, Excel, Outlook, internet), komunikativnost a schopnost jednat s lidmi, samostatnost a organizační schopnosti, logické a tvůrčí myšlení, smysl pro týmovou práci, aktivní znalost jednoho světového jazyka.</p> <p><b>Typické činnosti vykonávané na této pozici:</b> příprava denních rozvrhů, organizace a přijímání návštěv, příprava podkladových materiálů pro pracovní jednání, pořizování zápisů z pracovních jednání, osobní, písemná i telefonická komunikace se zahraničními partnery, informační servis pro členy rady kraje, vyřizování korespondence, práce se spisovou službou, práce s databázovými systémy.</p> <p><b>Nabízíme:</b> perspektivní pozici, možnost trvalého vzdělávání a osobního růstu, 8. platovou třídu, zajímavou práci v tvůrčím kolektivu.</p> <p><b>Záměrně předloží písemnou přihlášku, která obsahuje tyto náležitosti:</b> jméno a příjmení, titul zájemce, datum a místo narození zájemce, státní příslušnost zájemce, místo trvalého pobytu zájemce, číslo občanského průkazu nebo číslo povolení k pobytu, datum a podpis zájemce.</p> <p><b>K přihlášce je nutno přiložit:</b> životopis, ve kterém se uvedou údaje o dosavadních zaměstnáních a o odborných znalostech týkajících se správních činností, výpis z evidence rejstříku trestů ne starší než 3 měsíce (u cizinců obdobný doklad z příslušného státu), ověřenou kopii dokladu o nejvyšším dosaženém vzdělání.</p> <p>Vaše přihlášky v písemné podobě očekáváme <b>do 26. listopadu 2004</b> na adrese:</p> <p><b>Krajský úřad Kraje Vysočina, Žižkova 57, 587 33 Jihlava</b></p>



V černobílém provedení je zelená barva nahrazena 35 % a modrá barva 60 % černé. Text je černý (100 %) nebo bílý.  
Podkladová plocha textu zůstává – 10 % černé barvy.

<p>www.kr-vysocina.cz</p>	<p><b>Kraj Vysočina</b> KRAJSKÝ ÚŘAD KRAJE VYSOČINA</p>
<p>Titul, Jméno Příjmení, ředitel /ka Krajského úřadu Kraje Vysočina, vyhlašuje dle § 7 zákona č. 312/2002 Sb., o úředních územních samosprávných celcích a o změně některých zákonů, výběrové řízení na pozici:</p> <p><b>úředník/ce na úseku organizace práce sekretariátu hejtmana 01</b></p>	<p><b>Výběrové řízení</b></p> <p><b>Požadujeme:</b> úplné střední/vyšší odborné vzdělání, přehled v oblasti veřejné správy, znalost zákona č. 129/2000 Sb., o krajích, znalost práce na PC (Word, Excel, Outlook, internet), komunikativnost a schopnost jednat s lidmi, samostatnost a organizační schopnosti, logické a tvůrčí myšlení, smysl pro týmovou práci, aktivní znalost jednoho světového jazyka.</p> <p><b>Typické činnosti vykonávané na této pozici:</b> příprava denních rozvrhů, organizace a přijímání návštěv, příprava podkladových materiálů pro pracovní jednání, pořizování zápisů z pracovních jednání, osobní, písemná i telefonická komunikace se zahraničními partnery, informační servis pro členy rady kraje, vyřizování korespondence, práce se spisovou službou, práce s databázovými systémy.</p> <p><b>Nabízíme:</b> perspektivní pozici, možnost trvalého vzdělávání a osobního růstu, 8. platovou třídu, zajímavou práci v tvůrčím kolektivu.</p> <p><b>Záměrem předložit písemnou přihlášku, která obsahuje tyto náležitosti:</b> jméno a příjmení, titul zájemce, datum a místo narození zájemce, státní příslušnost zájemce, místo trvalého pobytu zájemce, číslo občanského průkazu nebo číslo povolení k pobytu, datum a podpis zájemce.</p> <p><b>K přihlášce je nutno přiložit:</b> životopis, ve kterém se uvedou údaje o dosavadních zaměstnáních a o odborných znalostech týkajících se správních činností, výpis z evidence rejstříku trestů ne starší než 3 měsíce (u cizinců obdobný doklad z příslušného státu), ověřenou kopii dokladu o nejvyšším dosaženém vzdělání.</p> <p>Vaše přihlášky v písemné podobě očekáváme <b>do 26. listopadu 2004</b> na adrese: <b>Krajský úřad Kraje Vysočina, Žižkova 57, 587 33 Jihlava</b></p>

<p>www.kr-vysocina.cz</p>	<p><b>Kraj Vysočina</b> KRAJSKÝ ÚŘAD KRAJE VYSOČINA</p>
<p>Titul, Jméno Příjmení, ředitel /ka Krajského úřadu kraje Vysočina, vyhlašuje dle § 7 zákona č. 312/2002 Sb., o úředních územních samosprávných celcích a o změně některých zákonů, výběrové řízení na pozici:</p> <p><b>úředník/ce na úseku organizace práce sekretariátu hejtmana 01</b></p>	<p><b>Výběrové řízení</b></p> <p><b>Požadujeme:</b> úplné střední/vyšší odborné vzdělání, přehled v oblasti veřejné správy, znalost zákona č. 129/2000 Sb., o krajích, znalost práce na PC (Word, Excel, Outlook, internet), komunikativnost a schopnost jednat s lidmi, samostatnost a organizační schopnosti, logické a tvůrčí myšlení, smysl pro týmovou práci, aktivní znalost jednoho světového jazyka.</p> <p><b>Typické činnosti vykonávané na této pozici:</b> příprava denních rozvrhů, organizace a přijímání návštěv, příprava podkladových materiálů pro pracovní jednání, pořizování zápisů z pracovních jednání, osobní, písemná i telefonická komunikace se zahraničními partnery, informační servis pro členy rady kraje, vyřizování korespondence, práce se spisovou službou, práce s databázovými systémy.</p> <p><b>Nabízíme:</b> perspektivní pozici, možnost trvalého vzdělávání a osobního růstu, 8. platovou třídu, zajímavou práci v tvůrčím kolektivu.</p> <p><b>Záměrem předložit písemnou přihlášku, která obsahuje tyto náležitosti:</b> jméno a příjmení, titul zájemce, datum a místo narození zájemce, státní příslušnost zájemce, místo trvalého pobytu zájemce, číslo občanského průkazu nebo číslo povolení k pobytu, datum a podpis zájemce.</p> <p><b>K přihlášce je nutno přiložit:</b> životopis, ve kterém se uvedou údaje o dosavadních zaměstnáních a o odborných znalostech týkajících se správních činností, výpis z evidence rejstříku trestů ne starší než 3 měsíce (u cizinců obdobný doklad z příslušného státu), ověřenou kopii dokladu o nejvyšším dosaženém vzdělání.</p> <p>Vaše přihlášky v písemné podobě očekáváme <b>do 26. listopadu 2004</b> na adrese:</p> <p><b>Krajský úřad Kraje Vysočina, Žižkova 57, 587 33 Jihlava</b></p>

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.

	
<p><b>Kontaktní osoby:</b>  <b>Titul. Jméno Příjmení</b>          tel.: 564 602 546          e-mail: xxxxx.x@kr-vysocina.cz  <b>Titul. Jméno Příjmení</b>          tel.: 564 602 549          e-mail: xxxxx.x@kr-vysocina.cz</p>	<p style="text-align: center;">p o ř á d á</p> <p style="text-align: center;"><b>Prezentaci Kraje Vysočina</b></p> <p style="text-align: center;">a obchodní misi podnikatelských subjektů do Itálie, oblast Udine a Terstu</p> <p style="text-align: center;"><b>termín uspořádání mise: květen 2005</b></p> <p>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 –raje Vysočina, odbor regionálního rozvoje, Žižkova 16, 587 33 Jihlava, a to do poloviny března 2005.</p>

	
	<p style="text-align: center;">p o ř á d á</p> <p style="text-align: center;"><b>Prezentaci Kraje Vysočina</b></p> <p style="text-align: center;">a obchodní misi podnikatelských subjektů do Itálie, oblast Udine a Terstu</p> <p style="text-align: center;"><b>termín uspořádání mise:</b> <b>květen 2005</b></p> <p>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 –raje Vysočina, odbor regionálního rozvoje, Žižkova 16, 587 33 Jihlava, a to do poloviny března 2005.</p>
<p><b>Kontaktní osoby:</b> <b>Titul. Jméno Příjmení,</b>          tel.: 564 602 546, e-mail: xxxxxx.x@kr-vysocina.cz,  <b>Titul. Jméno Příjmení,</b> tel.: 564 602 549, e-mail: xxx.x@xxxxx.cz</p>	



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 –raje 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 –raje 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 nejrozumnějším 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.

