



MANUÁL JEDNOTNÉHO VIZUÁLNIHO STYLU

platný od 1. 1. 2023

MANUÁL JEDNOTNÉHO VIZUÁLNÍHO STYLU

Manuál jednotného vizuálního stylu je dokument stanovující základní pravidla užívání grafických prvků loga a logotypu při zachování jednotného vizuálního stylu.

Pro zachování co nejdélejší životnosti značky se doporučuje respektování předpisů logomanuálu. Každý uživatel loga a logotypu je povinen zohlednit předpisy uvedené v tomto dokumentu při obchodní i jiné korespondenci, komplexní vnitřní i vnější komunikaci, v marketingu a reklamních materiálech.

ZÁKLADNÍ LOGO

Základním logem je vždy míněn grafický celek včetně textu. Výrazem logo je pak míněno zpracování logomarku a logotypu.

Textová část loga, logotyp, nese název společnosti “WIV group”. Obrazová část loga, logomark, odráží počáteční písmeno “W” a barevnostně doplňuje textovou část.

Základní variantou loga je varianta horizontální s textovým polem a zároveň s obrazovou částí. Používá se na světlém podkladu v přesně definovaných barvách. Je určena k přednostnímu použití pro firemní komunikaci.



TEXTOVÁ ČÁST LOGA

Textová část loga “WIV group” není povolena užívat samostatně bez obrazové části logotypu “W”. Používá se pouze jako prvek doplňující a dotvářející grafické vyjádření. Nelze použít namísto loga. Vždy dbát na to, aby textová část loga „group“ měla tah 0,5 pro lepší viditelnost.

The text 'WIV group' is displayed in a large, black, sans-serif font. 'WIV' is in all caps and 'group' is in lowercase. The text is centered on the page.

OBRAZOVÁ ČÁST LOGA

Obrazovou část logotypu “W” je povoleno užívat samostatně bez textové části logotypu - jako charakteristický prvek identifikace společnosti.



BAREVNÁ A INVERZNÍ VARIANTA LOGA

Základní barevnostní variantou logotypu na světlém podkladu je varianta v přesně definovaných firemních barvách. Na tmavém podkladu se používá varianta inverzní opět v přesně definovaných barvách. Tato definice barevnosti platí při použití základního loga i při použití pouze obrazové části logotypu.



JEDNOBAREVNÁ VARIANTA LOGA - BLACK & WHITE

Jednobarevná varianta logotypu se používá tam, kde není možné použít barevný soutisk. Černá varianta je užívána v černobílem tisku, razítku apod. Bílá - inverzní varianta bývá použita v tmavém podkladu tam, kde není možno užití barevného základního logotypu. Tato definice barevnosti platí při použití základního loga i při použití logotypu.



JEDNOBAREVNÁ VARIANTA LOGA - GRAYSCALE

Jednobarevná varianta loga se používá tam, kde není možné použít barevný soutisk.

Šedivá varianta je definována konkrétní barvou, která navozuje dojem jemnosti až subtilnosti.

Použije se v případě potřeby pro celkové vyznění grafického sdělení. Tato definice barevnosti platí při použití základního loga i při použití pouze logotypu.



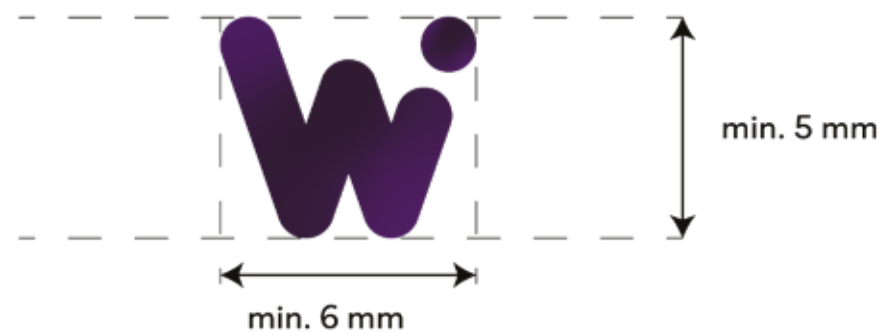
OCHRANNÁ ZÓNA LOGA

Ochranná zóna definuje prostor, ve kterém se nesmí nalézat žádné prvky grafiky kromě podkladu. Prvkem grafiky je myšleno jiné logo, text, textura nebo fotografie. Tato zóna je minimální a může být zvětšena. Ochranná zóna navíc definuje minimální vzdálenost loga od okraje plochy. Logo je možné použít opakovaně horizontálně i vertikálně, a to vždy na dotek ochranných zón.



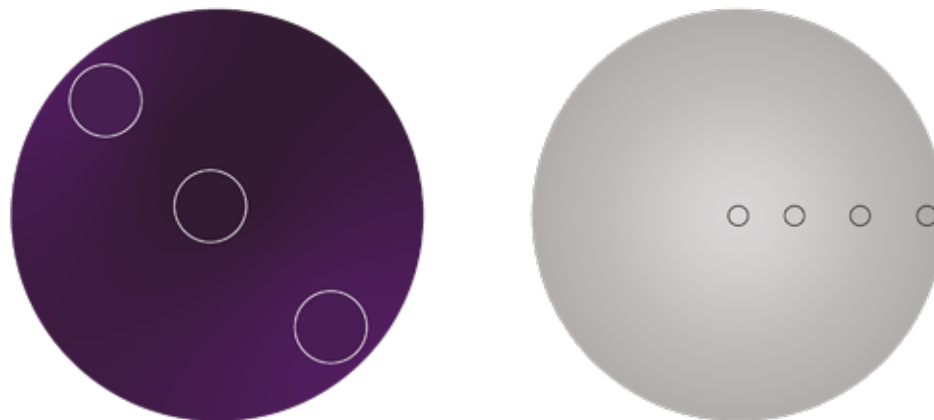
MINIMÁLNÍ VELIKOST LOGA

Minimální velikost loga zaručuje dobrou čitelnost loga. Minimální velikost je daná pro užití základního loga i pro obrazovou část loga. Stejně tak platí pro užití grayscale varianty nebo varianty black, či inverzní bílé. Maximální velikost loga není stanovena.



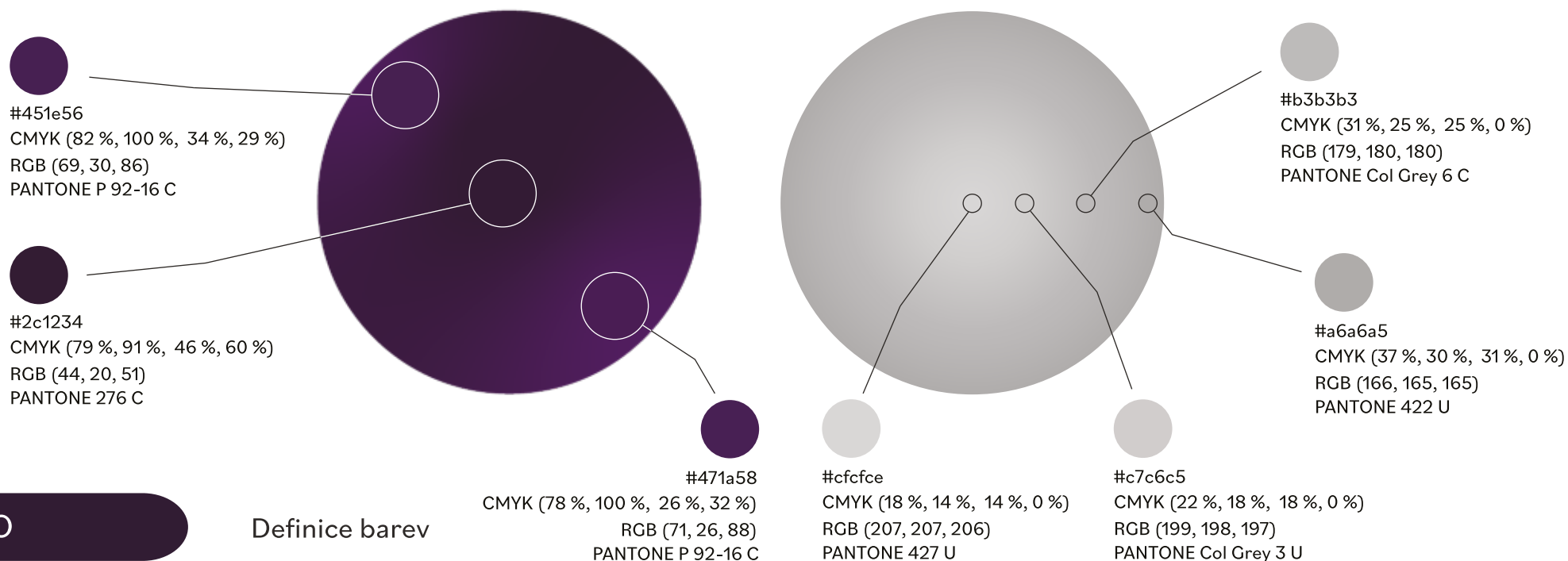
DEFINICE BAREV

Mezi základní vizuální konstanty patří firemní barvy. Barvy jsou jedny z nejdůležitějších charakteristických rysů a rozpoznávacích znaků firmy. Měly by ji dokonale reprezentovat a budovat povědomí v myslích zákazníků a veřejnosti. Jednotný styl není možný bez přesného definování barev, jejich důsledného dodržování a upřednostňování před černobílým zobrazením. Základní logo je definováno základní barvou fialovou ve škále nebo přímou fialovou a rovněž stříbrnou, ve škále nebo přímou. Dále definujeme bazální barvy fialovou a stříbrnou, doplněny farbou bílou. Tyto barvy tvoří také základní dva barevné přechody, které se používají jako pozadí. Používané přechody fialové a stříbrné barvy jsou:



DEFINICE BAREV

Přechod z fialové barvy se skládá z jejích tří odstínů a přechází do diagonály z horního levého rohu směrem k dolnímu pravému rohu (lineární). Ve středu přechodu se nachází nejtmaší odstín fialové. Přechod ze stříbrné barvy se skládá ze čtyř barev a je radiálního typu. Přechod jde zevnitř kružnice, kde je nejsvětleší odstín stříbrné směrem ven, kde je odstín stříbrné nejtmaší.



ZÁKLADNÍ PÍSMO

Základním firemním písmem je Bilo. Jedná se o bezpatkové písmo vyznačující se moderním designem podtrhujícím produkty a služby společnosti. Písmo se používá v devíti základních řezech. Používá se pro textový obsah, nadpisy, headline, claim, ...

Bilo - Light

abcdefghijklmnopqrstuvwxy
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
01234567890123456789?!,;*-+)\$#@>

Bilo - Regular

abcdefghijklmnopqrstuvwxy
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
01234567890123456789?!,;*-+)\$#@>

Bilo - Medium

abcdefghijklmnopqrstuvwxy
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
01234567890123456789?!,;*-+)\$#@>

Bilo - Bold

abcdefghijklmnopqrstuvwxy
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
01234567890123456789?!,;*-+)\$#@>

ZÁSTUPNÉ PÍSMO

Zástupným firemním písmem je Arial. Jedná se o jedno z nejpoužívanějších bezpatkových typografických písem. Splňuje veškeré požadavky pro internet, tisk. Písmo výrazně vystupuje ze stránky. Je to moderní, úsporné a dobře čitelné. Používá se ve čtyřech základních řezech.

Arial - Italic

abcdefghijklmnopqrstuvwxy

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

01234567890123456789?!,--+)\$#@|>*

Arial - Regular

abcdefghijklmnopqrstuvwxy

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

01234567890123456789?!,*--+)\$#@|>

Arial - Bold

abcdefghijklmnopqrstuvwxy

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

01234567890123456789?!,*--+)\$#@|>

Arial - Black

abcdefghijklmnopqrstuvwxy

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

01234567890123456789?!,*--+)\$#@|>

DOPLNKOVÉ PÍSMO

Doplňkovým firemním písmem je kaligrafické písmo Grafolita Script Bold.

Používáme jej jako okrasné písmo v grafice na sociální síti. Např. pro slovo "Blog".

Z důvodu čitelnosti zvažujeme užití tohoto fontu s verzálkami.

Grafolita Script Bold

abcdefghijklmnopqrstuwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

01234567890123456789?!:;--+) \$#@ \>*

ZAKÁZANÉ VARIANTY LOGA

Zde jsou znázorněny příklady zakázaných variant loga.



UŽITÍ LOGA

VIZITKY

Vizitka je marketingový prostředek nesoucí informace o společnosti a osobě. Jedná se o základní nástroj patřící mezi merkantilní tiskoviny, který rychle charakterizuje firmu. Aplikace logotypu a vizuální identity na vizitku se řídí pravidly logomanuálu.

Jmenná vizitka zároveň nese informace o konkrétní osobě prezentující danou společnost včetně její funkce.

Společnost používá kaširované vizitky, které se skládají ze dvou vrstev papíru - fialové a stříbrné. Na zadní straně se nachází laserový výsek loga.



PODPIS E-MAILOVÉ KORESPONDENCE

Obchodní e-maily odeslané pomocí firemního e-mailu představují nejen pisatele, ale také společnost. Je velmi důležité v komunikaci s partnery a klienty splňovat firemní standardy i pravidla logomanuálu také podpisem e-mailu.



POLEP NA AUTO

Firemní vozy různých typů vyžadují různé pojetí označení polepem. Manažerské vozy standardně charakterizuje jednoduché užití loga na předních dveřích a kuličkový prvek na zadní části vozu.



PROPISKA

Standardní reklamní předmět, který je díky poměru cena-výkon velmi užitečným nástrojem pro sdílení firemní značky. Použití loga se řídí pravidly logomanuálu. Stávající i potenciální zákazník je tak v intenzivním kontaktu se značkou společnosti, která je promovaná na tomto nosiči. Je nutné zohlednit povolenou minimální velikost loga.



TRIČKO

Mezi důležité součásti image společnosti patří také pravidla oblékání ve firemním prostředí. Zaměstnanci tvoří podstatnou součást tváře firmy a styl jejich oblékání pod firemní značkou spoluvytváří celkový dojem. Trička u zaměstnanců svou barevností a použitím logotypu dokreslují tvář firmy.



POWERPOINT ŠABLONA

Užitečný nástroj pro prezentaci projektů. Společnost jej intenzivně využívá, a tedy je vhodné sjednotit grafickou stránku právě těchto prezentací. Design PPT prezentace odpovídá zaměření společnosti a užití loga vychází z jednotného manuálu tak, aby již na první pohled byla zjevně charakterizována daná společnost.





MANUÁL JEDNOTNÉHO VIZUÁLNÍHO STYLU

platný od 1. 1. 2023

s láskou vypracoval marketingový tým ♥