

Grafický manuál značky a jednotného vizuálního stylu

Obsah

1.	Značka	
1.1	Značka	05
1.2	Konstrukční specifikace	06
1.3	Ochranná zóna	07
1.4	Značka s claimem – vertikální provedení (AJ)	08
1.5	Značka s claimem – vertikální provedení (CZ)	09
1.6	Značka s claimem – horizontální provedení (AJ)	10
1.7	Značka s claimem – horizontální provedení (CZ)	11
1.8	Minimální velikost	12
1.9	Zakázané varianty	13
1.10	Užití na pozadí	14
2.	Barevnost	
2.1	Základní barvy	16
2.2	Doplňkové barvy	17
2.3	Základní barevné provedení značky	18
2.4	Černobílé provedení značky	19
3.	Typografie	
3.1	Primární písmo	21
3.2	Sekundární písmo	22
3.3	Ukázka řešení sazby	23
3.4	Nevhodně provedená sazba	24
4.	Vizuální styl	
4.1	Základy vizuálního stylu	26
4.2	Claim – AJ verze	27
4.3	Claim – CZ verze	28
4.4	Práce s claimem	29
4.5	Práce s fotografií	30

Grafický manuál

Tento grafický manuál slouží k definici základních pravidel pro použití loga a aplikaci jednotného vizuálního stylu brandu Bakala Philanthropy. Je určen grafikům a všem, kdo navrhují nebo při své práci používají prvky firemní identity Bakala Philanthropy. Dodržování zde stanovených pravidel je klíčové pro efektivní firemní komunikaci a pro předcházení vizuální roztříštěnosti značky.

1. Značka



1.1 Značka

Jednotný vizuální styl společnosti je zásadním nástrojem pro efektivní, srozumitelnou, atraktivní a především konzistentní firemní komunikaci. Základem jednotné vizuální komunikace je logotyp společnosti.

Logo je založené na minimalistickém symbolu "B" a na textovém ztvárnění názvu „Bakala Philanthropy“. Text je vysázen nadčasovým bezpatkovým písmem Suisse Int'l. Jednoduché tvarové řešení loga vyvažuje výrazná červená barevnost. Logo může být použito v základní variantě nebo ve variantě doplněné o claim – a to jak v české, tak v anglické verzi.



1.2 Konstrukční specifikace

Konstrukční rozkres slouží jako kontrolní nástroj pro ověření správnosti aplikace značky. Jakákoliv změna vzájemných poměrů i celkových proporcí loga je nepřípustná.



1.3 Ochranná zóna

Vymezení a dodržování minimální ochranné zóny loga je klíčové pro zaručení jeho čitelnosti a vizuálního působení bez jakýchkoli rušivých elementů.

V tomto případě je minimální ochranná zóna loga definována jako dvojnásobek jednotky **x = šířka dříku písmene B**. Stejná definice platí i pro variantu loga s claimem.



1.4 Značka s claimem – vertikální provedení (AJ)

Logo může být použito v základní variantě nebo ve variantě doplněné o claim. Varianta s claimem by však měla být používána pouze ve výjimečných případech, kdy charakter navrhovaného materiálu nedovoluje použití loga a claimu samostatně (např. nedostatečný rozměr apod.).

Značku s claimem lze použít jak v české, tak v anglické verzi. Výběr konkrétní jazykové verze vždy záleží na charakteru daného materiálu.

V případě použití varianty loga s claimem jsou rozměry claimu přesně odvozené od rozměrů loga a nesmí se jakkoli měnit. Konstrukční rozkres slouží jako kontrolní nástroj pro ověření správnosti aplikace značky. Jakákoliv změna vzájemných poměrů i celkových proporcí loga je nepřípustná. Minimální ochranná zóna loga s claimem je definována stejnými pravidly, jako u základní varianty značky.

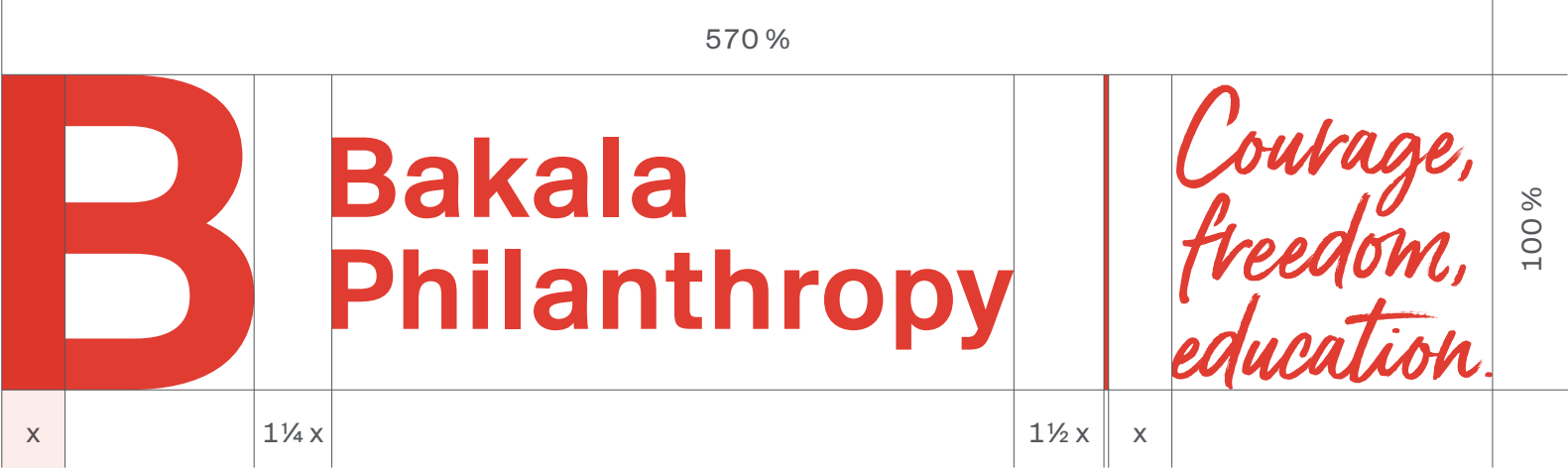


1.5 Značka s claimem – vertikální provedení (CZ)

Logo může být použito v základní variantě nebo ve variantě doplněné o claim – a to jak v české, tak v anglické verzi. Výběr konkrétní jazykové verze vždy záleží na charakteru daného materiálu. V případě použití varianty loga s claimem jsou rozměry claimu přesně odvozené od rozměrů loga a nesmí se jakkoli měnit.

Konstrukční rozkres slouží jako kontrolní nástroj pro ověření správnosti aplikace značky. Jakákoliv změna vzájemných

poměrů i celkových proporcí loga je nepřipustná. Minimální ochranná zóna loga s claimem je definována stejnými pravidly, jako u základní varianty značky.



1.6 Značka s claimem – horizontální provedení (AJ)

Logo může být použito v základní variantě nebo ve variantě doplněné o claim – a to jak v české, tak v anglické verzi. Výběr konkrétní jazykové verze vždy záleží na charakteru daného materiálu. V případě použití varianty loga s claimem jsou rozměry claimu přesně odvozené od rozměrů loga a nesmí se jakkoli měnit. Konstrukční rozkres slouží jako kontrolní nástroj pro ověření správnosti aplikace značky. Jakákoliv změna vzájemných

poměrů i celkových proporcí loga je nepřípustná. Minimální ochranná zóna loga s claimem je definována stejnými pravidly, jako u základní varianty značky.



1.7 Značka s claimem – horizontální provedení (CZ)

Logo může být použito v základní variantě nebo ve variantě doplněné o claim – a to jak v české, tak v anglické verzi. Výběr konkrétní jazykové verze vždy záleží na charakteru daného materiálu. V případě použití varianty loga s claimem jsou rozměry claimu přesně odvozené od rozměrů loga a nesmí se jakkoli měnit. Konstrukční rozkres slouží jako kontrolní nástroj pro ověření správnosti aplikace značky. Jakákoliv změna vzájemných

poměrů i celkových proporcí loga je nepřípustná. Minimální ochranná zóna loga s claimem je definována stejnými pravidly, jako u základní varianty značky.

	Bakala Philanthropy	9 mm
---	--------------------------------	------

	Bakala Philanthropy	<i>Courage, freedom, education.</i>	12 mm
---	--------------------------------	---	-------

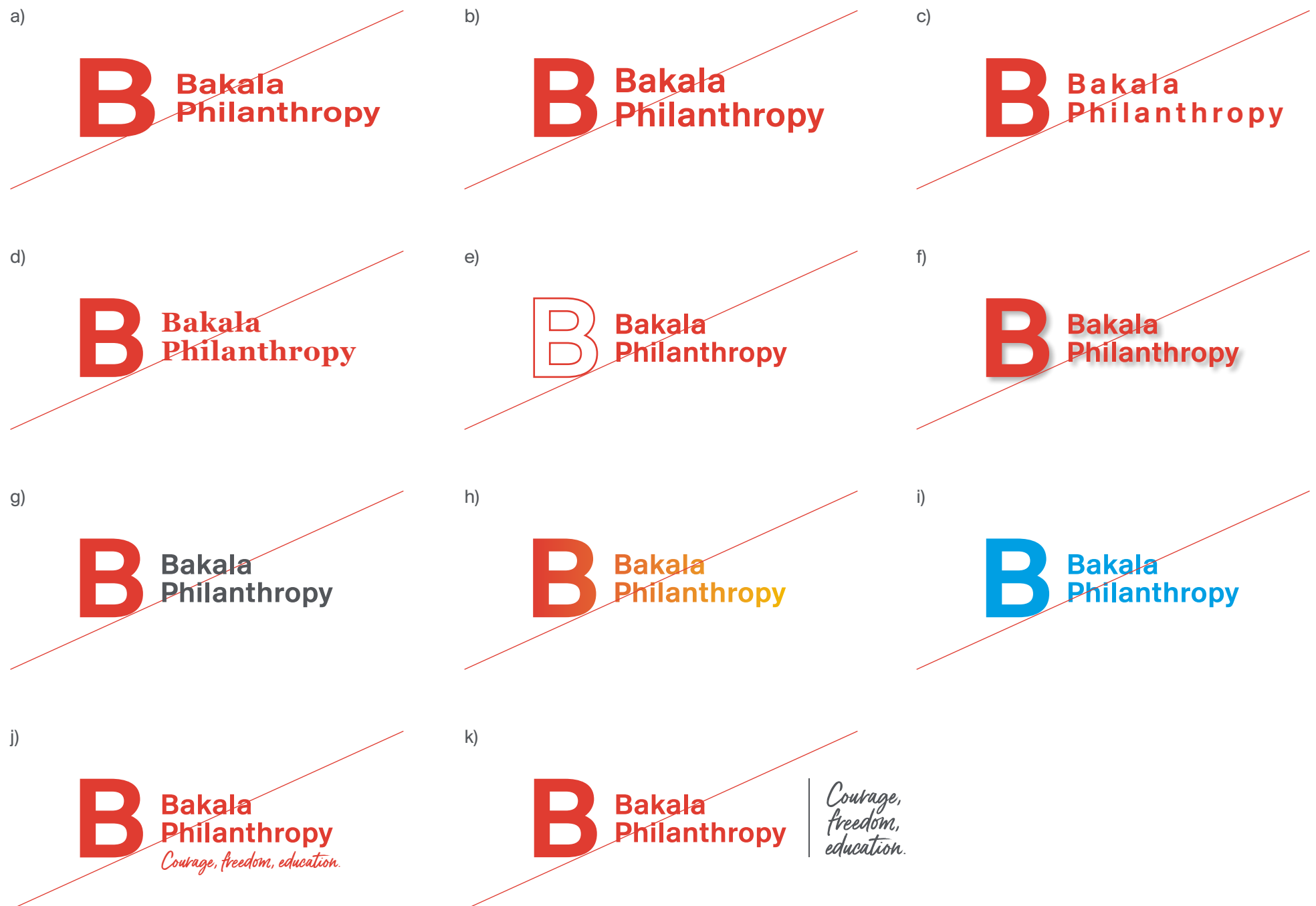
	Bakala Philanthropy	<i>Odpaha, svoboda, vzdělání.</i>	12,8 mm
---	--------------------------------	---	---------

	Bakala Philanthropy		23 mm
		<i>Courage, freedom, education.</i>	

	Bakala Philanthropy		24 mm
		<i>Odpaha, svoboda, vzdělání.</i>	

1.8 Minimální velikost

Dodržení minimální velikosti značky zaručuje její čitelnost i při použití ve velmi malých formátech. Při volbě velikosti loga je vždy třeba vzít v úvahu charakter daného média a produkční techniku. Konkrétní minimální rozměry pro veškeré tvarové i jazykové verze loga jsou uvedeny v nákresu výše.



1.9 Zakázané varianty

Na této straně jsou uvedeny vybrané příklady nevhodných tvarových, barevných a dalších úprav logotypu. Je zakázáno mimo jiné:

- a) měnit proporce loga,
- b) měnit velikostní poměr mezi jednotlivými prvky loga,
- c) upravovat mezery mezi jednotlivými znaky textu v logu,
- d) měnit textovou část logotypu použitím jiného písma,
- e) převádět jakoukoli část logotypu do obrysů tahu,
- f) aplikovat na logotyp jakékoli efekty (např. vržený stín)
- g) používat v logotypu doplňkové barvy,

- h) používat v logotypu přechody barev,
- i) měnit barevnost logotypu jinak, než je uvedeno v manuálu,
- j) v případě použití varianty loga s claimem používat jiné umístění claimu, než je navrženo v manuálu
- k) používat pro claim jinou barevnost, než v samotném logu, a jakkoli jinak do claimu zasahovat (např. používat ho vysázený jiným písmem apod.).



a)



b)



c)



d)



e)



f)



g)



h)



i)



j)



k)



l)

1.10 Užití na pozadí

Použití loga na podkladové ploše je vždy nutno řešit individuálně v závislosti na charakteru daného podkladu. Na prvním místě by však vždy měla být bezproblémová čitelnost značky. Při aplikaci loga na podkladovou plochu doporučujeme dodržovat následující pravidla:

Pozadí ve stupních šedi

Bílé logo lze umísťovat na tmavé plochy, kdy hodnota K (černá) = 100–25 % – viz a). V případech, kdy je hodnota K menší, než 25 %, je doporučeno použít logo v černé barvě – viz b). V opačném případě by mohlo dojít k nečitelnosti loga – viz c).

Bílé logo na barevném pozadí

Použití bílého loga na dostatečně sytém barevném podkladu je povoleno – viz d), e). Zakázané jsou příliš světlé podklady, kde by byla ohrožena čitelnost loga – viz f).

Bílé logo na fotografii

Bílé logo lze využít na dostatečně kontrastní červeně zbarvené, černobílé i barevné fotografii – viz g), h). V žádném případě by ale neměla být ohrožena čitelnost loga – viz i).

Červené logo na pozadí

Logo v základní korálové barvě lze použít na dostatečně

světlém podkladu – viz j). Aplikace červeného loga na tmavě šedý / černý podklad není doporučena. Je zakázáno používat červené logo na nedostatečně kontrastních nebo příliš křiklavých podkladech – viz k), l).

2. Barevnost

PANTONE 179 C
CMYK 0 / 87 / 85 / 0
RGB 224 / 60 / 49
Hexa #e03c31
RAL 3028

Korálově červená

PANTONE Cool Gray 11
CMYK 44 / 34 / 22 / 77
RGB 83 / 86 / 90
Hexa #53565a
RAL 7015

Tmavě šedá

2.1 Základní barvy

Barevnost je důležitým nástrojem pro zachování jednotného vizuálního stylu napříč všemi firemními materiály. Základními barvami jsou korálově červená a tmavě šedá. Červená barva je symbolem života, energie, dynamiky a nových příležitostí, zatímco kontrastní tmavě šedá barevnost korálovou vhodně doplňuje a působí uklidňujícím dojmem.

CMYK 20 / 85 / 80 / 10
RGB 189 / 60 / 49

CMYK 0 / 85 / 75 / 0
RGB 255 / 65 / 53

Tmavě šedá:
40% sytost

Tmavě šedá:
60% sytost

Tmavě šedá:
80% sytost

2.2 Doplnkové barvy

Doplňkové barvy můžeme v menší míře použít v rámci komunikačních materiálů, nikdy by ale neměly konkurovat barvám základním. Jejich aplikaci doporučujeme např. pro potřeby nejrozdílnějších infografik, grafů apod.



2.3 Základní barevné provedení značky

Základní barevné provedení značky by vždy mělo být přednostně aplikovanou variantou loga. V případě použití značky s claimem platí, že claim vždy přejímá barevnost značky samotné: použití claimu v jiné barvě, než logo, je zakázáno.

B Bakala
Philanthropy

B Bakala
Philanthropy

2.4 Černobílé provedení značky

V případech, kdy z technických důvodů není možné použít barevnou variantu značky (např. černobílý tisk, specifické obalové techniky apod.), můžeme použít černobílou variantu logotypu – jak v pozitivním, tak v negativním provedení.

3. Typografie

Suisse

Suisse: velikost 16 b

Light, Regular, **Bold**

Suisse Light: velikost 16 b / proklad 20 b

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr
SsTt Uu Vv Ww Xx Yy Zz 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 , . ! ? @ # %

Suisse Light: velikost 16 b / proklad 20 b

Usilujeme o svobodnou, otevřenou společnost,
kde každý talent může naplno rozvinout svůj potenciál.

Suisse Regular: velikost 22 b / proklad 26 b

Proto pomáháme nadaným jedincům získat
vysoce kvalitní vzdělání.

Suisse Bold: velikost 30 b / proklad 34 b

Podporujeme demokratické hodnoty, kritické myšlení a svobodná média.

3.1 Primární písmo

Primární písmo společnosti je jedním ze základních stavebních prvků jednotného vizuálního stylu a používáme jej pro účely většiny komunikačních materiálů (inzerce, prostorové aplikace, propagační předměty, merkantilní tiskoviny apod.). Základním písmem používaným ve firemní komunikaci je font Suisse od švýcarské písmolijny Swiss Typefaces.

Standardním řezem pro běžný text je řez Light (při riziku zhoršené čitelnosti textu – např. u drobného textu v negativní barevnosti – pak také řez Regular. Pro případné zvýraznění ur-

čitých částí textu je možné použít také řez Bold. Pro nadpisy rovněž doporučujeme řez Bold.

Použití dalších řezů není zakázáno, pokud je pro jejich aplikaci vhodný důvod (např. specifické požadavky pro použití písma na webu apod.).

Arial

Arial: velikost 16 b

Regular, *Italic*, **Bold**, ***Bold Italic***

Arial: velikost 16 b / proklad 20 b

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr
SsTt Uu Vv Ww Xx Yy Zz 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 , . ! ? @ # %

Arial Regular: velikost 16 b / proklad 20 b

Usilujeme o svobodnou, otevřenou společnost,
kde každý talent může naplno rozvinout svůj potenciál.

Arial Regular: velikost 22 b / proklad 26 b

Proto pomáháme nadaným jedincům získat
vysoce kvalitní vzdělání.

Arial Bold: velikost 30 b / proklad 34 b

Podporujeme demokratické hodnoty, kritické myšlení a svobodná média.

3.2 Sekundární písmo

V případech, kdy z technických nebo jiných důvodů není možné použít primární písmo společnosti, doporučujeme používat systémové písmo Arial ve všech uvedených řezech. Sekundární písmo zpravidla používáme v elektronických médiích, jako např. Powerpointové prezentace, předlohy dokumentů ve Wordu apod.

1. Velice dlouhý nadpis na dva řádky

Podnadpis na jeden řádek

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Vestibulum erat nulla, ullamcorper nec, rutrum non, nonummy ac, erat. Curabitur sagittis hendrerit ante. Maecenas aliquet accumsan leo. Curabitur bibendum justo non orci. Nulla turpis magna, cursus sit amet, suscipit a, interdum id, felis. Duis ante orci, molestie vitae vehicula venenatis, tincidunt ac pede.

www.bakalaphilanthropy.com

2. Kratší nadpis článku na jeden řádek

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nulla accumsan, elit sit amet varius semper, nulla mauris mollis quam, tempor suscipit diam nulla vel leo. Etiam neque. Curabitur ligula sapien, pulvinar a vestibulum quis, facilisis vel sapien. Fusce tellus odio, dapibus id fermentum quis, suscipit id erat. Nunc dapibus tortor vel mi dapibus sollicitudin. Integer in sapien. Nullam dapibus fermentum ipsum. Etiam dui sem, fermentum vitae, sagittis id, malesuada in, quam. Integer tempor. Vestibulum erat nulla, ullamcorper nec, rutrum non, nonummy ac, erat. Sed elit dui, pellentesque a faucibus vel, interdum nec.

3.3 Ukázka řešení sazby

Pro snadnou orientaci v textu a zachování jednotného vizuálního stylu jsou nadpisy zvýrazněny firemní červenou barvou, zatímco pro základní text je použita firemní šedá. Konkrétní barevné hodnoty jsou uvedeny v kapitole 2. – Barevnost.

Doporučené zarovnání textů je na levý paporek – viz ukázka 1 (kromě specifických příkladů, jako např. sazba delších článků novinového charakteru, kdy lze použít také zarovnání do bloku – viz ukázka 2).

Pro dobře čitelnou a opticky nerušivou sazbu je třeba dodr-

žovat základní principy správné sazby, jako např. dostatečný proklad mezi řádky (min. 120 % velikosti písma), správné nastavení dělení slov, kontrolu jednoznakových předložek, vhodný počet znaků na řádek apod.

1. Nadpis na jeden řádek

Lorum dit, sit, sunda dolorias iuntibus illaut pro modit, quatem as dellorias untiat venis nihiliquam qui blatae sanime non evelit aut et eos solorit omnimin eum facculpa coremped est fugit endantem est anderum aborpor ectur, inum veratur

2. Nadpis na jeden řádek

Lorum dit, sit, sunda dolorias iuntibus illaut pro modit,
quatem as dellorias untiat venis nihiliquam qui blatae sanime non evelit aut et
eos solorit omnimin eum facculpa coremped est fugit endantem est
anderum aborpor ectur, inum veratur

3. Nadpis na jeden řádek

Lorum dit, sit, sunda dolorias iuntibus illaut
pro modit, quatem as dellorias untiat venis
nihiliquam qui blatae sanime non evelit aut et
eos solorit omnimin eum facculpa coremped est fugit endantem est anderum
aborpor ectur, inum veratur.

4. Nadpis na jeden řádek

Lorum dit, sit, sunda dolorias iuntibus illaut pro modit, quatem as
dellorias untiat venis nihiliquam qui blatae sanime non evelit aut et eos
solorit omnimin eum facculpa coremped est fugit endantem.

3.4 Nevhodně provedená sazba

Na této straně jsou uvedeny ilustrační příklady špatně provedené sazby:

- 1) **Příliš malý proklad mezi řádky**, zbytečně velký počet znaků na řádek (příliš dlouhé řádky zhoršují čtivost textu).
- 2) **Nevhodně zarovnaná sazba na praporek** (způsobená např. vypnutím funkce dělení slov).
- 3) **Příliš velké mezery mezi jednotlivými slovy** (vznikající často při sazbě do bloku).
- 4) **Příliš velké prostrkání mezi znaky** (optimální hodnota je 0–10), zbytečně velký proklad mezi řádky.

4. Vizuální styl



Swiss

Light, Regular,

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii

*Courage,
freedom,
education.*

4.1 Základy vizuálního stylu

Vizuální styl společnosti je založený na kombinaci základních grafických elementů. Těmito elementy jsou logo společnosti, claim, firemní barevnost, firemní písmo a kolorované fotografie. Všechny zmíněné prvky jsou podrobněji popsány v jednotlivých kapitolách tohoto manuálu. Obecným klíčem k jednotnému stylu korporátních materiálů by měl být čistý design doplněný o precizní typografii a o fotografie s pozitivním nádechem.

Courage,
freedom,
education.

4.2 Claim – AJ verze

Graficky zpracovaný claim lze užívat jak v české, tak v anglickém provedení. Výběr konkrétní jazykové verze vždy záleží na charakteru daného materiálu.

Odvaha,
svoboda,
vzdělání.

4.3 Claim – CZ verze

Graficky zpracovaný claim lze užívat jak v české, tak v anglickém provedení. Výběr konkrétní jazykové verze vždy záleží na charakteru daného materiálu.



4.4 Práce s claimem

Graficky zpracovaný claim je jedním ze základních elementů vizuálního stylu společnosti. Preferovaná je varianta použití claimu jako samostatného grafického prvku, nikoli jeho přímé spojení s logem (viz str. 10–13).

Claim lze jako samostatný grafický motiv využít např. jako součást zápatí v inzerci (obr. 1), jako zadní stranu vizitky (obr. 2), jako součást brandingů oficiálních dokumentů (obr. 3) nebo jako vizuální motiv pro imagové materiály (rollupy apod.), kde může být zkombinovaný i s prvkem kolorované fotografie (obr. 4).

Ve specifických případech (např. dárkové tašky) lze claim aplikovat jako čistě dekorativní prvek ve formě abstraktního výřezu (obr. 5).



4.5 Práce s fotografií

Kolorované fotografie jsou jedním z klíčových motivů vizuálního stylu společnosti. Pro dosažení optimálního výsledku doporučujeme následující postup:

- 1) Fotografie v programu Adobe Photoshop převést do barevného režimu "Stupně šedi".
- 2) Následně barevný režim změnit na "Duplex".
- 3) V tomto režimu pak zvolit nastavení "typ: Duplex", přičemž u "Tiskové barvy 1" zvolíme barevné hodnoty firemní červené barvy (RGB: 24 / 60 / 49, CMYK: 0 / 87 / 85 / 0).

Fotografie by měly působit pozitivním dojmem, v ideálním případě by měly zachycovat aktivní mladé lidi / studenty v odpovídajícím prostředí (školní kampus, město...). Nedoporučujeme využívání fotografií s postavami vyseparovanými na bílém / jiném pozadí.

Černobílé nebo barevné fotografie nejsou zakázány v případech, kdy jejich využití dává smysl (např. PR články apod.), avšak červeně kolorované fotografie by vždy měly být primární volbou.

Courage,
freedom,
education.

A white brushstroke underline that starts under the word 'education' and extends to the right, ending with a slight upward flick.