

## CO JE GRAFICKÝ MANUÁL

Grafický manuál (G.M.) je nedílnou součástí jednotného vizuálního stylu (corporate identity) každé firmy nebo produktu.

Manuál slouží jako základní informační zdroj o logu a jeho použití. Je vhodné jej do důsledků dodržovat, a tím zabránit možnému poškození nebo deformování značky. Jednotné používání značky zaručuje jednotnou prezentaci ve všech oblastech a je důležitou součástí vytváření firemního image. Při výrobě propagačních materiálů (ev. předmětů) se proto řiďte pokyny tohoto manuálu.

Grafické manuály jsou specifické publikace řešící jednotlivé definované oblasti firemního designu. Tyto publikace jsou nástrojem pro konkrétní práce v oboru firemní a reklamní grafiky a propagace.

### Grafický manuál řeší tyto základní prvky:

- 1/ definice jednotlivých grafických a typografických prvků
- 2/ tvarové a barevné kodifikace jednotlivých grafických prvků
- 3/ pravidla pro aplikaci všech definovaných prvků firemního designu

Hlavním úkolem G. M. je definovat a kodifikovat klíčové prvky firemního designu: grafickou značku a její varianty, firemní písmo, firemní barvy. Tyto prvky nazýváme konstantami firemního designu. Na jejich základě se tvoří prezentační a podpůrné prostředky, které doplňují celou oblast firemního designu a prezentace v kontextu s globální koncepcí vizuálního projevu. G. M. jednoznačně definuje originál grafické značky, její existující varianty a verze, firemní barvy a písmo používané pro celou oblast komunikace. Publikace obsahuje pokyny, jak s grafickými konstantami pracovat a zásady, které se nesmí při jejich aplikaci porušit. Důležité je respektování technických parametrů a technologických postupů v oblasti digitálního a polygrafického zpracování jednotlivých aplikací. V manuálu jsou všechny prvky grafického designu řešeny v kontextu s jasně definovanou firemní identitou, a práce s G. M. proto vyžaduje koncepční přístup a důslednost.

**Pokyny a informace týkající se konkrétního firemního designu jsou na jednotlivých stranách manuálu.**

**Důsledné dodržování jednotlivých zásad při práci s grafickým designem, vycházejících z jasně definované koncepce vizuální identity, je nutným předpokladem pro zajištění jednotné a kompaktní vizuální prezentace a komunikace.**

Aktualizace GM: únor 2023

© Kafka design, [www.kafka.cz](http://www.kafka.cz)

## Obsah grafického manuálu

### 1 LOGOTYP

- Verze značky
- Verze značky – vertikální varianta
- Verze značky – horizontální varianta
- Minimální ochranný prostor  
(vertikální a horizontální varianta)
- Minimální velikost loga
- Pravidla používání barevných verzí loga
- Zakázané varianty loga

### 2 BAREVNOST A DOPLŇKOVÉ GRAFICKÉ PRVKY

- Definice firemních barev
- Užití grafických prvků
- Piktogram z logotypu
- Části logotypu
- Piktogramy služeb

### 3 TYPOGRAFIE

- Definice firemního písma
- Doplňkové písmo Arial
- Doplňkové písmo Frutiger

### 4 AKCIDENČNÍ TISKOVINY

- Firemní papír
- Vizitky
- Dopisní papír
- Dopisní obálky
- Compliment card
- Faxová zpráva
- Razítko
- Zakládací desky
- Obecný dokument

### 5 PREZENTAČNÍ A REKLAMNÍ MATERIÁLY

- Nabídka
- Ceník
- Objednávka služeb
- Pozvánky
- Automobily
- Trička
- Kšiltovky
- Igelitová taška
- Kuličkové pero
- Vlajky
- Billboard
- Personální inzerce
- Elektronická prezentace – PowerPoint
- Samolepky

### 6 ELEKTRONICKÁ KOMUNIKACE

- Šablona elektronické komunikace

## Verze logotypu

Grafický manuál definuje logo **DRAGON** ve třech tvarových variantách a **dvou** možných názvech. **vertikální varianta (v)** s názvem **DRAGON** (1) a dovětky **INTERNET** (3), **horizontální varianta (h)** s názvem **DRAGON** (1) a dovětky **INTERNET** (3), **varianta samostatného symbolu** tzv. piktogramu (5) – varianta loga pro speciální použití

Logotypy uloženy ve formátech AI, EPS, CDR, PDF, JPG a GIF

Všechny tvarové varianty mají šest povolených barevných verzí:

**C** (CMYK) – čtyřbarvotisk, dvoubarevná verze

**P** (PANTONE) – dvě přímé barvy, dvoubarevná verze

**NC** (CMYK) – čtyřbarvotisk, dvoubarevná verze, negativní bílé písmo na modrém pozadí

**NP** (PANTONE) – dvě přímé barvy, dvoubarevná verze, negativní bílé písmo na modrém pozadí

**B** (Black) – černá pozitivní verze

**W** (White) – bílá negativní verze

V komunikaci upřednostňujeme používání barevných variant loga před černobílými zobrazeními.

vertikální varianta  
a samostatný symbol



CMYK	v_1C	v_3C	5C
PANTONE	v_1P	v_3P	5P
NEGATIV CMYK	v_1NC	v_3NC	5NC
NEGATIV PANTONE	v_1NP	v_3NP	5NP
ČERNÁ	v_1B	v_3B	5B
BÍLÁ	v_1W	v_3W	5W

horizontální varianta



CMYK	h_1C	h_3C
PANTONE	h_1P	h_3P
NEGATIV CMYK	h_1NC	h_3NC
NEGATIV PANTONE	h_1NP	h_3NP
ČERNÁ	h_1B	h_3B
BÍLÁ	h_1W	h_3W

Verze logotypu – vertikální varianta



v barvách CMYK – v\_3C



v barvách PANTONE – v\_3P



černá pozitivní – v\_3B



bílá inverzní – v\_3W



barevná negativní v barvách CMYK – v\_3NC



barevná negativní v barvách PANTONE – v\_3NP

Verze logotypu – horizontální varianta



v barvách CMYK – h\_3C



v barvách PANTONE – h\_3P



černá pozitivní – h\_3B



bílá inverzní – h\_3W



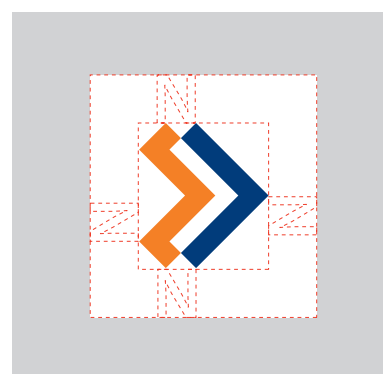
barevná negativní v barvách CMYK – h\_3NC



barevná negativní v barvách PANTONE – h\_3NP

### Minimální ochranný prostor (vertikální a horizontální varianta) Minimální velikost loga

Aby nedocházelo k nežádoucímu ovlivnění identifikace značky nebo ke zhoršení čitelnosti jinými grafickými prvky (písmo, logy, fotografiemi atd.) v její bezprostřední blízkosti, musí být značka aplikována na klidnou plochu o minimální velikosti, která je kodifikována na této straně. Minimální ochranný prostor definovaný jako rozměr, který odpovídá výšce písmene „N“ nanesené kolem loga všemi směry. Poměrová jednotka N se rovná výšce obrazového znaku. Stejná pravidla platí i pro všechny ostatní verze značky. Ve všech aplikacích se vychází z vektorové podoby loga. Není dovoleno značku scanovat, překreslovat, je nutno vždy použít schválenou elektronickou podobu loga. Pro použití v elektronických aplikacích se vychází z RGB barev.

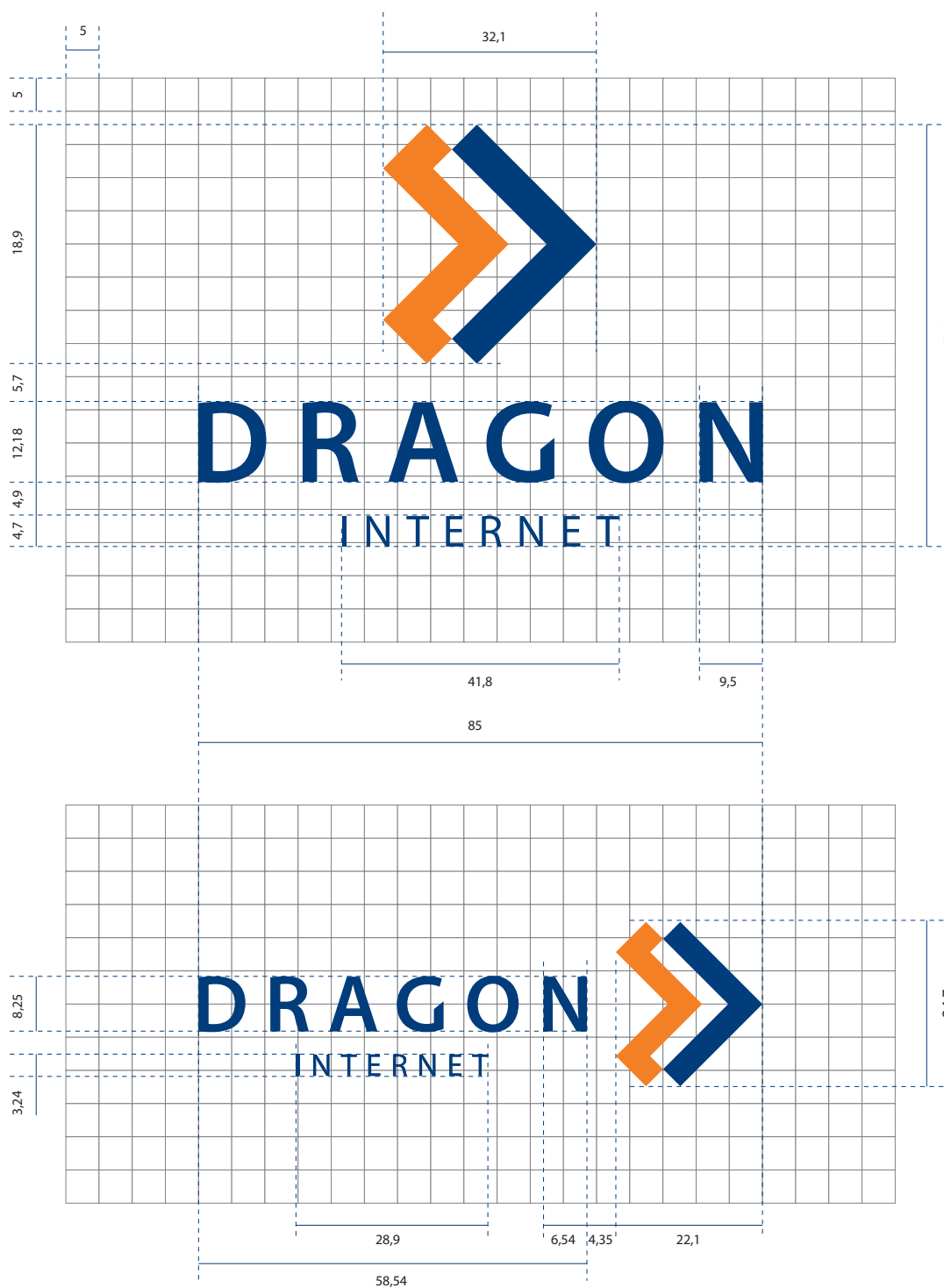


Minimální velikost základních verzí loga.



## Logotyp

V této mřížce naleznete rozměry všech základních součástí vertikální a horizontální verze logotypu. Vychází se z logotypu o šířce 85 mm.



## Pravidla používání barevných verzí loga

Základní barevné verze loga (na předchozích str. ozn. C, P) je povoleno aplikovat na bílou plochu nebo na klidné plochy velmi světlých odstínů (1). ✓

Je nevhodné umísťovat základní variantu loga na podklady, kde by se logo opticky ztrácelo, jako tmavě modrá (2) či oranžová (3). ✗

Ve výjimečných situacích, kdy podklad nelze ovlivnit (např. sponzoring), lze – pokud je podklad tmavý (5) nebo je plocha neklidná – aplikovat logo v černé-pozitivní nebo bílé-negativní podobě. Při výběru správné varianty loga je třeba individuálně posoudit, která verze bude čitelnější.

Značky v černé-pozitivní (B) nebo bílé-negativní (W) podobě aplikujeme hlavně tam, kde není možné tisknout firemní barvy.

Pokud je výrazný podklad z nějakého důvodu nezbytný, doporučujeme jej provést ve firemní modré barvě.

Stejně jako dvoubarevné verze je nevhodné umísťovat základní variantu loga na podklady, kde by se logo opticky ztrácelo (7).





### Zakázané varianty loga

Je zakázáno používat jiné verze loga než ty, které kodifikuje tento manuál. Je zakázáno logotyp jakkoliv ohraničovat (1, 2), deformovat (3, 4), přidávat (5) nebo odebírat (6) součásti logotypu, natáčet jednotlivé součást (7), nebo měnit poměry mezi částmi loga (8).

