



Karlovy Vary | Manuál vizuálního stylu | 06 2012 | design Eva Hudečková

1 Obsah

1	Obsah	03	8	Merkantilní tiskoviny	38
2	Úvod	04	8.1	Vizitka	38
2.1	Město Karlovy Vary	04	8.2	Dopisní papír	39
2.2	Jednotný vizuální styl	05	8.3	Faktura	40
2.3	Manuál JVS	06	8.4	Smlouva	41
3	Značka	07	8.4.1	Smlouva - další strana	42
3.1	Vznik a význam značky	07	8.5	Tisková zpráva	43
3.2	Základní varianta	10	8.6	Obálky	44
3.3	Inverzní varianta	11	8.7	Jmenovka	45
3.4	Černobílá varianta	12	8.8	Pozvánka DL	46
3.5	Jednobarevná varianta	13	8.8.1	Pozvánka A5	47
3.6	Síťový rozkres	14	8.9	Prezentační desky	48
3.7	Ochranná zóna	15	9	Další tiskoviny	50
3.8	Rozměrová řada	16	9.1	Výroční zpráva	50
3.9	Minimální velikost	17	9.2	Propagační brožura DL A	53
4	Práce se značkou	18	9.3	Propagační brožura DL B	55
4.1	Natočení značky	18	9.4	Propagační leták DL	57
4.2	Značka na podkladech	19	9.5	Propagační brožura A5	59
4.3	Zakázané varianty	22	9.6	Propagační brožura A4	61
5	Barvy	23	9.7	Inzerce	66
5.1	Základní barvy	23	10	Elektronické dokumenty	73
5.2	Definice základních barev	24	10.1	Šablona pro e-mail	73
5.3	Doplňkové barvy	25	10.2	Turistické materiály v pdf	74
6	Písma	26	11	Multimediální aplikace	77
6.1	Základní písmo	26	11.1	Power Point prezentace	77
6.2	Doplňkové řezy	27	11.2	Návrh www prezentace	82
6.3	Doplňkové písmo	28	11.3	Bannery	83
6.4	Substituční písmo	29	12	Propagační předměty	86
7	Vizuální styl	30	12.1	Úvod	86
7.1	Úvod	30	12.2	Samolepky	87
7.2	Základní prvky a principy	31	12.3	Odznáčky	90
7.3	Systém vizuálního stylu	32	12.4	Trička	93
7.4	Práce s písmem	33	12.5	Tašky	99
7.5	Symbol stupně	34	12.6	Lázeňský pohárek	104
7.5.1	Symbol stupně v textu	35	12.7	Turistické razítko	106
7.5.2	Symbol stupně - umístění	36	13	Vozidla	107
7.6	Duplexní obrazy	37	13.1	Označení automobilu	107

Snažila jsem se najít
co nejobecnější symbol,
který by vystihnul
podstatu města...

2.1 Město Karlovy Vary

Karlovy Vary jsou největším a nejnámějším lázeňským městem České republiky.

Město bylo založeno ve 14. století Karlem IV. Podle pověsti je nechal císař vystavět záhy po náhodném objevení termálních pramenů jeho loveckou družinou. Teplým zřídliům na území dnešních Karlových Varů prý však lidé přisuzovali léčivou moc už dávno před založením Karlových Varů.

Vznik a vývoj Karlových Varů byl vždy nerozlučně spjat s blahodárnými léčivými účinky jejich teplých minerálních pramenů. Poznamenaly dějiny, architekturu, ekonomiku a celkového ducha města. Ony prameny fascinovaly člověka a podněcovaly jeho fantazii již od nejstarších dob.

Sláva lázní rostla i díky návštěvám slavných osobností. Karlovy Vary byly často dějištěm významných sešlostí. Lázně navštěvovaly vědecké, politické a umělecké špičky 19. století jako Beethoven, Franz Josef I., Dobrovský, Paganini, Chopin, Mozart, Gogol, Tyl, Barrande, Purkyně, Freud a mnoho dalších.

K mezinárodní proslulosti lázeňského města přispěly kromě lázní a Mezinárodního filmového festivalu ještě některé karlovarské výrobky. Celý svět zná karlovarské značky jako je Moser a Becherovka. Svou prestiž si ve světě získaly i lázeňské oplatky nebo karlovarský porcelán Thun.

POUŽITÝ ZDROJ:
www.karlovyvary.cz

Snahou grafického designéra v dnešní době není pouze vytvořit značku. Cílem je vytvořit systém...

Snahou grafického designéra v dnešní době není pouze vytvořit značku. Cílem je vytvořit systém pravidel, který definuje způsob, jak prezentovat určitou organizaci tak, aby působila důvěryhodně a kultivovaně. Tento systém pravidel vizuálního vyjadřování se odborně nazývá jednotný vizuální styl (dále též JVS). Jednotný vizuální styl (anglicky "corporate identity") je v podstatě identita, pomocí které může organizace komunikovat.

Jednotný vizuální styl je definován v manuálu jednotného vizuálního stylu. Cílem manuálu je určit pravidla pro užití značky a zároveň definovat styl, který bude pro určitou organizaci charakteristický.

Základními prvky jednotného vizuálního stylu jsou značka, barevnost, typografie, případně další prvky vizuálního stylu. Na těchto prvcích je postaven a rozvinut komplexní vizuální projev organizace. Kvalitně postavený a důsledně prosazovaný jednotný vizuální styl přispívá k jednoznačné identifikaci subjektu, zvyšuje povědomí o jeho existenci a vytváří jeho nezaměnitelnou podobu.

Jednotný vizuální styl nepůsobí jen směrem ven (k veřejnosti), ale i směrem dovnitř instituce. Působení instituce navenek není ve sféře státní správy zaměřeno primárně na cíl být úspěšný na trhu, ale hlavně zvyšovat důvěryhodnost státních institucí. Směrem dovnitř přispívá JVS k větší integritě instituce a k pocitu sounáležitosti a identifikace s ní.

**Manuál slouží jako návod
pro používání prostředků
jednotného vizuálního stylu...**

Tento manuál slouží jako návod pro tvorbu, výrobu a užívání jednotlivých prostředků JVS.

Každá osoba, která se jakýmkoliv způsobem podílí na aplikaci prostředků JVS musí pracovat v souladu s pravidly obsaženými v tomto manuálu.

Většina aplikací slouží jako závazný předpis, některé však jen jako ukázky stylu, který lze rozvíjet a aplikovat v různých modifikacích podle konkrétních podmínek nebo požadavků. Při realizaci jednotlivých aplikací je doporučeno konzultovat tuto práci s autorkou tohoto manuálu.

Kontakt:

Eva Hudečková

GSM 608 868 003

efka.hudeckova@seznam.cz

3 Značka

3.1 Vznik a význam značky

Při vytváření značky jsem se snažila najít co nejobecnější symbol, který by vystihnul podstatu města. Tou nejhlubší podstatou města jsou termální prameny. Bez nich by město asi nevzniklo a rozhodně by se nestalo tím, čím je dnes, tj. světově proslulým lázeňským centrem. Symbol, který jasně odkazuje na tuto skutečnost, je stupeň.



Vřídko je srdcem Karlových Varů (má teplotu 73 °C).



V logotypu jsem zvýraznila název Vary, což je původní název obce, která zde existovala už ve 14. století. Jde také o zkratku názvu města, která je běžně používaná v hovorové řeči. Tento název navíc neužívá žádné jiné lázeňské město a je proto velmi signifikantní. Samotný název Vary nás (vzhledem k etymologii tohoto slova) znovu myšlenkově odkazuje ke zdroji a skutečné podstatě města, k termálním pramenům.

VARY°

3 Značka

3.1 Vznik a význam značky

Logotyp je barevně rozdělen na modré Karlovy a červené Vary, což vychází primárně z intuitivního rozlišení na teplou červenou a studenou modrou barvu. Použití dvou barev, v symbolické rovině tak výrazně odlišných, je záměrné, a umožní nám v rámci interní i externí komunikace využít jejich velice rozdílného působení.

Tuto poměrně kontrastní barevnou kombinaci jsem zvolila také proto, že Karlovy Vary jsou pro mne městem, které na mne působí celou řadou protichůdných charakteristik. Karlovy Vary jsou tradiční i moderní, regionální i kosmopolitní, hledící do minulosti i do budoucnosti...

Více o významu a definici barev viz kapitola Barvy (s. 23).



Základní varianta značky je vytvořena z písma Helvetica Neue (67 Medium Condensed), které je zároveň základním písmem celého vizuálního stylu. Slova jsou odlišena barevně na modré Karlovy a červené Vary (více o barvách viz kapitola Barvy na s. 23). Slovo Karlovy je psáno minuskami s velkým písmenem na začátku. Název Vary je psán verzálkami a za ním je použit symbol stupně vysazený bez mezery.

Základní plnobarevná varianta logotypu se používá primárně na bílém podkladu, v některých případech může být použita při podkladu do sytosti 30%. Více o použití značky na podkladech viz kapitola Značka na podkladech (s. 19).

Karlovy VARY°

Inverzní varianta značky je vždy bílá. Preferované použití je na černém podkladě, lze ji však obecně použít na libovolný barevný podklad sytosti 30% a vyšší. Tato varianta se dá použít v kombinaci s fotografií, hlavním kritériem použitelnosti na fotografii je jednoznačně čitelnost. Více o použití značky na podkladech viz kapitola Značka na podkladech (s. 19).



Karlovy VARY°

Černobílá varianta značky se používá zejména při černobílém tisku. Její hlavní využití je na běžných tiskovinách interního charakteru, které jsou tištěny na černobílých tiskárnách. Černobílá varianta značky se používá primárně na bílém podkladu, v odůvodněných případech může být použita na podkladu do sytosti 30%. Více o použití značky na podkladech viz kapitola Značka na podkladech (s. 19).

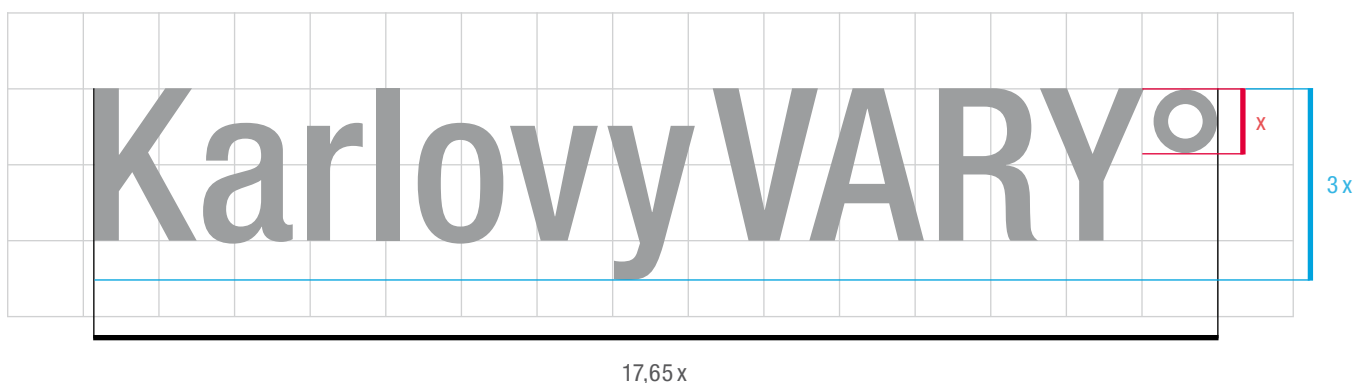
Karlovy VARY^o

Jednobarevná varianta značky se používá zejména pro ekonomicky méně náročnou výrobu konkrétních aplikací a u speciálních aplikací (viz např. turistické razítko), které nedovolují použít více než jednu barvu. Používá se primárně na bílém podkladu, v odůvodněných případech může být použita při podkladu do sytosti 30%. Více o použití značky na podkladech viz kapitola Značka na podkladech (s. 19).

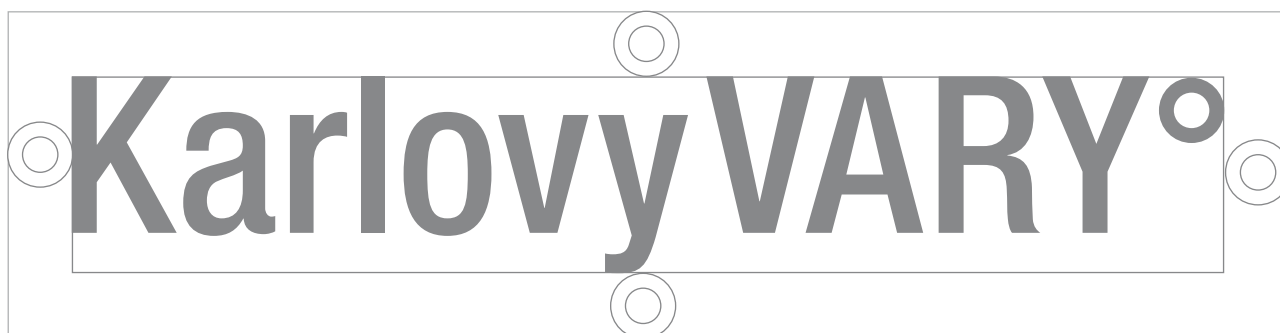
Karlovy VARY^o

Rozkres značky v konstrukční síti definuje umístění všech grafických prvků a jejich vzájemné poměry. Tento rozkres není podkladem pro konstrukci značky! Pro běžné použití je výchozím zdrojem vektorová varianta, do níž není dovoleno nijak zasahovat.

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



Ochranná zóna zajišťuje dostatečnou čitelnost značky tím, že určuje jeho základní vymezení v prostoru ve vztahu k ostatním prvkům. Ochranná zóna má tvar obdélníku a nesmí do ní zasahovat jakýkoli text či jiné grafické prvky. Jako základní jednotku pro vymezení ochranné zóny jsem určila symbol stupně, jeho přiložením odpovídajícím směrem a umístěním k nejzazšímu bodu značky získáte velikost ochranné zóny tak, jak je naznačeno v nákrese.



Rozměrová řada ukazuje, jak logotyp funguje v různých velikostech. Logotyp je zde řazen od nejmenšího k největšímu, přičemž nejmenší varianta logotypu ukazuje současně i minimální přípustnou velikost logotypu (více viz následující kapitola).

Karlovy VARY°

Karlovy VARY°

Karlovy VARY°

Karlovy VARY°

Karlovy VARY°

Karlovy VARY°

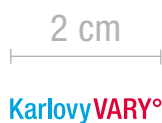
Karlovy VARY°

Karlovy VARY°

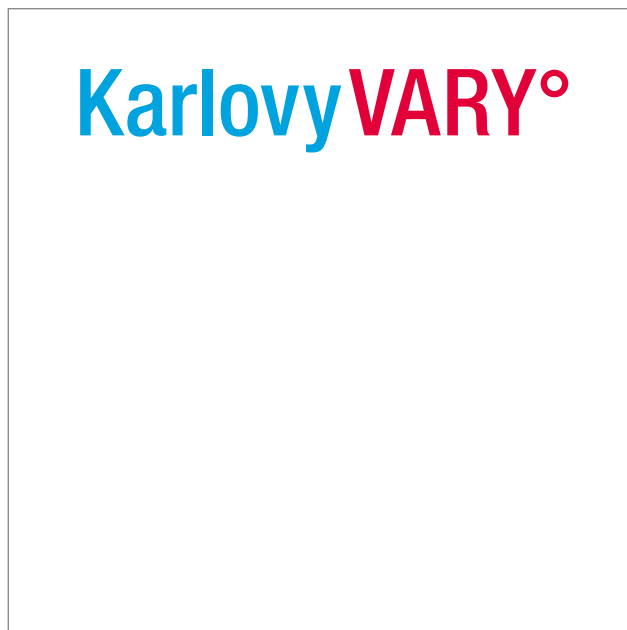
Karlovy VARY°

Karlovy VARY°

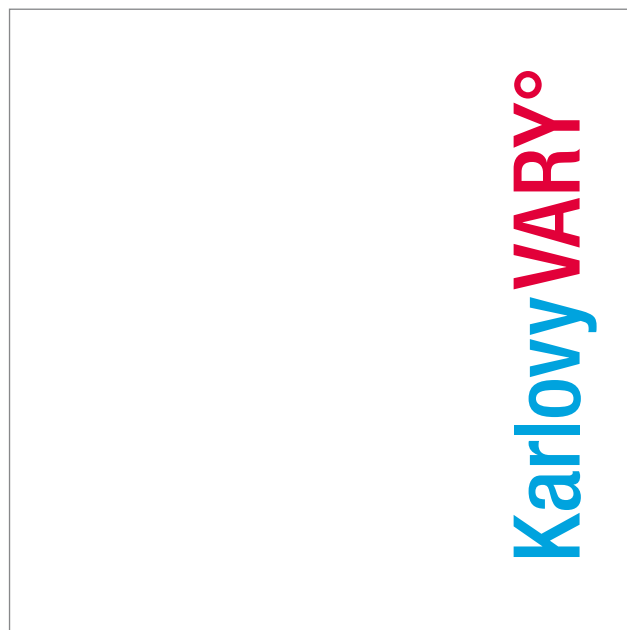
Základním požadavkem pro stanovení minimální velikosti logotypu je jeho plná čitelnost. V našem případě se nedoporučuje použití logotypu, pokud je jeho delší strana menší než 20 mm. Minimální velikost značky je limitována její dobrou čitelností a v závislosti na technických parametrech podkladové plochy. V menších velikostech, než je doporučená minimální velikost, je možné logotyp použít pouze v odůvodněných případech při garantované vysoké kvalitě tisku.



Značku je dovoleno umísťovat buď horizontálně nebo vertikálně. Pokud ji umísťujeme vertikálně, musí být natočena naznačeným způsobem, tj. přesně o 90° doleva, nikoli v opačném směru. Takto natočenou značku umísťujeme k pravému (obvykle hornímu) okraji stránky přičemž dbáme na vymezení ochranné zóny (viz kapitola Ochranná zóna).



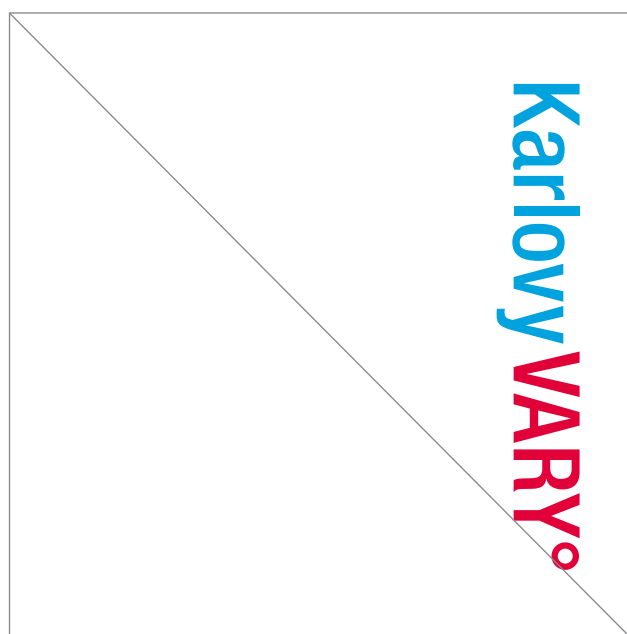
Správný způsob natočení značky.



Správný způsob natočení značky.



Nesprávný způsob natočení značky.



Nesprávný způsob natočení značky.

Abychom zachovali dostatečnou čitelnost značky, používáme základní plnobarevnou verzi pouze tam, kde je dostatečný kontrast mezi značkou a pozadím, tj. na podkladové ploše do sytosti 30%. Pokud je sytost podkladové plochy vyšší než 30%, používáme inverzní variantu značky.

Karlovy VARY°

Karlovy VARY°

Karlovy VARY°

Karlovy VARY°

Karlovy VARY°

Karlovy VARY°

Karlovy VARY°

Karlovy VARY°

Karlovy VARY°

Karlovy VARY°

Abychom zachovali dostatečnou čitelnost značky, používáme základní plnobarevnou verzi pouze tam, kde je dostatečný kontrast mezi značkou a pozadím, tj. pouze na velmi světlých podkladech do sytosti 30%. Na sytých či tmavých podkladech se používá inverzní varianta značky.

Karlovy VARY°

Karlovy VARY°

Karlovy VARY°

Karlovy VARY°

Karlovy VARY°

Karlovy VARY°

Karlovy VARY°

Karlovy VARY°

Karlovy VARY°

Karlovy VARY°

Abychom zachovali dostatečnou čitelnost značky, používáme základní plnobarevnou verzi pouze tam, kde je dostatečný kontrast mezi značkou a pozadím. Hlavním kritériem použitelnosti na fotografii je jednoznačně její čitelnost.



Správné způsoby použití značky na podkladové fotografii.



Nesprávné způsoby použití značky na podkladové fotografii.

- 1/ neotáčet (viz. Natočení značky)
- 2/ nedeformovat
- 3/ zachovat poměry
- 4/ neupravovat
- 5/ nepřebarvovat
- 6/ na tmavém pozadí jen bílá

Karlovy VARY[®]

Karlovy VARY[®]

Karlovy VARY[®]

Karlovy VARY[®]

Karlovy VARY[®]

Karlovy VARY[®]

5 Barvy

5.1 Základní barvy

Základní barevnost se objevuje jak v logotypu, tak v celém vizuálním stylu, a vychází z intuitivního rozlišení na teplou červenou a studenou modrou barvu. Kontrast těchto dvou barev působí velice živým dojmem. Tuto barevnost jsem zvolila proto, že Karlovy Vary jsou městem, které na mne působí celou řadou protichůdných charakteristik. Karlovy Vary jsou tradiční i moderní, regionální i kosmopolitní, hledící do minulosti i do budoucnosti...

Barvy jsou základní součástí vizuální komunikace. Použití dvou barev, v symbolické rovině tak výrazně odlišných, je záměrné a umožní nám v rámci interní i externí komunikace využít jejich velice rozdílného působení.



modrá
Karlovy
studená
minulost
historie
tradice
reprezentativní
konzervativní
rozum



ČERVENÁ
VARY°
TEPLÁ
SOUČASNOST
BUDOUCNOST
INOVACE
NEFORMÁLNÍ
LIBERÁLNÍ
EMOCE

Základní barvy jsou definovány v různých barevných systémech tak, aby byla zachována co největší shodnost barev při použití různých technologií výroby.



PANTONE 299 C
CMYK 86 8 0 0
RGB 0 163 224
HTML 00A3E0

RAL DESIGN
250 60 40
fólie 3M (polepy aut)
Scotchcal S. 50, 50-82



PANTONE 199 C
CMYK 0 100 72 0
RGB 213 0 50
HTML D50032

RAL DESIGN
030 50 60
fólie 3M (polepy aut)
Scotchcal S. 50, 50-47

Jako doplňkové barvy používáme stupně šedi, které dají vyniknout základní barevnosti. Stupně šedi se používají také pro zbarvení textů, zde volíme obvykle odstín Černá 60%.



Černá 60%

PANTONE

Hexachrome Black 60%

CMYK 0 0 0 60

RGB 102 102 102

Toto je pouze část Manuálu vizuálního stylu města Karlovy Vary týkající se značky. Tato jeho část je určena pouze pro konkrétní účely Infocentra města Karlovy Vary! Pro další informace kontaktujte přímo Infocentrum města Karlovy Vary, případně si vyžádejte celý manuál vizuálního stylu města Karlovy Vary.

Infocentrum města Karlovy Vary o. p. s.
Husovo náměstí 2, 360 01 Karlovy Vary
T +420 355 321 161, F +420 355 321 165
infocentrum@karlovyvary.cz

Kontakt na autorku manuálu:
Eva Hudečková
GSM 608 868 003
efka.hudeckova@seznam.cz