

# Grafický manuál

značky a vizuálního stylu



# Úvod

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

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

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

# Obsah

## 1 ZNAČKA

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

## 2 BAREVNOST

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

## 3 PÍSMO

- 3.1 Základní písmo
- 3.2 Doplnkové písmo

## 4 VIZUÁLNÍ STYL

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



## 1 ZNAČKA

### 1.1 Základní barevné provedení značky

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

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

**Značka nemá negativní verzi.**

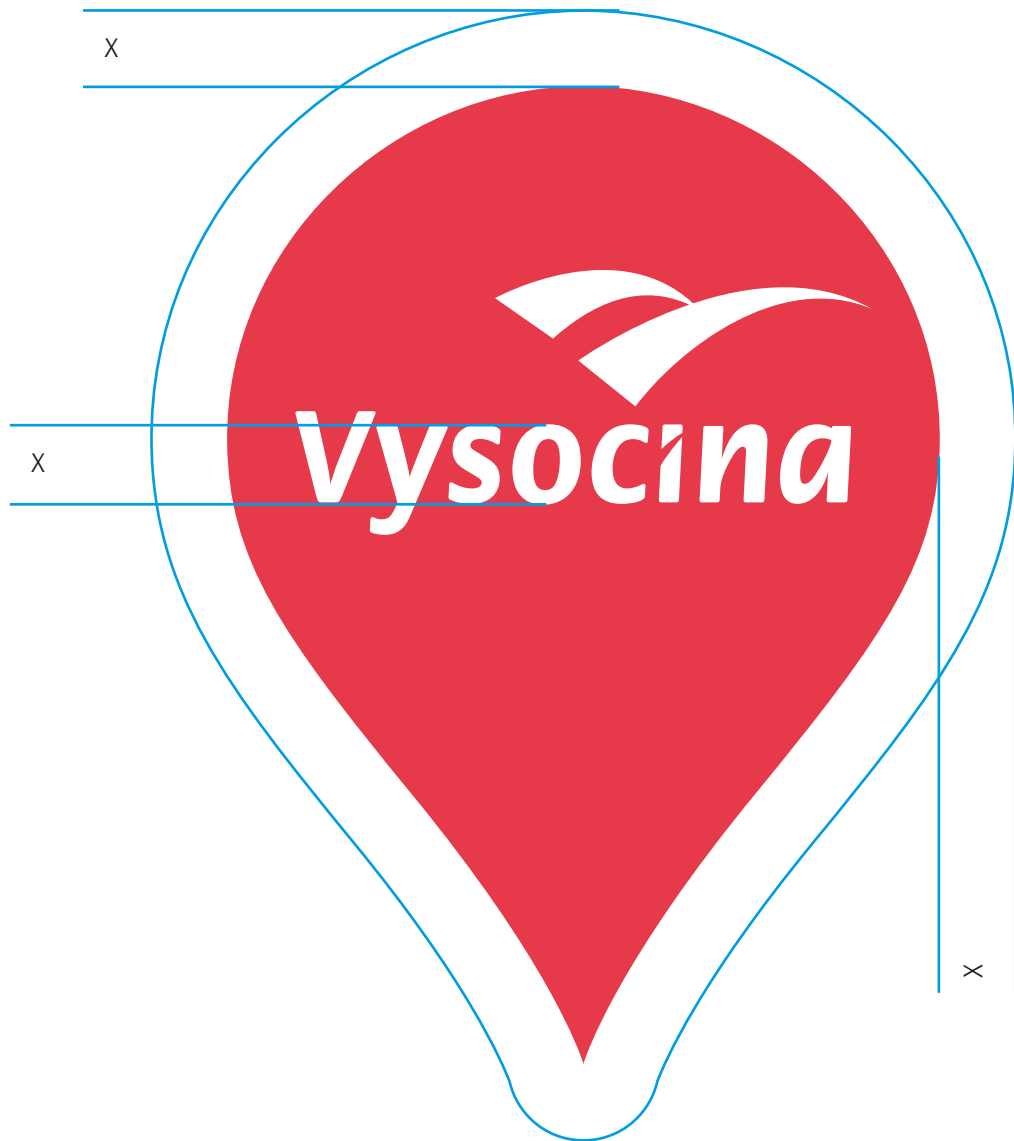


# 1 ZNAČKA

## 1.2 Rozkres značky

**Rozkres značky** definuje poměry a rozmístění jednotlivých prvků ve značce.

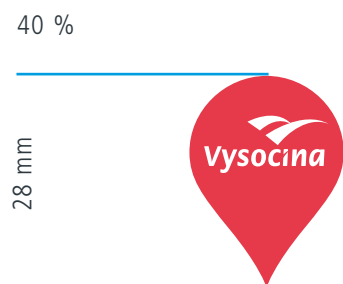
Poměry a rozmístění znázorněné na této straně nelze měnit, za každých okolností musí zůstat stejné.



# 1 ZNAČKA

## 1.3 Ochranná zóna značky

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



## 1 ZNAČKA

### 1.4 Rozměry a minimální velikost značky

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

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

neměnit umístění textu



neměnit font



nevpisovat jiný text



nevynechávat písmo



nevynechávat piktogram z loga



nedávat prázdný „point“



# 1 ZNAČKA

## 1.5 Zakázané varianty značky

**Povolené podoby značky** jsou definovány v tomto manuálu.

Jakékoliv další úpravy celku i jednotlivých částí jsou nepřipustné.



# 1 ZNAČKA

## 1.5 Zakázané varianty značky

nepřidávat další symboly



neořezávat



nedeformovat



neměnit barevnost textu



neměnit barevnost „pointu“



nerotovat



**Povolené podoby značky** jsou definovány v tomto manuálu.

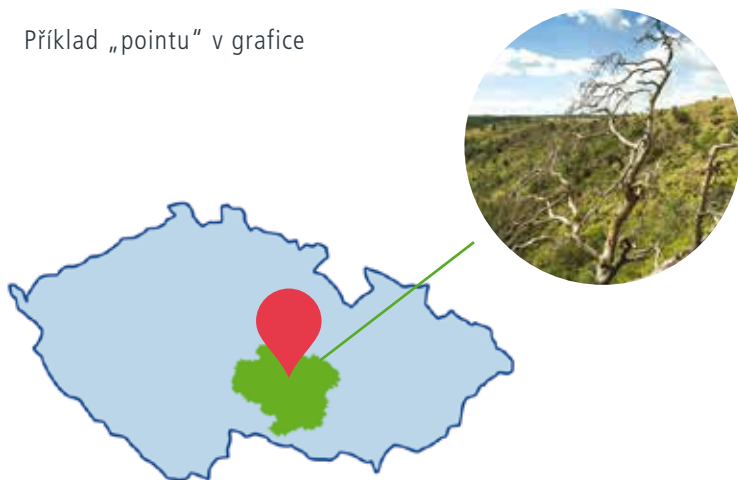
Jakékoliv další úpravy celku i jednotlivých částí jsou nepřipustné.

Příklad „pointu“ v textu

## NADPIS

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

Příklad „pointu“ v grafice



# 1 ZNAČKA







## 1.6 Použití piktogramu

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



## 2 | BAREVNOST

### 2.1 | Základní barvy

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

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



1.

CMYK



0/0/0/85

RGB



75/75/75  
#4b4b4b



2.

CMYK



0/0/0/0

RGB



0/0/0/0  
#000000

## 2 BAREVNOST

### 2.2 Černobílé provedení značky

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

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

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

černobílá škála



do sytosti 40 %



nad sytost 40 %



## 2 BAREVNOST

### 2.3 Značka na podkladových plochách

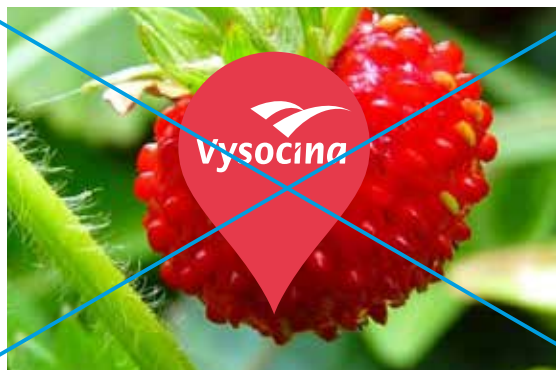
Nejvhodnější je aplikovat značku na **světlou či tmavou plochu**. V případě potřeby je možné značku aplikovat i na méně kontrastní podklady, ovšem pouze v případě, že je zachována viditelnost kontury červeného „pointu“.

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

## 2 | BAREVNOST

### 2.4 | Značka na fotografii

fotografie



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

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

Není nutné dodržet ochrannou zónu značky od podkladové fotografie.

Frutiger Light

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

Frutiger Medium

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

Frutiger Bold

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

Frutiger Condensed

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

Frutiger Condensed Bold

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

## 3

## PÍSMO

### 3.1

### Základní písmo

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

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

## 3 | PÍSMO

### 3.2 | Doplnkové písmo

Arial Regular

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

Arial Bold

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

**Doplnkovým písmem** je Arial.

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

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

**Písmo je všeobecně dostupné.**



A



NECHTE SE UNĚST  
ČISTOU KRÁSOU

B

OKOUZLUJÍCÍ  
ČISTÁ KRÁSA



C

PROŽIJTE ČISTOU  
RADOST Z POHYBU



## 4 | VIZUÁLNÍ STYL

### 4.1 | Značka s textem

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

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

Příklady



PŘÍRODNÍ KRÁSY  
ČISTÉ VYSOČINY



ČISTÁ RADOST  
DĚTEM



ZAŽIJTE ČISTOU  
RADOST Z POHYBU



NECHTE SE UNÉST  
ČISTOU KRÁSOU

## 4 | VIZUÁLNÍ STYL

### 4.2 | Sdělení u značky

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

A



B



C



## 4 | VIZUÁLNÍ STYL

### 4.3 Značka v materiálu

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

## 4 | VIZUÁLNÍ STYL

### 4.4 | Princip použití – venkovní reklama

citylight



billboard



## 4 | VIZUÁLNÍ STYL

### 4.5 | Princip použití – inzerce, web. bannery

inzerce



webový banner





## 4 | VIZUÁLNÍ STYL

4.6 Princip použití –  
reklamní předměty





# PROPAGUJME ČISTOU VYSOČINU SPOLEČNĚ

**Vysočina Tourism, příspěvková organizace**

Na Stoupách 144/3

P. O. BOX 85

586 01 Jihlava

[www.vysocinatourism.cz](http://www.vysocinatourism.cz)

[www.vysocina.eu](http://www.vysocina.eu)

[www.filmvysocina.cz](http://www.filmvysocina.cz)

e-mail: [info@vysocinatourism.cz](mailto:info@vysocinatourism.cz)



**Grafický manuál**  
značky a vizuálního stylu