

MANUÁL JEDNOTNÉHO VIZUÁLNÍHO STYLU



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 Inverzní barevné provedení jazykových mutací
- 2.05 Černobílé a polotónové pozitivní provedení
- 2.06 Jazykové varianty – černobílé a polotónové pozitivní provedení
- 2.07 Inverzní černobílé provedení jazykových mutací
- 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 variant
- 2.15 Rozměrové řady základního provedení a speciálních variant
- 2.16 Rozměrové řady jazykových variant
- 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 Doplňkové 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 Límeč 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 ohraničení regionu u pozemních komunikací
- 9.07 Značka turistické destinace
- 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



ÚVOD

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), 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. Je souhrnem předpisů pro oddělení vnějších vztahů, reklamní agentury, dodavatele i všechny partnery a zaměstnance krajského úřadu, kteří mohou jakýmkoliv způsobem ovlivňovat firemní kulturu. 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, značka turistické destinace atd.

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

Za respektování pravidel uvedených v manuálu jsou zodpovědní zaměstnanci oprávnění k aplikaci prvků jednotného vizuálního stylu instituce.

Žádný z jednotlivých prvků manuálu není určen k přímé reprodukci.



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

Vysočina

Při použití slova kraj, které však není součástí oficiálního názvu, je to:

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 **Vysočina** se slovem **kraj** 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.

V názvu instituce se jméno kraje – Vysočina – píše vždy s velkým písmenem na začátku slova a slovo kraj malými písmeny. Slovo kraj se používá s velkým počátečním písmenem pouze v rámci logotypu. V textech dopisů, zpráv, článků a dalších tiskovin je možné název instituce vyznačovat barvou (pouze však předepsanými firemními barvami), kurzivou, půltučným nebo tučným řezem písma.

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). 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 (zde s velkým písmenem na začátku slova) a názvem Vysočina. Tato dvě slova jsou významově odlišena slabým a tučným řezem písma Flora. 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 obloučitému tvaru 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.



Kraj Vysočina

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



Kraj Vysočina

anglická verze



Vysočina Region

německá verze



Region Vysočina

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 – ražbu, vodotisk, gravírování, pískování atd.



Kraj Vysočina

vše – 100% černá



Kraj Vysočina

obrazový znak – 35% černá

logotyp – 70% černá

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

anglická verze



Vysočina Region

vše – 100% černá

německá verze



Region Vysočina

vše – 100% černá

anglická verze




Vysočina Region

obrazový znak – 35% černá

logotyp – 70% černá

německá verze



Region Vysočina

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 Vysočina značku 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 značku 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 značku s dovětkem aplikovat v základní nebo inverzní barevné podobě, je povoleno umístit 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 příslušným zadavatelem.

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

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

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

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

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



Rozkres 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.

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.

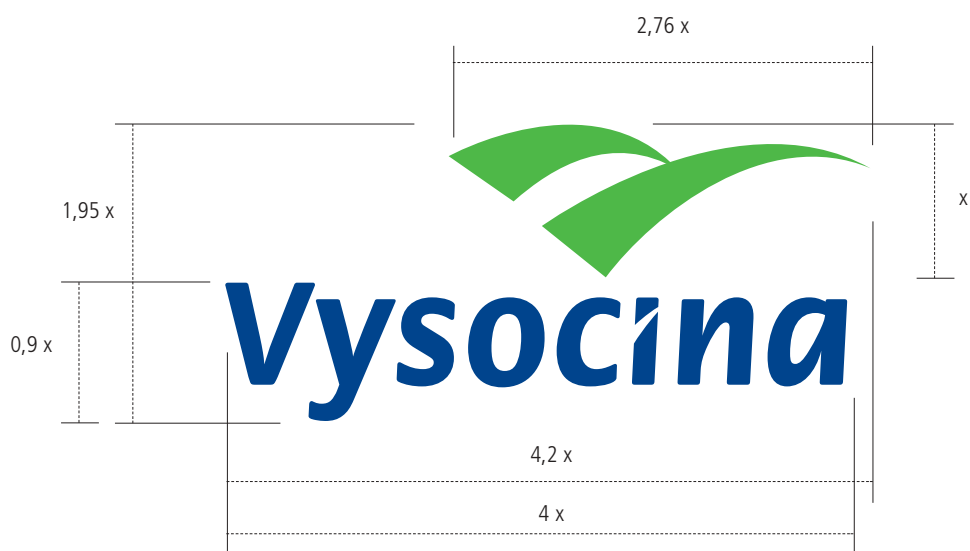
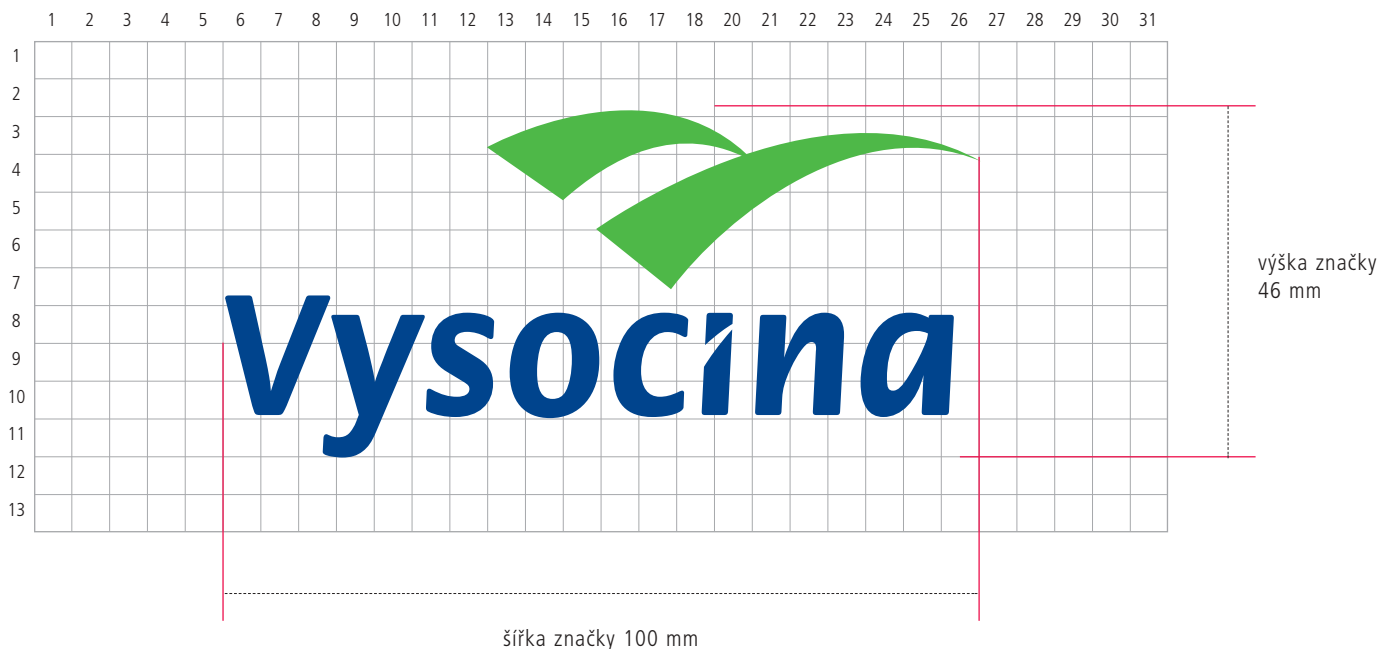


Rozkres značky s jednoslovným názvem v konstrukční síti definuje umístění všech grafických prvků a jejich vzájemné poměry. Tento rozkres není podkladem pro konstrukci, ale je určen především k ověření přesnosti reprodukce při prostorových aplikacích, zejména při velkém zvětšení.

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

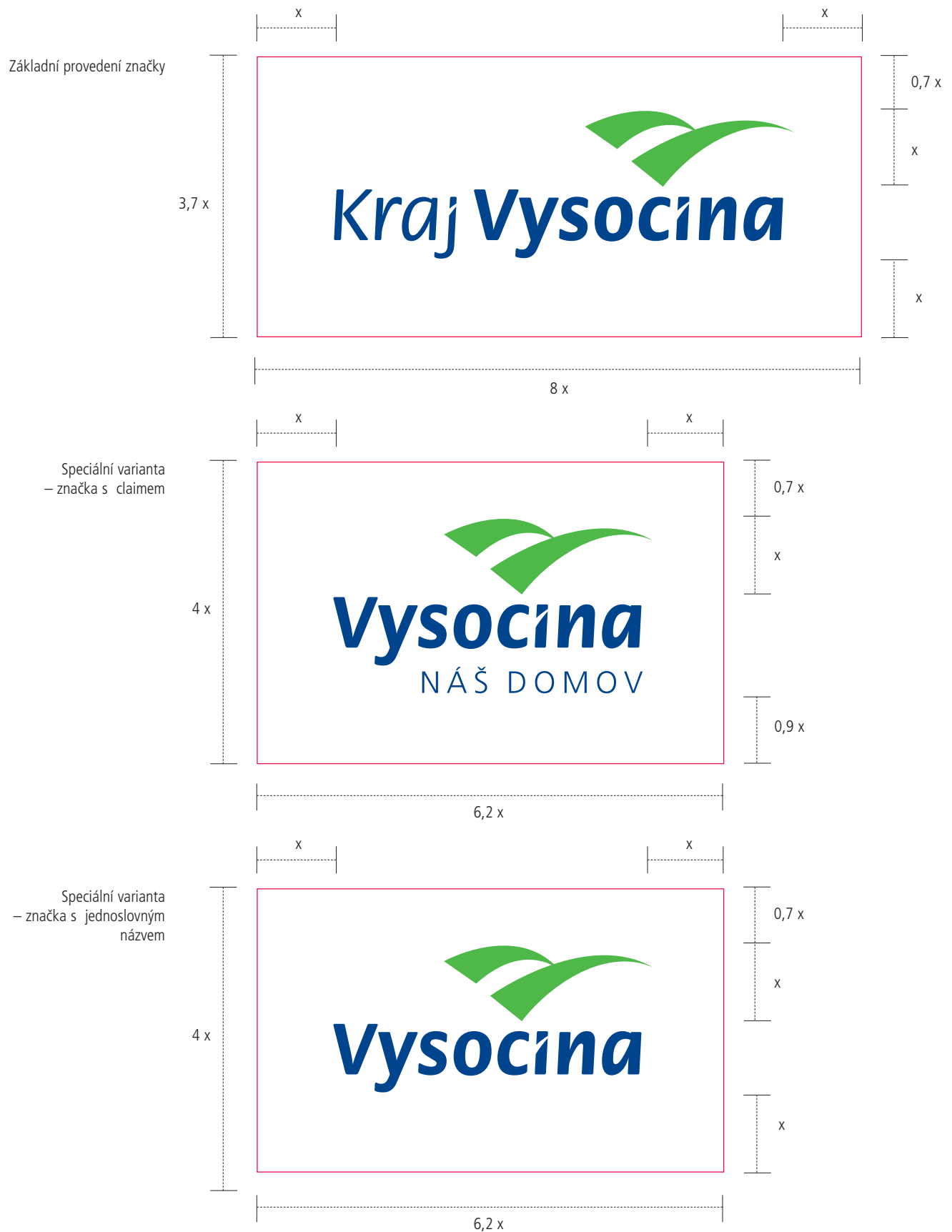
Značka je definována svou datovou podobou ve vektorových počítačových formátech, jež slouží jako výhradní zdroj pro práci se značkou.

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



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


Kraj Vysocina

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.


Kraj Vysocina

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


Kraj Vysocina

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.


Kraj Vysocina

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


Kraj Vysocina

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


Vysocina
NÁŠ DOMOV


Vysocina
NÁŠ DOMOV


Vysocina
NÁŠ DOMOV


Vysocina
NÁŠ DOMOV


Vysocina
NÁŠ DOMOV

Speciální varianta – jednoslovná značka


Vysocina


Vysocina


Vysocina


Vysocina


Vysocina

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 variant 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).



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.

Německá verze

Značku kraje Vysočina i samostatný výzdobný prvek (2.19) 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 tiskoviny 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 umístování značek na budovy) je třeba ověřovat přesnost reprodukce podle konstrukční sítě, která definuje umístění všech grafických prvků a jejich vzájemné poměry.



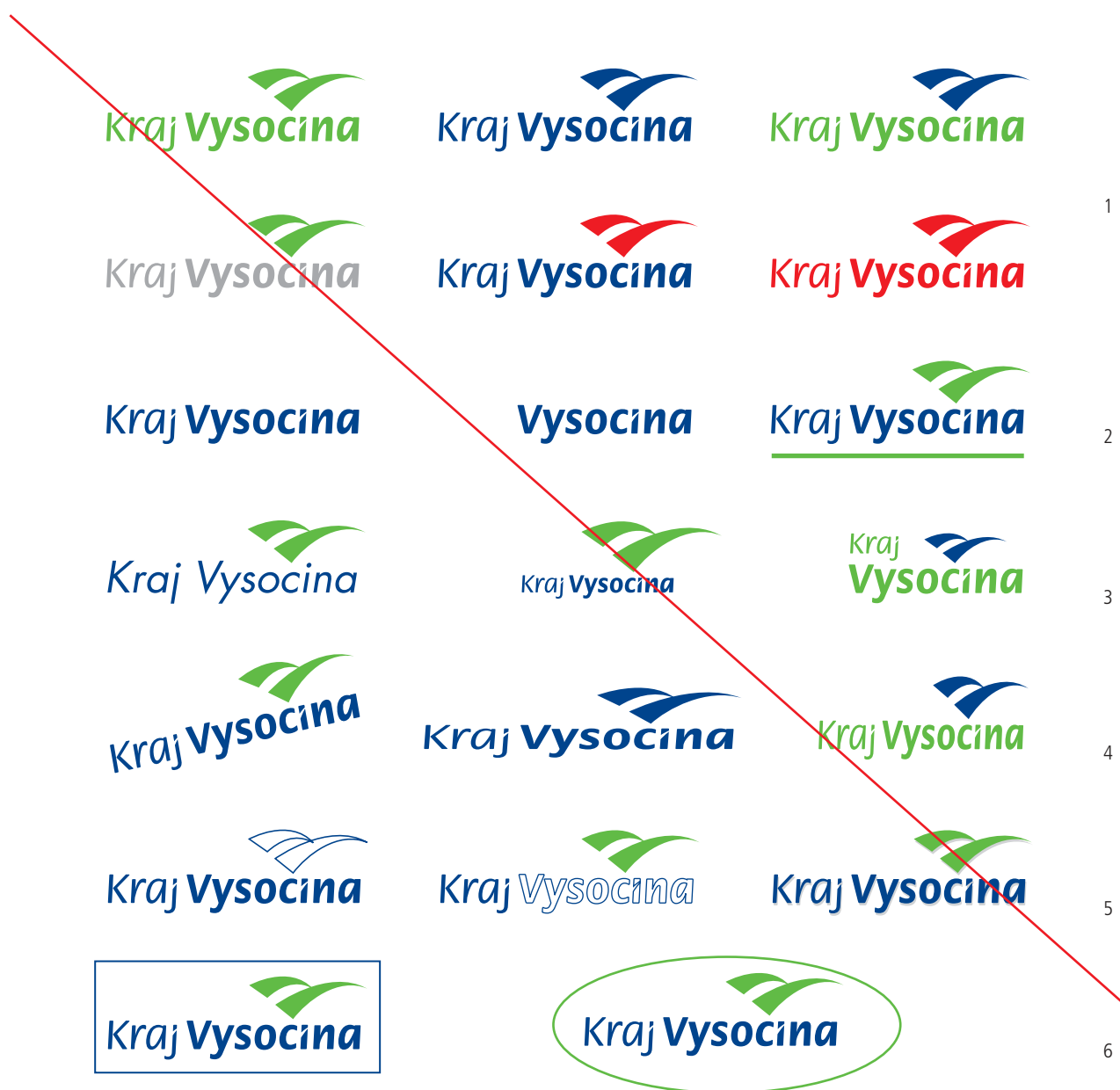
Značka instituce kraj Vysočina představuje nedělitelný celek a je povoleno ji zobrazovat výhradně v originální podobě, definované grafickým manuálem. Na této straně jsou uvedeny některé chyby při práci se značkou.

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 4.03.



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 %).



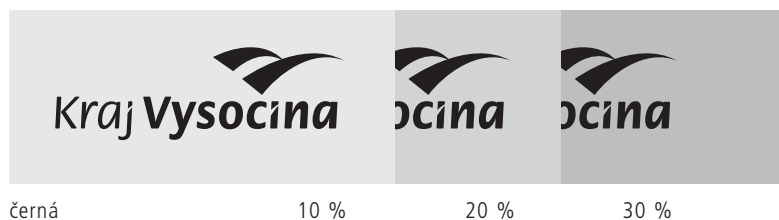

PANTONE 2748

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

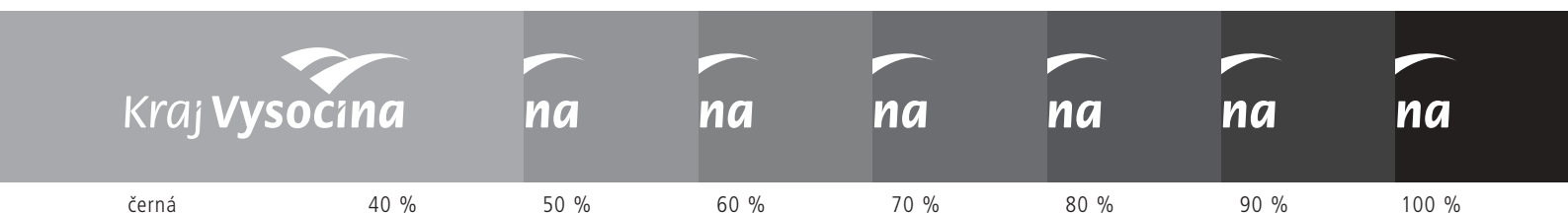


V **černobílém pozitivním provedení** je kromě prioritního použití na bílé podkladové ploše povoleno značku aplikovat na šedých plochách v hodnotách 10, 20 a 30 % černé barvy.

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 pro značku nelze vytvořit prostor pro užití její základní podoby, je povoleno ji aplikovat pouze v její **inverzní, bílé podobě**.



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

Je zakázáno
značku kraje Vysočina na podkladových plochách umísťovat
do jakýchkoliv rámečků nebo dalších podkladových plošek.



Je zakázáno
značku kraje Vysočina umísťovat na jakékoliv irisové
podkladové plochy



The image shows the logo of Kraj Vysočina, consisting of a green stylized wave icon above the text 'Kraj Vysočina' in white. The background is a gradient from light blue on the left to white on the right. This example is crossed out with a red diagonal line.



The image shows the logo of Kraj Vysočina, consisting of a white stylized wave icon above the text 'Kraj Vysočina' in white. The background is a gradient from light green on the left to white on the right. This example is crossed out with a red diagonal line.

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



The image shows the logo of Kraj Vysočina, consisting of a green stylized wave icon above the text 'Kraj Vysočina' in blue. The background is a photograph of a modern building with a curved glass facade, tinted with a blue color. This example is crossed out with a red diagonal line.



The image shows the logo of Kraj Vysočina, consisting of a green stylized wave icon above the text 'Kraj Vysočina' in blue. The background is a grayscale photograph of a modern building with a curved glass facade. This example is crossed out with a red diagonal line.

Kromě základních prvků vizuálního stylu (značka, barevnost, typografie) jsou v manuálu prezentovány doplňkové prvky. Grafickým doplňkovým prvkem vizuálního stylu instituce kraj 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 praktičtější použitelných hodnotách, přepočítaných do jednotek počítačových programů.
Čtverčík	Rozeř 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 písmem firemního designu 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 firemním 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 úředních dokumentů v osobních počítačích zaměstnanců či to může být variantní písmo při zhotovování dopisních šablon určených pro PC. Ve svých slabých řezech je vhodné zejména k vyplňování úředních dokumentů zasílaných elektronickou poštou. Tučnější řezy lze využít k vyznačování v textu nebo k sazbě titulků. Verzálkové texty je doporučeno podle potřeby prostrkávat.

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

ABCDabcd1234

Arial Regular

ABCDabcd1234

Arial Italic

ABCDabcd1234

Arial Bold

ABCDabcd1234

Arial Bold Italic

4

BAREVNOST

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


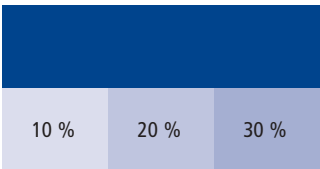
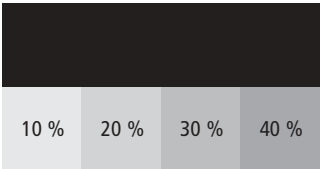


Základními barvami kraje Vysočina jsou zelená a tmavomodrá barva.

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

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

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

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

ZÁKLADNÍ BARVY	zelená	Přímá barva: PANTONE 368 C/U	Soutisková barva:	RGB:
			C 65 % M 0 % Y 100 % K 0 %	R 36,7 % G 65,9 % B 13,4 %
DOPLŇKOVÉ BARVY	modrá	Přímá barva: PANTONE 2748 C/U	Soutisková barva:	RGB:
			C 100 % M 76 % Y 0 % K 18 %	R 0 % G 11,1 % B 39,4 %
	černá	Přímá barva: PANTONE Process Black C/U	Soutisková barva:	RGB:
			C 0 % M 0 % Y 0 % K 100 %	R 14,5 % G 13,8 % B 13,7 %
	stříbrná	Přímá barva: PANTONE 877 C (pouze přímá barva na lesklých papírech)		RGB:
				R 45,4 % G 46,5 % B 47,6 %
	bílá			
				



MERKANTILNÍ
TISKOVINY

Kraj Vysočina používá jednotný soubor administrativních tiskových materiálů (merkantilních tiskovin) pro písemný styk s veřejností, obchodními partnery i pro interní komunikaci. Kromě jednotné aplikace všech prvků firemního stylu předepisuje grafický manuál také způsob vyplňování tiskovin.

Merkantilní tiskoviny s předtištěnou značkou instituce a nutnými textovými údaji se vyplňují v osobních počítačích zaměstnanců instituce doplňkovým firemním písmem Arial.

Doporučená velikost vyplňovaného textu je 11/14 (viz kapitola 3.01).

Pro texty ve všech tiskových materiálech je doporučena bloková úprava, tzn., že text vždy vychází zleva od svislíce (text „na praporek“ vlevo) bez odražených odstavců. Odstavce v textu jsou odděleny jednořádkovou mezerou. Oslovení i pozdrav na konci textu jsou také odděleny jednořádkovou mezerou. Osobní dopisy je nutné opatřit vlastnoručním podpisem.

Jednotný způsob vyplňování tiskovin je kromě typu a velikosti písma určen i jeho postavením na stránce. Je definován začátkem textu, vzdáleností textového bloku od levé strany dokumentu, jeho maximální šířkou a minimální vzdáleností od okraje stránky.

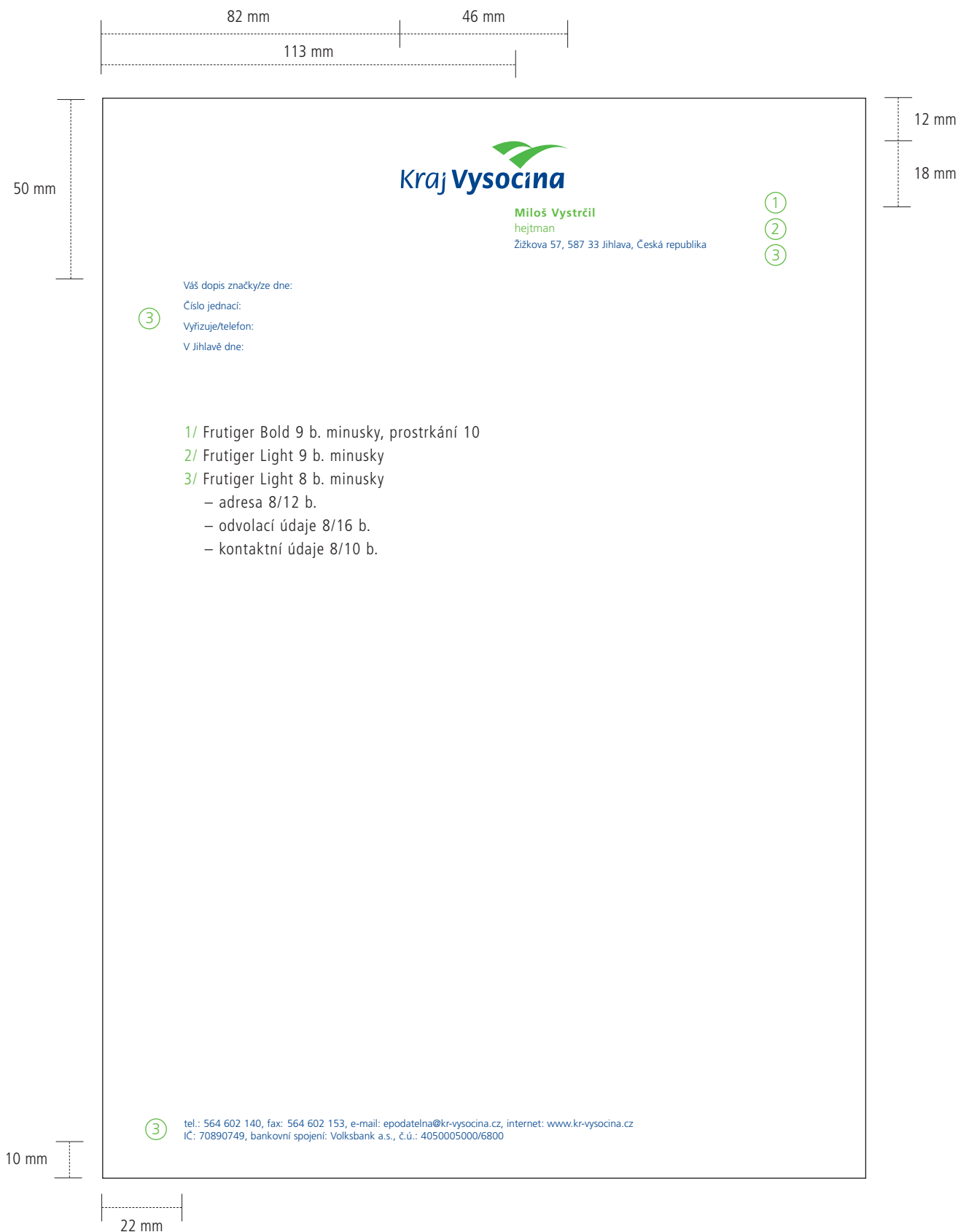
Pro druhé a další strany dopisů i jiných tiskovin platí pravidla uvedená v kapitolách 5.10 a 5.11.

Psaní dokumentů se provádí v souladu s platnou normou ČSN pro úpravu písemností.

Hlavičkový dopisní papír určený pro samosprávu kraje Vysočina obsahuje v záhlaví značku v základním barevném provedení, umístěnou na středové ose, pod ní je jméno, příjmení a funkce. Dále je zde na levý okraj dokumentu umístěna plná adresa instituce, zarovnaná na levou zarážku. V dolní části je adresa a kontaktní údaje.

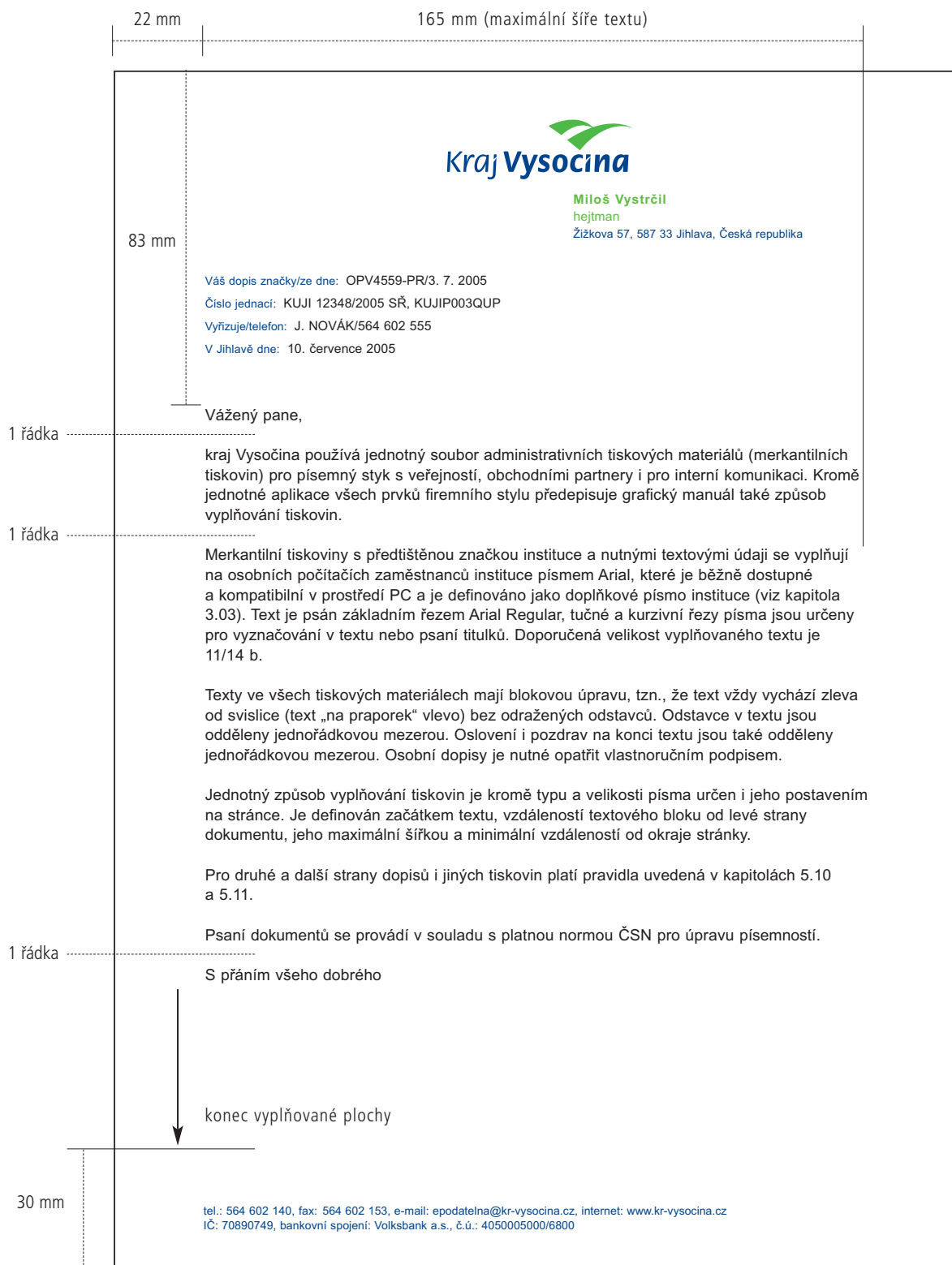
Hlavičkový papír je tištěn dvěma přímými firemními barvami (modrou – PANTONE 2748 U a zelenou – PANTONE 368 U) na kvalitní bílý papír ofsetovou technologií. V případě tisku dokumentu na černobílé tiskárně jsou všechny jeho prvky 100% černé.

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



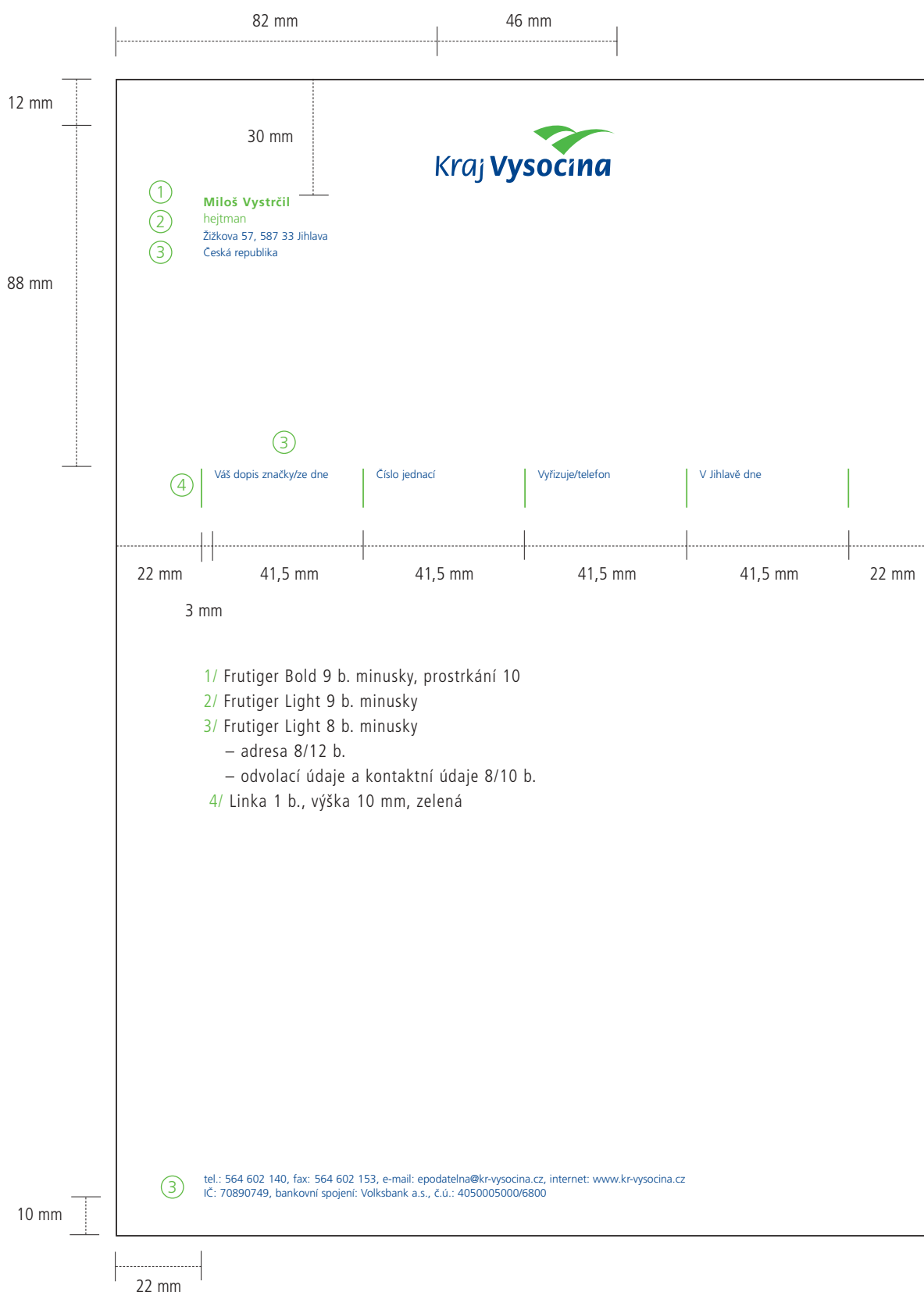
Hlavičkový dopisní papír pro samosprávu je vyplněn písmem Arial Regular 11/14. Odvolací údaje se vyplňují písmem Arial Regular 9/16, vždy 1 čtverčík použité velikosti písma (9 b.) za předtištěný text řádky. Text dopisu vychází zleva od svislice ve vzdálenosti 22 mm od kraje papíru, je zleva zarovnan „na praporek“, bez odražených odstavců. Začátek vlastního textu dopisu je 65 mm od horního okraje papíru. Odstavce v textu jsou odděleny jednořádkovou mezerou. Maximální šíře textu je 165 mm, konec vyplňované plochy je 30 mm od spodního okraje papíru. Slova na konci řádků jsou bez dělení.

V případě tisku dokumentu na černobílé tiskárně jsou všechny jeho prvky 100% černé.



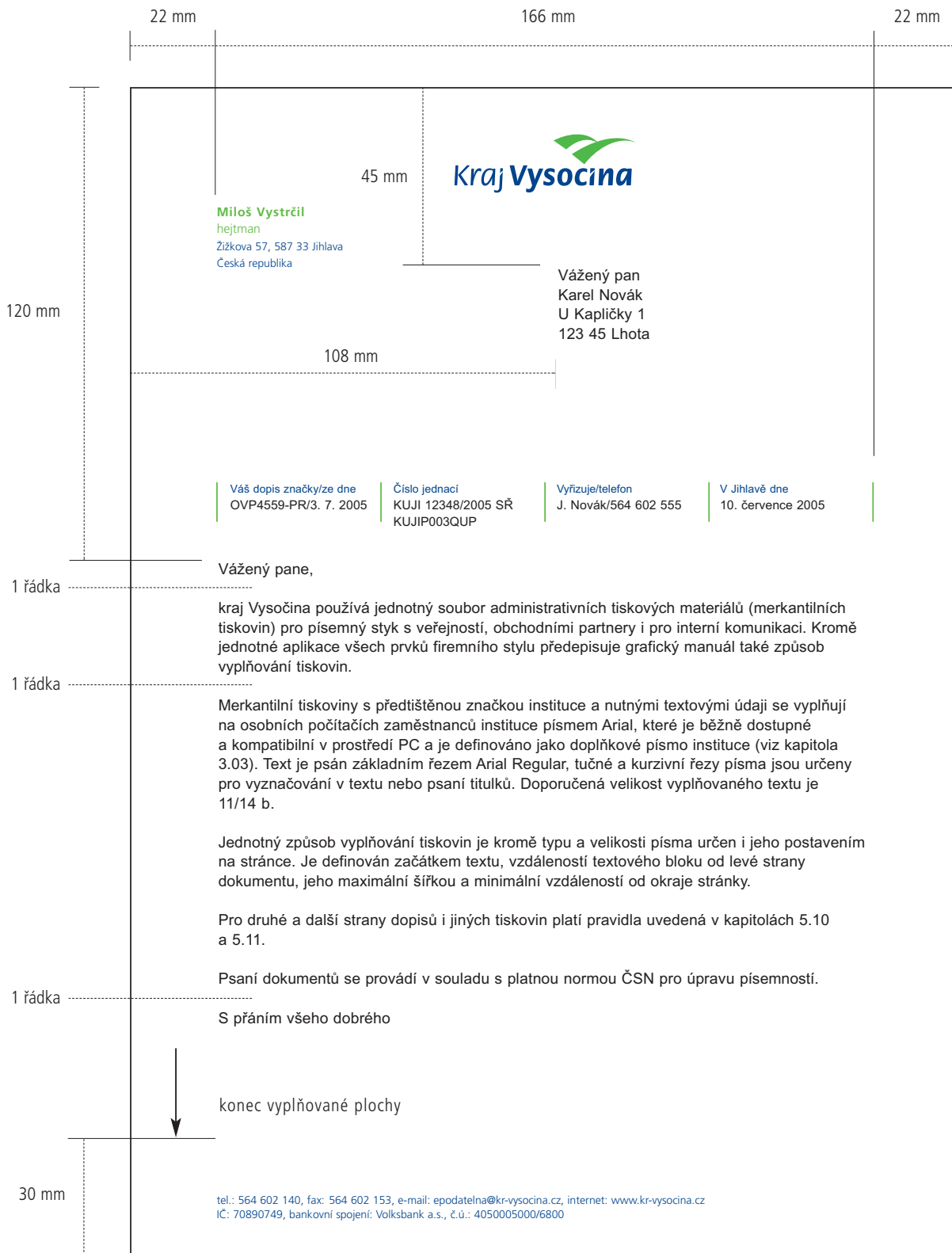
Hlavičkový papír – úřední dopis pro samosprávu kraje Vysočina obsahuje v záhlaví značku v základním barevném provedení, umístěnou na středové ose. Na levý horní okraj dokumentu je umístěno na levou zarážku jméno, příjmení, funkce a plná adresa. Pod nimi jsou umístěny nutné textové údaje odražené zelenými linkami. Kontaktní údaje jsou v zápatí úředního dopisu. Dokument je tištěn dvěma přímými firemními barvami (modrou – PANTONE 2748 U a zelenou – PANTONE 368 U) na bílý papír ofsetovou technologií. V případě tisku dokumentu na černobílé tiskárně jsou všechny jeho prvky 100% černé.

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



Hlavičkový papír – úřední dopis pro samosprávu je vyplněn písmem Arial Regular 11/14 a také adresa příjemce je vyplněna stejným typem a velikostí písma. Odvolací údaje jsou vyplněny písmem Arial Regular 9/12 a zarovnány zleva s předtištěnou řádkou nad nimi. Text dopisu vychází zleva od vswislice ve vzdálenosti 22 mm od kraje papíru, je zleva zarovnan „na praporek“, bez odražených odstavců. Začátek vlastního textu dopisu je 120 mm od horního okraje papíru. Odstavce v textu jsou odděleny jednořádkovou mezerou. Maximální šířka textu je 165 mm, konec vyplňované plochy je 30 mm od spodního okraje papíru. Slova na konci řádků jsou bez dělení.

V případě tisku dokumentu na černobílé tiskárně jsou všechny jeho prvky 100% černé.



Hlavičkový papír odboru krajského úřadu je vyplněn písmem Arial Regular 11/14. Odvolací údaje se vyplňují písmem Arial Regular 9/16, vždy 1 čtverčík použité velikosti písma (9 b.) za předtištěný text řádky. Text dopisu vychází zleva od svislice ve vzdálenosti 22 mm od kraje papíru, je zleva zarovnan „na praporek“, bez odražených odstavců. Začátek textu dopisu je 65 mm od horního okraje papíru. Odstavce v textu jsou odděleny jednořádkovou mezerou. Maximální šíře textu je 165 mm, konec vyplňované plochy je 30 mm od spodního okraje papíru. Slova na konci řádků jsou bez dělení.

V případě tisku dokumentu na černobílé tiskárně jsou všechny jeho prvky 100% černé.

22 mm

165 mm (maximální šíře textu)

Kraj Vysočina
KRAJSKÝ ÚŘAD KRAJE VYSOČINA
Odbor informatiky
Žižkova 57, 587 33 Jihlava, Česká republika

Váš dopis značky/ze dne: OPV4559-PR/3. 7. 2005
Číslo jednací: KUJI 12348/2005 SŘ, KUJIP003QUP
Vyřizuje/telefon: J. NOVÁK/564 602 555
V Jihlavě dne: 10. července 2005

83 mm

1 řádka

Vážený pane,

1 řádka

kraj Vysočina používá jednotný soubor administrativních tiskových materiálů (merkantilních tiskovin) pro písemný styk s veřejností, obchodními partnery i pro interní komunikaci. Kromě jednotné aplikace všech prvků firemního stylu předepisuje grafický manuál také způsob vyplňování tiskovin.

Merkantilní tiskoviny s předtištěnou značkou instituce a nutnými textovými údaji se vyplňují na osobních počítačích zaměstnanců instituce písmem Arial, které je běžně dostupné a kompatibilní v prostředí PC a je definováno jako doplňkové písmo instituce (viz kapitola 3.03). Text je psán základním řezem Arial Regular, tučné a kurzivní řezy písma jsou určeny pro vyznačování v textu nebo psaní titulků. Doporučená velikost vyplňovaného textu je 11/14 b.

Texty ve všech tiskových materiálech mají blokovou úpravu, tzn., že text vždy vychází zleva od svislice (text „na praporek“ vlevo) bez odražených odstavců. Odstavce v textu jsou odděleny jednořádkovou mezerou. Oslovení i pozdrav na konci textu jsou také odděleny jednořádkovou mezerou. Osobní dopisy je nutné opatřit vlastnoručním podpisem.

Jednotný způsob vyplňování tiskovin je kromě typu a velikosti písma určen i jeho postavením na stránce. Je definován začátkem textu, vzdáleností textového bloku od levé strany dokumentu, jeho maximální šířkou a minimální vzdáleností od okraje stránky.

Pro druhé a další strany dopisů i jiných tiskovin platí pravidla uvedená v kapitolách 5.10 a 5.11.

1 řádka

Psaní dokumentů se provádí v souladu s platnou normou ČSN pro úpravu písemností.

S přáním všeho dobrého

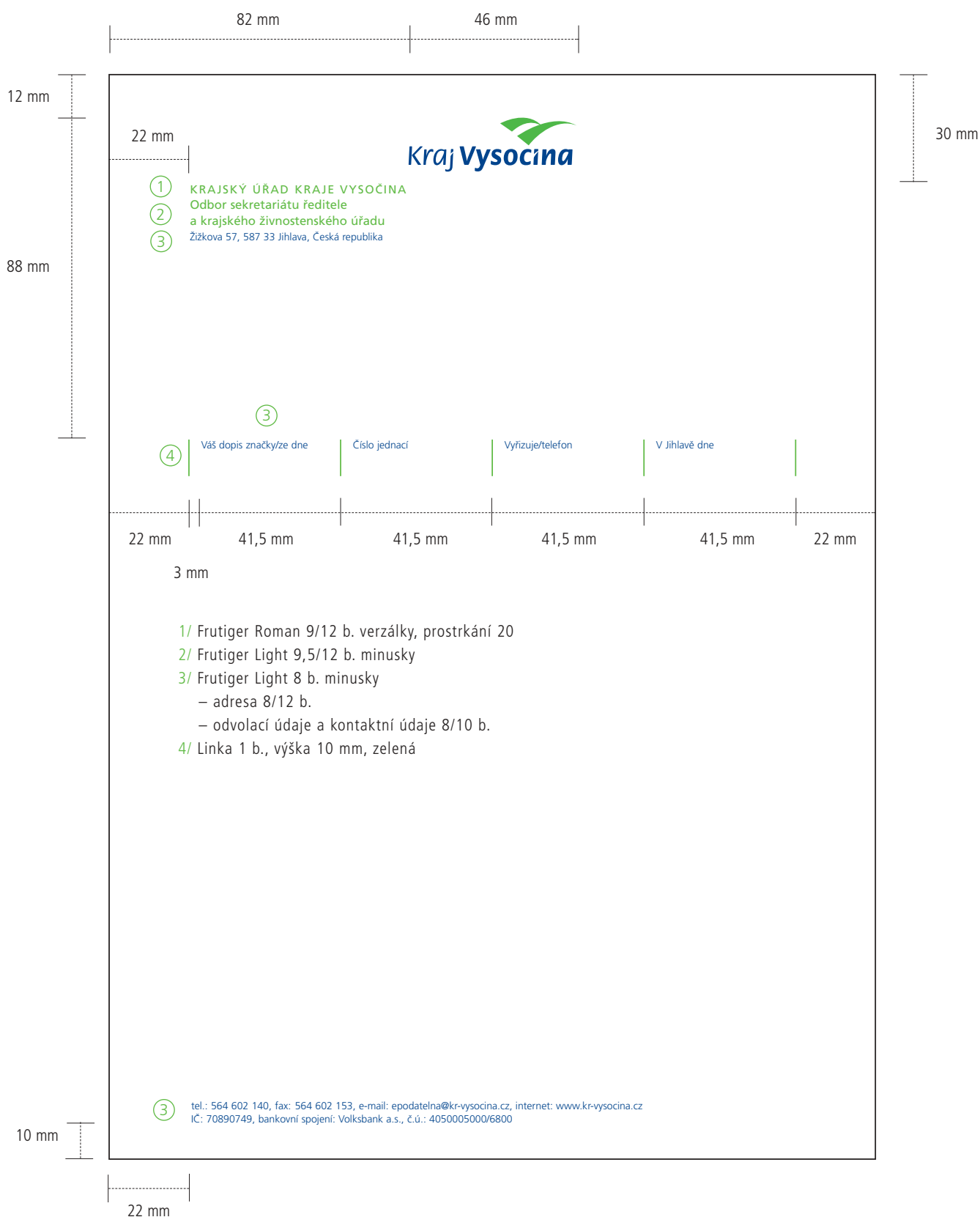
konec vyplňované plochy

30 mm

tel.: 564 602 140, fax: 564 602 153, e-mail: epodatelna@kr-vysocina.cz, internet: www.kr-vysocina.cz
IČ: 70890749, bankovní spojení: Volksbank a.s., č.ú.: 4050005000/6800

Úřední dopis pro odbor krajského úřadu obsahuje v záhlaví značku v základním barevném provedení, umístěnou na středové ose. Na levý horní okraj dokumentu je umístěn na levou zarážku název úřadu i odboru a plná adresa instituce. Pod nimi jsou umístěny nutné textové údaje odražené zelenými linkami. Kontaktní údaje jsou v zápatí úředního dopisu. Dokument je tištěn dvěma přímými firemními barvami (modrou – PANTONE 2748 U a zelenou – PANTONE 368 U) na bílý papír ofsetovou technologií. V případě tisku dokumentu na černobílé tiskárně jsou všechny jeho prvky 100% černé.

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



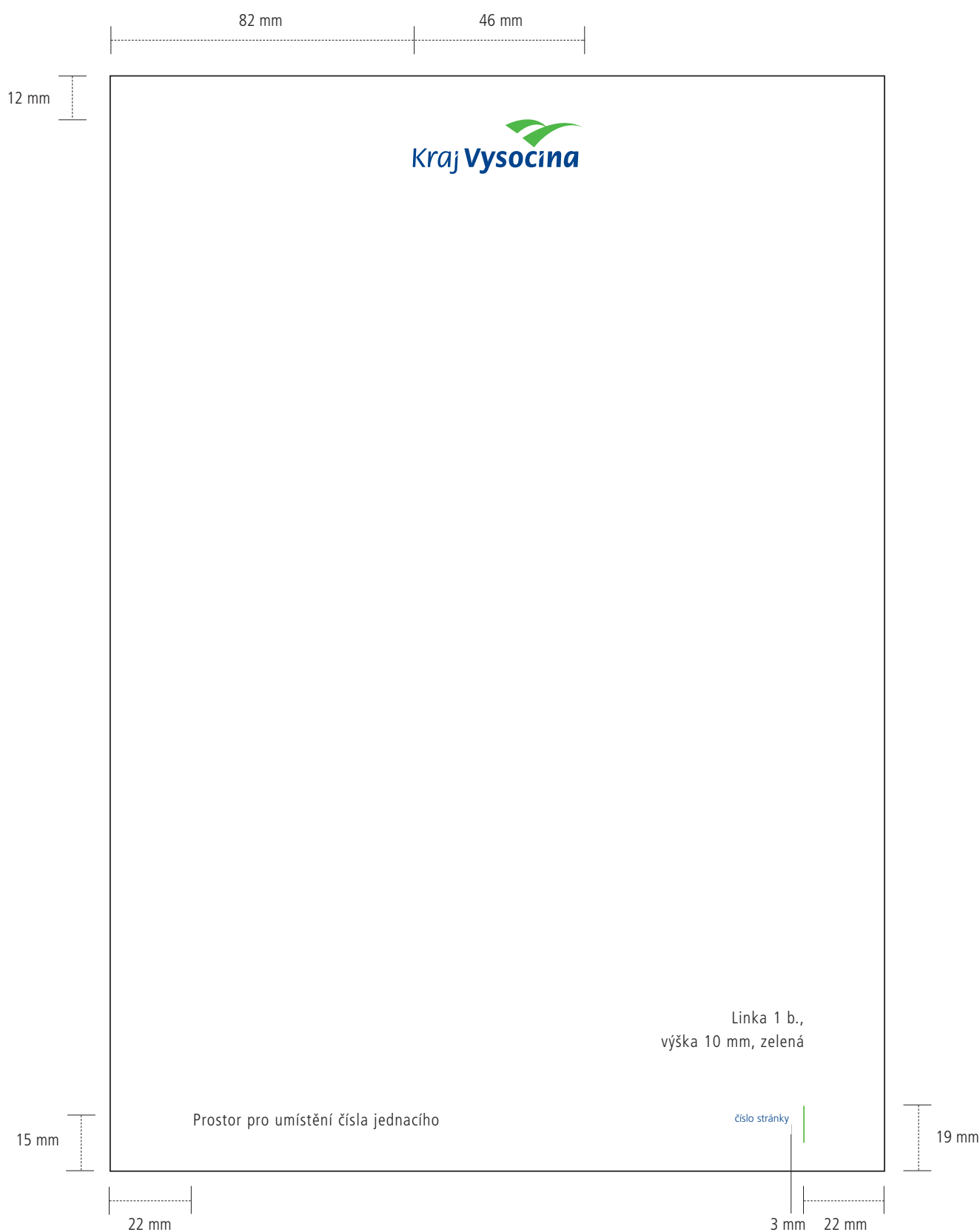
Hlavičkový papír – úřední dopis pro odbor krajského úřadu je vyplněn písmem Arial Regular 11/14 a také adresa příjemce je vyplněna stejným typem a velikostí písma. Odvolací údaje jsou vyplněny písmem Arial Regular 9/12 a zaraženy zleva s předtištěnou řádkou nad nimi. Text dopisu vychází zleva od svislice ve vzdálenosti 22 mm od kraje papíru, je zleva zarovnan „na praporek“, bez odražených odstavců. Začátek textu dopisu je ve vzdálenosti 120 mm od horního okraje papíru. Odstavce v textu jsou odděleny jednořádkovou mezerou. Maximální šíře textu je 165 mm, konec vyplňované plochy je 30 mm od spodního okraje papíru. Slova na konci řádků jsou bez dělení.

V případě tisku dokumentu na černobílé tiskárně jsou všechny jeho prvky 100% černé.



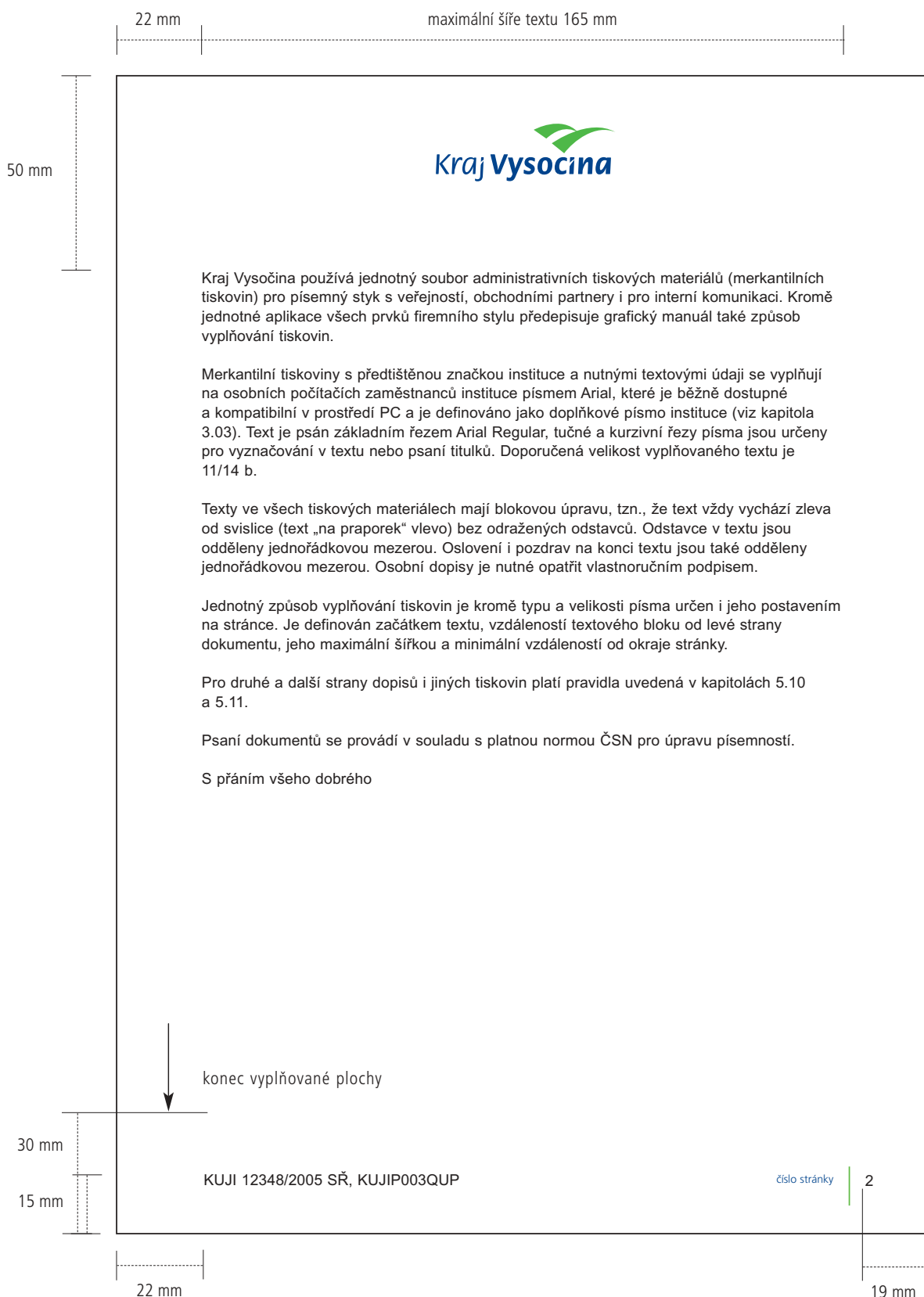
Druhé a další strany všech typů dopisních papírů (s výjimkou VIP) obsahují v záhlaví značku instituce ve stejném provedení, velikosti i umístění jako první strany. V zápatí se doplňkové údaje již neuvádějí. Druhé a další strany mají vpravo v zápatí umístěno číslování stránek a zelenou linku, na levé straně je možnost podle potřeby umístit jednací číslo.

V případě tisku dokumentu na černobílé tiskárně jsou všechny jeho prvky 100% černé.



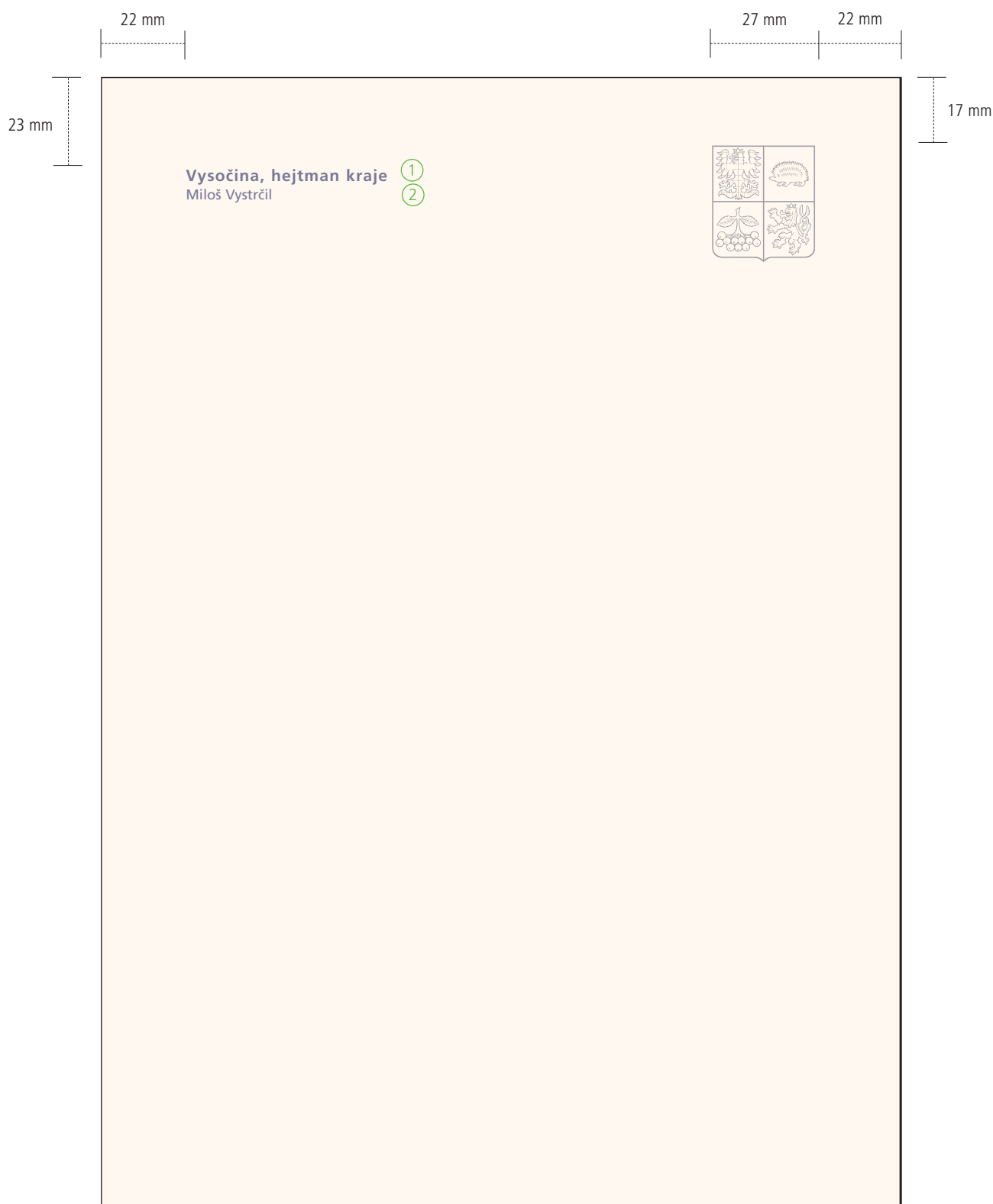
Druhé a další strany všech typů dopisních papírů (kromě VIP) se vyplňují také písmem Arial Regular 11/14 (včetně čísla jednacého a stránkování v zápatí). Text dopisu vychází zleva od vswlice ve vzdálenosti 22 mm od kraje papíru, je zleva zarovnan „na praporek“, bez odražených odstavců. Začátek textu dopisu je ve vzdálenosti 50 mm od horního okraje papíru. Odstavce v textu jsou odděleny jednořádkovou mezerou. Maximální šíře textu je 165 mm, konec vyplňované plochy je 30 mm od spodního okraje papíru.

V případě tisku dokumentu na černobílé tiskárně jsou všechny jeho prvky 100% černé.



Hlavičkový papír kraje Vysočina v luxusním provedení je určen pro velmi vzácné příležitosti, jako jsou různá slavnostní jmenování a oceňování, a pro korespondenci s vládními institucemi. Je použit luxusní jemně strukturovaný tónovaný papír (barva 02 natur) o plošné hmotnosti 90 g/m². Krajský znak je umístěn v pravém horním rohu, zpracovaný jako konvexní lineární reliéf metodou slepotisku. Text je tištěn stříbrnou barvou (PANTONE 877 U) ve 100 %.

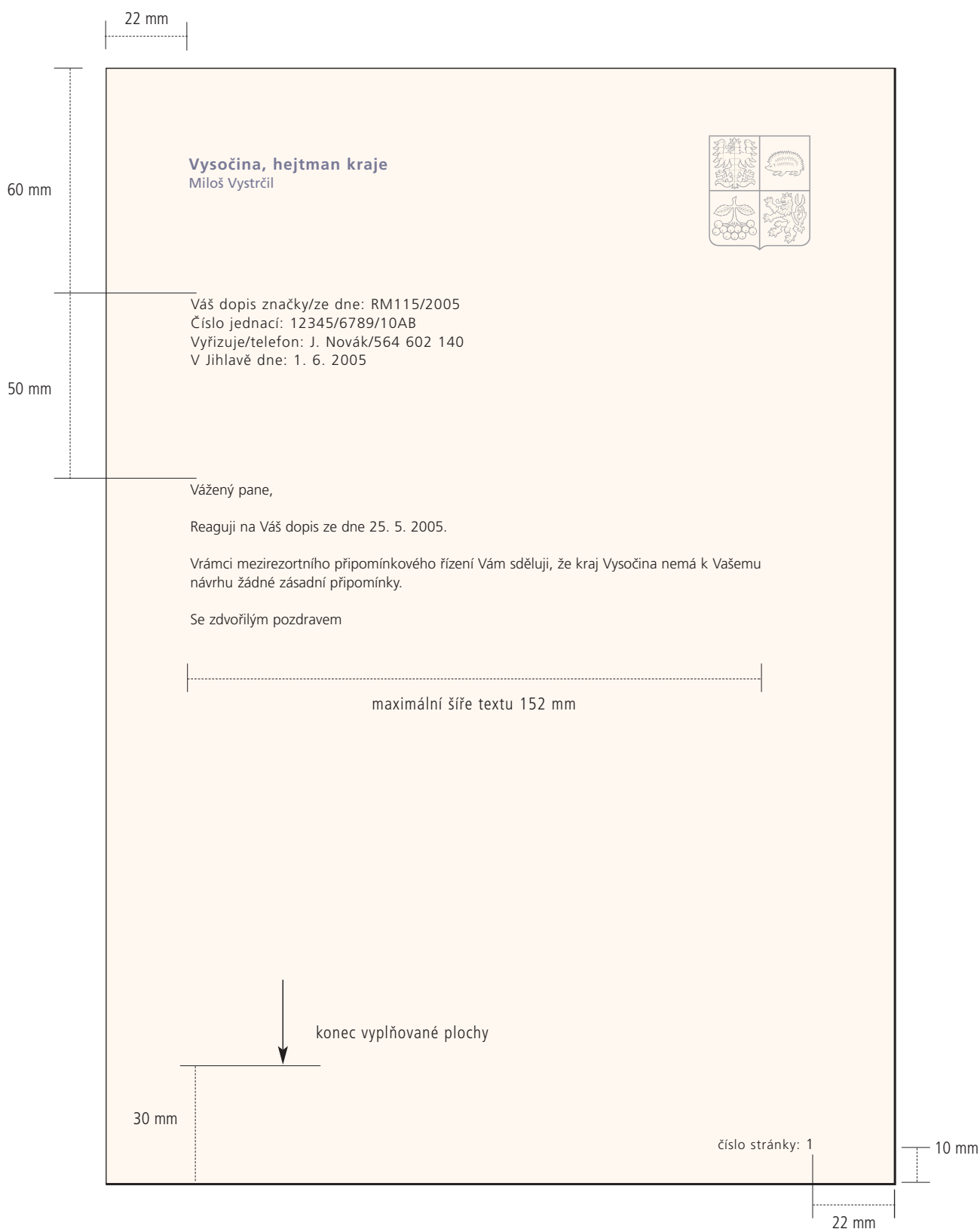
Zobrazený dokument je v 66 % skutečné velikosti, rozměrové údaje popisují 100% velikost a jsou předepsány v milimetrech, velikost textu v typografických bodech.



1/ Frutiger Bold 12 b. minusky, prostrkání 10

2/ Frutiger Bold 10,5/14 b. minusky

Hlavičkový luxusní papír instituce kraj Vysočina se vyplňuje písmem Frutiger Light 11/14 (100% černá). Text dopisu vychází zleva od svislice ve vzdálenosti 22 mm od kraje papíru, je zleva zarovnán „na praporek“, bez odražených odstavců. Začátek vlastního textu dopisu je 110 mm od horního okraje papíru. Odstavce v textu jsou odděleny jednořádkovou mezerou. Maximální šíře textu je 152 mm, slova na konci řádků jsou bez dělení. Pole pro vyplňování odvolacích údajů a paginace jsou součástí elektronické šablony pro text a používají se podle potřeby – paginace zpravidla až na druhé a dalších stranách dopisu. Pravidla pro vyplňování dalších stran předtištěného hlavičkového papíru jsou stejná.

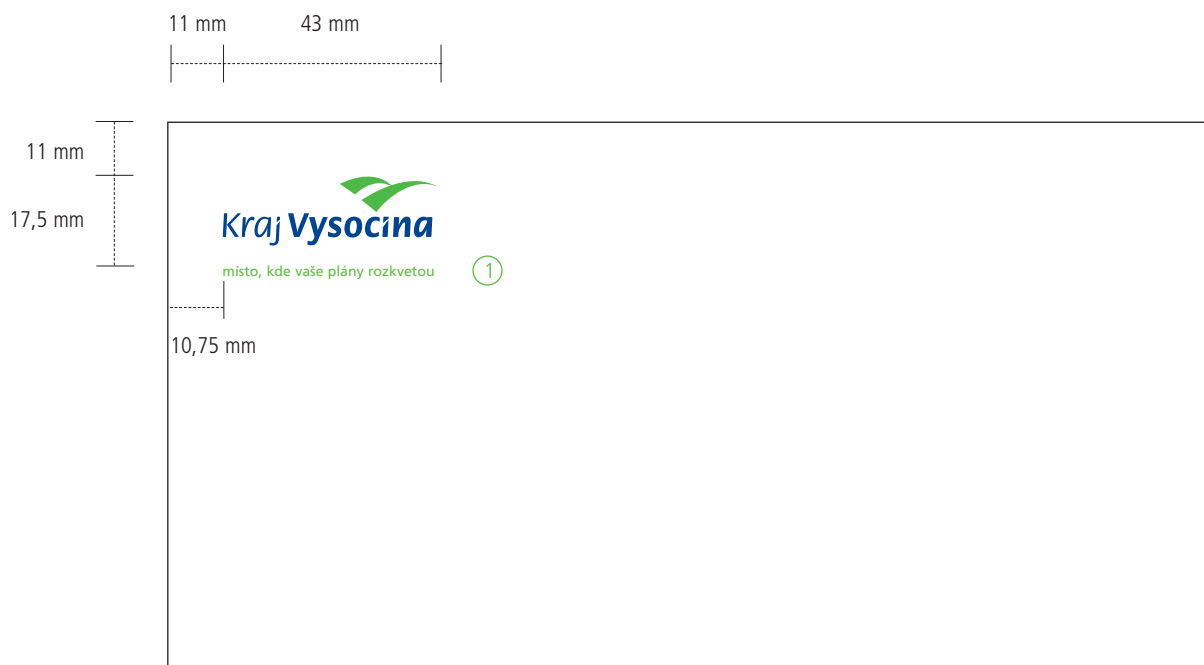


Pro vyplňování a tisk hlavičkových papírů přímo prostřednictvím osobních počítačů všech svých pracovníků používá kraj Vysočina alternativně jako předlohu i jednodušší elektronické šablony. Šablony jsou zhotovené na základě předchozích předpisů pomocí písma Arial běžně dostupného a plně kompatibilního v prostředí PC.

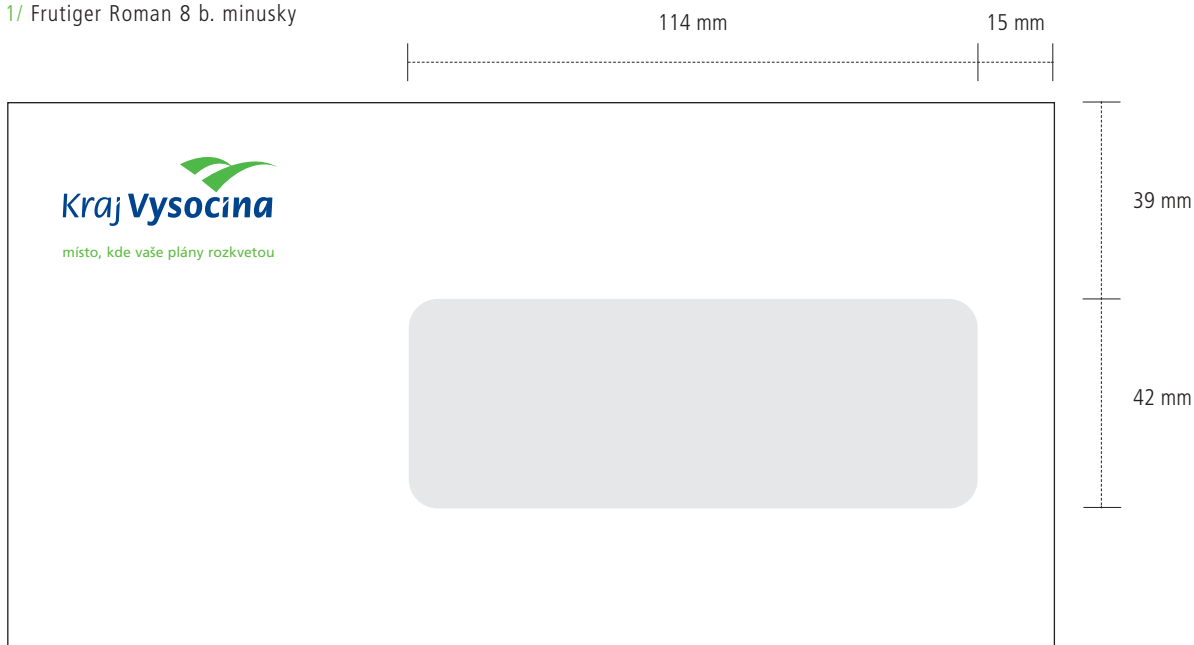
Tyto elektronické šablony hlavičkových papírů tvoří samostatnou přílohu tohoto manuálu.

Firemní obálka formátu DL (s okénkem i bez něj) se používá pro poštovní styk v obchodní a úřední korespondenci. V levém horním rohu je umístěna značka instituce Kraj Vysočina v základním barevném provedení. Obálka je bílá a je potištěna dvěma přímými barvami (tmavomodrou – PANTONE 2748 U a zelenou – PANTONE 368 U) ofsetovou technologií.

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



1/ Frutiger Roman 8 b. minusky



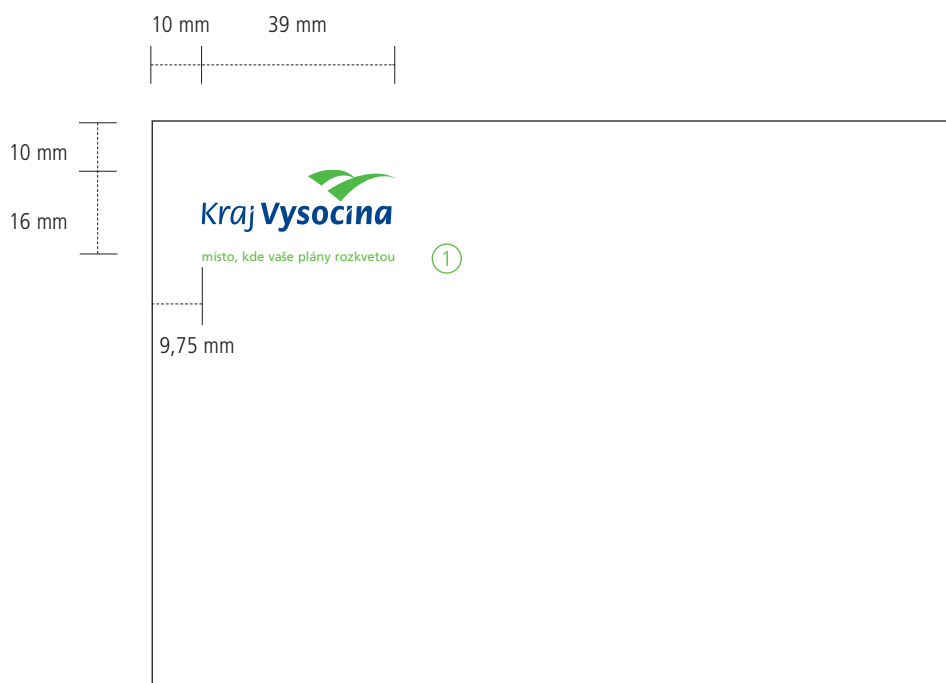
Obálka v luxusním provedení je vyrobena z jemně strukturovaného tónovaného papíru (barva 02 natur) o plošné hmotnosti 120 g/m². V levém horním rohu je umístěn krajský znak tištěný stříbrnou barvou (PANTONE 877 U).

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



Firemní obálka formátu C6 se používá pro poštovní styk v obchodní a úřední korespondenci. V levém horním rohu je umístěna značka instituce v základním barevném provedení. Obálka je bílá a je potištěna dvěma přímými barvami (tmavomodrou – PANTONE 2748 U a zelenou – PANTONE 368 U) ofsetovou technologií.

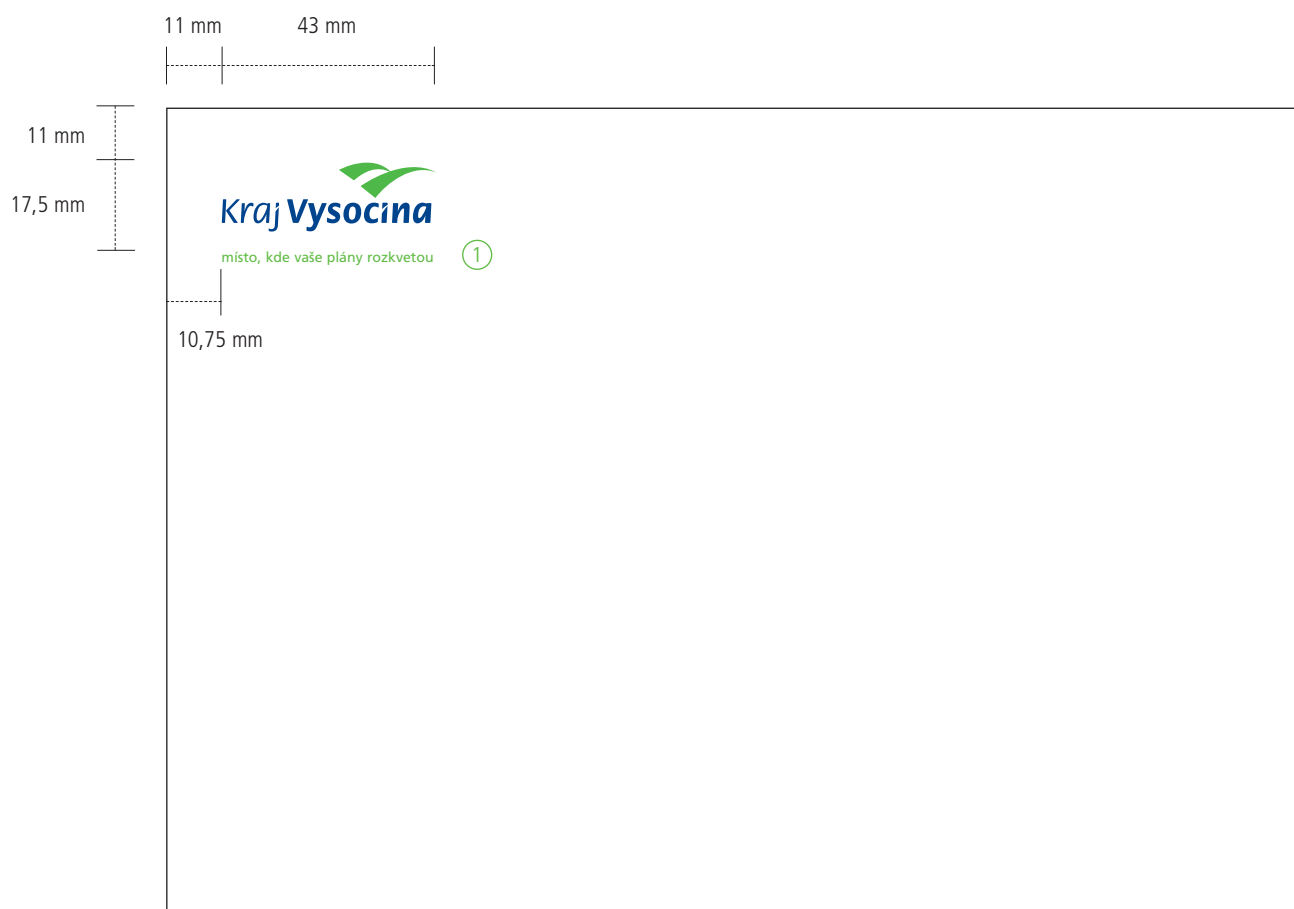
Zobrazený dokument je v 66 % skutečné velikosti, rozměrové údaje popisují 100% velikost a jsou předepsány v milimetrech.



1/ Frutiger Roman 7,3 b. minusky

Firemní obálka formátu C5 se používá pro poštovní styk v obchodní a úřední korespondenci. V levém horním rohu je umístěna značka instituce v základním barevném provedení. Obálka je bílá a je potištěna dvěma přímými barvami (tmavomodrou – PANTONE 2748 U a zelenou – PANTONE 368 U) ofsetovou technologií.

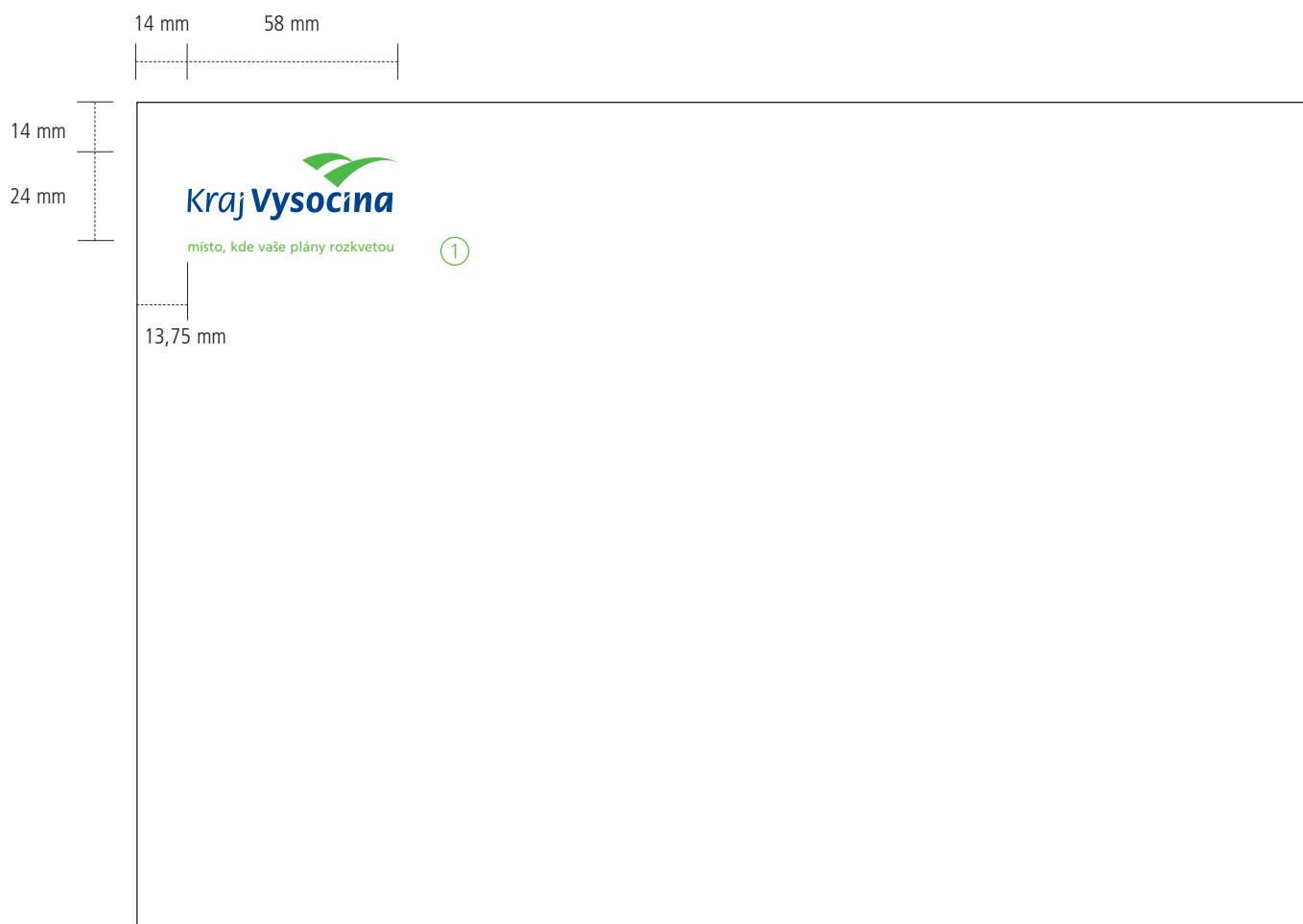
Zobrazený dokument je v 66 % skutečné velikosti, rozměrové údaje popisují 100% velikost a jsou předepsány v milimetrech.



1/ Frutiger Roman 8 b. minusky

Firemní obálka C4 slouží k zaslání dokumentů formátu A4. V levém horním rohu je umístěna značka instituce v základním barevném provedení. Obálka je bílá a je potištěna dvěma přímými barvami (tmavomodrou – PANTONE 2748 U a zelenou – PANTONE 368 U) ofsetovou technologií.

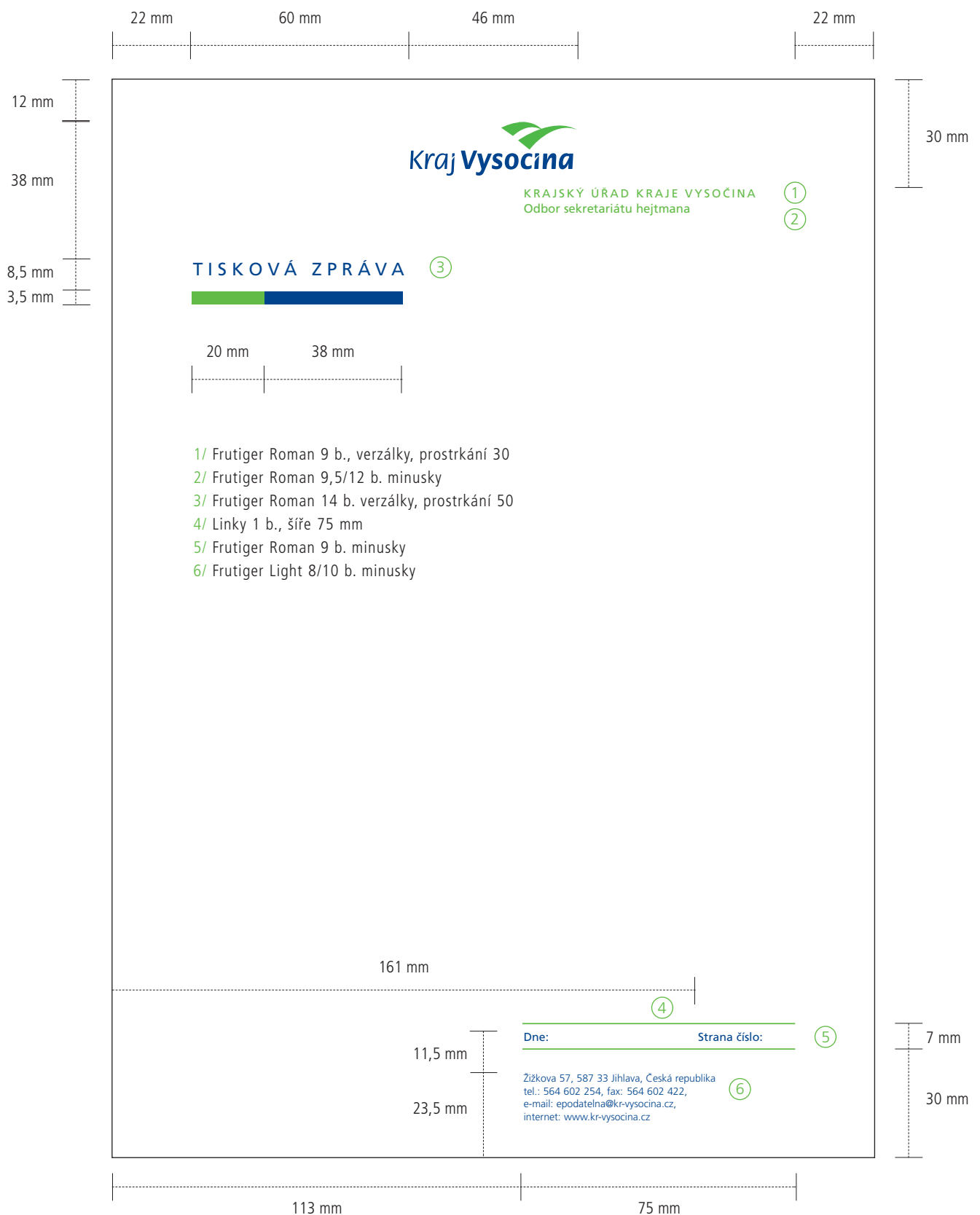
Zobrazený dokument je v 50 % skutečné velikosti, rozměrové údaje popisují 100% velikosti a jsou předepsány v milimetrech.



1/ Frutiger Roman 10,75 b. minusky

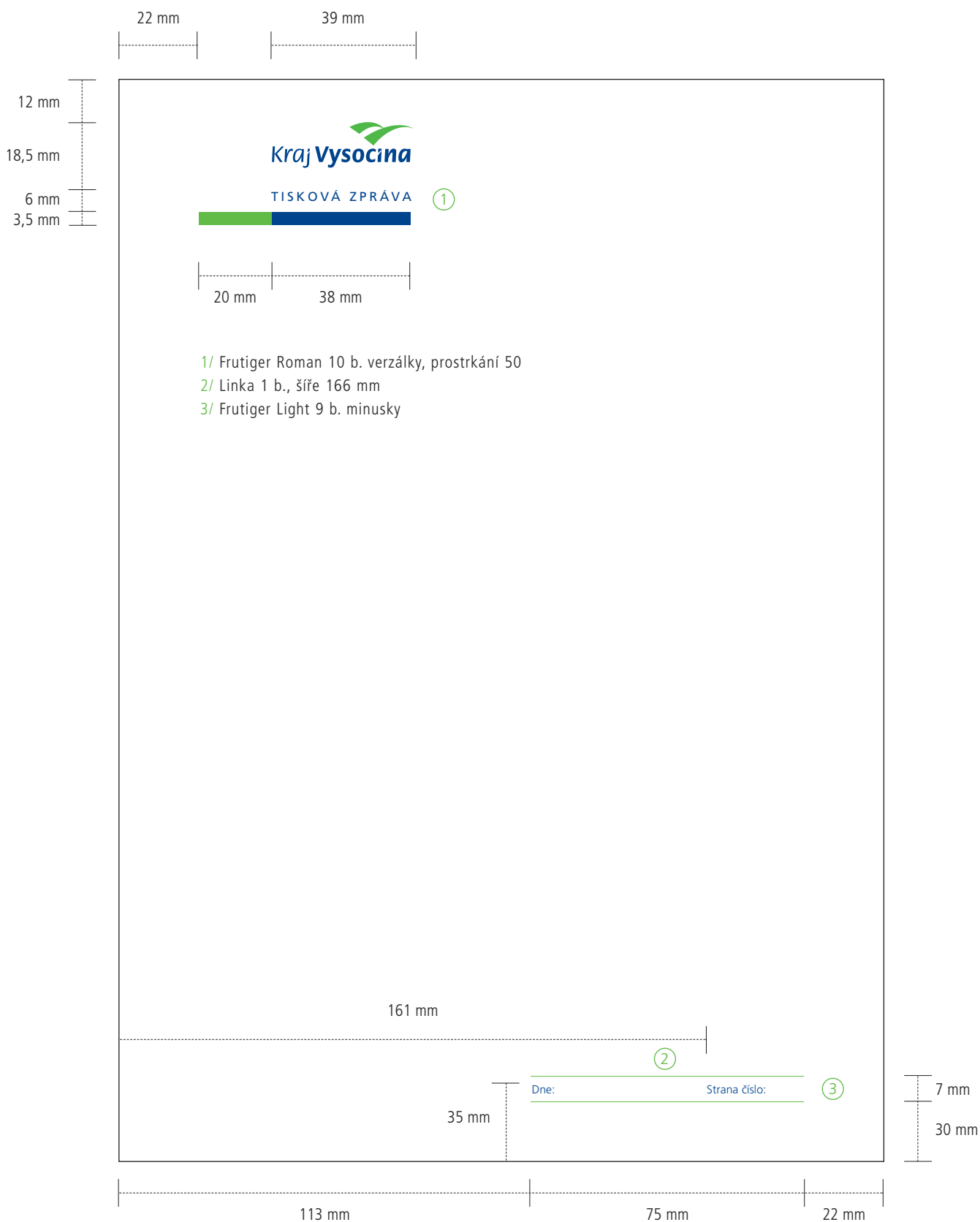
Tisková zpráva se vyplňuje v osobních počítačích zaměstnanců instituce do graficky připravených šablon a tiskne se v barevné tiskárně na bílé papíry formátu A4. Vypĺňování dokumentu se provádí podle interních předpisů instituce doplňkovým písmem Arial.

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



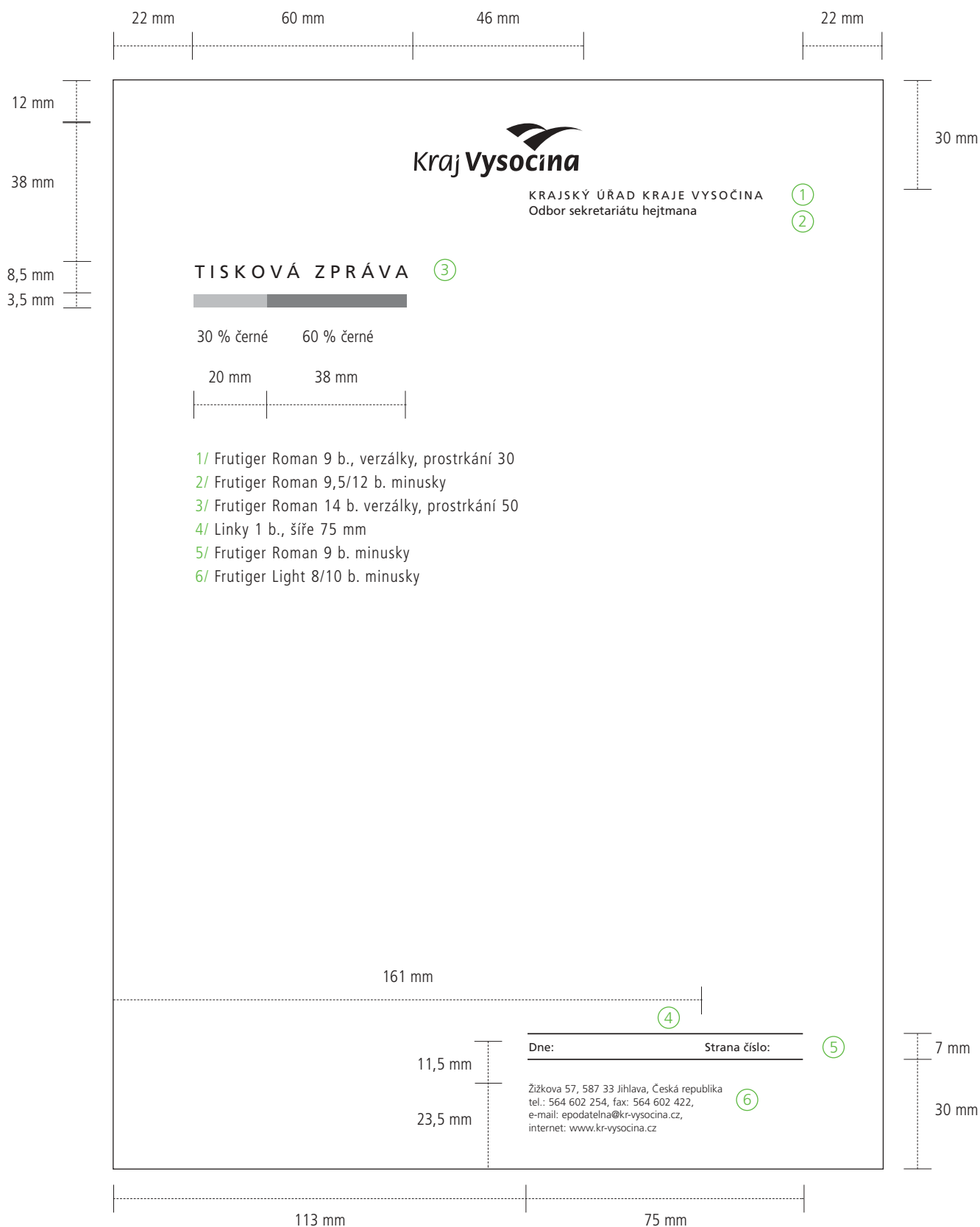
Druhá a další strany tiskové zprávy se vyplňují v osobních počítačích zaměstnanců instituce do graficky připravených šablon a tisknou se v barevné tiskárně na bílé papíry formátu A4. Vyplňování dokumentu se provádí podle interních předpisů instituce písmem Arial.

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



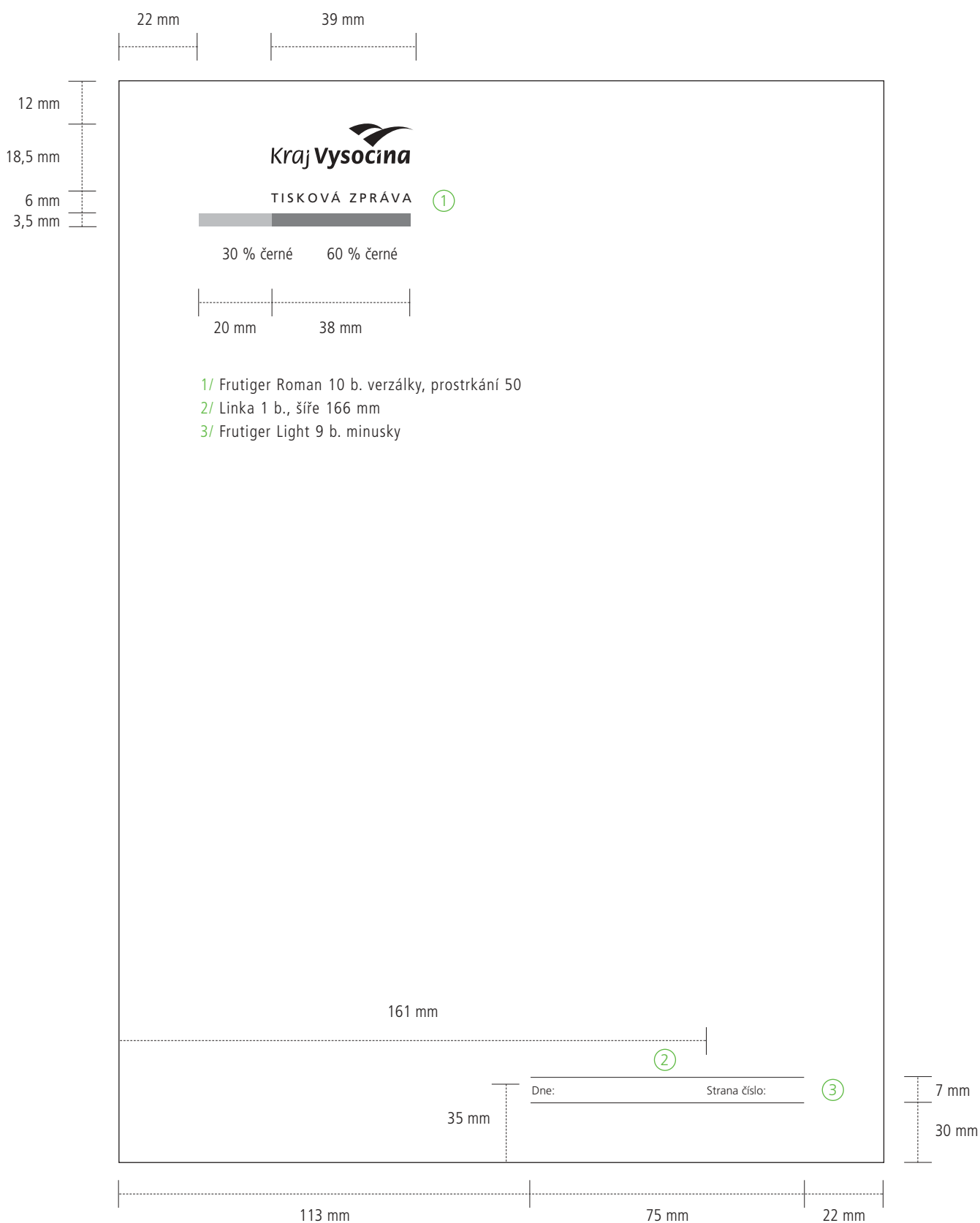
Tisková zpráva v černobílém provedení se vyplňuje v osobních počítačích zaměstnanců instituce do graficky připravených šablon a tiskne se v černobílé tiskárně na bílé papíry formátu A4. Vyplňování dokumentu se provádí podle interních předpisů instituce doplňkovým písmem Arial.

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



Druhá a další strany tiskové zprávy v černobílém provedení se vyplňují v osobních počítačích zaměstnanců instituce do graficky připravených šablon a tisknou se v černobílé tiskárně na bílé papíry formátu A4. Vyplňování dokumentu se provádí podle interních předpisů instituce písmem Arial.

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



Vizitka je důležitou součástí jednotného firemního stylu a její podoba je definována grafickým manuálem. V levém horním rohu vizitky je umístěna značka instituce v základním barevném provedení. V dolní části jsou na levou zarážku umístěny: titul se jménem a příjmením, funkce, adresa a kontaktní údaje. Blok textu musí zachovávat vždy stejnou mezeru od dolního kraje vizitky. Pokud bude text delší (2 adresy nebo dlouhý název odboru – do 2 řádek), je možno tento blok posouvat nahoru. **Posun textu doleva není možný** – vzdálenost bloku textu od levého okraje vizitky je u všech textových mutací jednotná. V případech dlouhých názvů odborů je možno zmenšit prostrkání verzálek tak, aby se vešly maximálně do dvou řádek.

Vizitka je tištěna dvěma přímými barvami (tmavomodrou – PANTONE 2748 U a zelenou – PANTONE 368 U) ofsetovou technologií na matný bílý papír. Formát vizitky je 90 x 55 mm.

Rozměrové údaje jsou předepsány v milimetrech, velikost textu v typografických bodech.



- 1/ Frutiger Roman 9 b. minusky
- 2/ Frutiger Light 6/9 b. minusky, prostrkání 40
- 3/ Frutiger Light 7/8,5 b. minusky
- 4/ Frutiger Light 6 b. verzálky, prostrkání 26 (na šíři logotypu)

Jednotný vizuální styl kraje Vysočina předepisuje i základní typ razítka, které respektuje rozměr samonamáčecího razítka Trodat. Rozměr razítka je naznačen pomocí obdélníkového rámečku, který není součástí otisku razítka. Razítko obsahuje:

- značku instituce v černobílé podobě (šíře 22 mm)
- a texty:
 - Krajský úřad (Frutiger Roman 8 b. verzálky, prostrkání 50)
 - název odboru (Frutiger Roman 7,5/8,5 b. minusky)
 - adresu (ulice, č.p., PSČ Jihlava (Frutiger Roman 7,5/8,5 b. minusky)
 - pořadové číslo razítka (Frutiger Roman 10 b.) a linku (0,75 b. délka 15,5 mm)

Rozměrové údaje jsou předepsány v milimetrech, velikost textu v typografických bodech.



Kraj Vysočina používá jednotný vzhled frankotypu. Jeho obsahem je název Vysočina a adresa s prvkem korporátního pruhu.
Text je vysazen ze základního firemního písma Frutiger předepsaných řezů a velikostí.

100% velikost

Vysočina Frutiger Bold Italic 15,5 b. minusky
Žižkova 57 ■■ Výška pruhu 2,4 mm, šířka 0,8 mm – mezera 0,5 mm – 2,4 mm
587 33 Jihlava
.....
Frutiger Light Italic 10/13 b. minusky

Otisk frankotypu

Vysočina
Žižkova 57 ■■
587 33 Jihlava

50 % skutečné velikosti



obálka DL

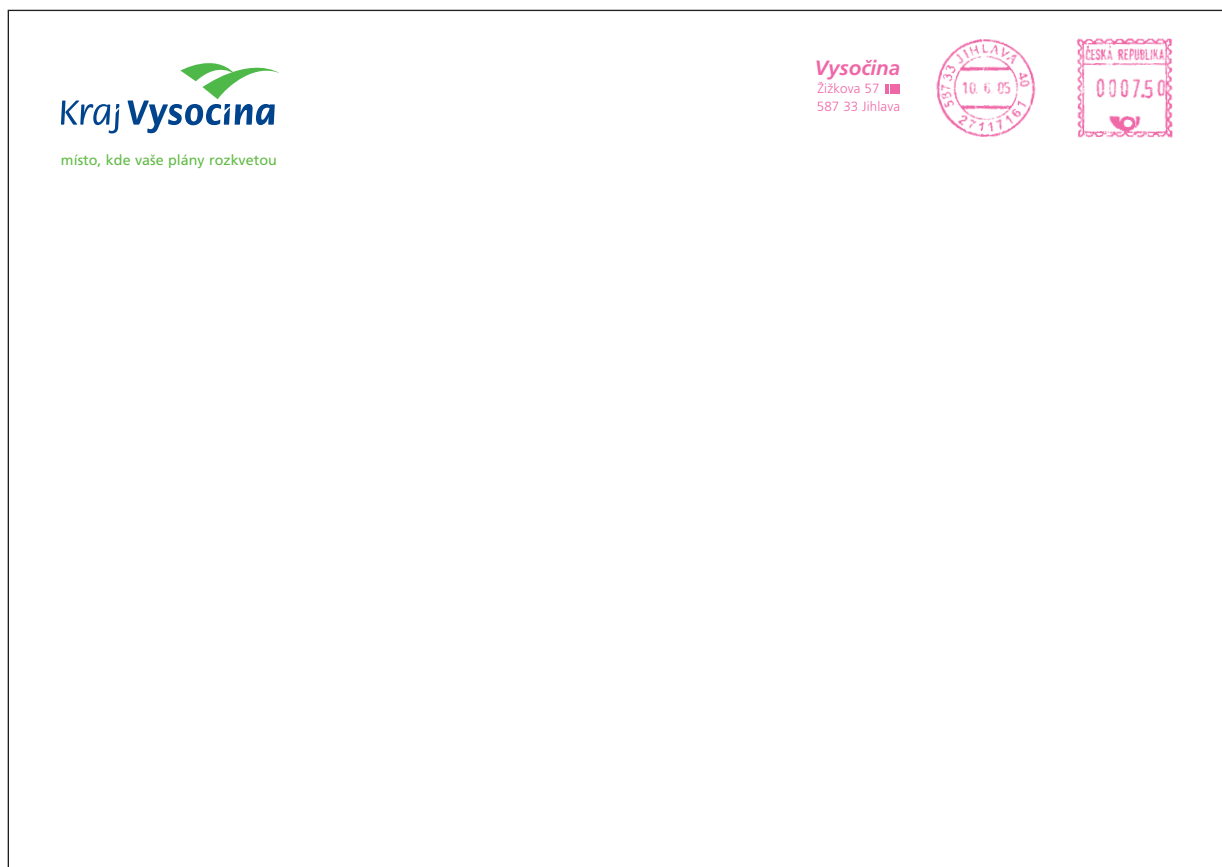


Zobrazení všech obálek je v 50% velikosti.

obálka C5



obálka C6



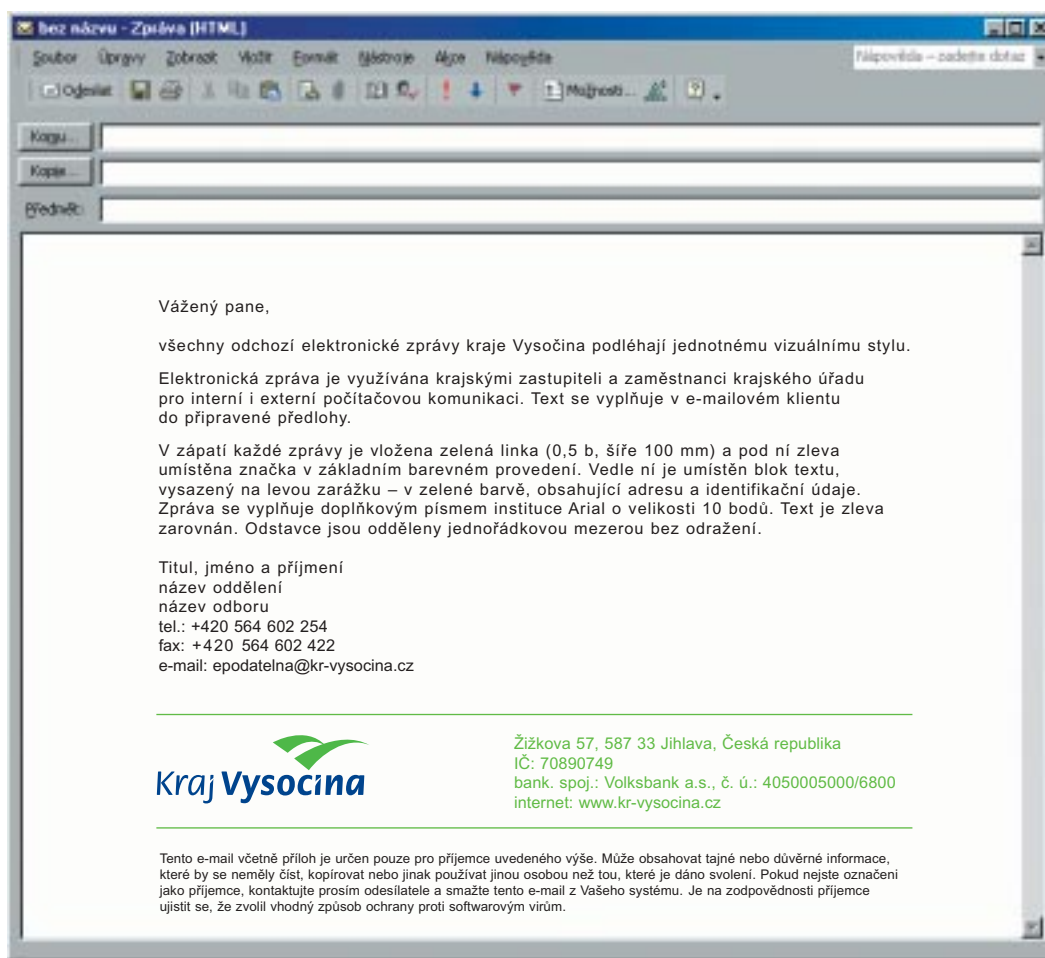
obálka C4

Všechny elektronické zprávy odcházející z Krajského úřadu kraje Vysočina podléhají jednotnému vizuálnímu stylu instituce.

Elektronická zpráva je využívána zaměstnanci krajského úřadu pro interní i externí počítačovou komunikaci. Elektronická zpráva se vyplňuje v osobních počítačích zaměstnanců pomocí textových šablon.

V zápatí každé zprávy jsou vloženy dvě zelené linky (0,5 b, šíře 100 mm). Mezi nimi je zleva umístěna značka v základním barevném provedení a vedle ní blok textu, vysazený na levou zarážku – v zelené barvě, obsahující adresu a identifikační údaje.

Zpráva se vyplňuje doplňkovým písmem instituce Arial o velikosti 10 bodů. Text je zleva zarovnán. Odstavce jsou odděleny jednořádkovou mezerou bez odražení.



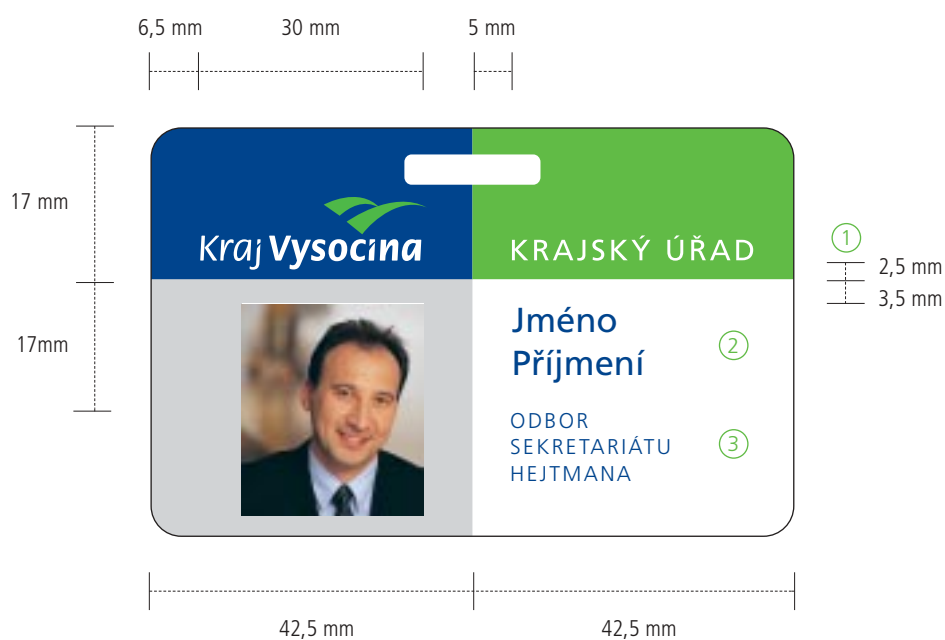
6

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.



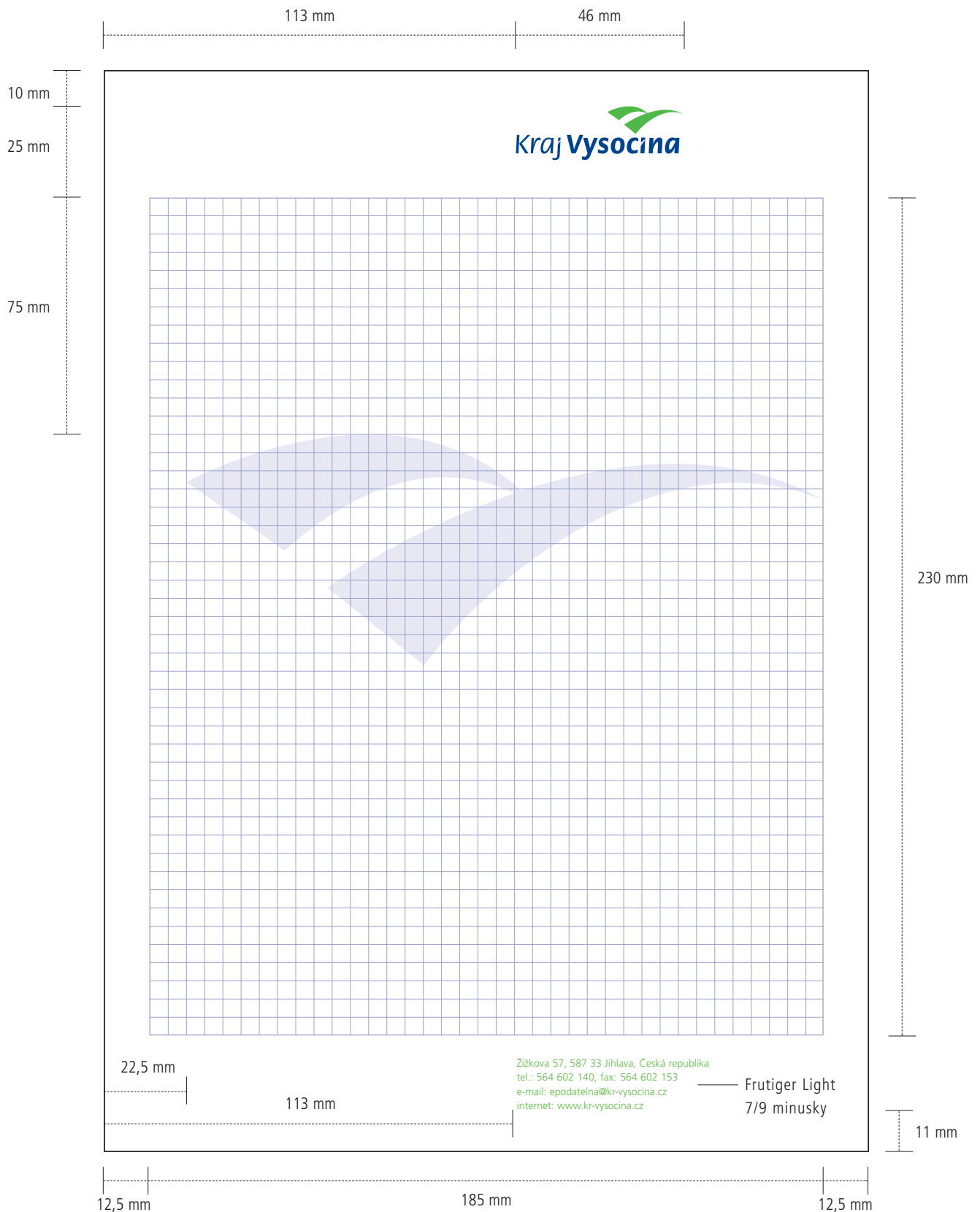
1/ Frutiger Roman 11 b. verzálky, prostrkání 20

2/ Frutiger Roman 13/16 b. minusky

3/ Frutiger Light 8/10 verzálky, prostrkání 20

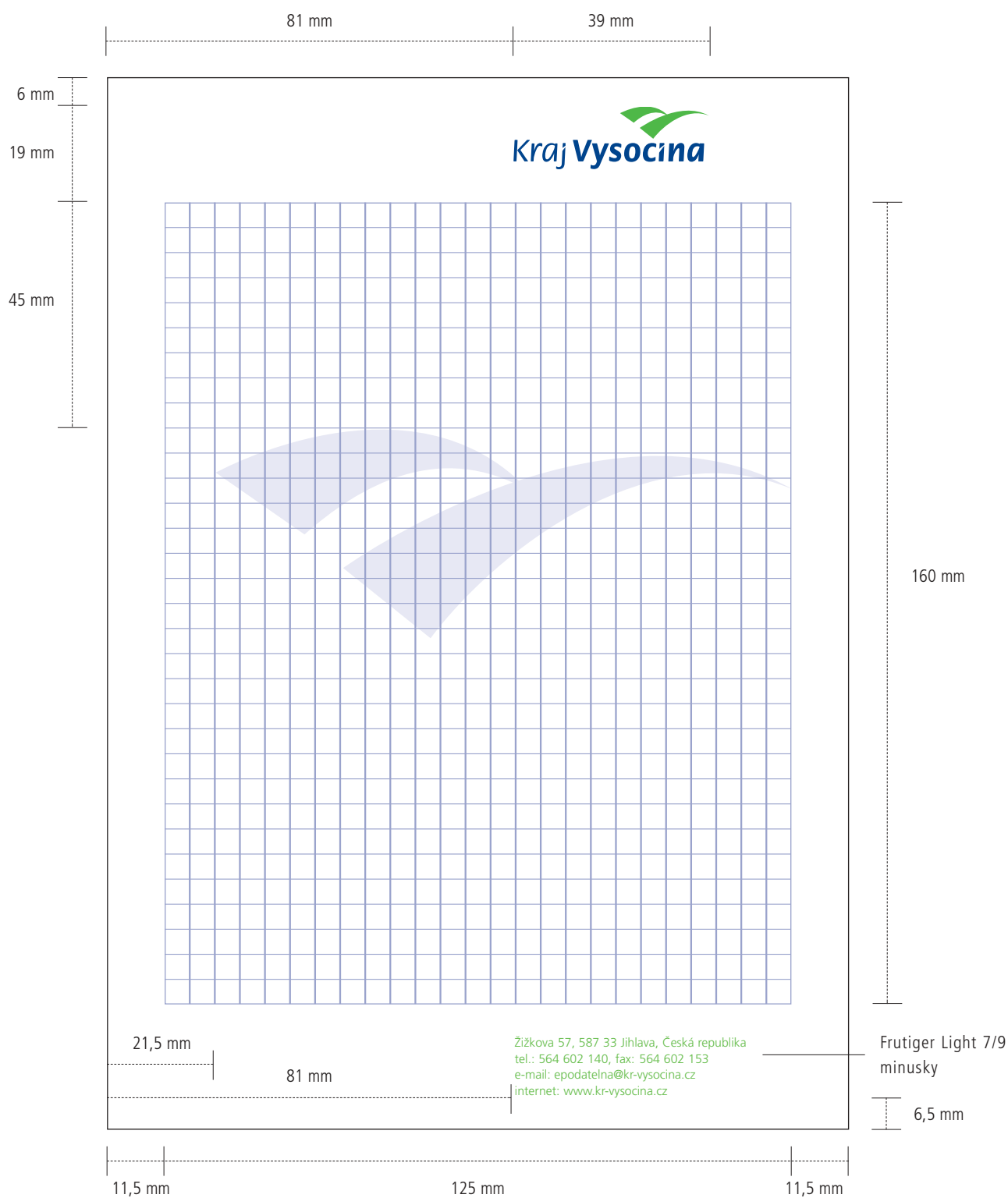
Podoba poznámkových bloků vychází z jednotného vizuálního stylu společnosti. Na formátu A4 je v záhlaví umístěna značka kraje v základním barevném provedení. Bílá podkladová plocha je potištěna modrými (35 %) linkami (0,5 b.) tvořícími čtvercový rastr. V podtisku je modrý (8 %) obrazový znak. V zápatí 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.



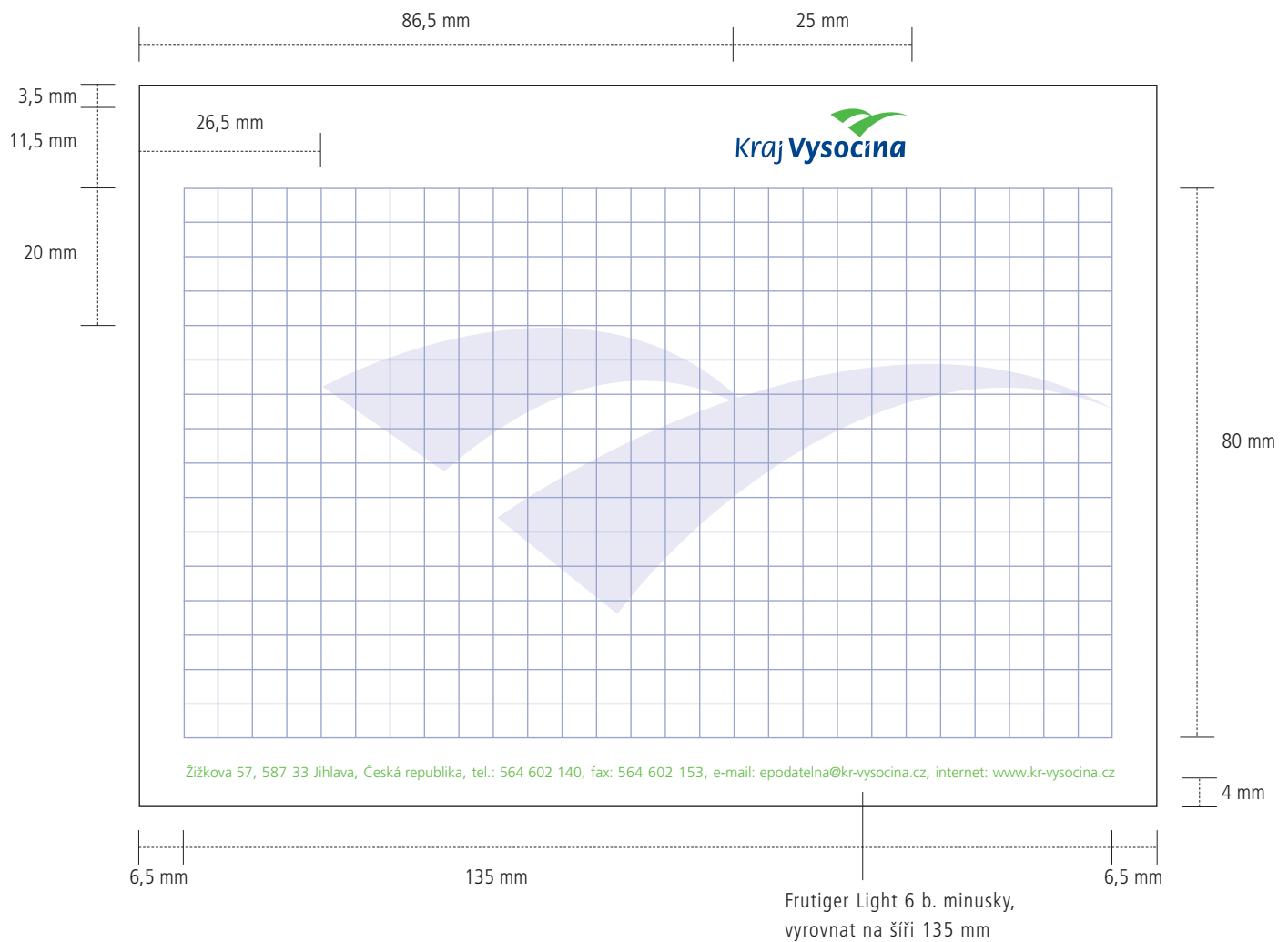
Podoba poznámkových bloků vychází z jednotného vizuálního stylu společnosti. Na formátu A4 je v záhlaví umístěna značka kraje v základním barevném provedení. Bílá podkladová plocha je potištěna modrými (35 %) linkami (0,5 b.) tvořícími čtvercový rastr. V podtisku je modrý (8 %) obrazový znak. V zápatí 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.



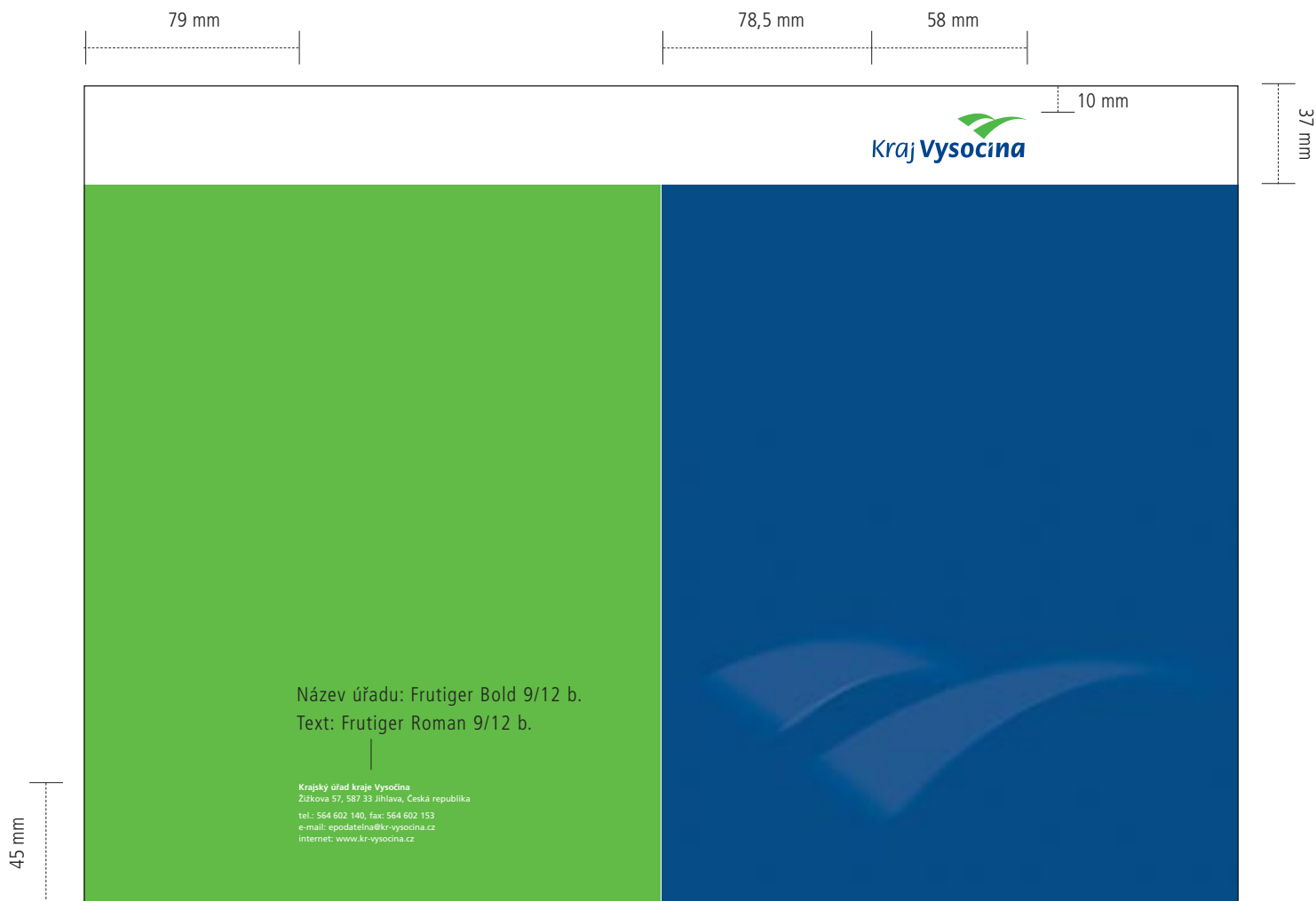
Podoba poznámkových bloků vychází z jednotného vizuálního stylu společnosti. Na šířkovém formátu A5 je v záhlaví umístěna značka kraje v základním barevném provedení. Bílá podkladová plocha je potištěna modrými (35 %) linkami (0,5 b.) tvořícími čtvercový rastr. V podtisku je modrý (8 %) obrazový znak. 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 chlopní 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 mapa kraje Vysočina.

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



Texty:

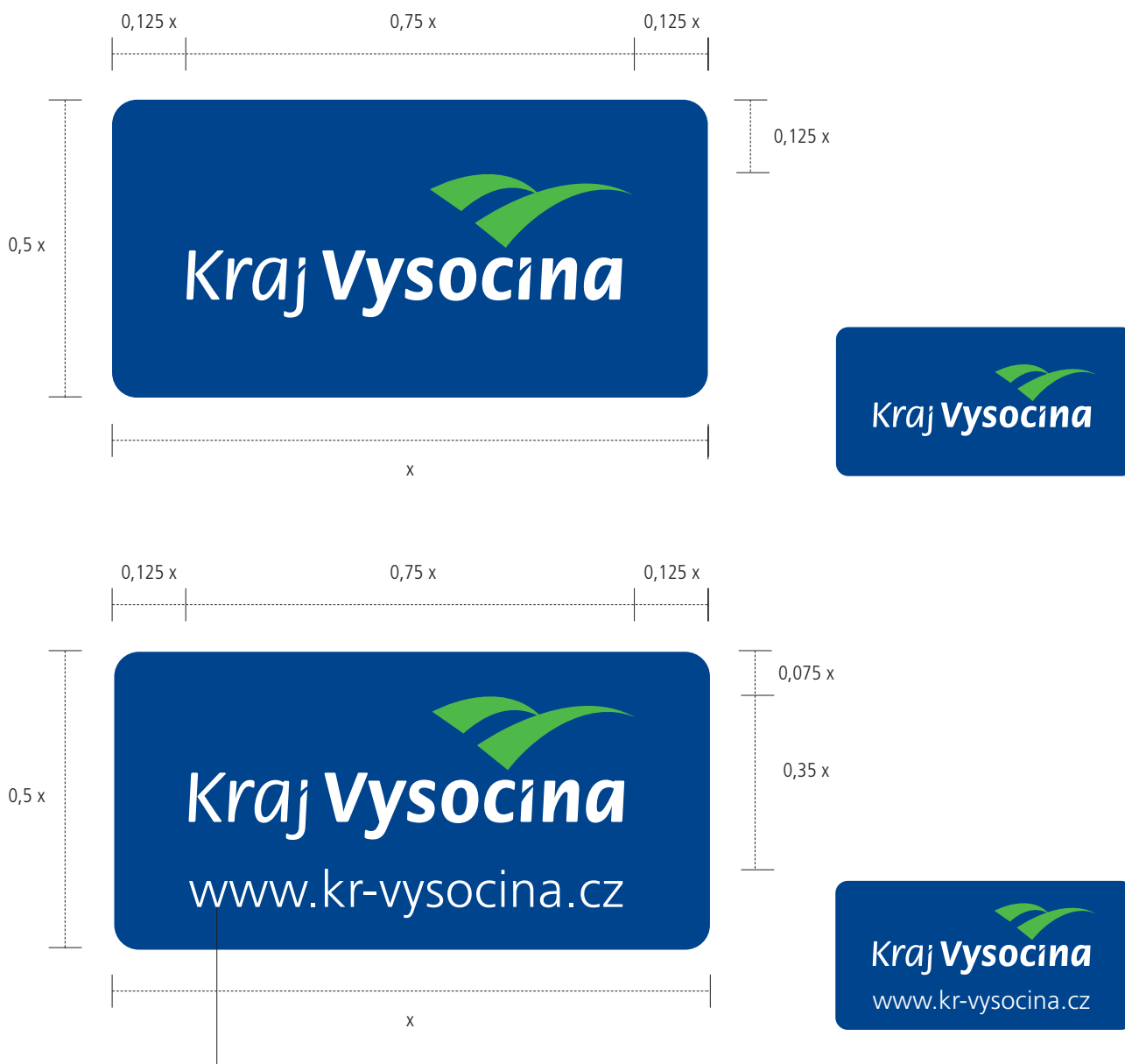
zelené texty – Frutiger Cn 20 b. minusky

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 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. 2.16)

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 vyvábí 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

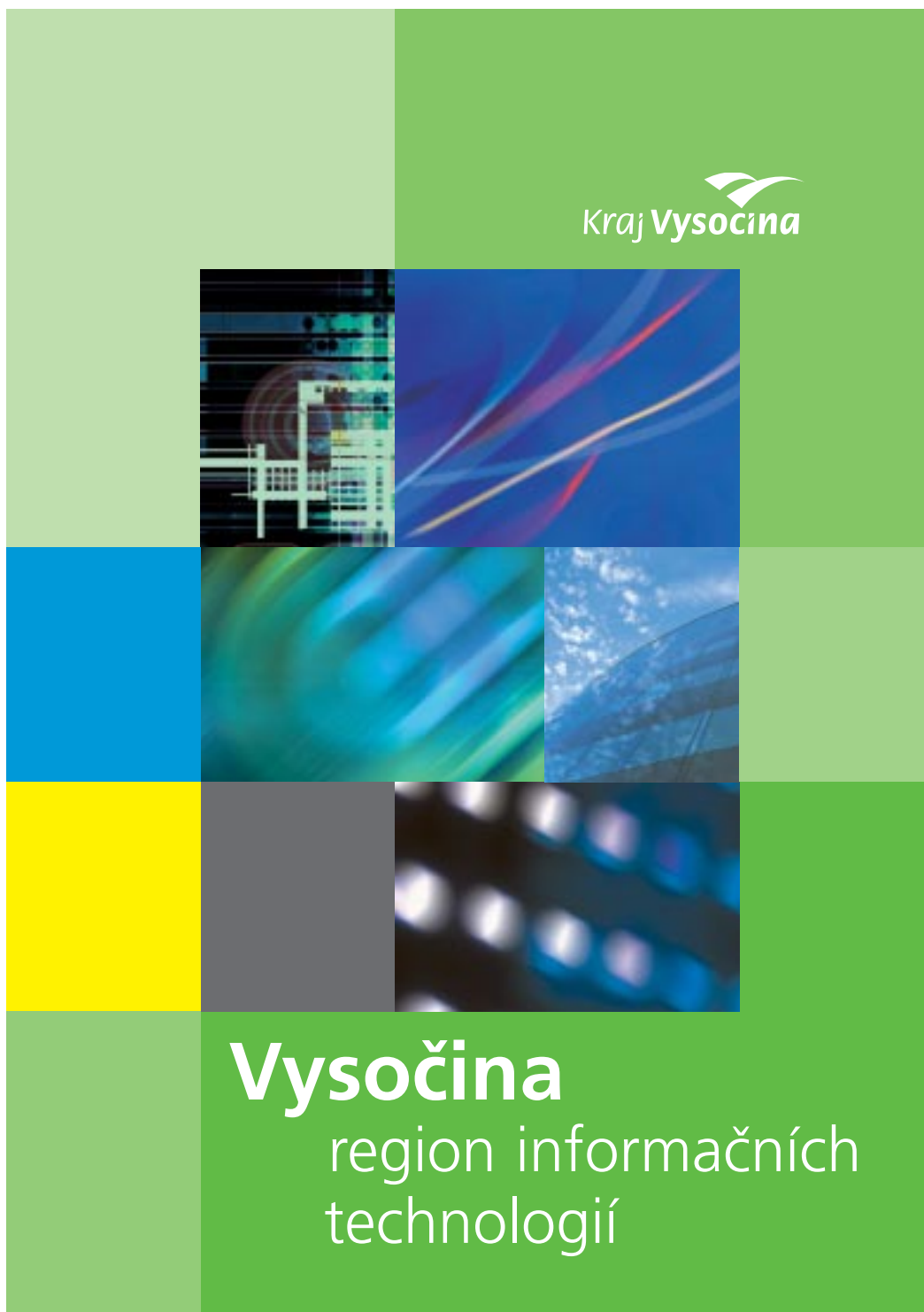
Edice pro „turistický ruch“

- 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 brožur
- používání obrázků větších formátů (i celostranných) 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

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 jejich 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.



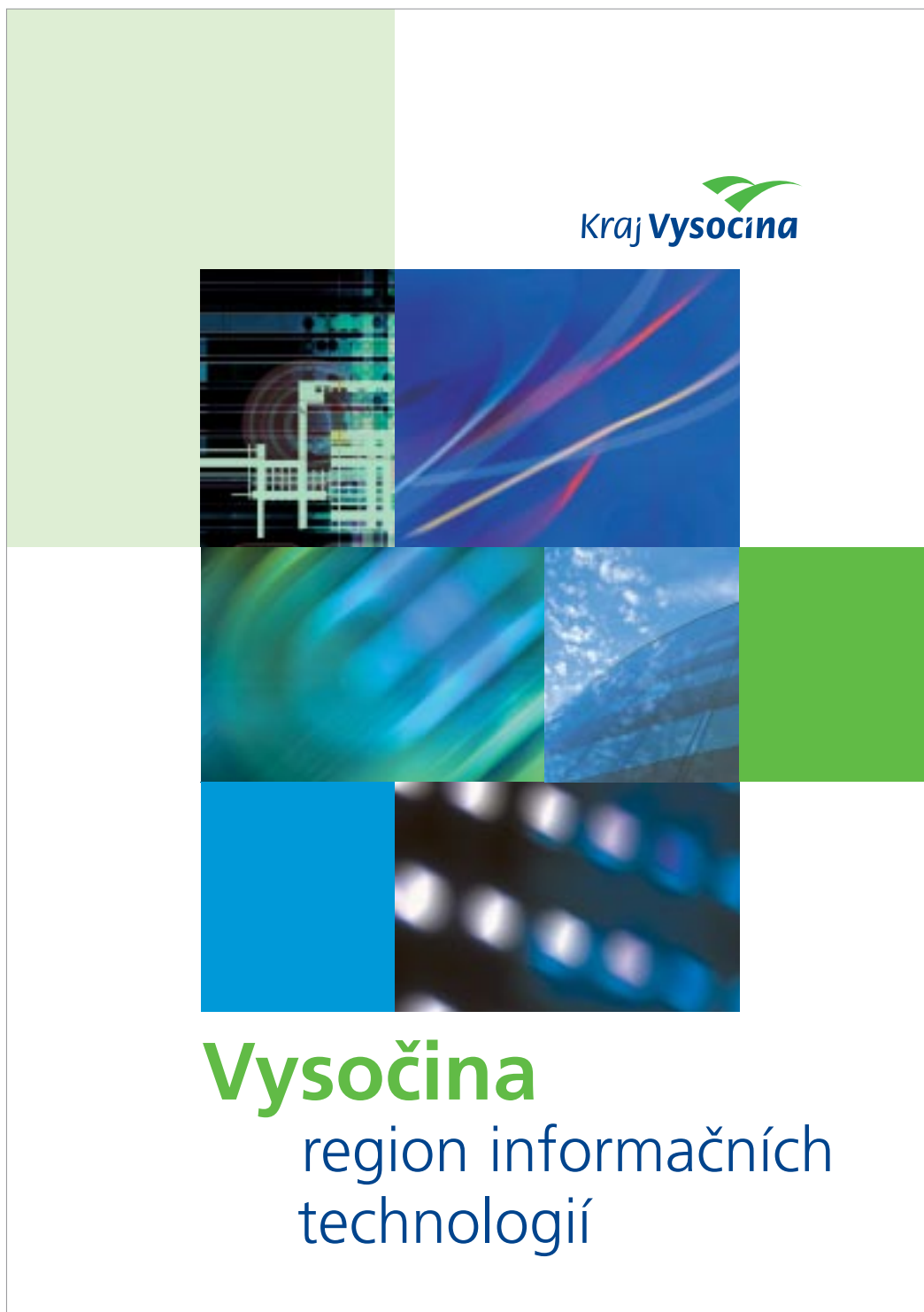
V případě nutnosti umístit na obálku jednu či více firemních značek, které mohou být aplikovány pouze na bílé podkladové ploše, je možné vyčlenit pro tento účel jednu z ploch podkladové mozaiky a změnit ji na bílou.

Zobrazený dokument je v 66 % skutečné velikosti.



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.

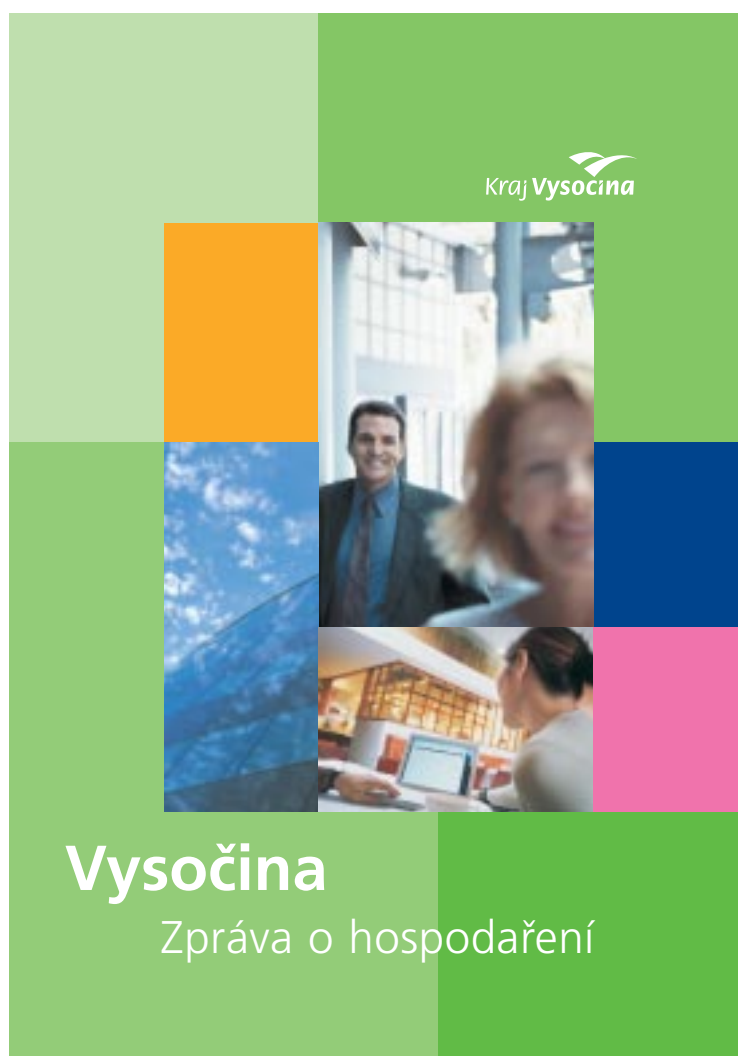
Zobrazený dokument je v 66 % skutečné velikosti.



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 (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 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 jejich 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 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 jejich 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.



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 jejich 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 obrázkem, 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 umísťovat do něj značku instituce
- 7/ stabilní umístění paginace na vnějších okrajích stránek

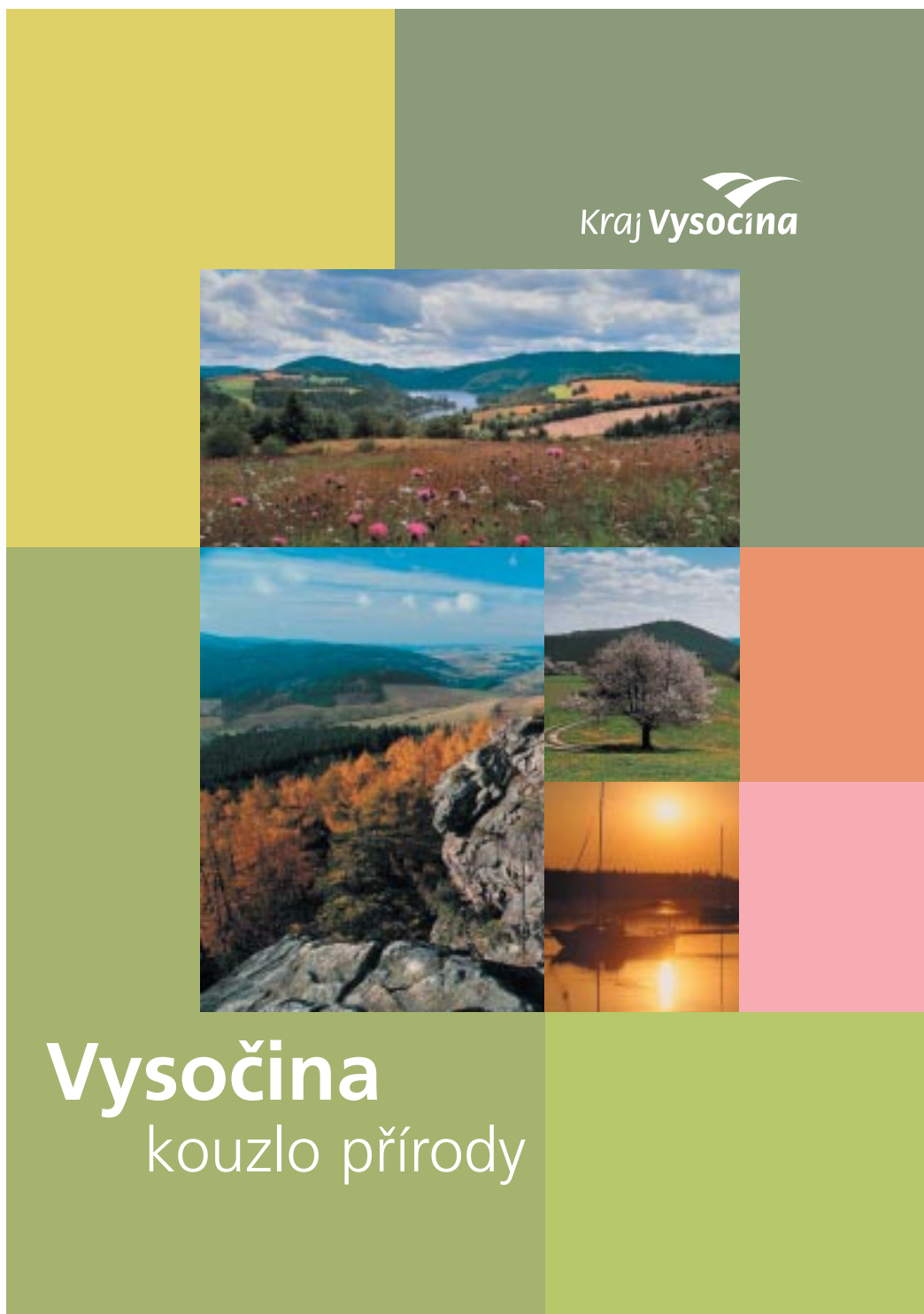
Zobrazený dokument je ve 40 % skutečné velikosti.

<p>Hlavní titulek</p> <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&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> <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> <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>	 <p>Kraj Vysočina</p> <p>Umístování bílých textů do barevných obrazů</p>
 	<p>Podtitulek druhého řádu</p> <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&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> <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> <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>
<p>Podtitulek prvního řádu</p> <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> <p>01</p>	 <p>02</p>

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 jejich 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 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 jejich 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 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.

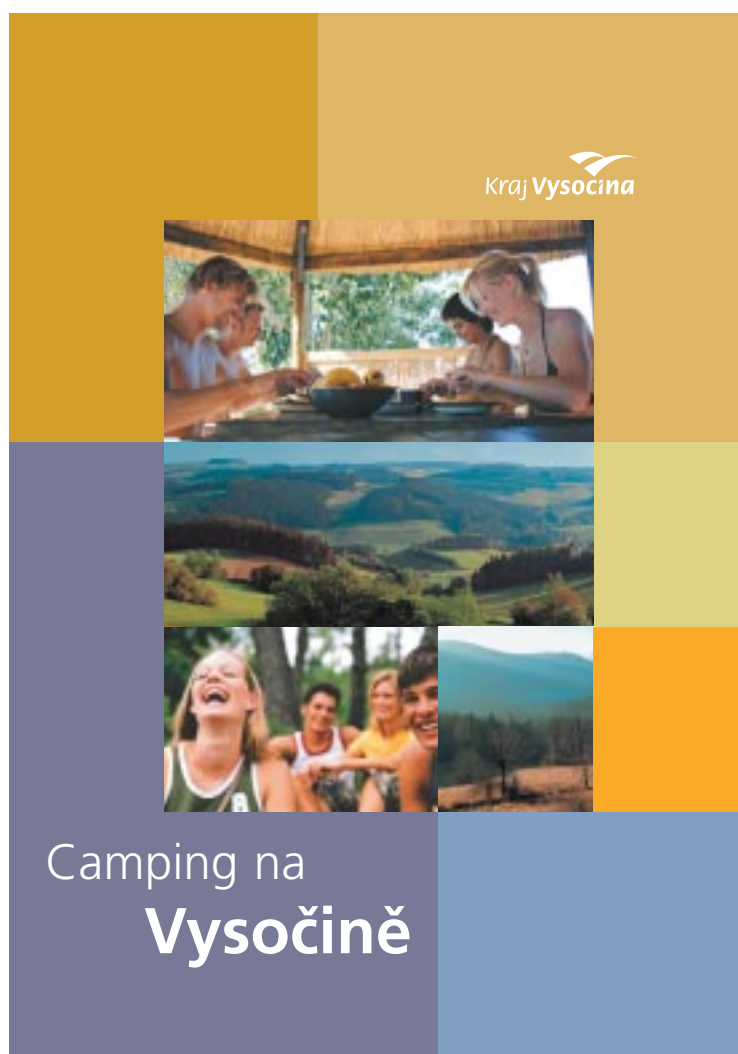
Zobrazený dokument je v 50 % skutečné velikosti.



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 jejich 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 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 jejich 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 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 jejich 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 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 jejich 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

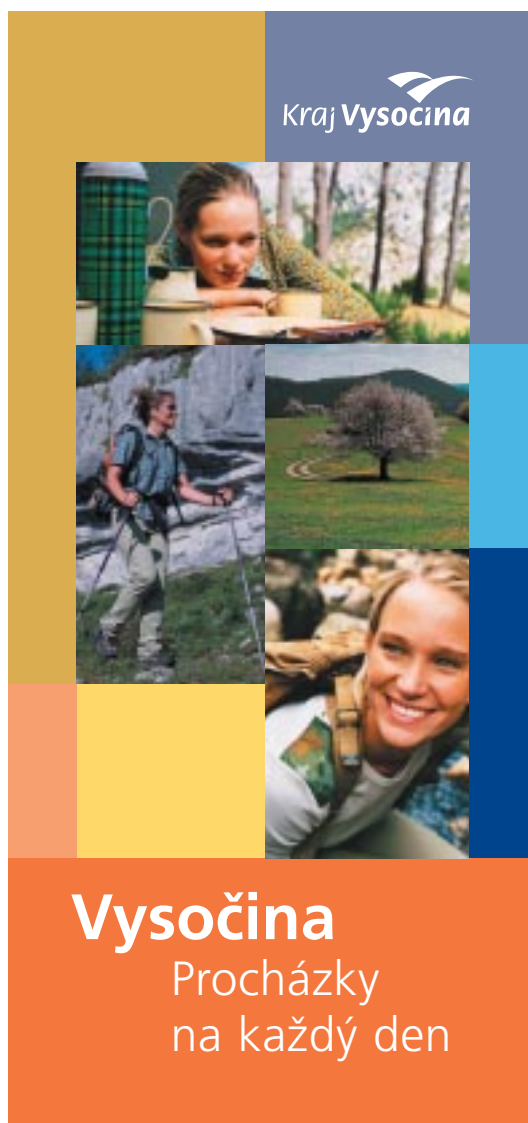
Zobrazený dokument je v 66 % skutečné velikosti.



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 jejich 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

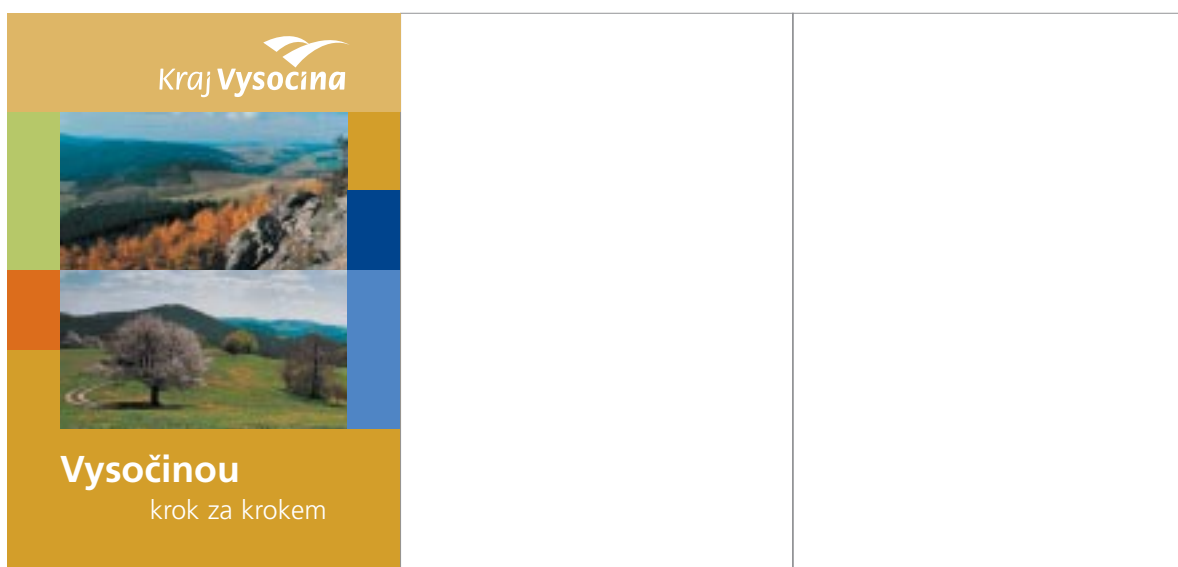
Zobrazený dokument je v 100% velikosti.



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 jejich tvarové i poziční variability
- aplikace inverzní (bílé) 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/ přenesení 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 brožur
- 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. Přímo 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.

01

Hlavní titulky Podtitulek prvního řádu

Národní přírodní rezervace Velký Špičák se rozkládá na skalnatém vrcholku, přilehlých úbočích a na hřebeni táhnoucím se k Velkému Javori (679 m), asi tři kilometry od města Třešť, a to na rozloze 46 hektarů. V lesním porostu převládá buk s jedlí a smrkem, na úbočích javor klen a mléč, jasan ztepilý a jilm horský. Rozsáhlý je v této oblasti i výskyt dubu letního a habru obecného. V bohatém bylinném podrostu roste např. měsíčnice vlnalá, česnek medvědí nebo sněženka podsněžník, v keřovém podrostu vzácný lýkovec jedovatý. Les hostí i vzácné druhy dřevokazných hub. Z ptáků jsou hojně zastoupeny druhy hnízdící ve stromových dutinách – holub doupaňák, budníček lesní, žluna sedá, diask sluzozobý, žluna hajní a další. Byly zde zjištěny také některé vzácnější druhy pavouků. Území je vefepnosti 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 neoplosovatelným reliéfem terénu a především geologickým podložím, které je tvořeno horninou hadcem neboli serpentinitem. Reka Jihlava vytváří hluboce zařiznutý meandr, lidově nazývaný Certův 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 sucho- a teplomilných rostlin a živočichů má především tmavá barva hadcové horniny, vysoký obsah hořčiky, porovitost 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. nanamý, 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 podmvyk jížní, která se na území naší republiky jinde nevyskytuje. Na Mohelnské hadcové stepi bylo zjištěno 91 druhů mravenců a 285 druhů pavouků.

Naučná stezka začíná i končí na parkovišti jihozápadně od obce Mohelno, kde je možné zakoupit si tištěného průvodce. Přímo 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.

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 Pojhlavi, Svratecká pahorkatina, Třebíčsko

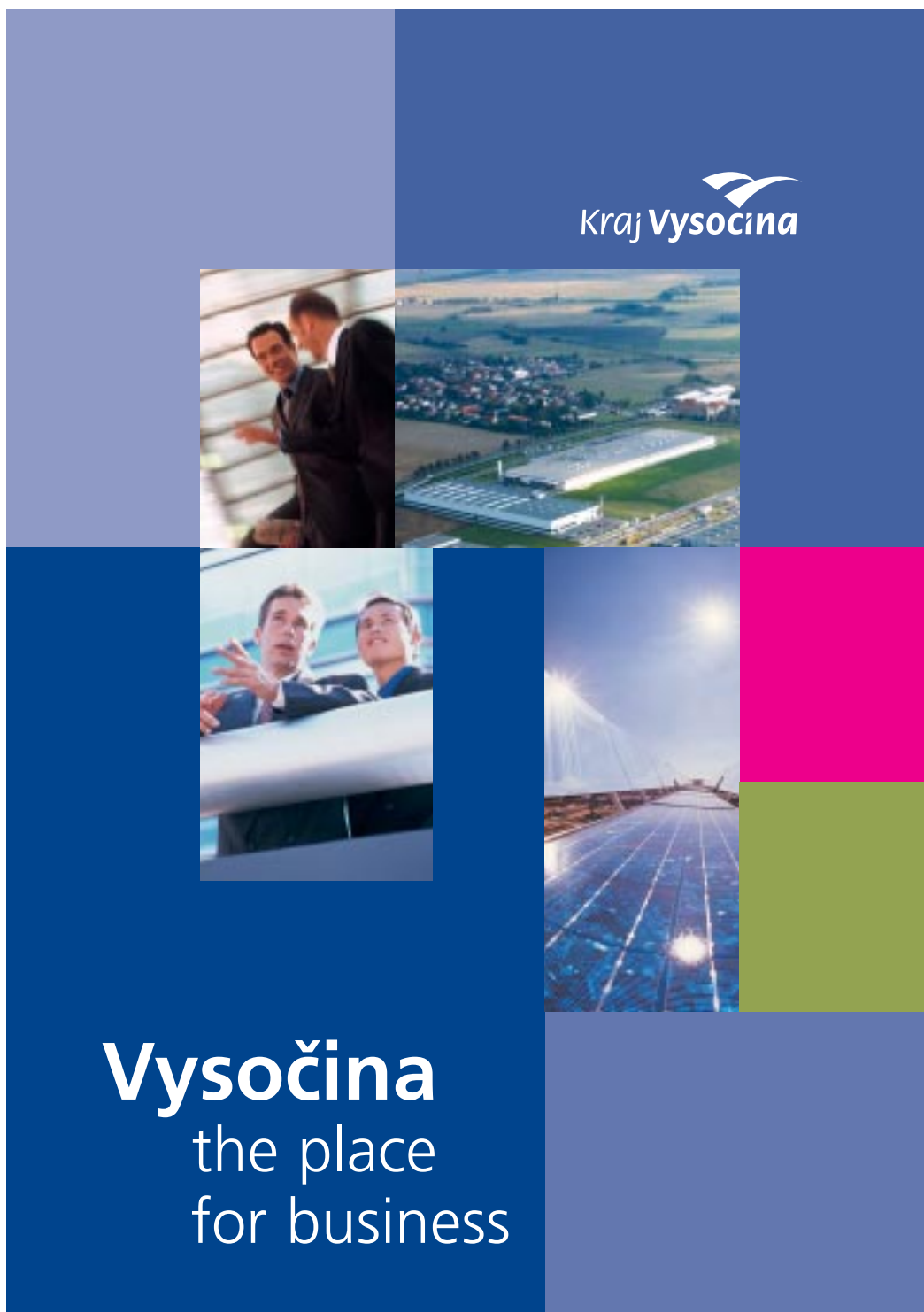
02



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

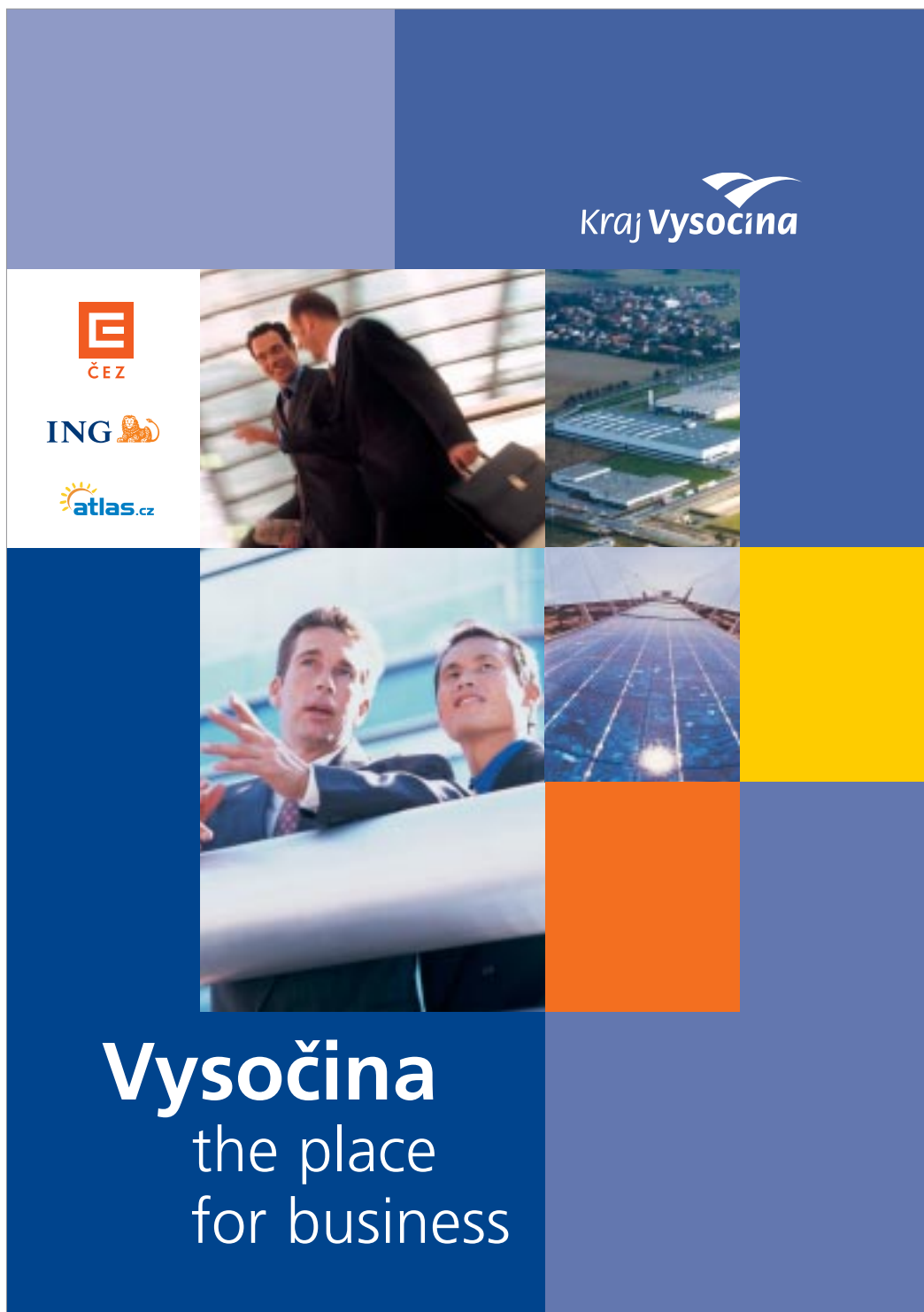
- podkladová mozaika vytvořená z modrých ploch (firemní modrá a její procentní odstíny od 20 do 100 %), doplněná dvěma až třemi ploškami doplňkových barev
- umístění obrazového materiálu do bloku stabilních rozměrů s možností jejich tvarové i poziční variability
- aplikace inverzní (bílé) podoby značky 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.



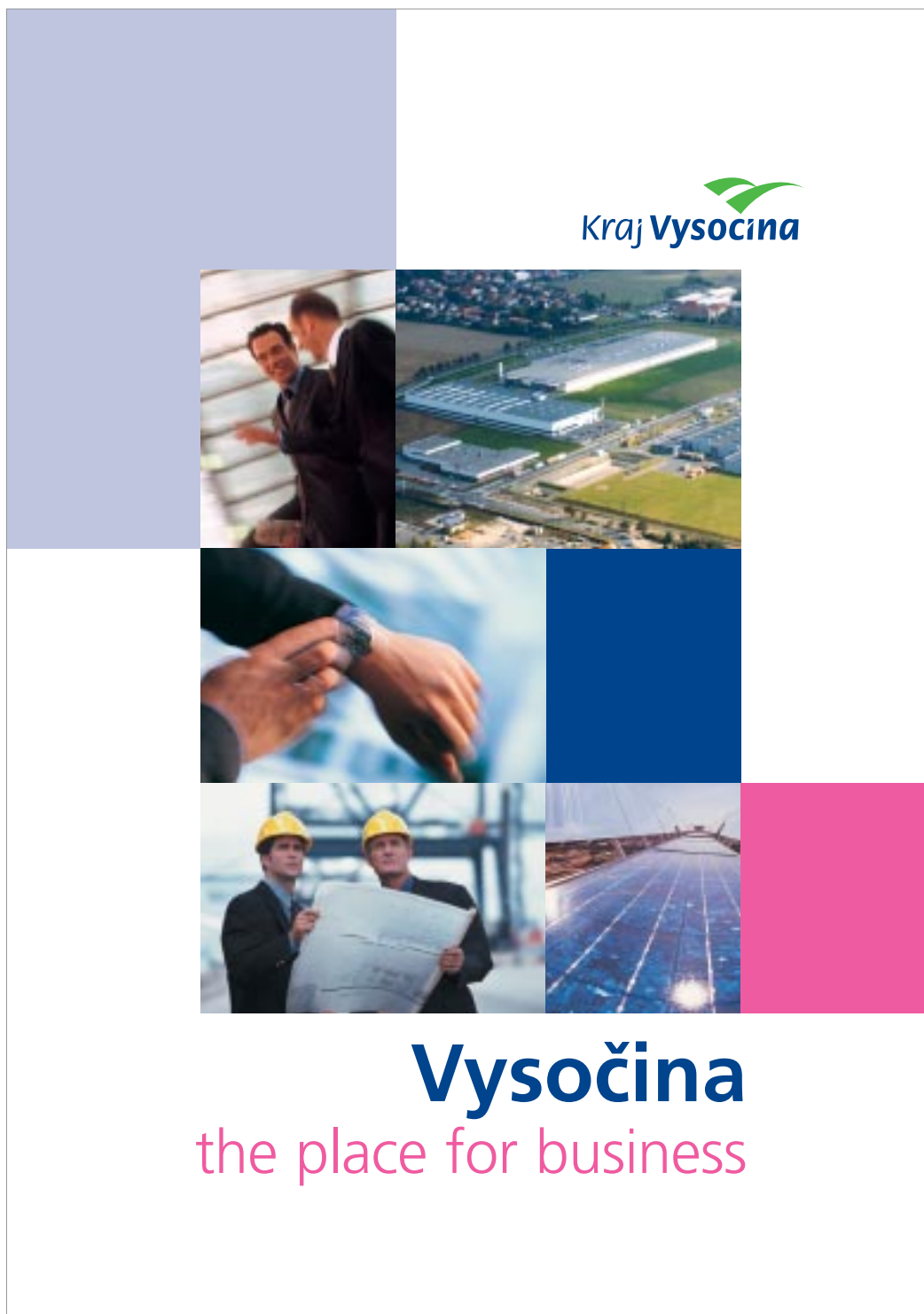
V případě nutnosti umístit na obálce jednu či více firemních značek, které mohou být aplikovány pouze na bílé podkladové ploše, je možnost vyčlenit pro tento účel jednu z ploch podkladové mozaiky a změnit ji na bílou.

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.

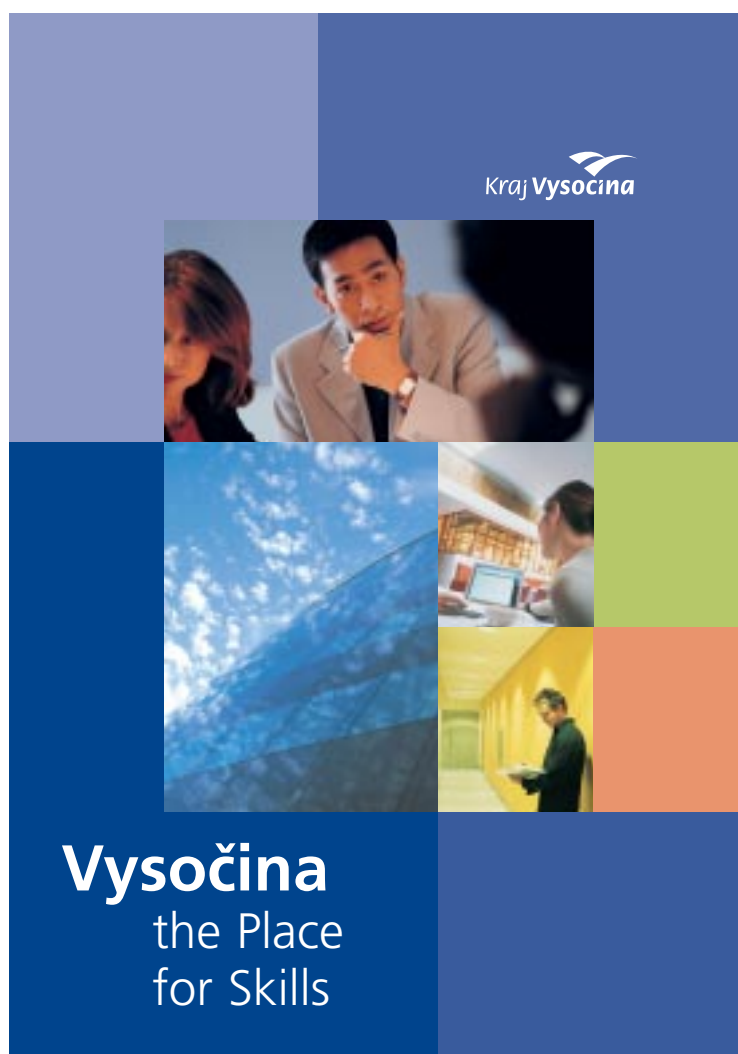
Zobrazený dokument je v 66 % skutečné velikosti.



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 jejich 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 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 jejich 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 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 jejich 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

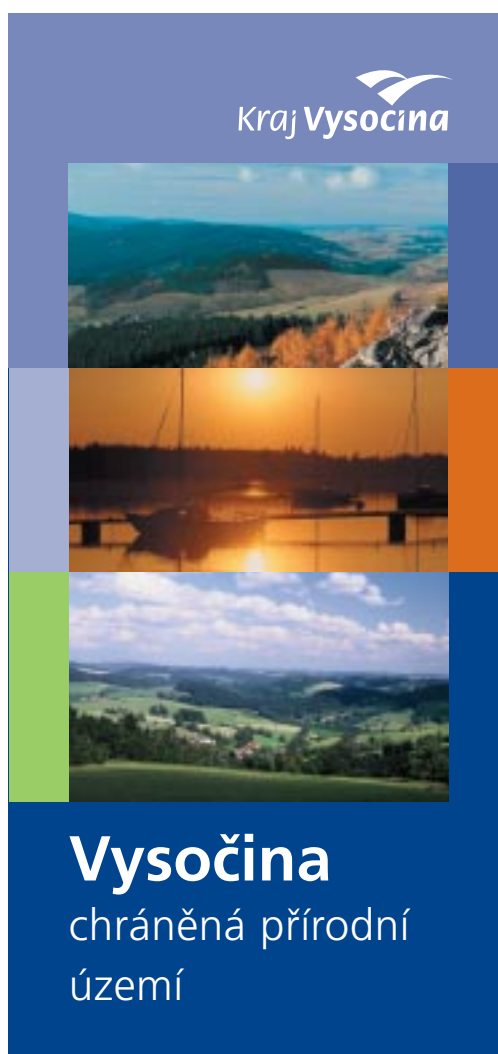
Zobrazený dokument je v 66 % skutečné velikosti.



Hlavními výtvarnými principy 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 jejich 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 umísťovat do něj značku instituce
- 7/ stabilní umístění paginace na vnějších okrajích stránek

Zobrazený dokument je ve 40 % skutečné velikosti.

Hlavní titulek



Of the Vysočina Regions 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 Regions 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 Regions 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 Regions 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 automobile 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)

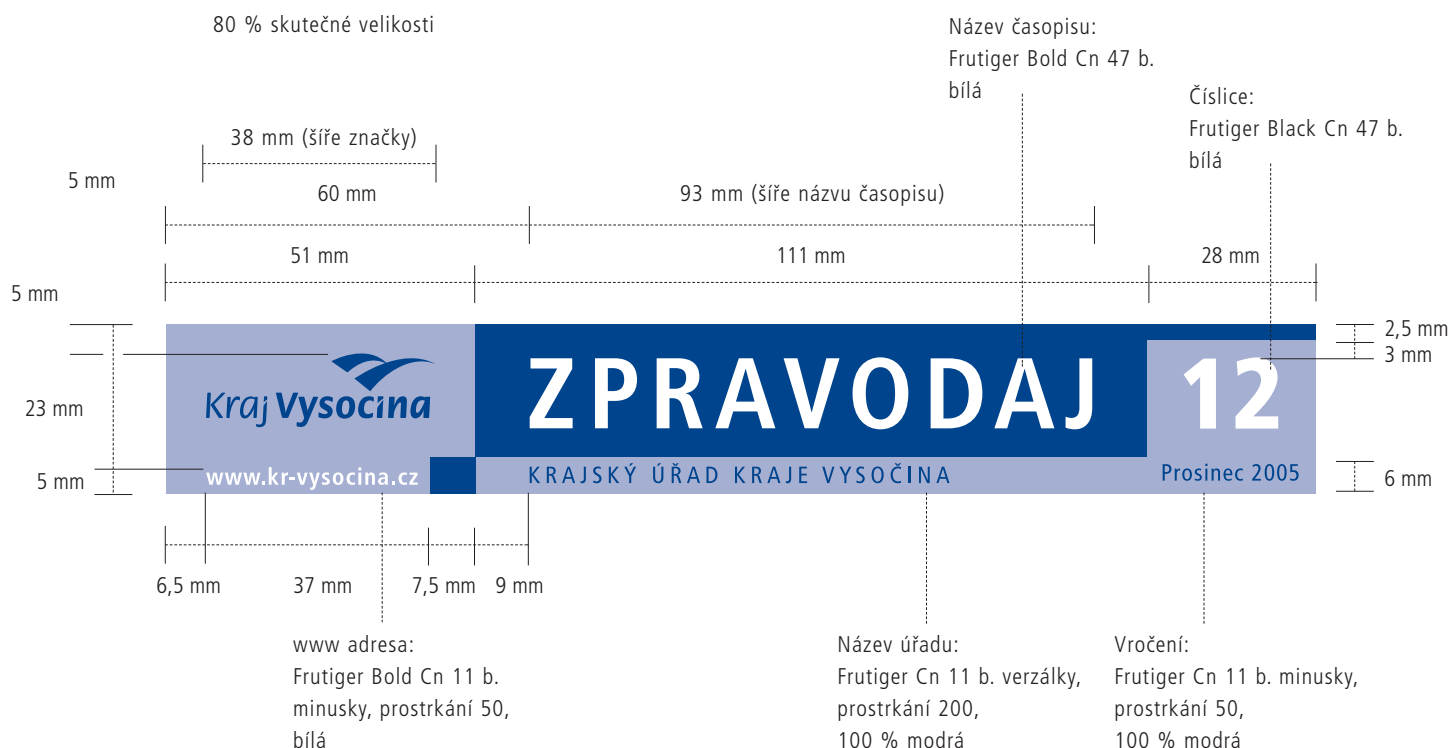
Text pod linkami: Frutiger Cn 11/14 (první řádka 11/20), prostrkání 150

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.

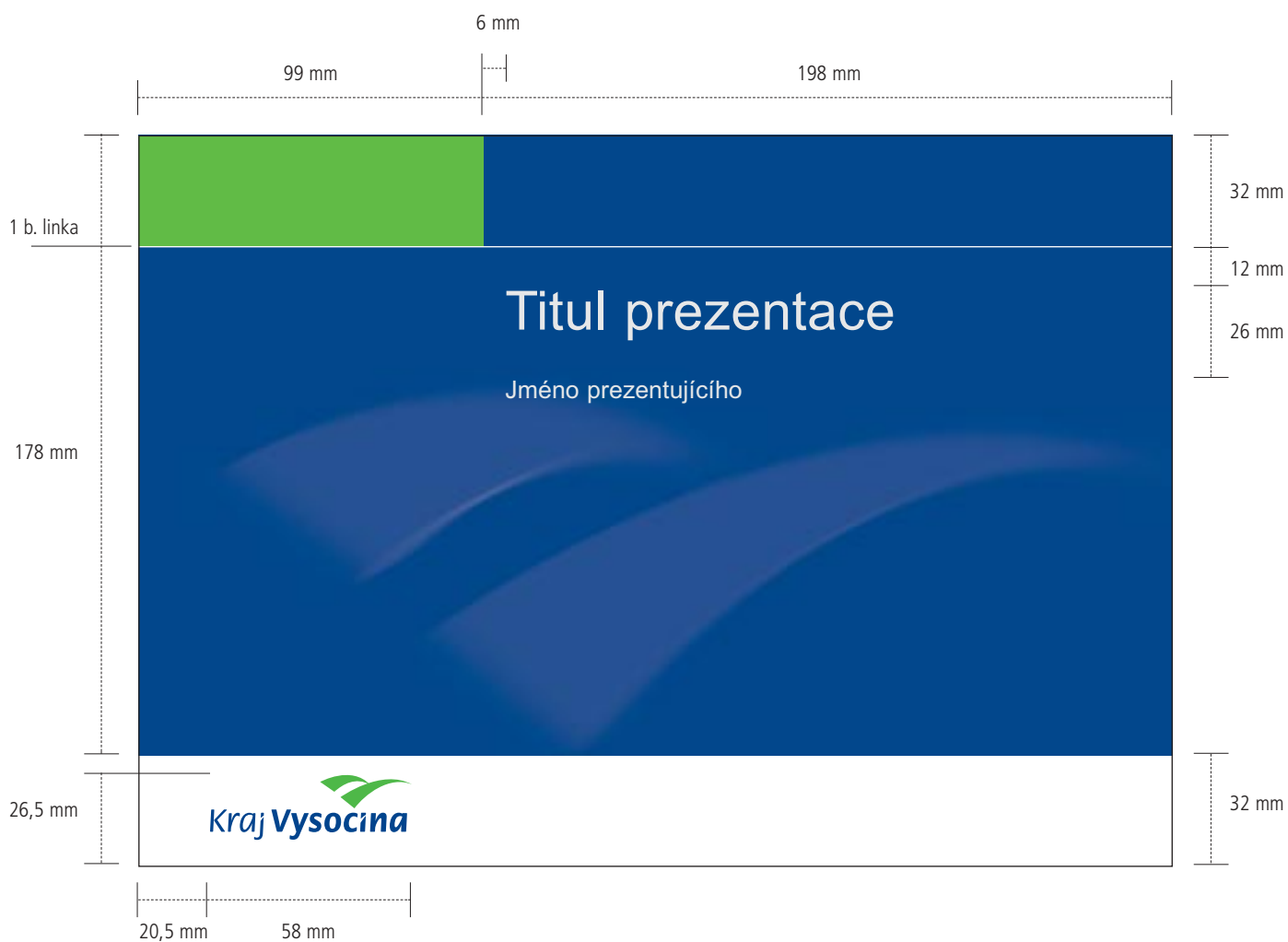


Postavení hlavičky časopisu na formátu titulní strany – 100 % skutečné velikosti.

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.

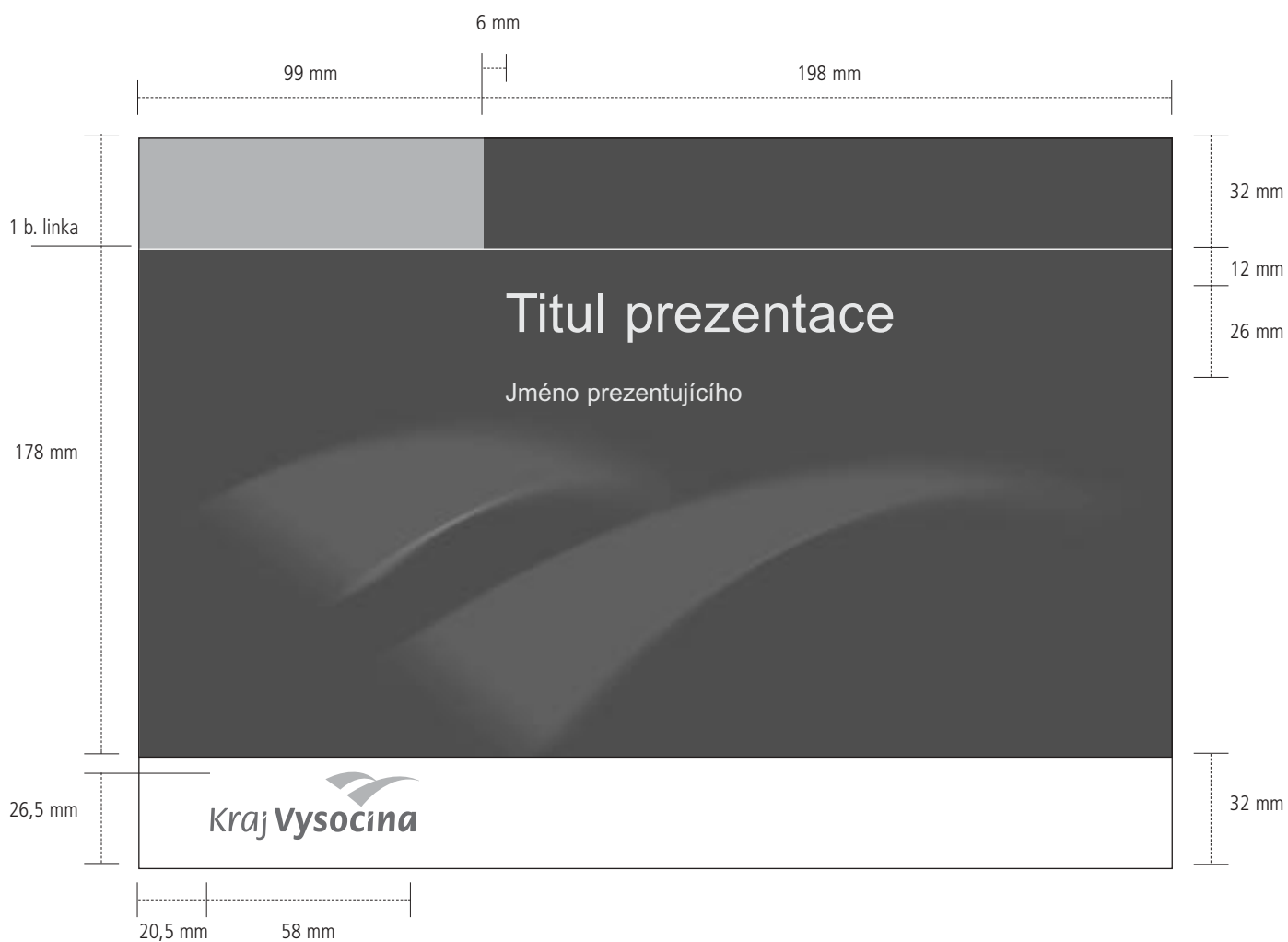
Zobrazený dokument je v 50 % skutečné velikosti, rozměrové údaje popisují 100% velikost a jsou předepsány v milimetrech, velikost textu v typografických bodech.



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.



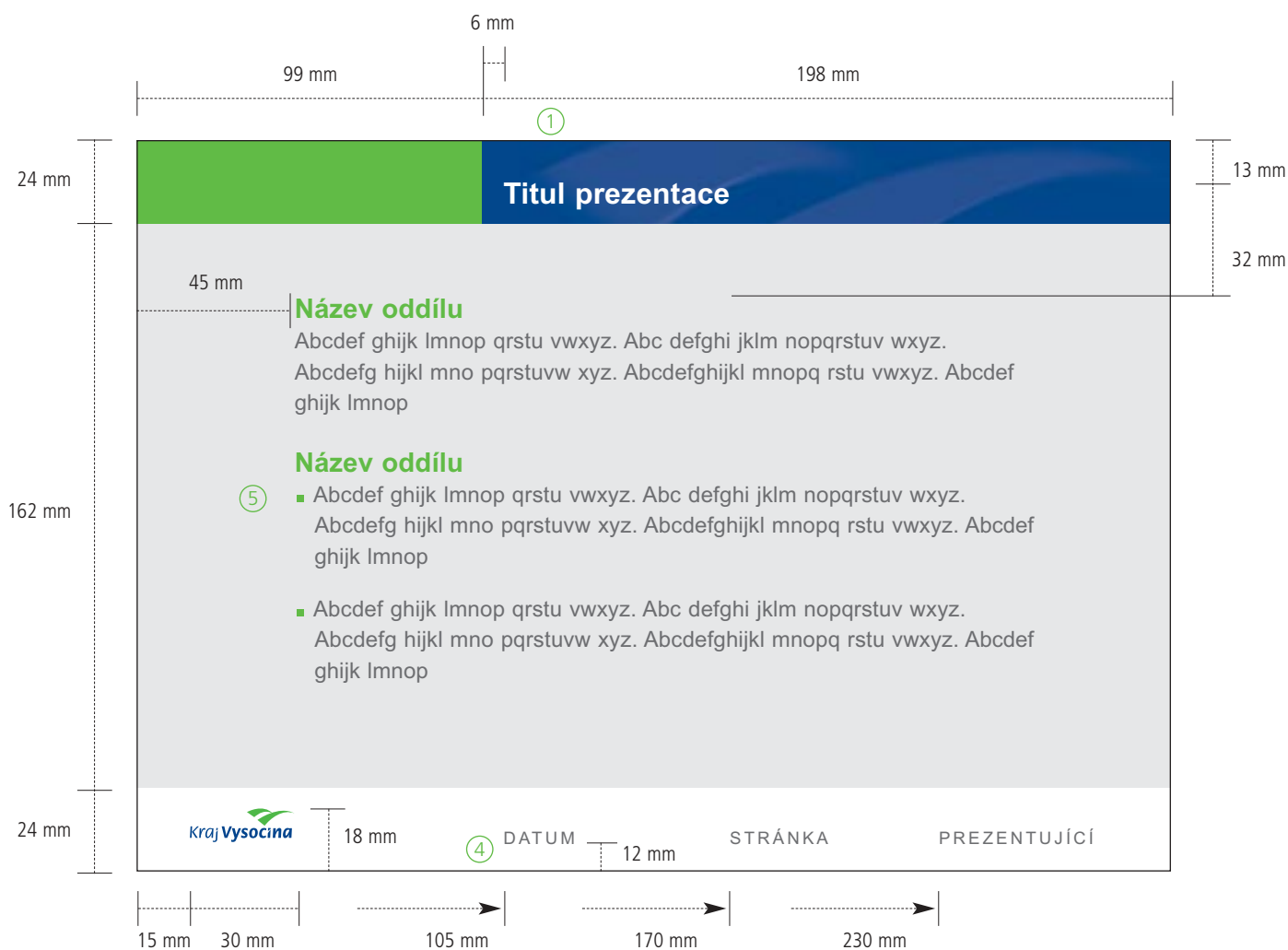
Titul prezentace: Arial Regular 44 b. minusky (10% černá)

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

Linka: 1 bod, bílá

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 jednotícími 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>KRAJSKÝ ÚŘAD KRAJE VYSOČINA</p>
<p>JUDr. Simeona Zikmundová, ředitelka Krajského úřadu kraje Vysočina, vyhlašuje dle § 7 zákona č. 312/2002 Sb., o úřednících územních samosprávných celků a o změně některých zákonů, výběrové řízení na pozici:</p> <p>úředník/ce na úseku organizace práce sekretariátu hejtmana 01</p>	<p>Výběrové řízení</p> <p>Požadujeme: 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>Typické činnosti vykonávané na této pozici: 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>Nabízíme: perspektivní pozici, možnost trvalého vzdělávání a osobního růstu, 8. platovou třídu, zajímavou práci v tvůrčím kolektivu.</p> <p>Záměnce předloží písemnou přihlášku, která obsahuje tyto náležitosti: 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>K přihlášce je nutno přiložit: 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 do 26. listopadu 2004 na adrese: Krajský úřad kraje Vysočina, Žižkova 57, 587 33 Jihlava</p>


<p>www.kr-vysocina.cz</p>	 <p>KRAJSKÝ ÚŘAD KRAJE VYSOČINA</p>
<p>JUDr. Simeona Zikmundová, ředitelka Krajského úřadu kraje Vysočina, vyhlašuje dle § 7 zákona č. 312/2002 Sb., o úřednících územních samosprávných celků a o změně některých zákonů, výběrové řízení na pozici:</p> <p>úředník/ce na úseku organizace práce sekretariátu hejtmana 01</p>	<p>Výběrové řízení</p> <p>Požadujeme: 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>Typické činnosti vykonávané na této pozici: 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>Nabízíme: perspektivní pozici, možnost trvalého vzdělávání a osobního růstu, 8. platovou třídu, zajímavou práci v tvůrčím kolektivu.</p> <p>Záměnce předloží písemnou přihlášku, která obsahuje tyto náležitosti: 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>K přihlášce je nutno přiložit: 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 do 26. listopadu 2004 na adrese:</p> <p>Krajský úřad kraje Vysočina, Žižkova 57, 587 33 Jihlava</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>Kraj Vysočina KRAJSKÝ ÚŘAD KRAJE VYSOČINA</p>
<p>JUDr. Simeona Zikmundová, ředitelka Krajského úřadu kraje Vysočina, vyhlašuje dle § 7 zákona č. 312/2002 Sb., o úřednících územních samosprávných celků a o změně některých zákonů, výběrové řízení na pozici:</p> <p>úředník/ce na úseku organizace práce sekretariátu hejtmana 01</p>	<p>Výběrové řízení</p> <p>Požadujeme: 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>Typické činnosti vykonávané na této pozici: 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>Nabízíme: perspektivní pozici, možnost trvalého vzdělávání a osobního růstu, 8. platovou třídu, zajímavou práci v tvůrčím kolektivu.</p> <p>Záměrně předloží písemnou přihlášku, která obsahuje tyto náležitosti: 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>K přihlášce je nutno přiložit: 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 do 26. listopadu 2004 na adrese: Krajský úřad kraje Vysočina, Žižkova 57, 587 33 Jihlava</p>

<p>www.kr-vysocina.cz</p>	 <p>Kraj Vysočina KRAJSKÝ ÚŘAD KRAJE VYSOČINA</p>
<p>JUDr. Simeona Zikmundová, ředitelka Krajského úřadu kraje Vysočina, vyhlašuje dle § 7 zákona č. 312/2002 Sb., o úřednících územních samosprávných celků a o změně některých zákonů, výběrové řízení na pozici:</p> <p>úředník/ce na úseku organizace práce sekretariátu hejtmana 01</p>	<p>Výběrové řízení</p> <p>Požadujeme: 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>Typické činnosti vykonávané na této pozici: 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>Nabízíme: perspektivní pozici, možnost trvalého vzdělávání a osobního růstu, 8. platovou třídu, zajímavou práci v tvůrčím kolektivu.</p> <p>Záměrně předloží písemnou přihlášku, která obsahuje tyto náležitosti: 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>K přihlášce je nutno přiložit: 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 do 26. listopadu 2004 na adrese:</p> <p>Krajský úřad kraje Vysočina, Žižkova 57, 587 33 Jihlava</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.



Kraj Vysočina

Kontaktní osoby:
Stanislava Lemperová
 tel.: 564 602 546
 e-mail: lemperoval.s@kr-vysocina.cz
Ing. Tomáš Čihák
 tel.: 564 602 549
 e-mail: cihak.t@kr-vysocina.cz


p o ř á d á

Prezentaci kraje Vysočina


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

termín uspořádání mise: květen 2005

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



Kraj Vysočina



p o ř á d á

Prezentaci kraje Vysočina


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

termín uspořádání mise: květen 2005

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

Kontaktní osoby: Stanislava Lemperová, tel.: 564 602 546, e-mail: lemperoval.s@kr-vysocina.cz, Ing. Tomáš Čihák tel.: 564 602 549, e-mail: cihak.t@krvysocina.cz

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



Kraj Vysočina

LOGO 1

LOGO 2

LOGO 3

LOGO 4

Kontaktní osoby:
Stanislava Lemperová
tel.: 564 602 546
e-mail: lemperova.s@kr-vysocina.cz
Ing. Tomáš Čihák
tel.: 564 602 549
e-mail: cihak.t@kr-vysocina.cz

p o ř á d á

Prezentaci kraje Vysočina

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

termín uspořádání mise: květen 2005

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



Kraj Vysočina



p o ř á d á

Prezentaci kraje Vysočina

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

termín uspořádání mise: květen 2005

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

LOGO 1

LOGO 2

LOGO 3

LOGO 4

Kontaktní osoby: Stanislava Lemperová,
tel.: 564 602 546, e-mail: lemperova.s@kr-vysocina.cz,
Ing. Tomáš Čihák tel.: 564 602 549, e-mail: cihak.t@krvysocina.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 středě 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 podtisk 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 nejrůznějším způsobem překrývat v závislosti na zvoleném výtvarném záměru.



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

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



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

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

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



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

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

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

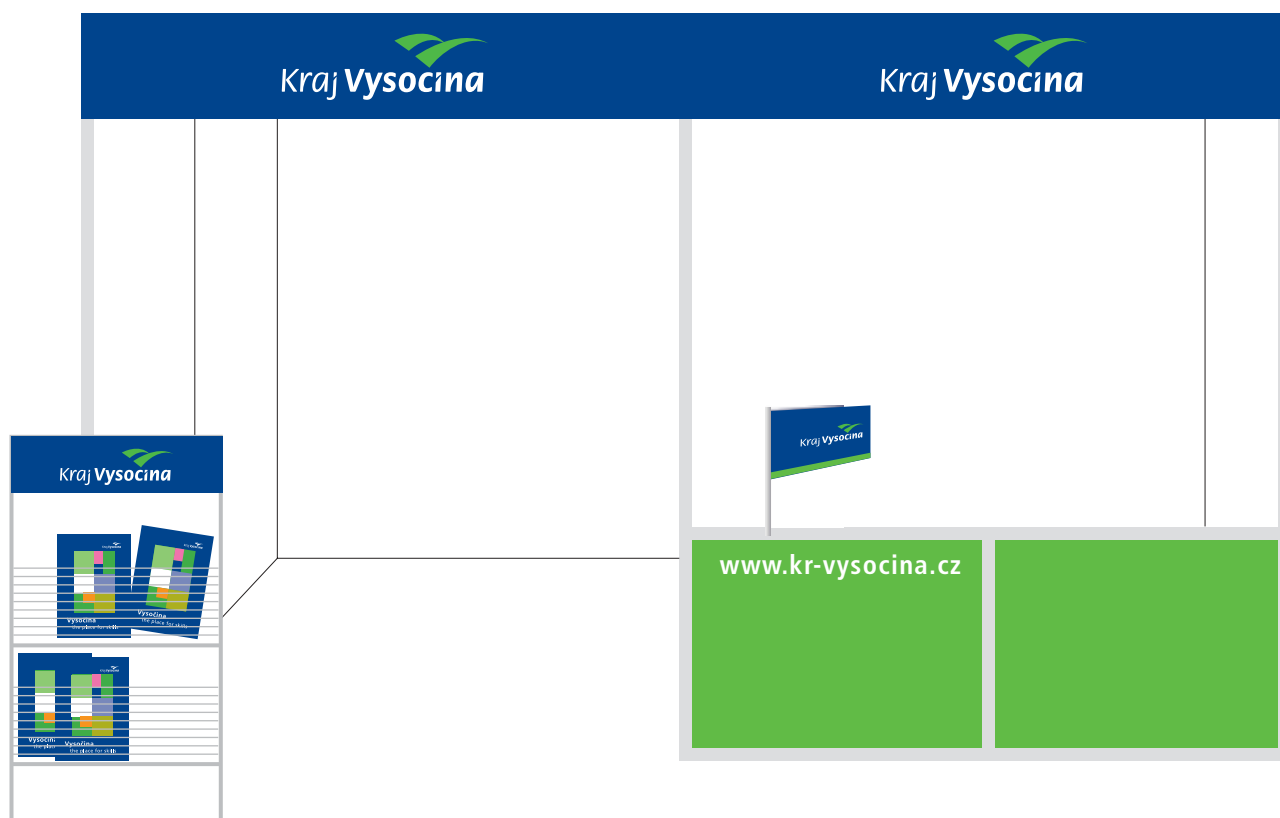


Nafukovadla jsou účinnými prvky prezentace kraje Vysočina při nejrůznějších společenských, sportovních a sponzorských akcích. Jejich design vychází z jednotného vizuálního stylu instituce. Kromě výzdobných prvků v podobě zelených a bílých pruhů na modrém podkladu (resp. modrých a bílých na zeleném podkladu)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

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



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




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


Ostatní výzdoba je předmětem konkrétního typu a zaměření prezentační akce.




Sponzorské boardy se používají při různých akcích pořádaných krajem Vysočina, kdy je třeba prezentovat společnosti a subjekty, které se na zmíněných projektech finančně, mediálně nebo jinak podílejí. Sponzorské boardy mohou být libovolných formátů i velikostí – podle konkrétní potřeby a prostorových podmínek. Jejich společným znakem je bílý podklad, dělený slabými černými linkami, a umístění značky kraje Vysočina vždy v záhlaví na středu formátu v základním barevném provedení. Prostorové členění linkami vychází vždy z konkrétních potřeb, daných počtem sponzorů, jejich důležitostí (velikosti značek) atd.

 Kraj Vysočina		
Logo 1	Logo 2	Logo 3

 Kraj Vysočina	
Logo 1	Logo 2
Logo 3	Logo 4

 Kraj Vysočina		
Logo 1		
Logo 2	Logo 3	
Logo 4	Logo 5	Logo 6

 Kraj Vysočina		
Logo 1		
Logo 2	Logo 3	
Logo 4	Logo 5	
Logo 6	Logo 7	
Logo 8	Logo 9	Logo 10

Bannery jsou velmi frekventovaným prostředkem komunikace s občany i obchodními partnery ve virtuálním prostředí. Používá se celá řada formátů, které mohou být statické i animované. Jejich společnými a jednotícími prvky je používání zeleno-modré firemní barevnosti, značky kraje Vysočina (s dodržováním všech zásad předepsaných tímto manuálem) a základního firemního písma Frutiger.

88 x 31 px



podklady jsou tvořeny výzdobným motivem nebo čistou modrou plochou

236 x 62 px



podkladové plochy jsou tvořeny statickým nebo animovaným výzdobným motivem

124 x 127 px



podklady jsou tvořeny výzdobným motivem s možností animace nebo čistou modrou plochou

468 x 60 px



podkladové plochy jsou tvořeny výzdobným motivem s možností animace

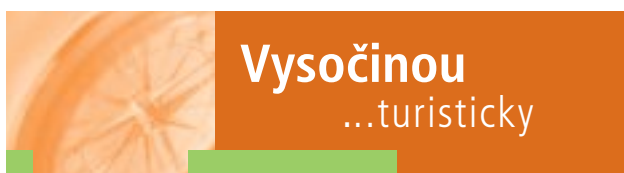


Bannery pro jednotlivé portály mohou mít různé formáty a jsou tvořeny na jednotném principu využívajícím prvky jednotného vizuálního stylu kraje Vysočina. Každý z portálů má svou individuální barevnost, která není závislá na firemních barvách kraje Vysočina. Společnými prvky je používání písma Frutiger, tónované fotografie, dělení plochy a aplikace barevných pruhů.

124 x 127 px



236 x 62 px



468 x 60 px



124 x 127 px



236 x 62 px

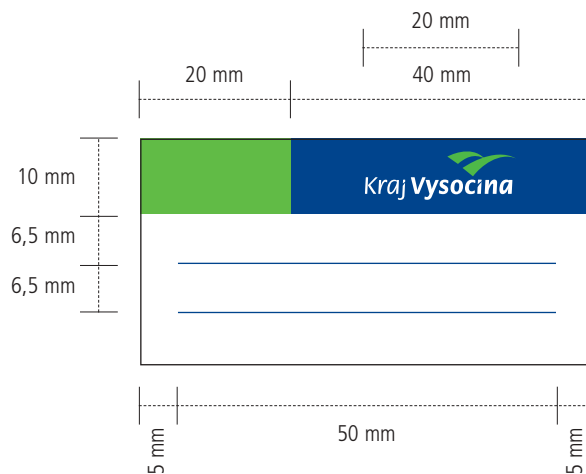


468 x 60 px

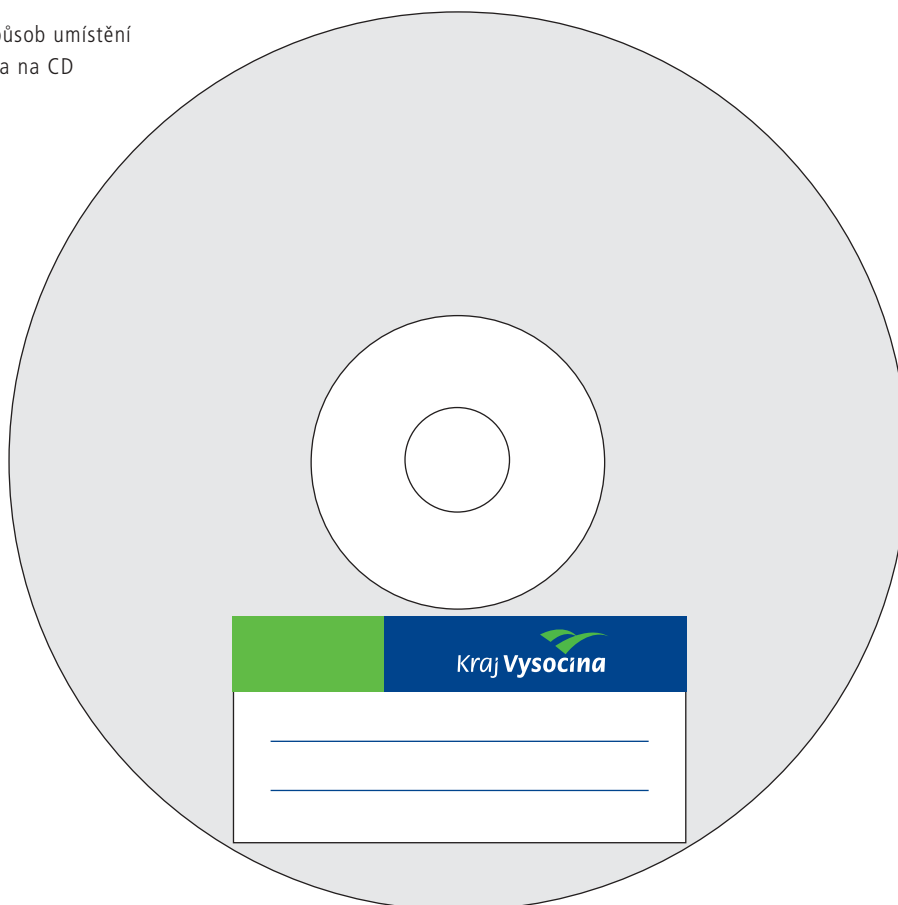


Design samolepek na CD vychází z principů jednotného vizuálního stylu kraje Vysočina. Na bílém podkladu jsou potištěny dvěma přímými barvami – modrou (PANTONE 2748 C) a zelenou (PANTONE 368 C). Formát samolepek je 60 x 30 mm. V záhlaví je zeleno-modrý korporátní pruh, kde je na středu jeho modré části umístěna značka instituce v inverzním barevném provedení, a ve spodní části jsou modré linky (0,5 b.) pro vpisování textu. Aplikace značky na etiketě je jednou z mála výjimek, kdy není možné zcela přesně dodržet ochrannou zónu značky.

Samolepky jsou zobrazeny ve 100% velikosti.

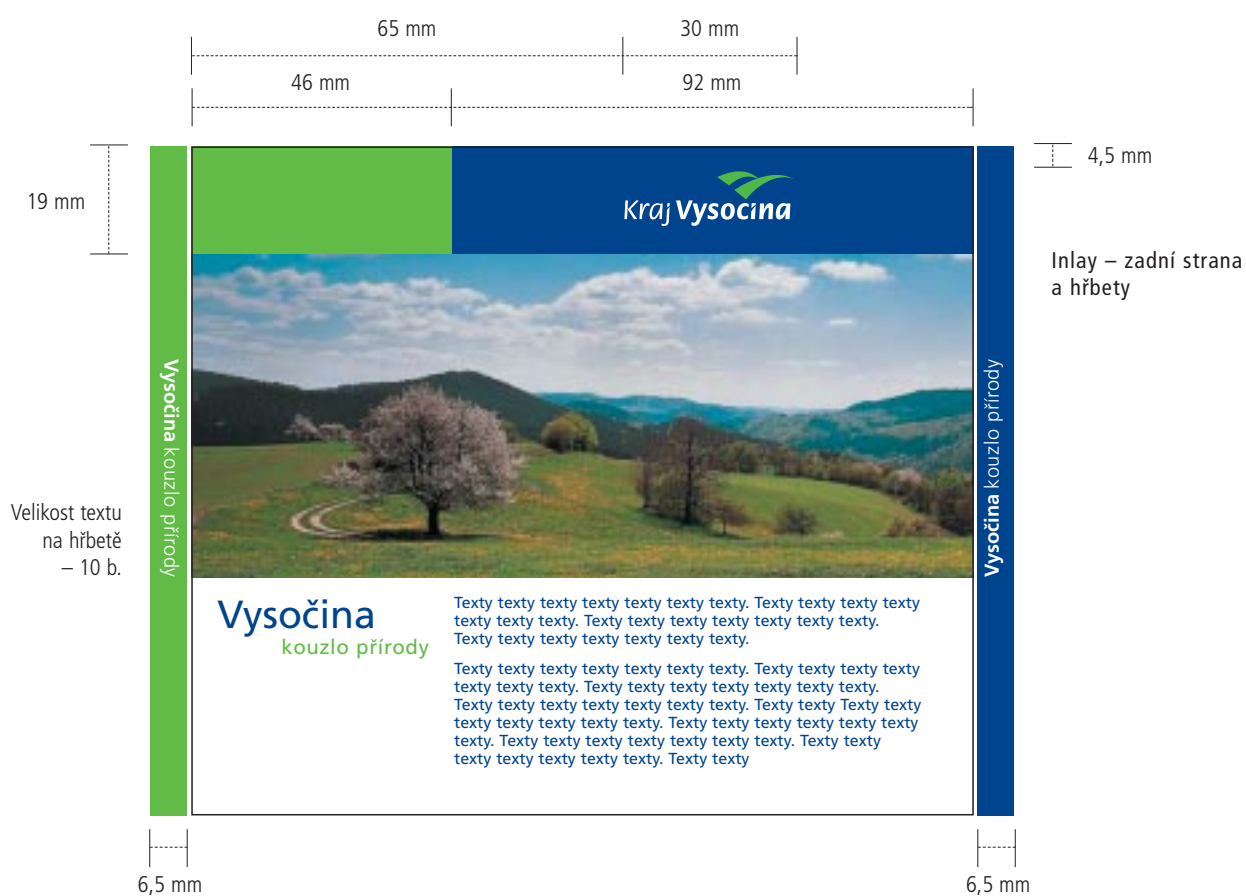
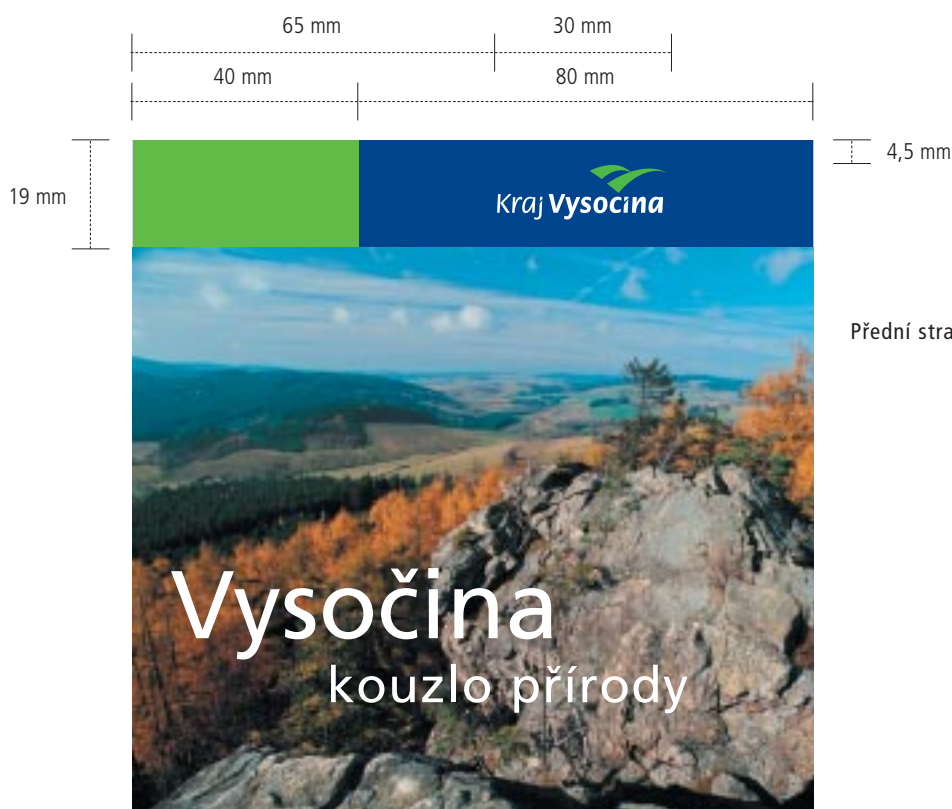


Jednotný způsob umístění
– samolepka na CD



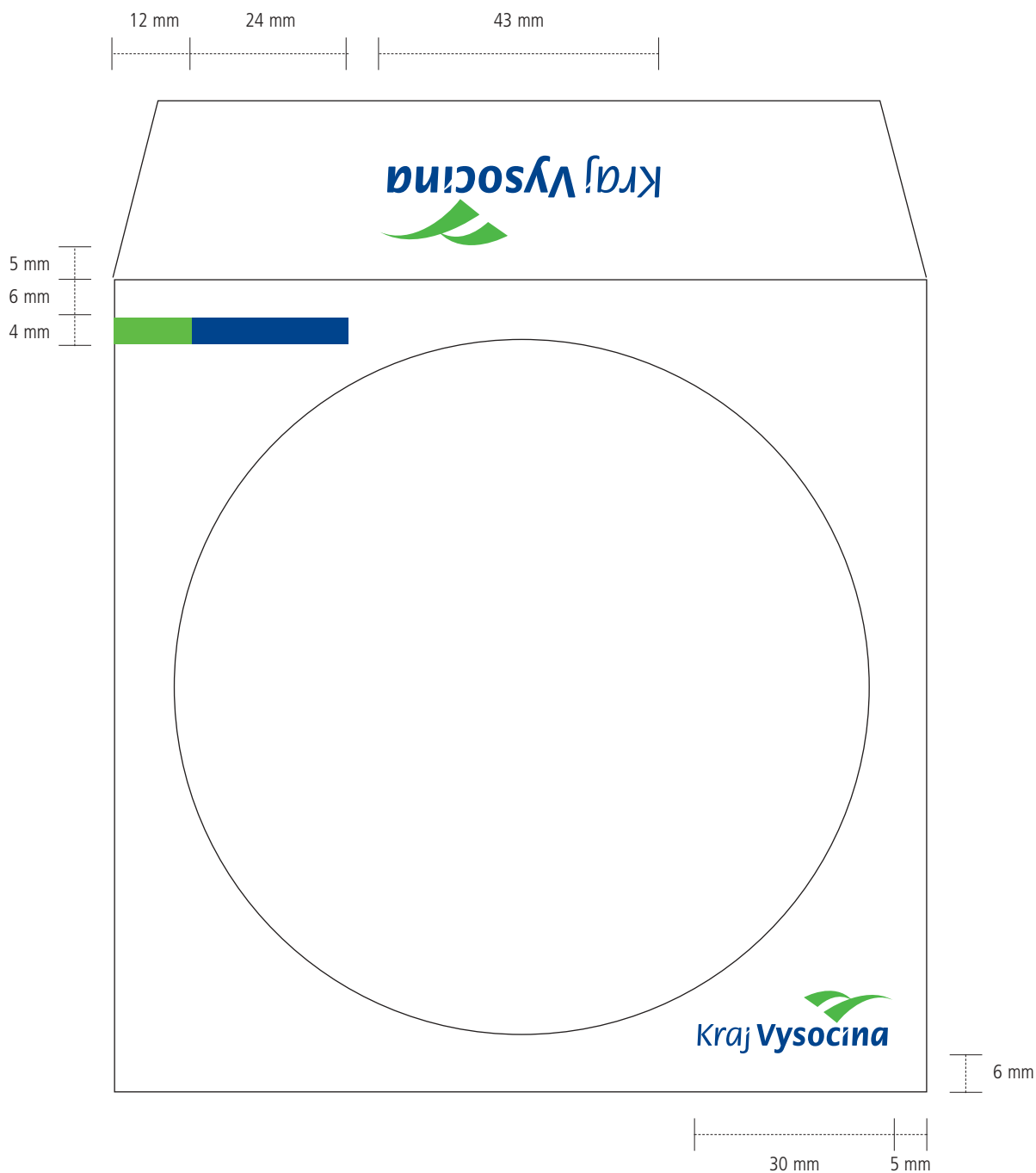
Přední strana bookletu CD standardního formátu má v záhlaví zeleno-modrý korporátní pruh. Na středu modré plochy je umístěna značka instituce v inverzním barevném provedení. Celý zbytkový prostor zabírá tematický obrazový materiál s inverzním (bílým) názvem vysazeným z písma Frutiger. Velikost a umístění názvu je možno řešit individuálně, s ohledem na použitý obrazový materiál a délku názvu. Zadní (vnější) strana inlaye má záhlaví řešené identicky s přední stranou bookletu. Velikost obrazového materiálu i velikost a umístění textů jsou řešeny individuálně. Hřbety jsou jednobarevné – zelený a modrý – s bílými názvy titulu.

Zobrazený dokument je v 75 % skutečné velikosti, rozměrové údaje popisují 100% velikost a jsou předepsány v milimetrech.



Papírový bílý obal na CD s kruhovým okénkem a ochrannou fólií má umístěnou značku instituce v základním barevném provedení na přední straně v dolním pravém rohu (šíře 25 mm) a na středu klopny (šíře 43 mm). Na levém horním okraji přední strany je umístěn zeleno-modrý korporátní pruh jako samostatný grafický prvek. Obal je potištěn dvěma přímými barvami – modrou (PANTONE 2748 U) a zelenou (PANTONE 368 U).

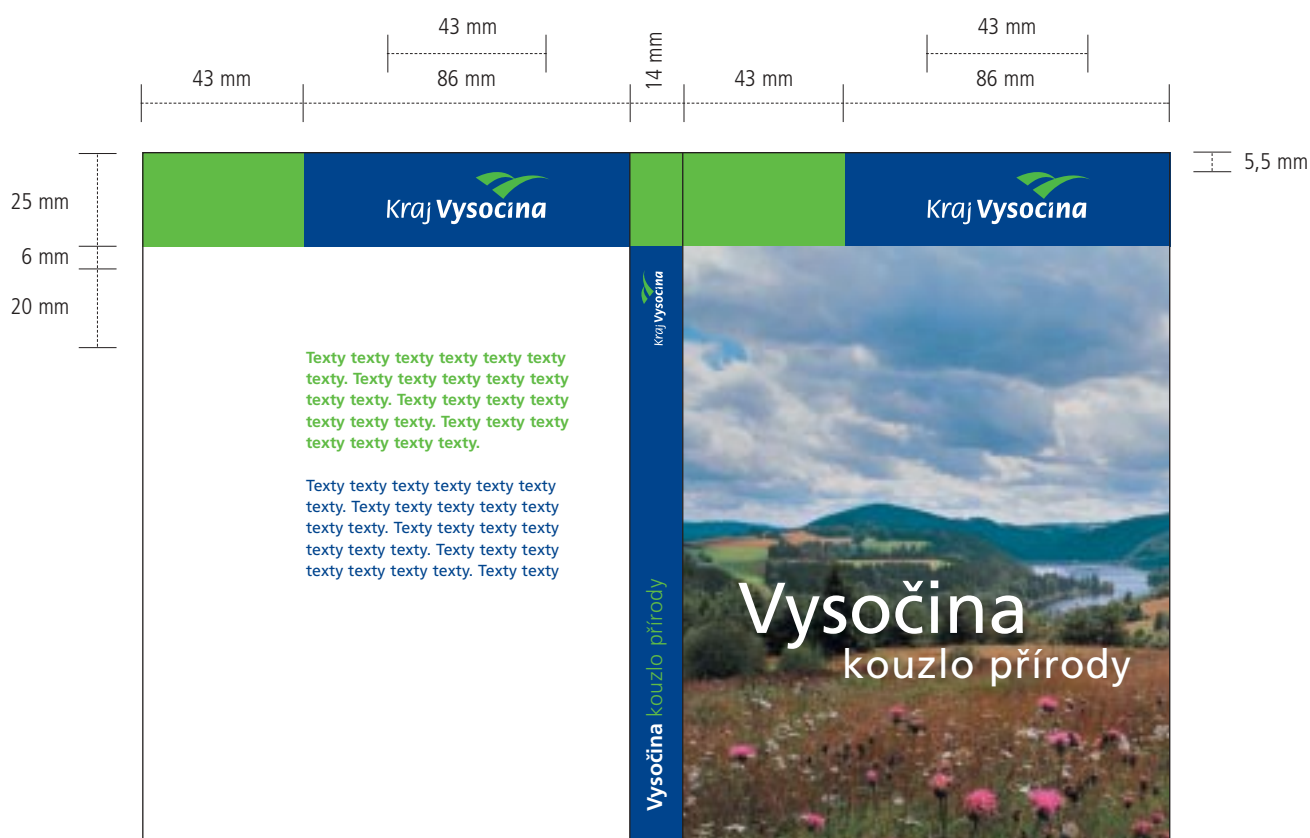
Zobrazení je ve 100% velikosti.



Inlay DVD standardního formátu má v záhlaví přední i zadní strany zeleno-modrý korporátní pruh. Na středu modrých ploch jsou umístěny značky instituce v inverzním barevném provedení. Hřbet je také barevně dělen a má na své modré části umístěnou značku v inverzním barevném provedení spolu s názvem. Přední stranu zabírá tematický obrazový materiál s inverzním (bílým) názvem vysazeným z písma Frutiger. Velikost a umístění názvu je možno řešit individuálně, s ohledem na použitý obrazový materiál a délku názvu. Zadní strany jsou řešeny individuálně, také podle množství textu a použitého obrazového materiálu.

Inlay pro videokazetu má identický design, který je poměrově přizpůsoben rozměrům obalu.

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



Velikost textu na hřbetě
– 16 b.



VNITŘNÍ
INFORMAČNÍ
SYSTEM

Základním úkolem vnitřního informačního systému je přehledně informovat návštěvníka objektu a být mu dobrým průvodcem. Hlavními atributy systému jsou logičnost a funkčnost.

Vnitřní informační systém Krajského úřadu kraje Vysočina používá prvky jednotného stylu instituce a aplikuje je důsledně v souladu se zásadami kodifikovanými grafickým manuálem. Jde především o jednotné používání firemního písma Frutiger (v návaznosti na stávající stav je možné dočasně využít variantní písmo Arial) a o dodržování firemní barevnosti, v případě aplikace značky kraje Vysočina (nebo jejích variant) také o respektování ochranné zóny.

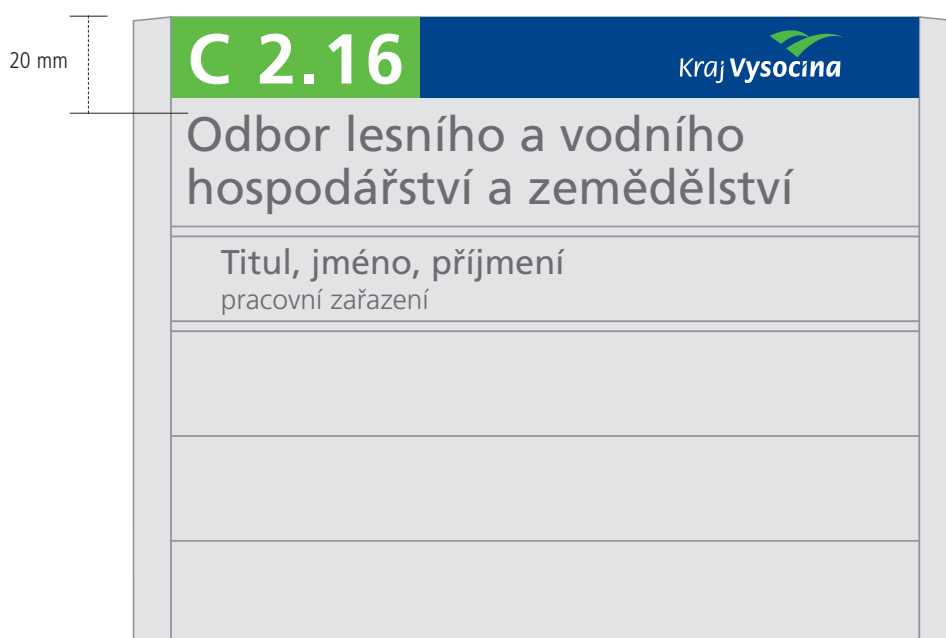
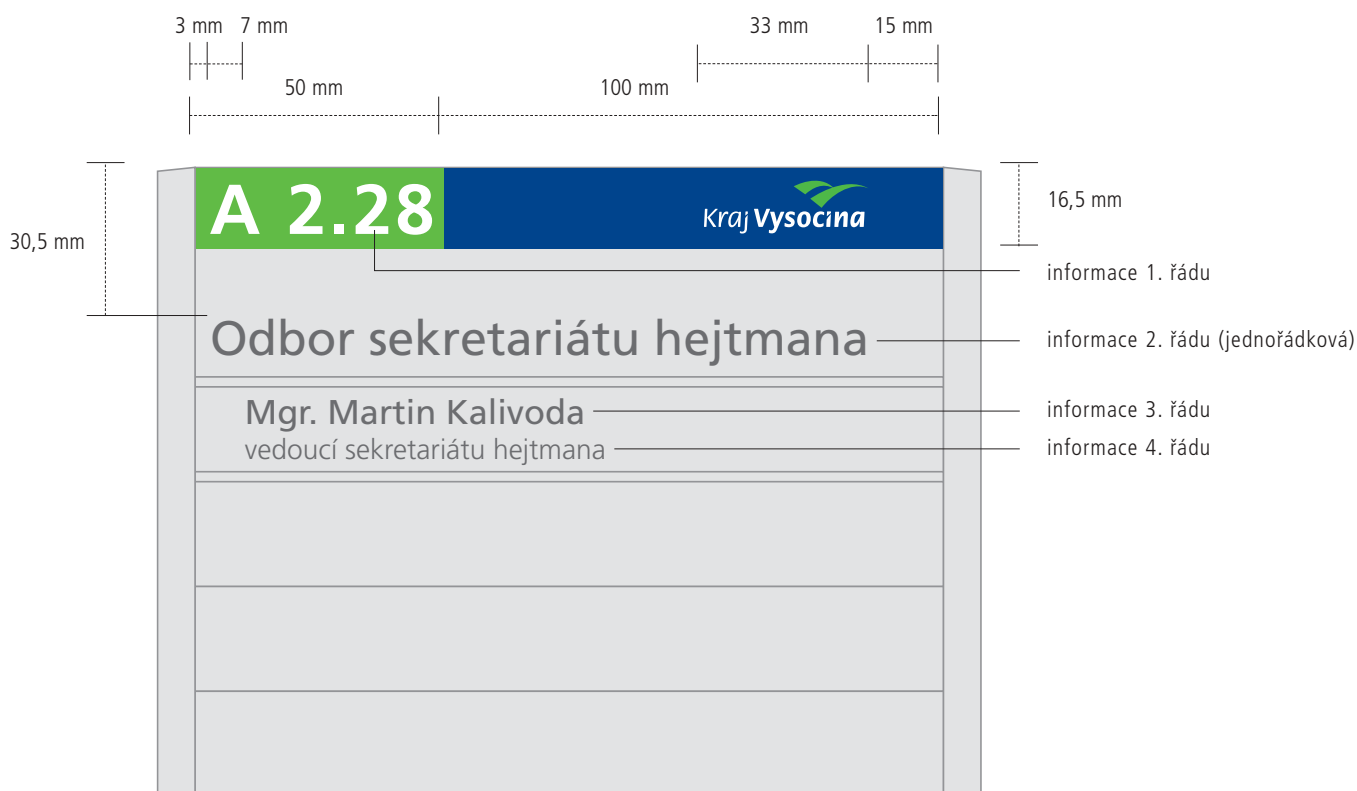
Pro správné fungování vnitřního informačního systému je nutné vytvoření řádu, který stanoví stupně důležitosti informací a přiřazuje jim jejich vizuální podobu i umístění. Každé úrovni informace odpovídá velikost a řez firemního písma Frutiger.

V tomto manuálu jsou aplikovány obecné zásady pro tvorbu tabulek u dveří a hlavní tabule při vstupu do budovy.

Tabule jsou vyrobeny z eloxovaného hliníku a potaženy polepem se všemi informačními prvky.

Tabulka u vstupních dveří má v úvodní modulové liště umístěný shora zeleno-modrý korporátní pruh, v jehož zelené části je informace 1. řádu (označení budovy s číselným označením pracoviště) a v modré části značka kraje Vysočina v inverzní barevné podobě. Ve spodní části lišty je informace 2. řádu (název pracoviště). Ve druhé a dalších modulových lištách je shora umístěna informace 3. řádu (titul, jméno a příjmení zaměstnance) a pod ním pak informace 4. řádu (jeho pracovní zařazení). Textové informace jsou vysazeny prioritně z firemního písma Frutiger a aplikovány v tmavošedé barvě (70 % černé). Variantně lze použít i doplňkové písmo Arial. Tabulka je vyrobena z eloxovaného hliníku a potažena polepem s informacemi.

Zobrazený dokument je v 66 % skutečné velikosti, rozměrové údaje popisují 100% velikost.



Informace 1. řádu:
Frutiger Bold 42 b., prostrkání 50.

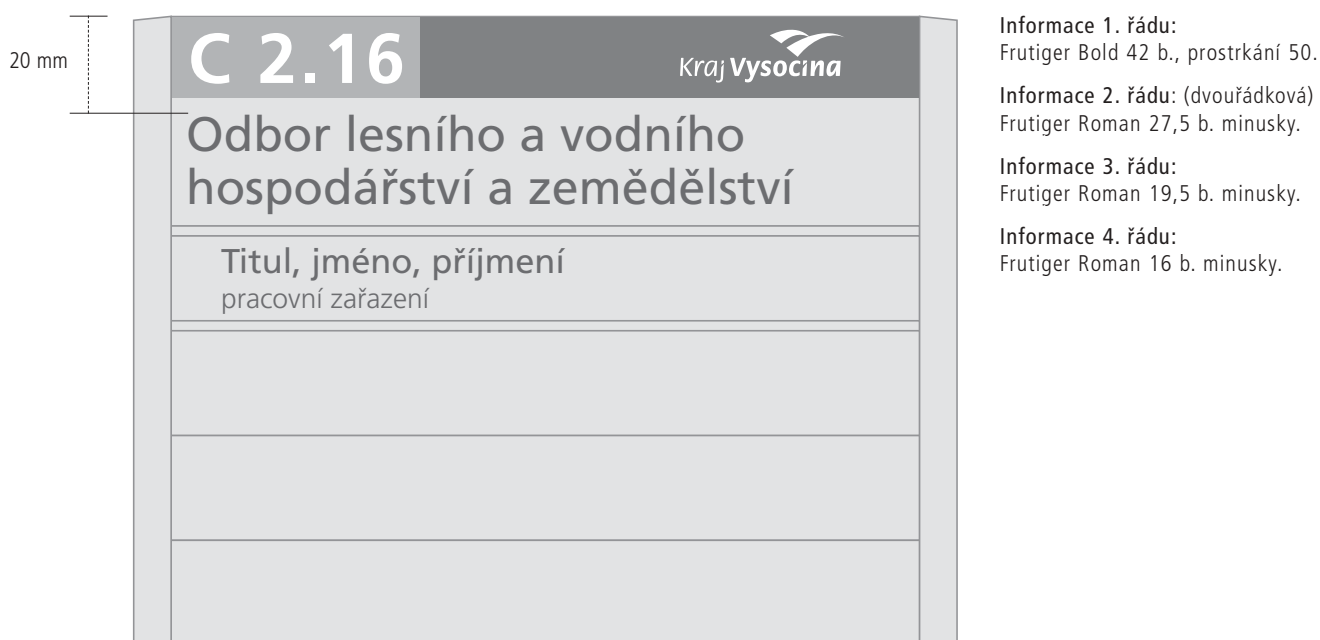
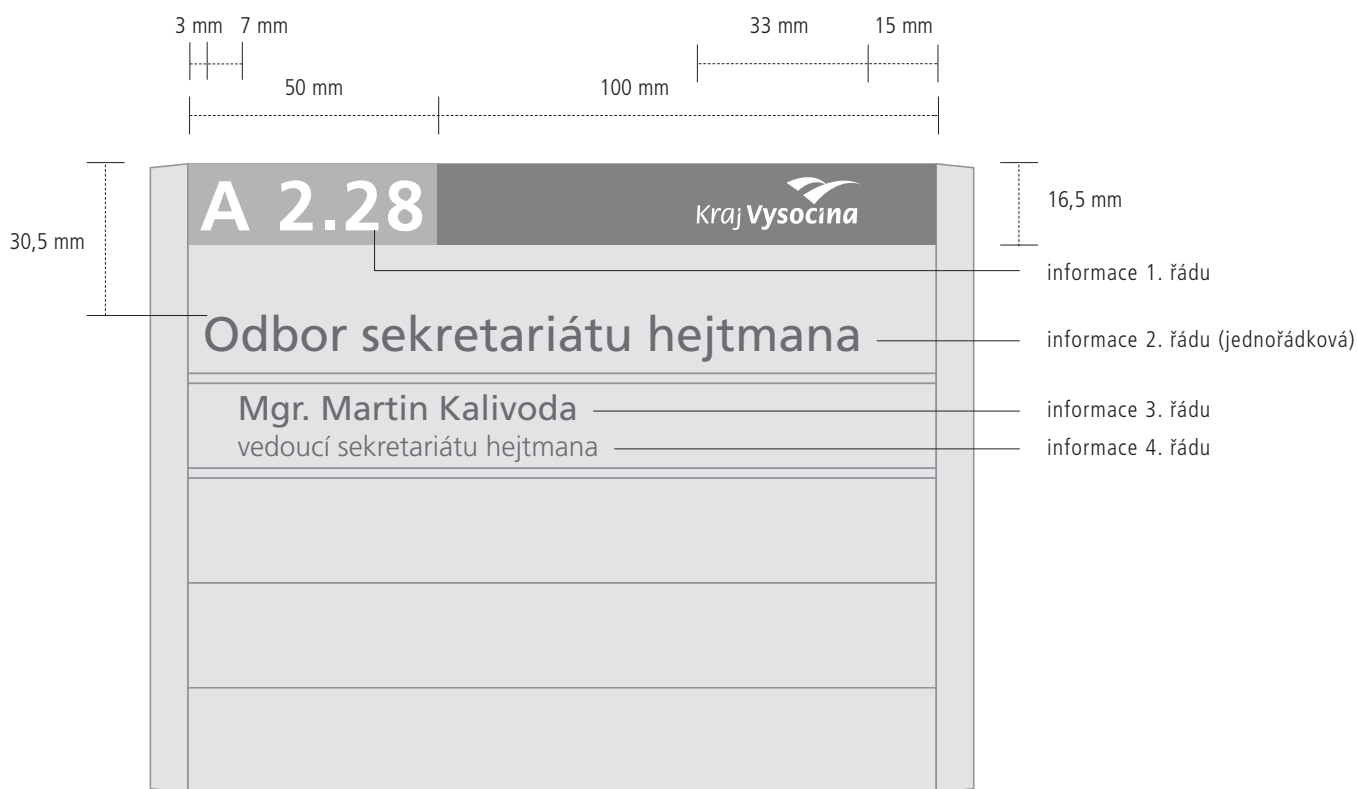
Informace 2. řádu: (dvouřádková)
Frutiger Roman 27,5 b. minusky.

Informace 3. řádu:
Frutiger Roman 19,5 b. minusky.

Informace 4. řádu:
Frutiger Roman 16 b. minusky.

Tabulka u vstupních dveří v černobílé variantě je identická s barevnou, pouze zelená barva je nahrazena 35 % a modrá barva 60 % černé barvy. Textové informace jsou v 70 % černé barvy.

Zobrazený dokument je v 66 % skutečné velikosti, rozměrové údaje popisují 100% velikost.



Hlavní informační tabule při vstupu do budovy má úvodní modulovou lištu v modré (firemní) barvě. Na ní je v levé části umístěna značka s claimem v inverzním barevném provedení a informace 1. řádu (nápis KRAJ VYSOČINA). Druhá modulová lišta je zelená (firemní) a obsahuje informaci 2. řádu (označení budovy). Pod ní je prázdná lišta v barvě podkladového materiálu (eloxovaný hliník) a pod ní šedá lišta (30 % černá) nesoucí informaci 3. řádu (označení podlaží). V dalších lištách v barvě podkladu následují informace 4. řádu (označení odboru či pracoviště) a informace 5. řádu (jmenné a číselné označení). Textové informace jsou vysazeny prioritně z firemního písma Frutiger a aplikovány v tmavošedé barvě (70 % černé). Variantně lze použít i doplňkové písmo Arial.

Zobrazený dokument je ve 12 % skutečné velikosti, rozměrové údaje popisují 100% velikost.

42 mm 150 mm 108 mm 59 mm (rozměr modrého čtverce pod číslem patra)		
120 mm	 KRAJ VYSOČINA	40 mm (společné dolní účaří logotypu a nápisu)
59 mm	BUDOVA A	informace 1. řádu
59 mm		informace 2. řádu
59 mm	1. PODLAŽÍ	informace 3. řádu
	INFORMACE	
	ODBOR SEKRETARIÁTU ŘEDITELE	informace 4. řádu
	A KRAJSKÉHO ŽIVNOSTENSKÉHO ÚŘADU	
	2. PODLAŽÍ	
	ODBOR SEKRETARIÁTU HEJTMANA	
	ČLEN RADY KRAJE	
	Jiří Vondráček 2.06	informace 5. řádu
	Jaroslav Hulák 2.10	
	Martina Matějková 2.11	Informace 1. řádu: Frutiger Roman 140 b. verzálky, prostrkání 200, barva bílá.
	Ivo Rohovský 2.13	Informace 2. řádu: Frutiger Black 100 b. verzálky, prostrkání 200, barva bílá.
	3. PODLAŽÍ	Informace 3. řádu: číslo podlaží: Frutiger Black 100 b., barva zelená podlaží: Frutiger Bold 100 b., verzálky, prostrkání 200, barva bílá.
	HEJTMAN	
	Miloš Vystrčil 3.12	Informace 4. řádu: Frutiger Roman 90 b. verzálky, prostrkání 100, barva šedá (70 % černé).
	NÁMĚSTEK HEJTMANA	
	František Dohnal 3.11	Informace 5. řádu: Frutiger Roman 100 b. minusky, barva šedá (70 % černé).
	ČLEN RADY KRAJE	
	Pavel Hájek 3.07	
	Marie Černá 3.33	
	ČLEN RADY KRAJE	
	Václav Kodet 3.29	
	ODBOR SEKRETARIÁTU HEJTMANA	

900 mm

Textové informace jsou vysazeny z firemního písma Frutiger a aplikovány v bílé nebo šedé barvě (70 % černé).

Tabulka je vyrobena z eloxovaného hliníku a potažena polepem s informacemi.

Hlavní informační tabule je ve své černobílé variantě tvarově a velikostně identická s barevnou a odlišuje se pouze barevností – zelená barva je nahrazena 35 % a modrá barva 60 % černé barvy, značka s claimem je inverzní (bílá), podkladové lišty podlaží jsou ve 25 % černé barvy a čísla podlaží jsou bílá.

Zobrazený dokument je ve 12 % skutečné velikosti, rozměrové údaje popisují 100% velikost.

42 mm 150 mm 108 mm 59 mm (rozměr modrého čtverce pod číslem patra)

120 mm		KRAJ VYSOČINA	40 mm (společné dolní účaří logotypu a nápisu)
59 mm	BUDOVA A		informace 1. řádu
59 mm			informace 2. řádu
59 mm	1. PODLAŽÍ		informace 3. řádu
	INFORMACE		
	ODBOR SEKRETARIÁTU ŘEDITELE A KRAJSKÉHO ŽIVNOSTENSKÉHO ÚŘADU		informace 4. řádu
	2. PODLAŽÍ		
	ODBOR SEKRETARIÁTU HEJTMANA		
	ČLEN RADY KRAJE		
	Jiří Vondráček	2.06	informace 5. řádu
	Jaroslav Hulák	2.10	
	Martina Matějková	2.11	
	Ivo Rohovský	2.13	
	3. PODLAŽÍ		
	HEJTMAN		
	Miloš Vystrčil	3.12	
	NÁMĚSTEK HEJTMANA		
	František Dohnal	3.11	
	ČLEN RADY KRAJE		
	Pavel Hájek	3.07	
	Marie Černá	3.33	
	ČLEN RADY KRAJE		
	Václav Kodet	3.29	
	ODBOR SEKRETARIÁTU HEJTMANA		

900 mm

Informace 1. řádu:
Frutiger Roman 140 b. verzálky, prostrkání 200, barva bílá.

Informace 2. řádu:
Frutiger Black 100 b. verzálky, prostrkání 200, barva bílá.

Informace 3. řádu:
číslo podlaží: Frutiger Black 100 b., barva zelená
podlaží: Frutiger Bold 100 b., verzálky, prostrkání 200, barva bílá.

Informace 4. řádu:
Frutiger Roman 90 b. verzálky, prostrkání 100, barva šedá (70 % černé).

Informace 5. řádu:
Frutiger Roman 100 b. minusky, barva šedá (70 % černé).

Textové informace jsou vysazeny z firemního písma Frutiger a aplikovány v bílé nebo šedé barvě (70 % černé).

Tabulka je vyrobena z eloxovaného hliníku a potažena polepem s informacemi.

9

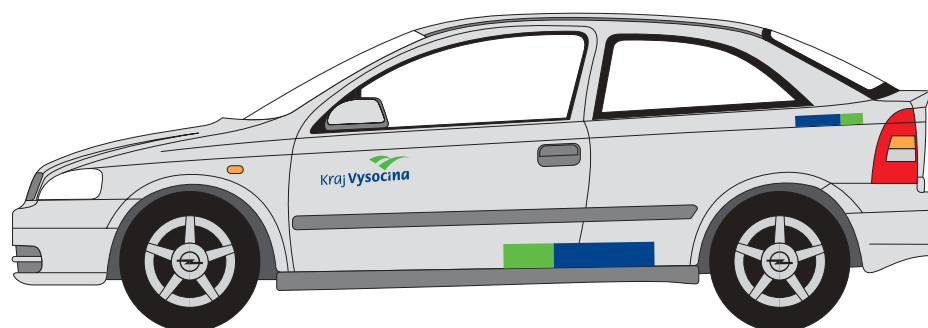
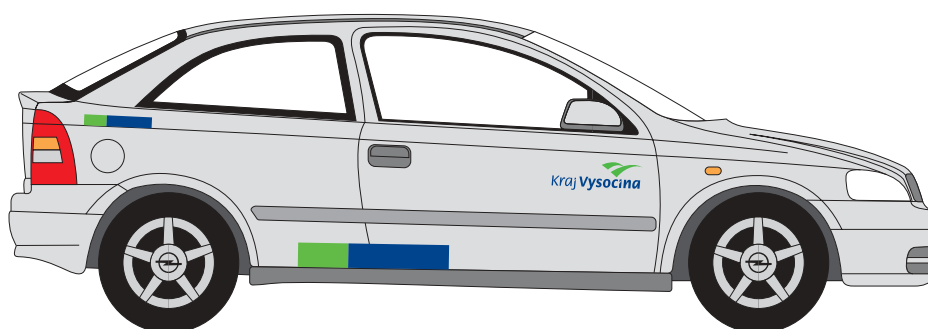
SPECIÁLNÍ
APLIKACE
ZNAČKY

VIP vozidla kraje Vysočina jsou limuzíny černé barvy, které mají v horní části předních dveří umístěnu značku instituce ve stříbrné barvě. Její velikost se rovná jedné čtvrtině šířky předních dveří. Na zadní části karoserie vlevo je umístěna značka instituce ve stejném provedení i velikosti jako na předních dveřích.



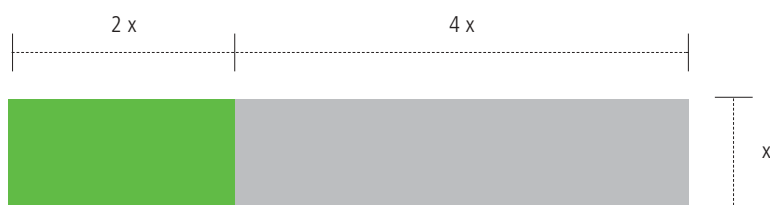
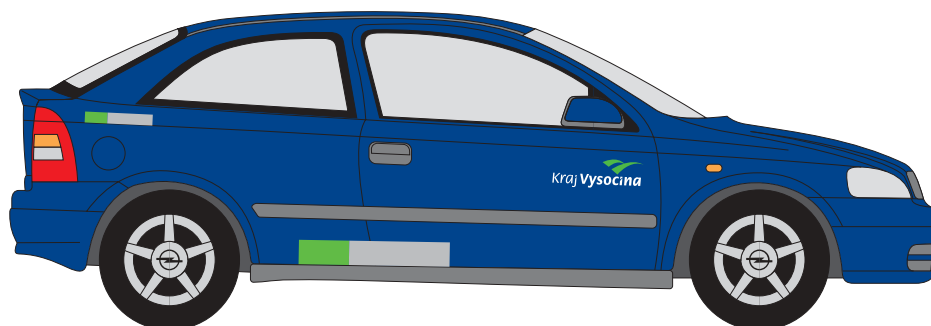
Referentská vozidla kraje Vysočina světlých barev mají v horní části předních dveří umístěnu značku instituce v základním barevném provedení, ve velikosti rovnající se třem desetinám šířky dveří. V dolní části dveří je navíc umístěn samostatný zeleno-modrý korporátní pruh. Jeho celková šíře je polovinou šířky předních dveří. Tento prvek se ještě opakuje v 50% velikosti na bocích u zadních světel. Na zadní části karoserie vlevo je umístěna značka instituce v inverzním barevném provedení, ve dvoutřetinové velikosti značky na dveřích; pod ní je umístěna www adresa, vysazená z písma Frutiger Cn na její šíři v zelené barvě.

Velikost dvoubarevného pruhu je kodifikována poměrovou jednotkou x, která se rovná jeho výšce.



Referentská vozidla kraje Vysočina tmavých barev mají v horní části předních dveří umístěnu značku instituce v inverzním barevném provedení, ve velikosti rovnající se třem desetinám šířky dveří. V dolní části dveří je navíc umístěn samostatný dvoubarevný korporátní pruh, v němž je modrá barva nahrazena neutrální šedou (30 % černé). Jeho celková šíře je polovinou šířky předních dveří. Tento prvek se ještě opakuje v 50% velikosti na bocích u zadních světel. Na zadní části karoserie vlevo je umístěna značka instituce v inverzním barevném provedení, ve dvouřetinové velikosti značky na dveřích; pod ní je umístěna www adresa, vysazená z písma Frutiger Cn na její šíři v zelené barvě.

Velikost dvoubarevného pruhu je kodifikována poměrovou jednotkou x, která se rovná jeho výšce.



Kraj Vysočina používá také užitková auta světlých barev – bílá, stříbrná, světlešedá atd. Na bocích je umístěna přes celou využitelnou plochu značka instituce v základním barevném provedení. V dolní části karoserie je modrý (firemní) pruh, který se v prostoru za zadními koly mění v zelený (firemní). V modré části pruhu je umístěn inverzní (bílý) claim „Vysočina – náš domov“ vysazený z písma Frutiger Bold Cn a Roman Cn, který je zarovnan s pravou (resp. levou) stranou logotypu značky. Na předních dveřích se opakuje značka instituce v základním barevném provedení. Pod ní je na pravou (resp. levou) zarážku vysazena www adresa a poštovní adresa z firemního písma Frutiger Roman v modré (firemní) barvě. Na zadním prostoru karoserie je v horní části umístěn claim v zeleno-modré barevnosti a v dolní části pak na levé straně značka instituce v základním barevném provedení a www adresa s poštovní adresou v modré (firemní) barvě na pravé straně. V dolní části pak prochází pruh v zelené barvě.



Kraj Vysočina používá užitková auta tmavomodré (firemní) barvy. Na bocích je umístěna přes celou využitelnou plochu značka instituce v barevném inverzním provedení. V dolní části karoserie je zelený (firemní) pruh, ve kterém je umístěn inverzní (bílý) claim „Vysočina – náš domov“ vysazený z písma Frutiger Bold Cn a Roman Cn, který je zarovnán s pravou (resp. levou) stranou logotypu značky. Na předních dveřích se opakuje značka instituce v inverzním barevném provedení. Pod ní je na pravou (resp. levou) zarážku vysazena www adresa a poštovní adresa z firemního písma Frutiger Roman v bílé barvě. Na zadním prostoru karoserie je v horní části umístěn claim v zeleno-bílé barevnosti a v dolní části pak na levé straně značka instituce v inverzním barevném provedení a www adresa s poštovní adresou v bílé barvě na pravé straně. V dolní části pak prochází pruh v zelené barvě.



Kraj Vysočina používá k označení hranic regionu u pozemních komunikací tabule, které vítají jeho návštěvníky, respektive se s nimi loučí. Grafický design těchto tabulí navazuje na jednotný vizuální styl instituce. Plocha tabule je horizontálně dělena do dvou nestejně vysokých pruhů ve firemní barevnosti. V horním modrém pruhu je na jeho šířkovém středu umístěna značka kraje Vysočina a dolní zelený pruh obsahuje texty „Vítejte u nás“ u vjezdu do regionu a „Na shledanou“ u výjezdu z něj.

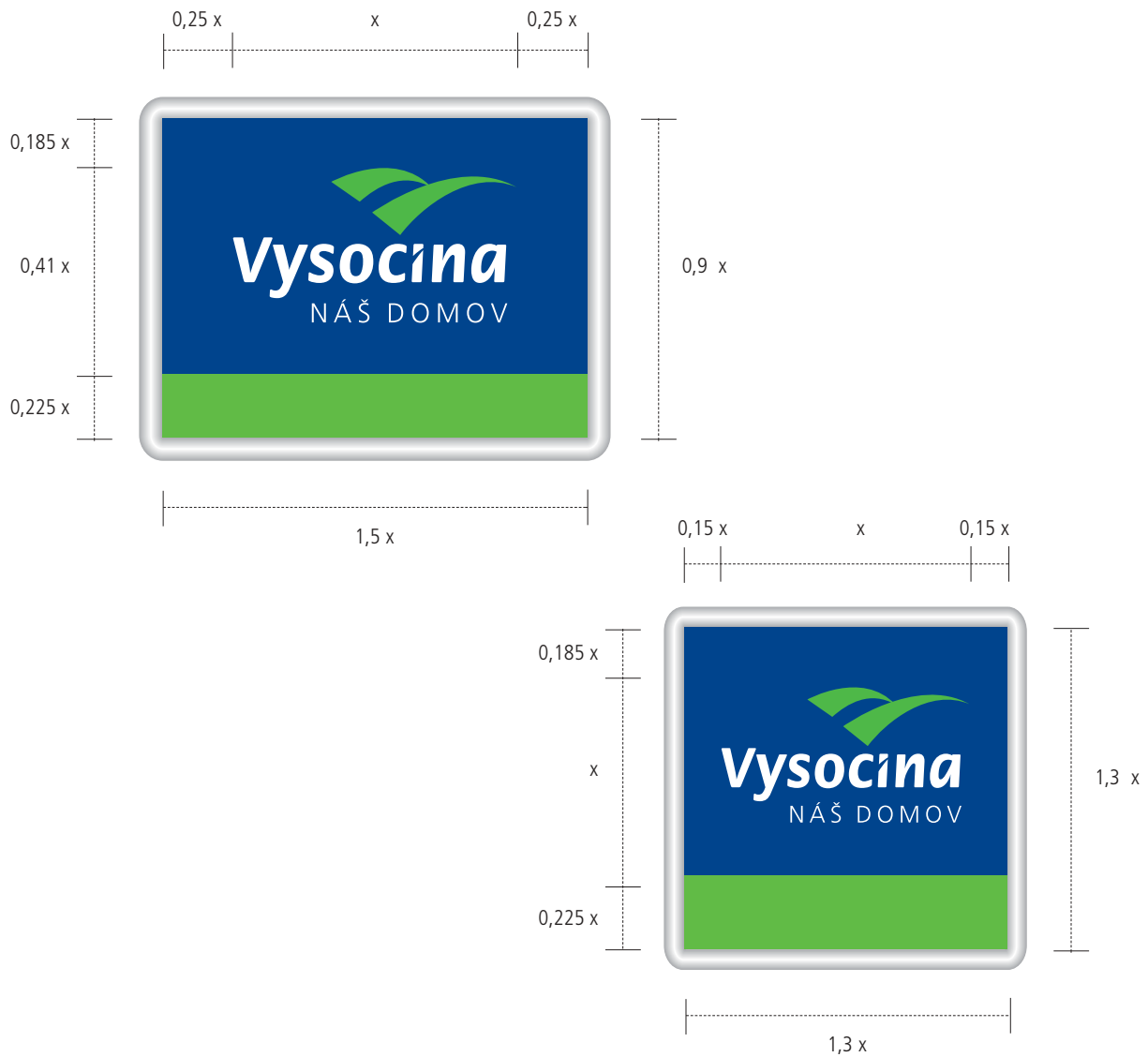
Velikost všech prvků je kodifikována poměrovou jednotkou x , která se rovná šířce značky.



Frutiger Light minusky, barva bílá,
velikost textu – výška verzálky se rovná výšce verzálek logotypu,
text je zleva opticky zarovnán s logotypem.

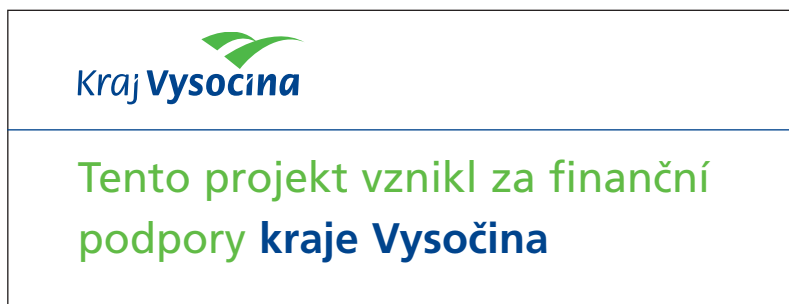
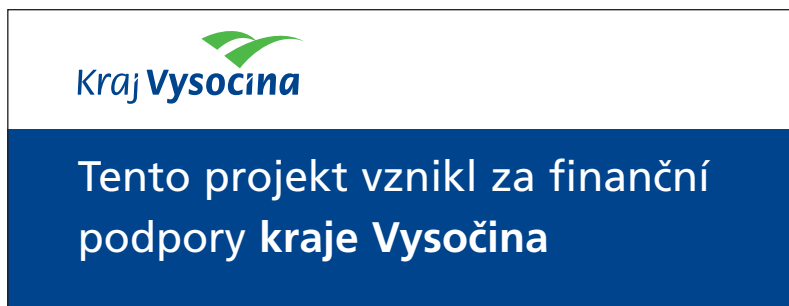
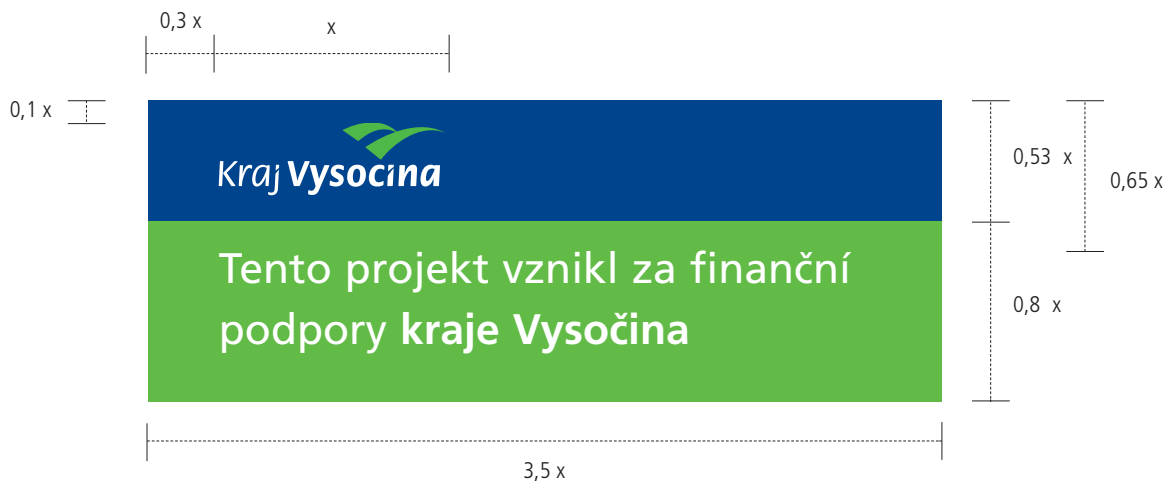
Značka turistické destinace kraje Vysočina obsahuje značku instituce v inverzním barevném provedení umístěnou na modrou (viz firemní barva) podkladovou plochu a zelený (viz firemní barva) pruh v dolní části. Značka turistické destinace může mít různé formáty a být aplikována na libovolné materiály.

Velikost všech prvků je kodifikována poměrovou jednotkou x , která se rovná šířce značky.



Sponzorský vzkaz představuje univerzálně použitelné sdělení například do publikací, titulků audiovizuálních pořadů, na sponzorské boardy jiných organizací, na reklamní plachty kulturních, společenských nebo sportovních akcí, na nichž se kraj Vysočina sponzorsky podílí atd. Sponzorský vzkaz má tři barevné varianty použitelné podle konkrétní potřeby. Text vzkazu je vysazen z firemního písma Frutiger Roman a Bold, zarovnan vlevo (volně řádkovat – na praporek) a stabilně umístěn v předepsaném postavení. Barevnost sponzorského vzkazu musí za jakýchkoliv podmínek odpovídat předepsaným firemním barvám (viz kap. 4.01). Je také třeba vždy dodržovat předepsanou ochrannou zónu značky (viz kap. 2.13).

Velikost všech prvků je kodifikována poměrovou jednotkou x, která se rovná šířce značky.



Označování příspěvkových organizací kraje Vysočina, jako jsou školy, nemocnice atd., se provádí pomocí tabulí unifikovaného formátu (poměr stran 3:2), na kterých je na jejich střed umístěna značka instituce v základním barevném provedení, slabá zelená linka a text v modré (firemní) barvě, vysazený z firemního písma Frutiger Light.

Velikost všech prvků je kodifikována poměrovou jednotkou x, která se rovná šířce značky.



Označování příspěvkových organizací kraje Vysočina, jako jsou školy, nemocnice atd., se provádí pomocí tabulí unifikovaného formátu (poměr stran 3:2), na kterých je na jejich střed umístěna značka instituce v základním barevném provedení a modrá (firemní) plocha s bílým textem, vysazeným z firemního písma Frutiger Light.

Velikost všech prvků je kodifikována poměrovou jednotkou x, která se rovná šířce značky.



Označování příspěvkových organizací kraje Vysočina, jako jsou školy, nemocnice atd., se provádí pomocí tabulí unifikovaného formátu (poměr stran 3:2), na kterých je na jejich střed umístěna značka instituce v základním barevném provedení a modrá (firemní) plocha s bílým textem, vysazeným z firemního písma Frutiger Light.

Velikost všech prvků je kodifikována poměrovou jednotkou x, která se rovná šířce značky.



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

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



Základní podoba firemní vlajky



10

PROPAGAČNÍ
A DÁRKOVÉ
PŘEDMĚTY

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



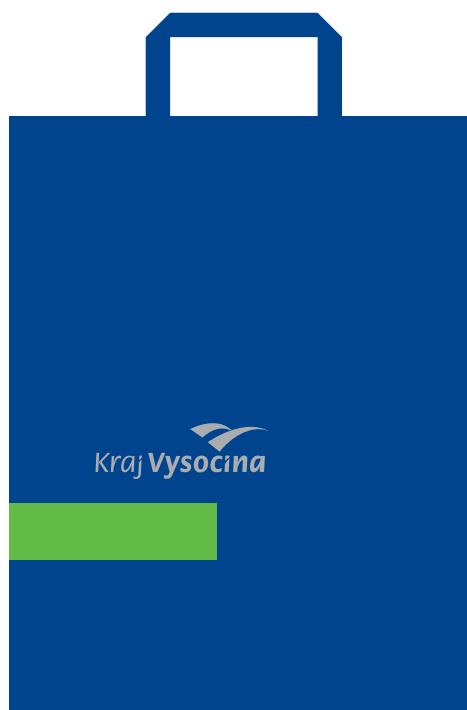
Grafický design skleněného hrnečku typu „frosty“ vychází z jednotného vizuálního stylu instituce a tvoří jej kompozice zeleno-modrých korporátních proužků. Jejich barevnost musí přesně odpovídat předepsaným firemním barvám. V horní části hrnku je umístěna značka kraje Vysočina aplikovaná technologií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



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



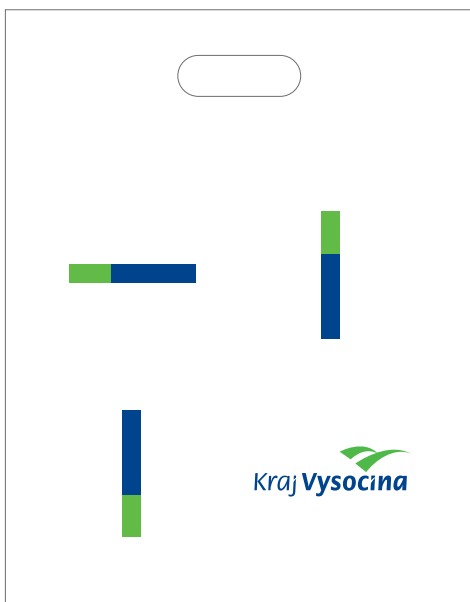
taška PVC



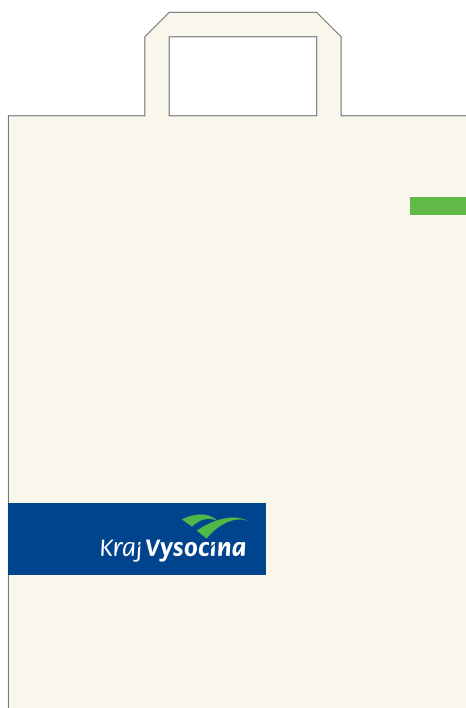
taška papírová



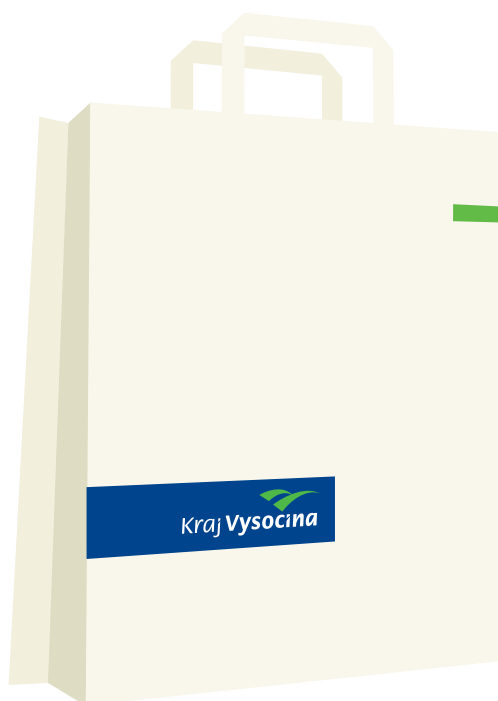
Variantsní grafický design tašek – PVC i papírových – vychází z jednotného vizuálního stylu instituce. PVC taška má bílý podklad a je oboustranně potištěna kompozicí zeleno-modrých korporátních proužků a značky instituce v základním barevném provedení. Papírová taška (přírodní papír) je oboustranně potištěna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



taška PVC



taška papírová

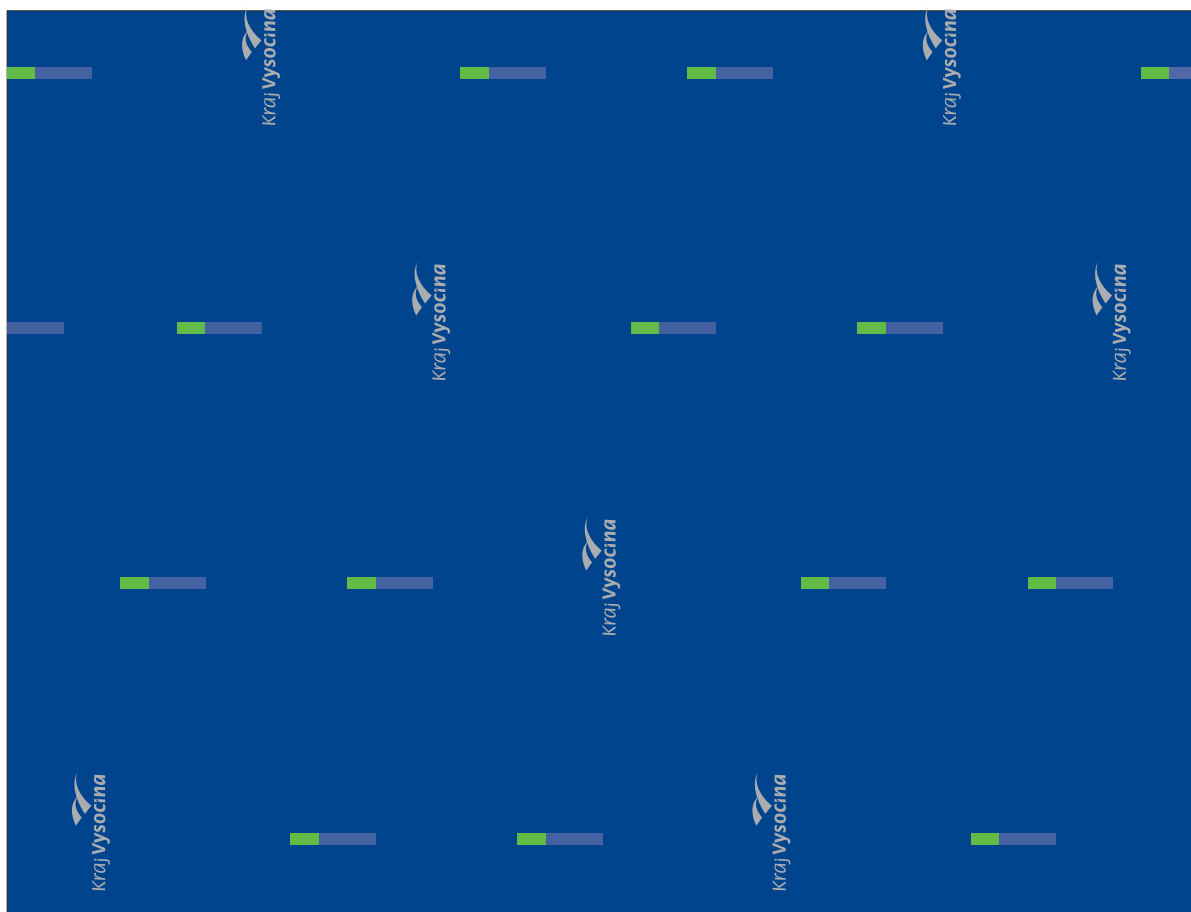


Barva trička je bílá s aplikací zeleno-modrého korporátního pruhu na přední části a značky kraje Vysočina v základní barevné podobě nad středem modré části pruhu. Na pravém rukávu je umístěn výzdobný prvek – obrazová část značky.

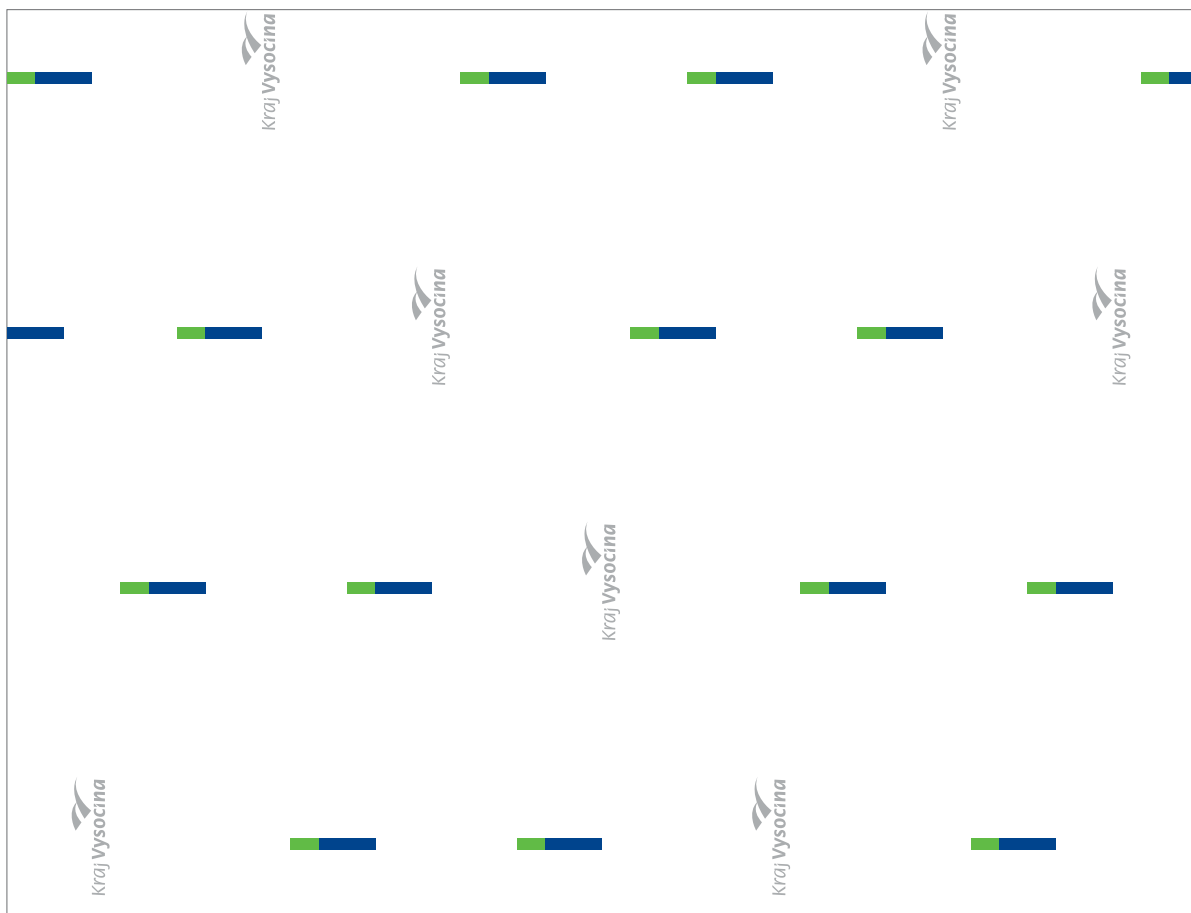
Čepice je dvoubarevná – na bílém podkladu je v levé části předního dílu aplikována značka v základním barevném provedení, stínítko je v zelené barvě.



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



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



Pohlednice vydávané krajem Vysočina propagují krásu přírody a bohatství kulturních památek regionu. Mohou obsahovat jednu i více barevných fotografií, komponovaných vždy do uzavřeného tvaru obdélníku jednotného rozměru. Fotografie se zásadně nepřekrývají (dotýkají se svými styčnými plochami) ani nenatáčejí. Kraje pohlednic tvoří 7mm bílý rámeček, který je ve své horní části rozšířen a tvoří (v návaznosti na jednotný vizuální styl) bílý korporátní pruh, ve kterém je na jeho středu umístěna značka kraje Vysočina v základním barevném provedení. Vždy je nutné respektovat ochrannou zónu značky a její předepsanou firemní barevnost.



36 mm

19 mm



2,75 mm

7 mm

7 mm

7 mm

Druhá strana pohlednic obsahuje kromě standardních prvků (vše 100 % černá) značku kraje Vysočina v šedé barvě (30 % černé), umístěnou v levém horním rohu, a pod ní text s popisem obrázků z přední strany pohlednice. Text je vysazen z firemního písma Frutiger Light 6/8 na levou zarážku černou (100 %) barvou.

Zobrazený dokument je ve 100% velikosti.

