

/ manuál
jednotného
vizuálního
stylu jmk /

domov / soudržnost / myšlenka / symbol / doprava / úspěch / morava / kraj / víno / město / milovat / život
/ tisková zpráva / řemeslo / tradice / folklor / moderní architektura / muzea / divadla / kultura / překvapení
/ koncerty / brand book / příběh značky / pozvánka / brand essence / pantone / pokrok / historie / umění
/ kroje / vzdělání / budoucnost / hudba / generace / mezilidské vztahy / soužití / etnikum / 7 okresů /
vinohrady / společnost / geografie / rozvoj / web / vizitky / region / kulturní život / prezentační slohy /
původ značky / noční život / samolepky / identita značky / RGB / cílové skupiny / leták / archetypy / styl
/ parky / image fotografie / tonalita / wording / logotyp / jmk / ochranná zóna / kina / základní barevné
provedení / bigboard / sebejistý / jazykové mutace / 3D / podkladové plochy / rozkres značky / ochranná
zóna / příroda / veselý / rozměrová řada / alternativy / varianty / dceřiné značky / typografie / základní
písmo / definice / barvy / CMYK / vizuální styl / prvky / průmysl / piktogramy / tištěné materiály / plakát
/ brožura / merkantilní tiskoviny / jmenovky / emoce / informační cedule / periodika / minimalismus /
pixel / nadčasovost / autenticita / hra / nezaměnitelnost / návrat ke kořenům / sklepy / malířství / řeky /
reklamní předměty / zvědavý / lidé / on-line formáty / linie / e-mailový podpis / newsletter / knihovny /
multimedia / šablona / word / powerpoint / booklet / CD / inlay / DVD / kalendář / blok / tašky / etikety na
víno / podzemí / kravata / odznak do klopy / pohlednice / rozloha 7 195 km² / počet obyvatel 1,179 milionu
/ zemědělství / gastronomie / zážitek / věda / mapy / podnikání / životní prostředí / dotace / národní park
Podyjí / obce / galerie / TA RADOST / analýza / terminologie / corporate identity / komunikace / filozofie
/ hodnoty / reklama / služby / estetika / inspirativní / funkčnost / originalita / variabilita / aplikace /
zapamatovatelnost / lokalizace / význam / nápaditost / vtip / emblém / ikona / propagace / serióznost /
ornament / heraldika / stylizace / dominanty / čistota / přátelskost / poetika / motivace / otevřenost /
místo pro život / ekonomika / prožitek / malebnost / mikroskopie / pozitivismus / otevřenost / diverzita /
emancipace / pokrok / high-tech / inovace / mírumilovnost / dynamika / bezprostřednost / pohostinnost
/ funkcionalismus / archeologie / paleolit / plodnost / slunce / půda / sport / fajáns / zábava / tanec /
památky / skvost / turistický ruch / relaxace / zdraví / Brno / odvážný / hrady / náměstí / osobnosti /

01/ brand book jmk	/18
brand essence	/10
příběh značky	/11
původ značky	/12
identita značky	/13
cílové skupiny	/14
archetypy	/15
wording / tonalita	/16
styl fotografií	/17
02/ logo symbol jmk	/20
symbol jmk	/22
základní čb provedení	/24
negativní provedení	/25
03/ logotyp jmk	/26
logotyp jmk	/28
jazykové mutace	/32
3D logotyp jmk	/33
podkladové plochy	/34
rozkres značky	/37
ochranná zóna	/38
rozměrová řada	/39
zakázané varianty	/40
povolená alternativa	/41
vertikální varianta	/42
postavení vedle logotypů	/43
zkrácený logotyp jmk	/44
rozkres značky, ochranná zóna	/45
rozměrová řada	/46
alternativní logotyp jmk	/47
logotyp a funkce značení	/48

04/ dceřiné značky jmk	/50
logotyp jmk / dceřiné značky	/52
05/ typografie jmk	/58
základní písmo	/60
doplňkové písmo	/62
06/ definice barev jmk	/64
definice barev jmk	/66
07/ vizuální styl jmk	/72
doplňkové prvky	/74
piktogramy	/78
08/ tištěné materiály jmk / vizuální styl	/80
vizuální styl plakát A4	/82
vizuální styl plakát A4 akce	/84
vizuální styl pozvánka	/86
vizuální styl billboard, bigboard	/87
vizuální styl clv	/88
vizuální styl roll-up banner	/89
vizuální styl brožura DL	/90
vizuální styl brožura	/92

09/ merkantilní tiskoviny jmk

dopisní papír A4	/96
tisková zpráva A4	/98
dopisní obálky DL, C5	/100
vizitky	/106
jmenovky zaměstnanci	/108
jmenovky na stůl	/109
jmenovky návštěvy	/110
samolepky	/111
vizuální styl prezentační slohy	/114
vizuální styl prezentační slohy VIP	/115
poznámkový blok	/116
informační cedule	/119
výškové panely	/120
šířkové panely	/124
hlavička periodik	/122
označení hranic regionu	/123
informační cedule	/124
vlajky	/125

10/ on-line formáty jmk

e-mailový podpis	/128
elektronický newsletter	/130

11/ multimedia jmk

word šablona	/134
powerpointová prezentace	/136
USB vizitka	/138
samolepka cd	/140
booklet cd	/142
inlay cd	/143
booklet dvd	/145

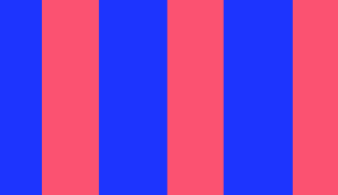
/94

12/ propagační předměty jmk

pohlednice	/148
propisovací tužka, pero, tužka	/150
nádobí	/151
papírová taška	/152
kalendář	/155
látková taška	/156
tričko/dress code	/157
čepice	/158
dárkový papír	/159
etiketa na víno	/160
obaly na víno	/162
kravata / dress code	/164
šátek	/168
deštník	/166
odznak do klopy	/167
manžetové knoflíčky / dress code	/168
motýlek / dress code	/169

/146

brand book jmk



brand essence	/10
příběh značky	/11
původ značky	/12
identita značky	/13
cílové skupiny	/14
archetypy	/15
wording / tonalita	/16
styl fotografií	/17

Jsme tradiční i pokrokový kraj!

Historický odkaz symbolizovaný takovými klenoty, jako je Lednicko-valtický areál nebo vila Tugendhat. Přírodní bohatství Pálavy, krasových útvarů a „Moravského Toskánska“. Tradice v podobě krojovaných hodů a k tomu pověst pohostinného regionu vinných sklípků, slivovice a poctivého jídla. Umění je hrdě přijmout svůj odkaz, ale přitom se jím nenechat omezit. Zkostnatělost je totiž brzdou pokroku. A o tom víme v Jihomoravském kraji své.

Už dnes míříme k metě v podobě každého desátého pracovníka angažovaného v některém z high-tech oborů. Máme našlápnuto mezi nejinnovativnější regiony v Evropě, a to rozhodně není málo. Navazujeme tak na staletí trvající tradici vizionářů, jako byl Gregor Mendel, Viktor Kaplan, Kurt Gödel nebo třeba Leoš Janáček ve světě hudby. Fandíme vzdělání, a proto máme důvěru v budoucnost regionu reprezentovanou naší mladou generací.

Pokrokoví však nejsme jen v oblasti technologií, ale i mezilidských vztahů a kulturního soužití. Vycházíme z historicky mírumilovné koexistence několika etnik na území jižní Moravy. Nehledíme na formálnost.

Naopak, jsme jako společnost otevření. Vzdálenosti v Jihomoravském kraji nejsou krátké jen geograficky, ale i sociálně.

Život v Jihomoravském kraji nabízí možnost rozvinout svůj osobní potenciál. Svoboda myšlení a konání je v našich genech. Základem pro to je dobré vyvážení pracovního a osobního života. Jihomoravský kraj nabízí jak kariérní možnosti, tak i pestrý a bohatý kulturní život, etnickou diverzitu a unikátní blízkost přírody.

Dynamický rozvoj našeho regionu dává rezidentům i návštěvníkům pocit, že zítřek bude pro tento kraj ještě lepší, než je dnešek.

Pokud komunikujete:

- **pozitivně,**
- **přátelsky,**
- **hravě,**
- **nebojíte se vtipu a poetiky,**
- **mluvíte o věcech, které posouvají svět kupředu nebo zpřijemňují lidem každodenní život,**
- **motivujete k aktivitě,**

jsste v souladu se značkou Jihomoravského kraje.

brand essence /10

Opravdová #RADOST je jednoduchá

Ano, jsme region vína. Ale i víno bylo svého času inovací. Jen vzpomeňte na Nerudovu Romanci o Karlu IV. Když zasedl císař s Buškem z Velhartic k dubovému stolu, réva se už na Moravě pěstovala dobré tisíciletí. Jsme tradičně o krok napřed. Nebo rovnou o několik. Moderní umění jsme měli v malíku dávno před Picassem. Schválně mrkněte na výtvary lovců mamutů. A pokud se chcete bavit o duchovnu, můžeme vám říct jedno. Prvního českého knížete jsme pokřtili také u nás.

Jižní Morava byla zkrátka vždy pokroková. Divíte se? Kultury se u nás mísily už za časů Jantarové stezky. Proto jsme také měli ty nejnovější poznatky vždy z první ruky. Nemyslete si, nápady přitom proudily i z jižní Moravy do světa. V devatenáctém století jsme nastartovali výzkum genetiky. A ve dvacátém udávali rytmus ve strojírenství, architektuře i hudbě. Dnes pomáháme léčit rakovinu

i nemoci srdce, objevovat mikrosvět a směřovat lidstvo ke hvězdám.

Tak vidíte. Máme bohaté tradice. A pokrok patří mezi ně. Chápeme totiž, proč si Albert Einstein psal na okraj svých teorií jedno slovo: „Zjednodušit!“ Inovovat podle nás znamená věci zjednodušovat. Aplikovali jsme tento přístup na něco tak tradičního, jako je dům, a dnes díky tomu můžeme obdivovat klenoty funkcionalismu. V jednoduchosti se skrývá opravdová krása. A tak přistupujeme v našich životech ke všemu.

Máme štěstí, že žijeme na místě, které nám dává možnost radovat se z prostých věcí – z našich kořenů, čisté přírody, práce, pohybu, dobrého jídla a pití, zpěvu, rodiny nebo blízkosti přátel. Ta opravdová radost je totiž ve své podstatě taky jednoduchá.

Zakotvená v tradici, ale hledící kupředu

Dnešní svět prodělává stále překotnější změny a Jihomoravský kraj spolu s ním. Aby mohl region v takové chvíli dynamicky růst a rozvíjet se, ale neztratil přitom kontakt se svými občany a hodnotami, potřebuje jasně vytyčený směr. Brand v tomto případě slouží jako orientační konstanta, spojení historie, přítomnosti i budoucnosti kraje.

Pokud tedy v souvislosti s novou značkou mluvíme o inovacích, nemyslíme jen na dnešní softwarové mágy z firem, jako je Y Soft a AVG, nebo vědce z center typu CEITEC a ICRC. Musíme přitom vzpomenout též inovátory minulosti – například věrozvěsty, kteří do naší země přinesli spolu s novým náboženstvím i nové písmo.

Co je spojuje s lidmi, kteří budou posouvat náš kraj kupředu v následujících letech a desetiletích? S inovátory, kteří nám třeba právě teď vyrůstají na našich školách či v některém ze start-upových inkubátorů? Je to odvaha a víra ve smysluplnost změny. A právě tyto hodnoty tvoří jeden z pilířů nové značky Jihomoravského kraje.

Všechny komponenty brandu proto musíme neustále podrobovat tomuto testu. Pokud v nich spatřujeme minulost, přítomnost i budoucnost našeho regionu, jsou skutečně součástí značky kraje jako celku. Pokud ne, může se jednat jen o krátkodobý trend či specifikum některého ze sub-regionů, se kterým se obyvatelé kraje ve své většině neztotožní.

původ značky /12

Víme, kdo jsme. Nemusíme si na nic hrát

Nová značka Jihomoravského kraje je vyjádřením identity regionu. Ukazuje kraj takový, jaký skutečně je. Neklade si za cíl prvoplánově podpořit obraz víkendové, usměvavé, ovíněné a prosluněné jižní Moravy, jak jej vytvořil destinační marketing a filmy či seriály typu Bobule a Vinaři. To je jen jedna z mnoha faset Jihomoravského kraje, která je nepochybně atraktivní pro turistu, ale hůře se s ní již identifikuje zahraniční investor, zemědělec z Břeclavska, montážník z blanenské ČKD nebo mladý podnikatel, který v brněnském inkubátoru rozjíždí svůj první start-up.

Jihomoravský kraj si přitom nemusí na nic hrát. V jeho základech stojí stejně tak výjimečné přírodní a historické bohatství, víno a pohostinnost, tradice a pestré kulturní dědictví, jakožto i výzkum, vývoj, inovace, vzdělání, technologie a znalostní ekonomika. Svým obyvatelům, návštěvníkům, ale i firmám a investorům nabízí odpočinek i aktivitu, skvělou vybavenost a kvalitu života, blízkost a intimitu, práci, studium, tradici i modernost

a k tomu pocit bezpečí a nižší životní náklady.

Pokud bychom se na novou značku Jihomoravského kraje podívali jako na člověka, byla by tvůrčí a inovativní, schopná vnímat problematiku vícerozměrně a z různých úhlů. Život by pro ni byl zábavou a vášní, byla by vyhlášená svou pohostinností a zároveň empatická, veselá a vstřícná. Asketismus by jí byl cizí, neodpírala by si potěšení a uměla si život vychutnat všemi smysly. Zapojovala by rozum, ale i srdce.

Jihomoravský kraj věří v podnikavost svých obyvatel, chce jim nabídnout harmonii a soulad ve všech aspektech života – ať už se bavíme o práci, studiu či zábavě. Váží si názoru jiných a akceptuje je takové, jací jsou. Podporuje spolupráci, sounáležitost a fair-play.

Zkrátka a jednoduše, nová značka kraje dává Jihomoravanům pocit, že jsou zde doma, mohou být angažovaní a svou aktivitou se propisovat do budoucnosti regionu.

Kraj mladý duchem

Ke komu mluvíme? To je základní otázka, kterou by si měla klást každá značka. Struktura cílové skupiny do značné míry ovlivňuje nejen „jak“, ale i „co“ značka říká. V marketingové komunikaci Jihomoravský kraj přímo oslovuje zejména občany a veřejnost. Prostřednictvím Centrály cestovního ruchu Jižní Morava se potom obrací k turistům a skrze Jihomoravské inovační centrum jedná s investory, podniky a pracovní silou.

Stejně jako cílové skupiny je pestré i spektrum témat, které kraj svému publiku komunikuje. Ve vztahu k občanům a širší veřejnosti by měl mluvit o respektu, životním stylu a krásách života na jižní Moravě. Turistům bude přibližovat neopakovatelné zážitky, které si z návštěvy kraje odnesou, a ekonomickému sektoru potom karierní příležitosti, erudici a jedinečné know-how místních lidí, firem i institucí.

Nová značka Jihomoravského kraje musí zároveň podporovat region dlouhodobě. Proto je žádoucí zohlednit ve vztahu k cílovým skupinám demografický vývoj. Po Praze se může kraj chlubit nejvíce lidmi, kteří dosáhli úctyhodného věku sta let. Realita je však taková, že se jižní Morava vylidňuje a stárne. Podle prognóz bude mít region v roce 2050 o desítky tisíc obyvatel méně než dnes. Téměř třetina lidí bude v polovině století pobírat důchod.

S podobnou populační křivkou se nepotýká kraj sám – v rámci západního světa jako celku i České republiky konkrétně se jedná o rozšířený problém. Přesto žádný region, snad s výjimkou Osla, necílí přímo na mladé lidi. To může jižní Moravě poskytnout silnou konkurenční výhodu – nová značka proto musí být ve své podstatě mladá, komunikativní a rovnostářská, musí se hlásit k hodnotám mladé generace.

cílové skupiny /14

Inovátor, Networker a Požitkář

Archetypy jsou účinným komunikačním nástrojem. Snáze díky nim vnímáme kontext, charakter a osobnost značky. Pomáhají nám vyjadřovat se ve vzorcích, kterým lidé rozumí a snadno je vstřebají. Základními archetypy nové značky Jihomoravského kraje jsou: Inovátor, Networker a Požitkář.

Inovátor – Inovátor je nekonformní, imaginativní, energický a vždy hledí kupředu. Miluje nové myšlenky a nestydí se je sdílet. Ve všech aspektech svého jednání se snaží obohatit společnost tím, že realizuje odvážné vize. Vyžaduje tvůrčí svobodu i svobodu projevu. Jihomoravskými inovátory jsou nejen Mendel se svým hráškem nebo Kaplan s turbínou, ale i všechny mozky stojící za úspěchem místních IT firem, start-uppeři, vědci z technologických parků, studenti i děti nadšeně objevující svět ve VIDA! science centru.

Networker – Networker svádí lidi dohromady a motivuje k sounáležitosti. Je pozorný a skvělý posluchač, kterého nejvíce těší týmová práce. Mezi jeho hlavní kvality můžeme zahrnout upřímnost, důvěryhodnost, otevřenost a přístupnost. Jihomoravského networkera si nejlépe představíte, když v létě zavítáte na Jakubské náměstí v Brně nebo do některého z univerzitních kampusů.

Požitkář – Nechává se unášet smyslovými vjemy. Žádné světské potěšení mu není cizí. Je to svůdník i harmonizátor. Archetyp požitkáře hledejme v Jihomoravském kraji ve vinných sklípcích, kavárenské kultuře, slavnostech a festivalech jídla, vinobraních, burčákových pochodech, masopustech, slavnostech mandloní a nespočtu dalších aktivit a akcí.

Nebojíme se vtipu a poetiky

V textech jsme hraví a nemusíme se bát vystoupit z tradičně spíše konzervativního nastavení komunikace veřejnosprávních institucí. Jihomoravský kraj je jako jeho lidé – otevřený, přátelský, pohostinný a přitom pokrokový, mladý, inovativní a pozitivní.

Všechny tyto atributy se musí odrazit v tonalitě textů, není jediný důvod nenechat je zazářit. Píšeme lehkým perem a pokud použitý vizuál naznačuje humornou situaci či vtip, dotahujeme jej vhodným titulkem či sdělením. Hravost

textů evokuje společenskou neformálnost Jihomoravanů, dáváme však pozor na to, aby nesklouzla v přehnanou a neuctivou familiárnost. Nestraníme se emocionálně nabitých slov a určité výrazové poetiky. Pozitivní přínos Jihomoravského kraje zdůrazňujeme tím, že se v textech vždy snažíme poukázat na přidanou hodnotu, kterou samospráva občanům a ekonomickému sektoru přináší.

wording / tonalita /16

Inovativní fotografie pro moderní kraj

Politici potřásající si pravicí s oficiálními návštěvami? Stokrát viděný pohled na západ slunce přes skleničku vína? Rozhodně ne! Jihomoravský kraj jako samosprávný celek reprezentuje region, který je pokrokový, moderní a inovativní a přesně takový musí být i styl fotografií, které při své komunikaci využívá. Prostřednictvím vizuálu dáme Jihomoravanům, firmám i investorům nahlédnout novou tvář kraje – sebevědomou, připravenou objevovat a posouvat svět dál.

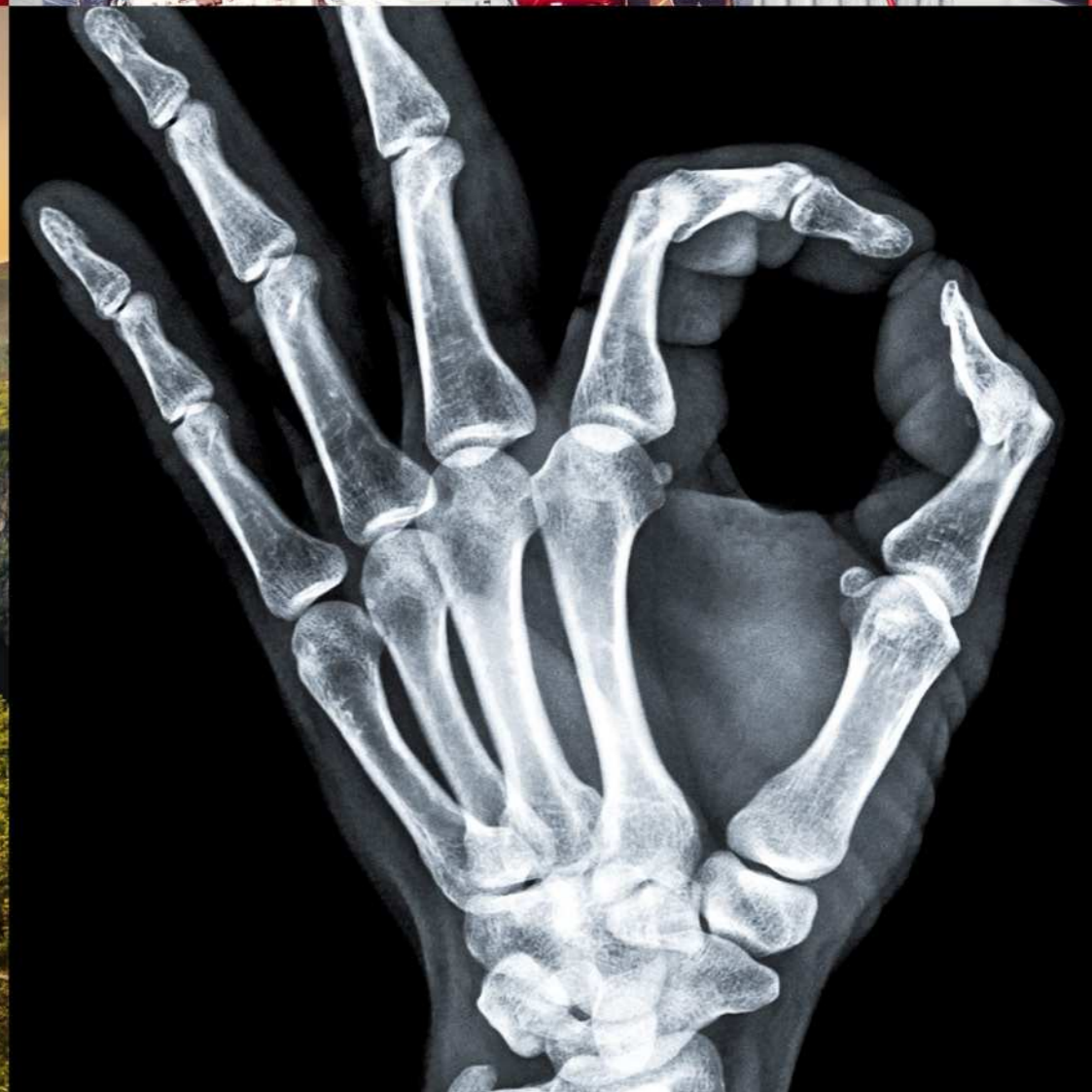
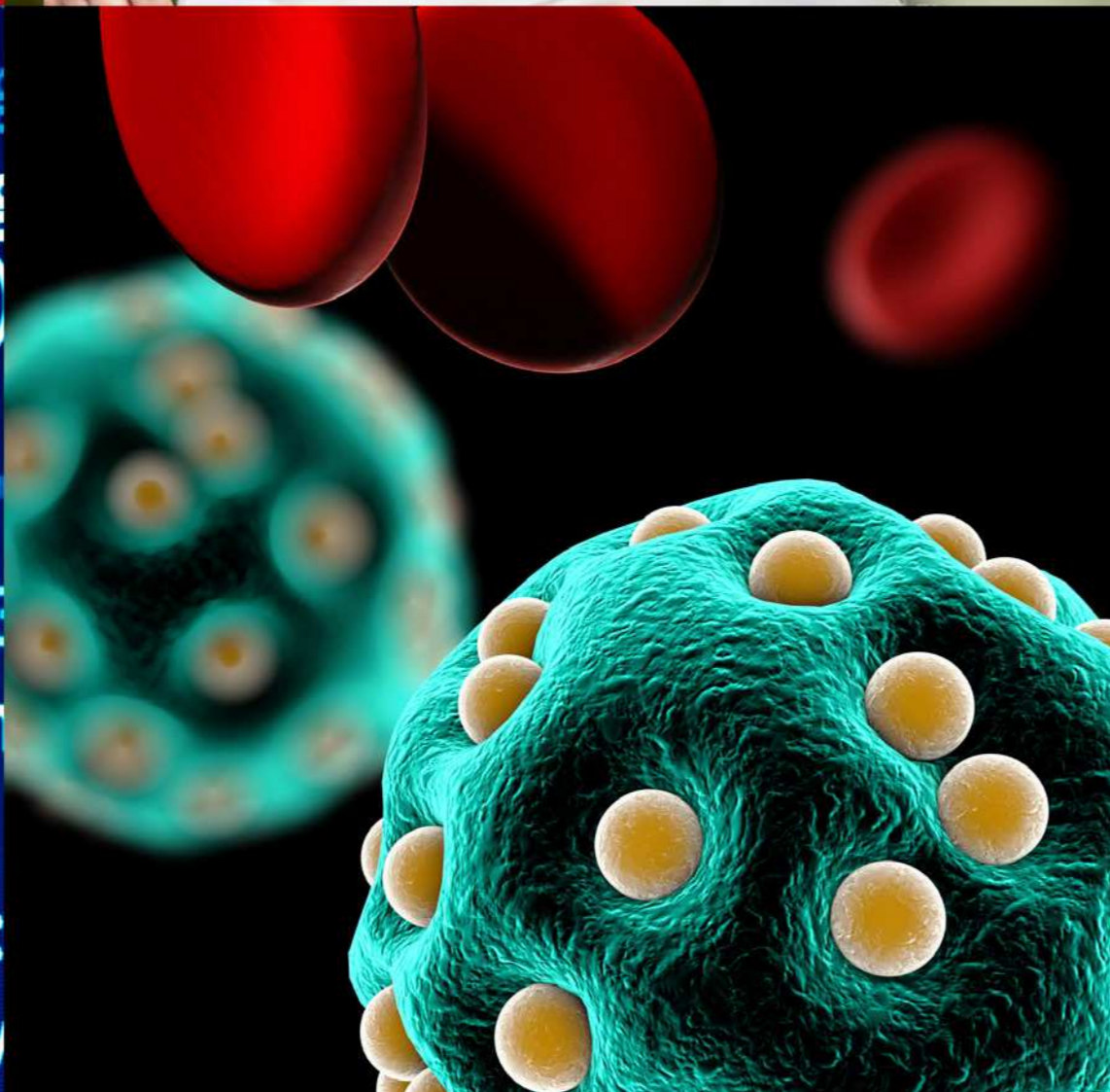
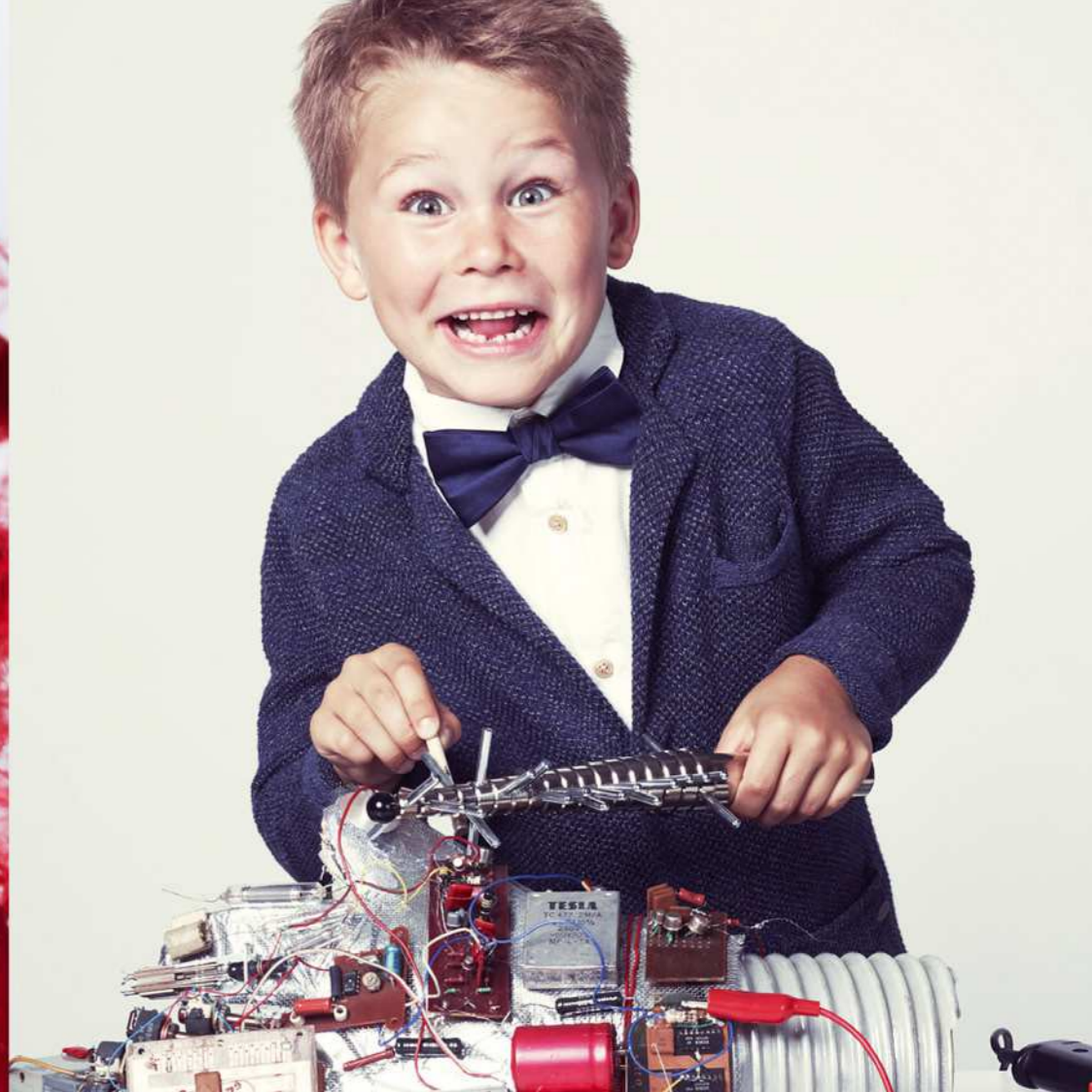
Hlavní emocionální linkou komunikace je v našem případě optimismus a jeho nositelem jsou zejména lidé – občané či návštěvníci regionu, kteří se nachází v situacích souvisejících s komunikovaným tématem. Natočení jsou tak, aby jim bylo

vidět do tváře a mohli jsme vidět úsměv a radost v jejich očích. Jejich prostřednictvím se kraj hlásí k hodnotám přátelskosti a otevřenosti a ukazuje, že je jim jako instituce blízký.

Při výběru fotografií se nemusíme vyhýbat lehce netradičním situačním momentkám, kterými navážeme na jihomoravskou hravost, pokrokovost a smysl pro humor. Nebojíme se také podívat na scénu z jiného úhlu – situaci můžeme zachytit třeba z podhledu nebo naopak z ptačí perspektivy.

Neméně důležitým určujícím prvkem fotografického stylu jsou barvy. Prezентujeme jasné, syté, teplé tóny, které dají vyniknout přírodním krásám Jihomoravského kraje a pozitivním konotacím, jako je například vyvážení osobního a pracovního života.

styl fotografií /17





symbol jmk	/22
základní čb provedení	/24
negativní provedení	/25

logo symbol jmk

symbol jmk

Symbol jmk vychází ze sebevědomí regionu, který si může dovolit silné a minimalistické logo s inovativním prvkem, a zároveň respektuje aktuální moderní trendy při tvorbě logotypů.

Jihomoravský kraj je v obecném povědomí hlavním reprezentantem Moravy jako takové. Proto jsme si s odvahou regionu vlastní vypůjčili jako výchozí symbol písmeno **m**. Jedná se o hlavní grafický komponent nové značky. Čistě typografický prvek je díky tomuto přístupu vizuálně skromný a nerušivý, zároveň však sebejistý, hravý a pokrokový.

Symbol Jihomoravského kraje ctí principy inovativnosti, minimalismu a hravosti regionu. Představuje jej čistě typografický znak písmene **m**, který můžeme použít ve dvou provedeních:

1. varianta je základním symbolem **m**, který je součástí logotypu.
2. varianta vychází ze základního symbolu **m** protaženého do spadu formátu.

Symbol v jedné ze dvou variant se uplatňuje při tvorbě grafických layoutů jako doplňkový a výrazně signifikantní prvek, který je propagačních materiálech jednoznačně rozpoznatelný a přitom respektuje ducha minimalismu a hravosti.

m = inovace tradice



Variantu prodlouženého symbolu **m** je možno ve vizuálu použít pouze jednou. U této varianty symbolu je zakázáno duplikování do patternu či umístění např. tří symbolů vedle sebe.

m



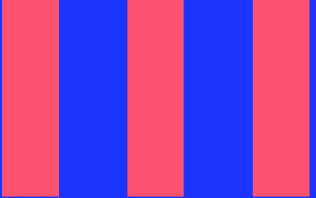
základní čb provedení /24

m



negativní provedení /25

logotyp jmk



logotyp jmk	/28
jazykové mutace	/32
3D logotyp jmk	/33
podkladové plochy	/34
rozkres značky	/37
ochranná zóna	/38
rozměrová řada	/39
zakázané varianty	/40
povolená alternativa	/41
vertikální varianta	/42
postavení vedle logotypů	/43
zkrácený logotyp jmk	/44
rozkres značky, ochranná zóna	/45
rozměrová řada	/46
alternativní logotyp jmk	/47
logotyp a funkce značení	/48

logotyp jmk

Čistě typografický logotyp se skládá ze symbolu a přepisu názvu samosprávné jednotky. Vždy ve stejné kompozici, barvách a typografii. Vyznačuje se vysoká mírou rozpoznatelnosti, nezaměnitelnosti a jedinečnosti.

Vychází z moderní typografie a výrazného kontrastu, kdy symbol **m** jednoznačně vyjadřuje Moravu (představuje srdce Moravy-regionu).

Purpurová barva vyvolává pocit vřelosti a pozitivní emoce neagresivním způsobem. Modrá barva zastupuje rovnováhu, vyváženost a pohodu kraje. Symbolizuje vodu, nebe, tradice (modrotisk) a je propojující linkou s minulostí a tradicí.

Logotyp jmk vyjadřuje:

- tradice
- hravost
- emoce
- inovace
- minimalismus
- nadčasovost
- autenticitu
- nezaměnitelnost
- propojení tří pilířů regionu (minulost, současnost a budoucnost)
- myšlenku
- návrat ke kořenům (dřík písmene **m** protažený do spadu formátu).



jihommoravský kraj

jihomoravský kraj

Černobílé pozitivní provedení logotypu se používá v situacích, kdy není možné tisknout barevně. Pravidla aplikace logotypu na podkladových plochách jsou přesně definována na straně 38.



jihomoravský kraj

jihomoravský kraj

Jednobarevné pozitivní a negativní provedení logotypu se používá v situacích, kdy není možné tisknout barevně nebo ve stupních šedi. Pravidla aplikace logotypu na podkladových plochách jsou přesně definována na straně 38.

1. south **m**oravian region
2. juho**m**oravský kraj
3. kreis sü**d**mähren
4. région de la **m**oravie du sud
5. la région de **m**oravia del sur
6. województwo południow**m**orawskie
7. regione **m**oravia-sud
8. **m** южноморавский край
9. **m** 南摩拉维亚州
10. **m** 南モラヴィア地方
11. **m** 남 모라비아 주



Použití typografického symbolu **m** je v jazykových mutacích vyjimečně přesunuto před název instituce z důvodu, že tyto jazyky neobsahují Latinku (Ruština, Čínština, Japonština, Korejšťina).

Jazykové mutace logotypu JMK. Platí pro něj stejná grafická pravidla jako pro českou mutaci. Vyjimečně pro ruskou mutaci je použito písmo Arial CE bold, které obsahuje rozsáhlou znakovou sadbu.

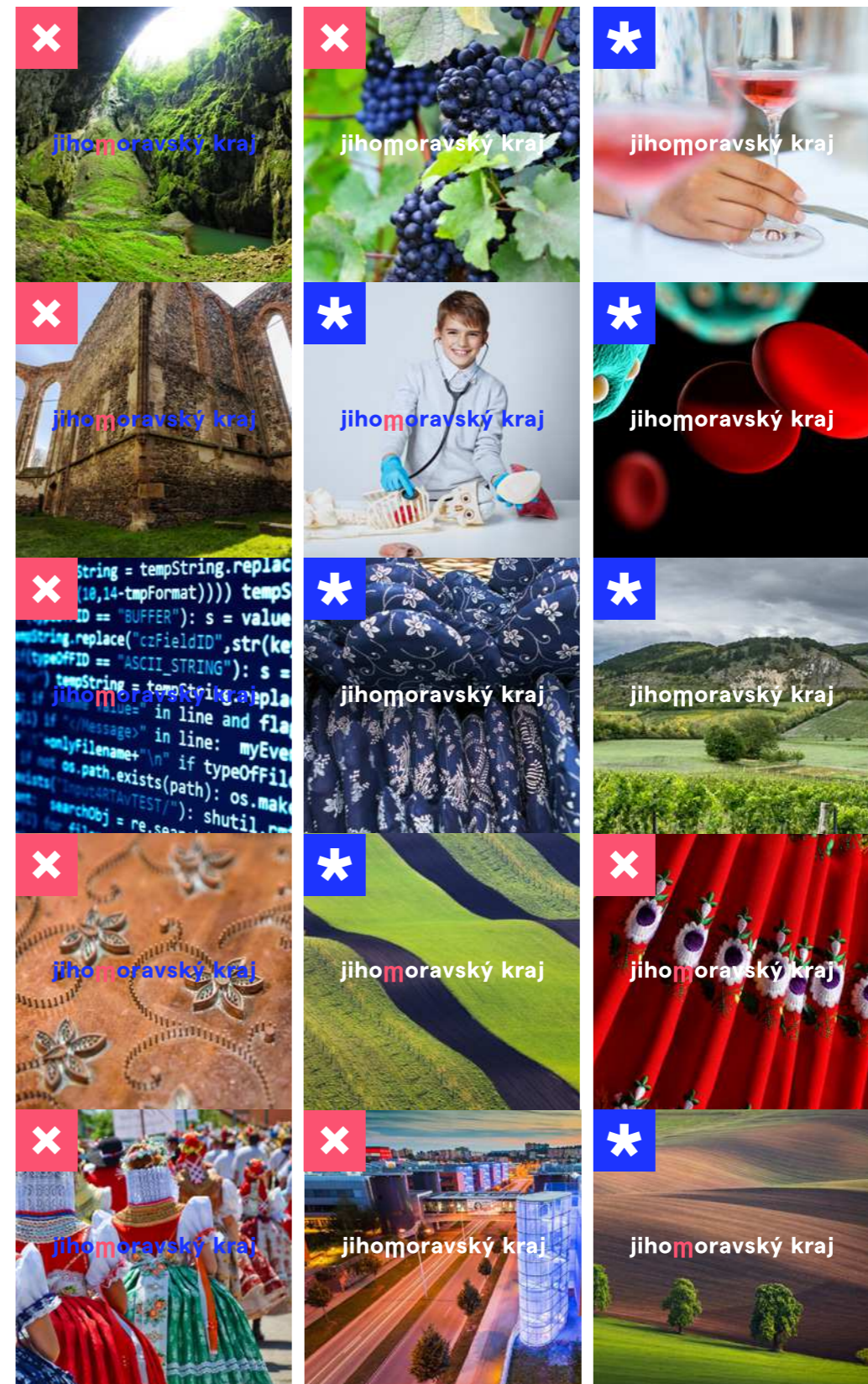
1. Angličtina / 2. Slovenština / 3. Němčina / 4. Francouzština / 5. Španělština / 6. Polština / 7. Italsťina / 8. Ruština / 9. Čínština / 10. Japonština / 11. Korejšťina

jazykové mutace /32



Logotyp je možné použít v prostorových aplikacích pomocí různých technologií (gravírování, ražba, pískování, 3D tisk, UV tisk, parciální lak, vyšívání).

3D logotyp jmk /33



-  POVOLENO
-  ZAKÁZÁNO

Příklady správného užití logotypu na image fotografii

Na fotografie s komplikovanějším prostředím a plochami se umísťuje logotyp na samostatnou barevnou plochu, nikdy do fotografie, aby nebyla narušena čitelnost logotypu.

Image fotografie je možno používat i ve stupních šedi a kolorovat jakýkoliv tématický detail kampaně základní barvou z logotypu (tedy modrou či purpurovou).

Správná aplikace logotypu na podkladových plochách fotografií musí vždy zachovávat dobrou čitelnost. Doporučujeme pouze klidné, jednoduché, čisté a málo členěné (barevné) fotografie.

10 %	60 %
jihomoravský kraj	jihomoravský kraj
20 %	70 %
jihomoravský kraj	jihomoravský kraj
30 %	80 %
jihomoravský kraj	jihomoravský kraj
40 %	90 %
jihomoravský kraj	jihomoravský kraj
50 %	100 %
jihomoravský kraj	jihomoravský kraj

Správná aplikace logotypu na podkladových plochách musí vždy zachovat dobrou čitelnost.

Černobílé pozitivní provedení logotypu aplikujeme na černobílé podkladové plochy s tonalitou černé 0–40 %, která nezpůsobuje špatnou čitelnost.

Na podkladových plochách o vyšších barevných hodnotách tonality 50–100 % užíváme **černobílé negativní** provedení logotypu.

Nerespektování těchto zásad může vést k zásadnímu zhoršení čitelnosti logotypu.

podkladové plochy /36



rozkres značky /37



ochranná zóna /38

Minimální ochranná zóna kolem logotypu je stanovena šířkou písmene (m). Určuje hranice, do kterých by neměl zasahovat žádný grafický prvek (obrázek, text atd.). Další funkcí je také definice minimální vzdálenosti od okraje formátu, na kterém je logotyp umístěn (tiskoviny, reklamní předměty atd.).

jihomoravský kraj

80 mm

jihomoravský kraj

70 mm

jihomoravský kraj

60 mm

jihomoravský kraj

50 mm

jihomoravský kraj

45 mm

jihomoravský kraj

40 mm

jihomoravský kraj

Doporučená nejmenší velikost 35 mm

jihomoravský kraj

Nejmenší přípustná velikost 30 mm

Rozměrová řada ve škále doporučených velikostí pro různá užití. Minimální velikost logotypu je stanovena na 30 mm.

Doporučená nejmenší velikost je stanovena na 35 mm. V menších velikostech roste riziko nečitelnosti a nerozpoznatelnosti logotypu.

rozměrová řada /39

1. ~~jihoṃoravský kraj~~6. ~~jihoṃ̣̣oravský kraj~~2. ~~jihoṃoravský kraj~~7. ~~jihoṃoravský kraj~~3. ~~jihoṃoravský kraj~~8. ~~jihoṃoravský kraj~~4. ~~jihoṃoravský kraj~~9. ~~jihoṃoravský kraj~~5. ~~jihomoravský kraj~~10. ~~jihoṃoravský kraj~~

Není dovoleno značku používat bez konstrukční mřížky, měnit její danou barevnost nebo ji jakkoliv tvarově upravovat či deformovat. Pro udržení jednotného vizuálního stylu komunikace uvádíme příklady zakázaných variant práce s logotypem.

1. Neměníme základní barevnost / 2.–3. Nedeformu-

jeme (zúžení, roztahování) / 4. Nezkracujeme díky u symbolu písmene **m** / 5. Nepoužíváme jiný font / 6. Neprodužujeme díky u symbolu písmene **m** / 7. Nepřemisťujeme písmeno od základní po horní dotažnici / 8.–10. Neměníme základní barevnost ani nekolorujeme další písmena z názvu instituce.

zakázané varianty /40

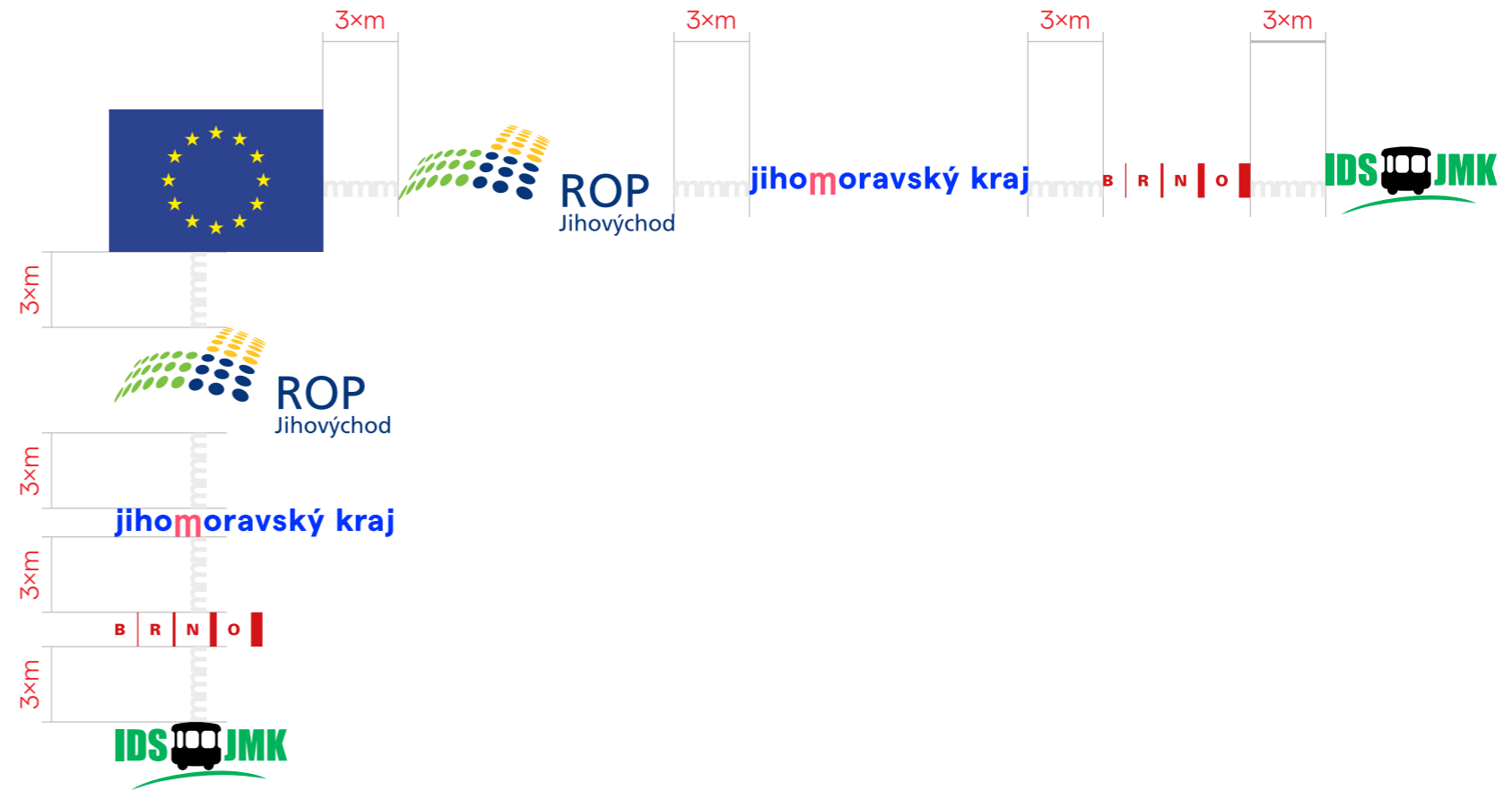
jihoṃoravský
kraj

Pro extrémní případy, atypické formáty či některé reklamní předměty, kde nelze použít logotyp v jeho základní kompozici, aniž by utrpěla jeho čitelnost, je vytvořena alternativní varianta do dvou řádků se zarovnáním na levý praporek.

povolená alternativa /41

jihomoravský kraj

vertikální varianta /42



OBSAHOVÝ KLÍČ / Kapitoly

03 Logotyp / Ochranná zóna / Rozměrová řada

05 Typografie

06 Barevnost

Pro určení vzdálenosti mezi vybranými logotypy společně s logotypem Jihomoravského kraje slouží hodnota (3x m).

jmk

jmk

jmk

jmk

OBSAHOVÝ KLÍČ / Kapitoly

03 Logotyp / Ochranná zóna / Rozměrová řada

05 Typografie

06 Barevnost

Zkrácená verze logotypu je odvozena od logotypu Jiho­moravského kraje a jeho pravidel použití. Mini­malismus, barevnost i typografie zůstávají zachová­ny. Dominantním prvkem je signifikantní písmeno **m**.

zkrácený logotyp jmk /44

jmk

jmk

OBSAHOVÝ KLÍČ / Kapitoly

03 Logotyp / Ochranná zóna / Rozměrová řada

05 Typografie

06 Barevnost

Zkrácená verze logotypu je odvozena od logotypu Jiho­moravského kraje a pravidel jeho použití.

jmk

40 mm

jmk

30 mm

jmk

20 mm

jmk

15 mm

jmk

10 mm

jmk

Doporučená nejmenší
velikost 8 mm

jmk

Nejmenší přípustná
velikost 7 mm**OBSAHOVÝ KLÍČ / Kapitoly****03 Logotyp** / Ochranná zóna / Rozměrová řada**05 Typografie****06 Barevnost**

Zkrácená verze logotypu je odvozená od logotypu Jihomoravského kraje a pravidel jeho použití. Minimalismus, barevnost i typografie zůstávají zachovány. Dominantním prvkem je signifikantní písmeno m..

rozměrová řada /46

jmk jmk

**alternativní logotyp jmk /47**

jihomomoravský kraj



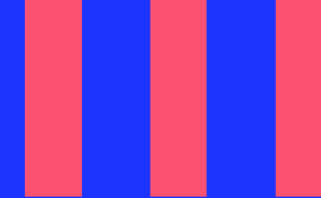
FORMÁLNÍ TYP
KOMUNIKACE (celý
název instituce)
Je určený pro
oficiální i marketin-
govou komunikaci
a administrativu.

Dle typu požadované komunikace volíme variantu
logotypu a jeho použití při označení v různých
situacích.

jmk jmk



NEFORMÁLNÍ TYP
KOMUNIKACE
(zkrácený název
instituce)
Je určený pro
spontánní i marke-
tingovou komuni-
kaci.



dceřiné značky

jmk

**Vzdálenost logotypu
od dělicí linky**

Vzdálenost logotypu od dělicí linky musí být vždy ve stejném poměru na obou stranách. Pokud je použita varianta logotypů vedle sebe, je výška dělicí linky stejná jako výška ochranné zóny logotypu Jihomoravský kraj. Při použití pod sebou je šířka dělicí linky stejná jako šířka logotypu Jihomoravský kraj.

Společné použití logotypů se vždy řídí vzájemnou dohodou obou stran, je tedy možné u doprovodného logotypu porušit ochrannou zónu.

Tloušťka tahu dělicí linky je polovinou dříku písmene m logotypu Jihomoravský kraj.

**Umístění logotypů
vedle sebe**

Pokud umísťujeme logotypy vedle sebe, lze použít variantu s doprovodným textem:

*Zřizovatelem (Sponzorem/
Podporovatelem etc.) společnosti
XXXX je Jihomoravský kraj.*

**Umístění logotypů pod
sebou**

Jedná se o povolenou variantu bez doprovodného textu. Označení vzájemného vztahu (Zřizuje/ Sponzoruje/ Podporuje etc.) je součástí dělicí linky. Dělicí linka se v tomto případě řídí pravidly ochranné zóny logotypu Jihomoravský kraj. Šířka dělicí linky je totožná se šířkou logotypu Jihomoravský kraj a vzdálenost logotypu od dělicí linky musí být vždy ve stejném poměru na obou stranách.

**Archeo
Park**
Pavlov

**Archeo
Park**
Pavlov

mm jihomoravský kraj

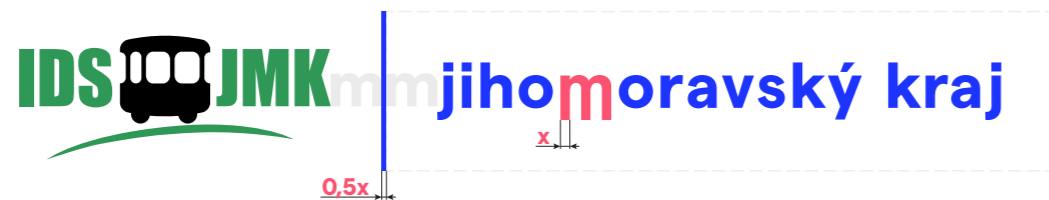
0,5x

**Archeo
Park**
Pavlov

jihomoravský kraj

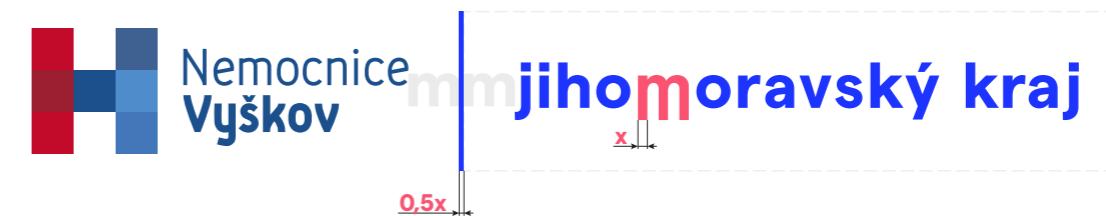
Jednobarevná varianta logotypu

Pokud je použita jednobarevná varianta logotypu dceřiné značky, doporučujeme doplnit ji jednobarevnou variantou logotypu Jihomoravského kraje.



Varianta použití barevného logotypu

Pokud existuje barevná varianta logotypu dceřiné značky a je použita, doporučujeme doplnit ji barevnou variantou logotypu Jihomoravského kraje.



04 logotyp jmk / dceřiné značky

Varianta logotypu Jihomoravského kraje v závislosti na jeho použití

Nezkrácenou variantu logotypu Jihomoravský kraj používáme primárně pro formální marketingovou komunikaci, přípustná je rovněž varianta zkráceného logotypu nebo symbolu písmene m.



Zkrácený logotyp a symbol písmene m je vhodný pro neformální marketingovou komunikaci. Přípustná je rovněž nezkrácená varianta logotypu Jihomoravský kraj.





Umístění logotypů pod sebou

Jedná se o povolenou variantu bez doprovodného textu. Označení vzájemného vztahu (Zřizuje/Sponzoruje/Podporuje etc.) je součástí dělicí linky. Dělicí linka se v tomto případě řídí pravidly ochranné

zóny logotypu Jihomoravský kraj. Šířka dělicí linky je totožná se šířkou logotypu Jihomoravský kraj a vzdálenost logotypu od dělicí linky musí být vždy ve stejném poměru na obou stranách.

rodinná politika jihommoravského kraje

OBSAHOVÝ KLÍČ / Kapitoly

03 Logotyp / Ochranná zóna / Rozměrová řada

05 Typografie

06 Barevnost

07 Vizuální styl jmk

Logotyp rodinné politiky je odvozený od logotypu Jihomoravského kraje, který ji řídí, a pravidel jeho použití. Minimalismus, barevnost i typografie zůstávají zachovány. Dominantním prvkem je signifikantní písmeno **m**.

seniorská politika jihomoravského kraje

OBSAHOVÝ KLÍČ / Kapitoly

03 Logotyp / Ochranná zóna / Rozměrová řada

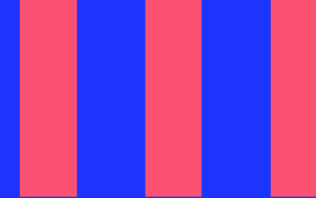
05 Typografie

06 Barevnost

07 Vizuální styl jmk

Logotyp seniorské politiky je odvozený od logotypu a pravidel Jihomoravského kraje, který ji řídí. Minimalismus, barevnost i typografie zůstávají stejné. Dominantním prvkem je signifikantní písmeno **m**.





typo-
grafie
jmk

MATTER SQ – LIGHT

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890 žščřěáíé [(?!.,/-)]

MATTER SQ – ITALIC

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890 žščřěáíé [(?!.,/-)]

MATTER SQ – BOLD

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890 žščřěáíé [(?!.,/-)]

MATTER SQ – BOLD ITALIC

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890 žščřěáíé [(?!.,/-)]

Základní písmo představuje font MATTER SQ.

Charakter písma je jedním ze základních prvků logotypu. Jeho používání je jedním z předpokladů jednotného vizuálního stylu.

Základní písmo používáme ve sloganech i v souvislém textu. Je užíváno v marketingové komunikaci institutu.

MATTER SQ – LIGHT / VELIKOST 9/12 BODŮ

Temporen dustorum sim ilitem sin reius, quia dignatur rem idusdaest, cusandent ullame velitiis dit pelitestrum aperibus atibus et repersp ientius eum sed ut alibusd animini tibusda volorepti nusdae vitiosa nonsequae lati ut et od enihiciisque corrovi tateserum quaes evenit officimod quasperm quati tet quaes adis ipsaped quam, ipsus rectoria voluptatum arum andeles tiuntem.

MATTER SQ – ITALIC / VELIKOST 9/12 BODŮ

Temporen dustorum sim ilitem sin reius, quia dignatur rem idusdaest, cusandent ullame velitiis dit pelitestrum aperibus atibus et repersp ientius eum sed ut alibusd animini tibusda volorepti nusdae vitiosa nonsequae lati ut et od enihiciisque corrovi tateserum quaes evenit officimod quasperm quati tet quaes adis ipsaped quam, ipsus rectoria voluptatum arum andeles tiuntem.

MATTER SQ – BOLD / VELIKOST 9/12 BODŮ

Temporen dustorum sim ilitem sin reius, quia dignatur rem idusdaest, cusandent ullame velitiis dit pelitestrum aperibus atibus et repersp ientius eum sed ut alibusd animini tibusda volorepti nusdae vitiosa nonsequae lati ut et od enihiciisque corrovi tateserum quaes evenit officimod quasperm quati tet quaes adis ipsaped quam, ipsus rectoria voluptatum arum andeles tiuntem.

MATTER SQ – BOLD ITALIC / VELIKOST 9/12 BODŮ

Temporen dustorum sim ilitem sin reius, quia dignatur rem idusdaest, cusandent ullame velitiis dit pelitestrum aperibus atibus et repersp ientius eum sed ut alibusd animini tibusda volorepti nusdae vitiosa nonsequae lati ut et od enihiciisque corrovi tateserum quaes evenit officimod quasperm quati tet quaes adis ipsaped quam, ipsus rectoria voluptatum arum andeles tiuntem.

MATTER SQ – LIGHT / VELIKOST 11/14 BODŮ

Temporen dustorum sim ilitem sin reius, quia dignatur rem idusdaest, cusandent ullame velitiis dit pelitestrum aperibus atibus et repersp ientius eum sed ut alibusd animini tibusda volorepti nusdae vitiosa nonsequae lati ut et od enihiciisque corrovi tateserum quaes evenit officimod quasperm quati tet quaes adis ipsaped quam, ipsus rectoria voluptatum arum andeles tiuntem.

MATTER SQ – ITALIC / VELIKOST 11/14 BODŮ

Temporen dustorum sim ilitem sin reius, quia dignatur rem idusdaest, cusandent ullame velitiis dit pelitestrum aperibus atibus et repersp ientius eum sed ut alibusd animini tibusda volorepti nusdae vitiosa nonsequae lati ut et od enihiciisque corrovi tateserum quaes evenit officimod quasperm quati tet quaes adis ipsaped quam, ipsus rectoria voluptatum arum andeles tiuntem.

MATTER SQ – BOLD / VELIKOST 11/14 BODŮ

Temporen dustorum sim ilitem sin reius, quia dignatur rem idusdaest, cusandent ullame velitiis dit pelitestrum aperibus atibus et repersp ientius eum sed ut alibusd animini tibusda volorepti nusdae vitiosa nonsequae lati ut et od enihiciisque corrovi tateserum quaes evenit officimod quasperm quati tet quaes adis ipsaped quam, ipsus rectoria voluptatum arum andeles tiuntem.

MATTER SQ – BOLD ITALIC / VELIKOST 11/14 BODŮ

Temporen dustorum sim ilitem sin reius, quia dignatur rem idusdaest, cusandent ullame velitiis dit pelitestrum aperibus atibus et repersp ientius eum sed ut alibusd animini tibusda volorepti nusdae vitiosa nonsequae lati ut et od enihiciisque corrovi tateserum quaes evenit officimod quasperm quati tet quaes adis ipsaped quam, ipsus rectoria voluptatum arum andeles tiuntem.

ARIAL – REGULARABCDEFGHIJKLMN**OPQRSTUVWXYZ**abcdefghijklmnopqrstuv**wxyz**

1234567890 žščřěáíé [(?!.,/–)]

ARIAL – ITALICABCDEFGHIJKLMN**OPQRSTUVWXYZ**abcdefghijklmnopqrstuv**wxyz**

1234567890 žščřěáíé [(?!.,/–)]

ARIAL – BOLDABCDEFGHIJKLMN**OPQRSTUVWXYZ**abcdefghijklmnopqrstuv**wxyz**

1234567890 žščřěáíé [(?!.,/–)]

ARIAL – BOLD ITALICABCDEFGHIJKLMN**OPQRSTUVWXYZ**abcdefghijklmnopqrstuv**wxyz**

1234567890 žščřěáíé [(?!.,/–)]

Doplňkovým písmem jednotného vizuálního stylu byl zvolen bezpatkový font Arial, který používáme v běžném administrativním textu. Pro běžný text doporučujeme řez Regular, pro zvýraznění Bold.

**ARIAL – REGULAR / VELIKOST 9/12 BODŮ**

Temporen dustorum sim ilitem sin reius, quia dignatur rem idusdaest, cusandent ullame velitiis dit pelitestrum aperibus atibus et repersp ientius eum sed ut alibUSD animini tibusda volorepti nusdae vitiosa nonsequae lati ut et od enihiciisque corrovi tateserum quaes evenit officimod quasperum quati tet quaes adis ipsaped quam, ipsus rectoria voluptatum arum andeles tiuntem.

ARIAL – ITALIC / VELIKOST 9/12 BODŮ

Temporen dustorum sim ilitem sin reius, quia dignatur rem idusdaest, cusandent ullame velitiis dit pelitestrum aperibus atibus et repersp ientius eum sed ut alibUSD animini tibusda volorepti nusdae vitiosa nonsequae lati ut et od enihiciisque corrovi tateserum quaes evenit officimod quasperum quati tet quaes adis ipsaped quam, ipsus rectoria voluptatum arum andeles tiuntem.

ARIAL – BOLD / VELIKOST 9/12 BODŮ

Temporen dustorum sim ilitem sin reius, quia dignatur rem idusdaest, cusandent ullame velitiis dit pelitestrum aperibus atibus et repersp ientius eum sed ut alibUSD animini tibusda volorepti nusdae vitiosa nonsequae lati ut et od enihiciisque corrovi tateserum quaes evenit officimod quasperum quati tet quaes adis ipsaped quam, ipsus rectoria voluptatum arum andeles tiuntem.

ARIAL – BOLD ITALIC / VELIKOST 9/12 BODŮ

Temporen dustorum sim ilitem sin reius, quia dignatur rem idusdaest, cusandent ullame velitiis dit pelitestrum aperibus atibus et repersp ientius eum sed ut alibUSD animini tibusda volorepti nusdae vitiosa nonsequae lati ut et od enihiciisque corrovi tateserum quaes evenit officimod quasperum quati tet quaes adis ipsaped quam, ipsus rectoria voluptatum arum andeles tiuntem.

ARIAL – REGULAR / VELIKOST 11/14 BODŮ

Temporen dustorum sim ilitem sin reius, quia dignatur rem idusdaest, cusandent ullame velitiis dit pelitestrum aperibus atibus et repersp ientius eum sed ut alibUSD animini tibusda volorepti nusdae vitiosa nonsequae lati ut et od enihiciisque corrovi tateserum quaes evenit officimod quasperum quati tet quaes adis ipsaped quam, ipsus rectoria voluptatum arum andeles tiuntem.

ARIAL – ITALIC / VELIKOST 11/14 BODŮ

Temporen dustorum sim ilitem sin reius, quia dignatur rem idusdaest, cusandent ullame velitiis dit pelitestrum aperibus atibus et repersp ientius eum sed ut alibUSD animini tibusda volorepti nusdae vitiosa nonsequae lati ut et od enihiciisque corrovi tateserum quaes evenit officimod quasperum quati tet quaes adis ipsaped quam, ipsus rectoria voluptatum arum andeles tiuntem.

ARIAL – BOLD / VELIKOST 11/14 BODŮ

Temporen dustorum sim ilitem sin reius, quia dignatur rem idusdaest, cusandent ullame velitiis dit pelitestrum aperibus atibus et repersp ientius eum sed ut alibUSD animini tibusda volorepti nusdae vitiosa nonsequae lati ut et od enihiciisque corrovi tateserum quaes evenit officimod quasperum quati tet quaes adis ipsaped quam, ipsus rectoria voluptatum arum andeles tiuntem.

ARIAL – BOLD ITALIC / VELIKOST 11/14 BODŮ

Temporen dustorum sim ilitem sin reius, quia dignatur rem idusdaest, cusandent ullame velitiis dit pelitestrum aperibus atibus et repersp ientius eum sed ut alibUSD animini tibusda volorepti nusdae vitiosa nonsequae lati ut et od enihiciisque corrovi tateserum quaes evenit officimod quasperum quati tet quaes adis ipsaped quam, ipsus rectoria voluptatum arum andeles tiuntem.



definice barev jmk

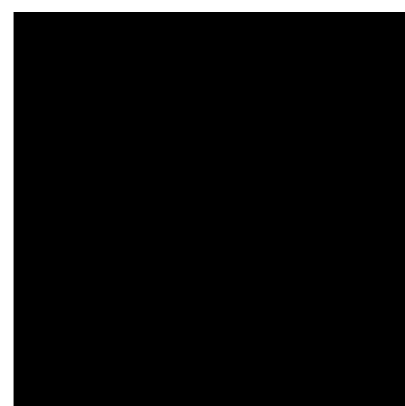


Pantone Blue 2728C
CMYK 95/70/0/0
RGB 29/52/254
web #1d34fe



Pantone 1787C
CMYK 0/87/60/0
RGB 251/82/113
web #fb5271

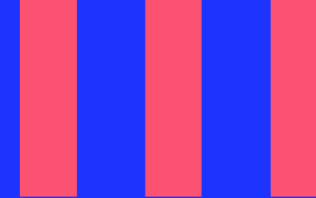
Základní barevné provedení logotypu napomáhá odlišnosti, zapamatovatelnosti a hravosti. Uspadňuje identifikaci a dodává logotypu osobitý, moderní charakter, zároveň se však odkazuje na kulturní tradici Jihomoravského kraje. V layoutu jsou zastoupeny 2 hlavní barvy: modrá a purpurová.



Pantone Black
CMYK 0/0/0/100
RGB 0/0/0
web #000000



Pantone Cool Gray 10 C
CMYK 0/0/0/75
RGB 100/101/105
web #636363



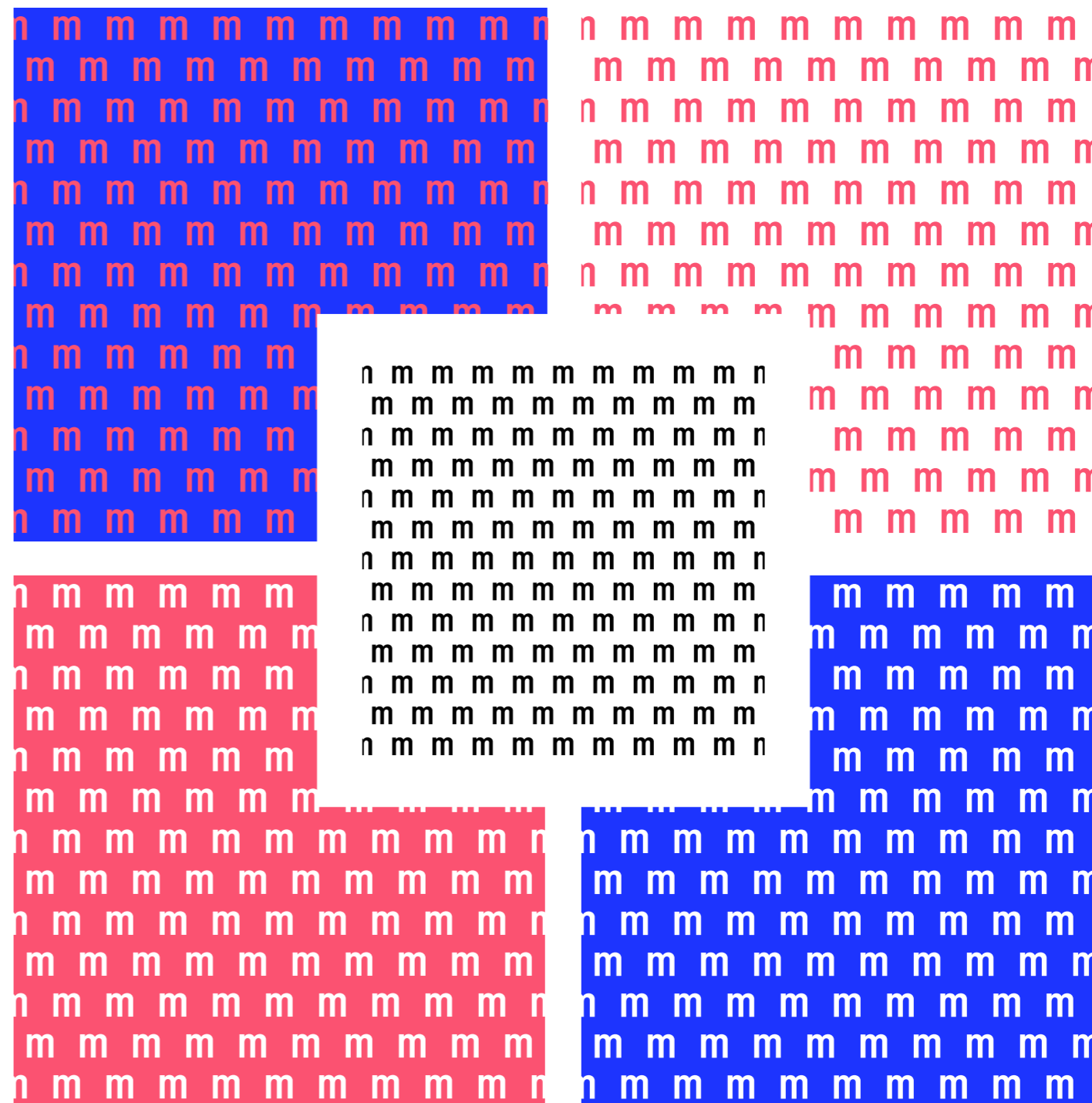
doplňkové prvky
piktogramy

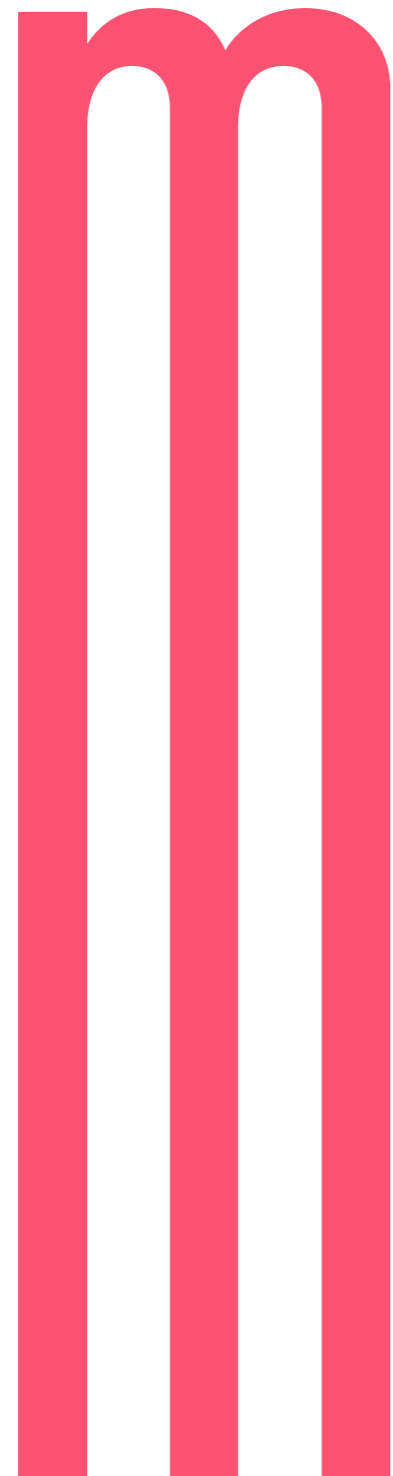
/74
/78

vizuální styl jmk

m

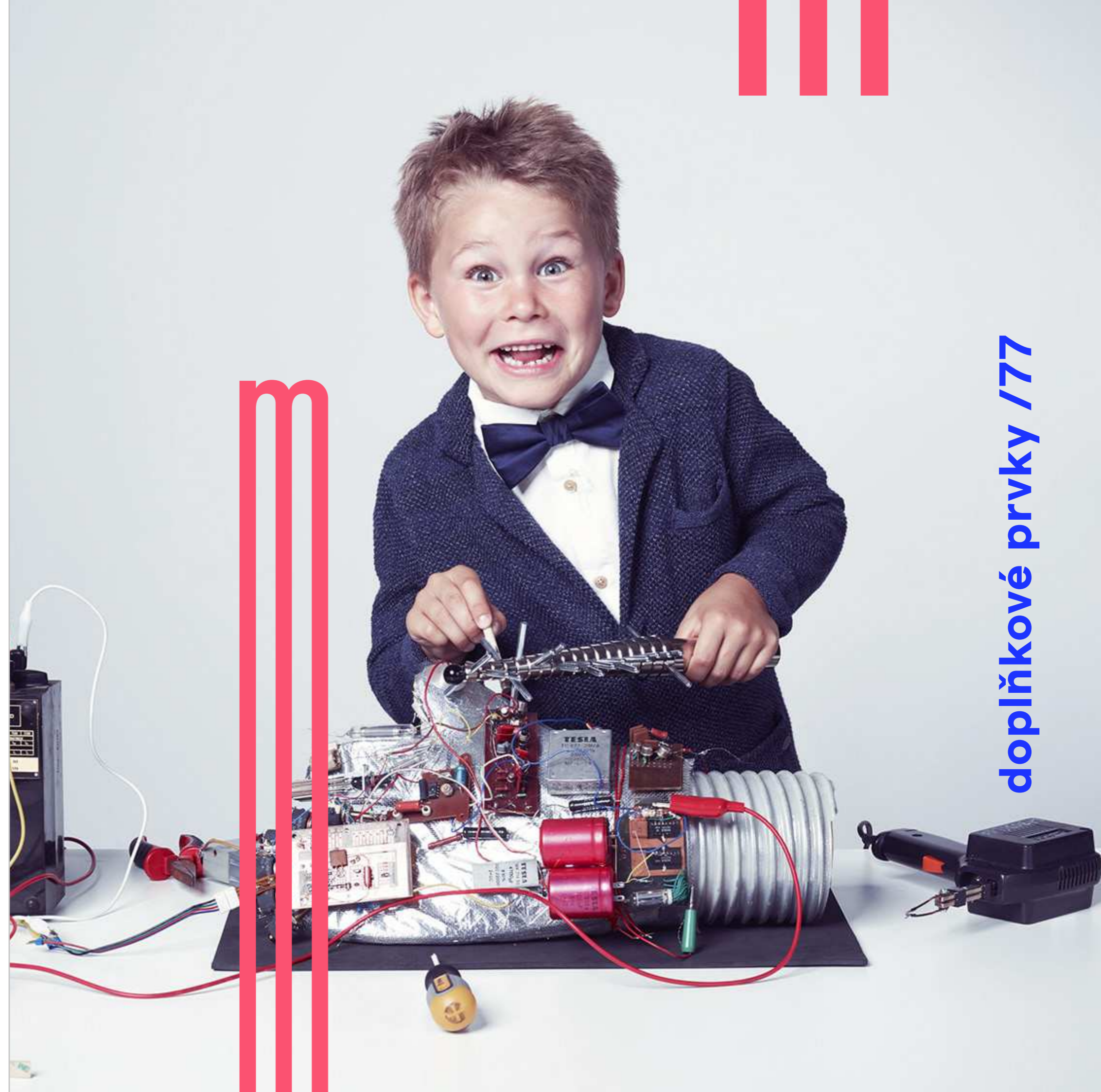
Doplňujícím grafickým prvkem v laoyutu je symbol písmene **m**. Můžeme jej použít samostatně i v podobě patternu či si s ním typograficky hrát. Fantazii se meze nekladou.

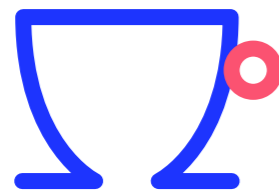
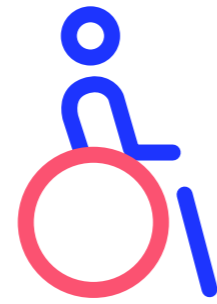
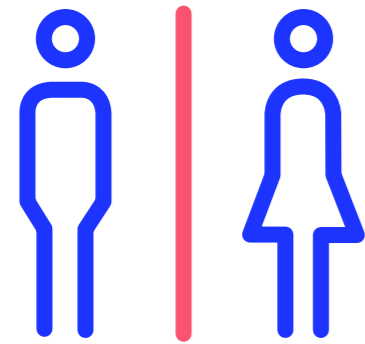




Doplňkový, prodloužený symbol písmene **m** musíme vždy protahovat do spadu formátu či image fotografie. V layoutu jej můžeme umístit libovolně.

Doplňujícím grafickým prvkem v layoutu je symbol písmene **m** v obou variantách (základní i prodloužené). Prodloužený symbol písmene **m** kombinujeme pouze se základní variantou logotypu.





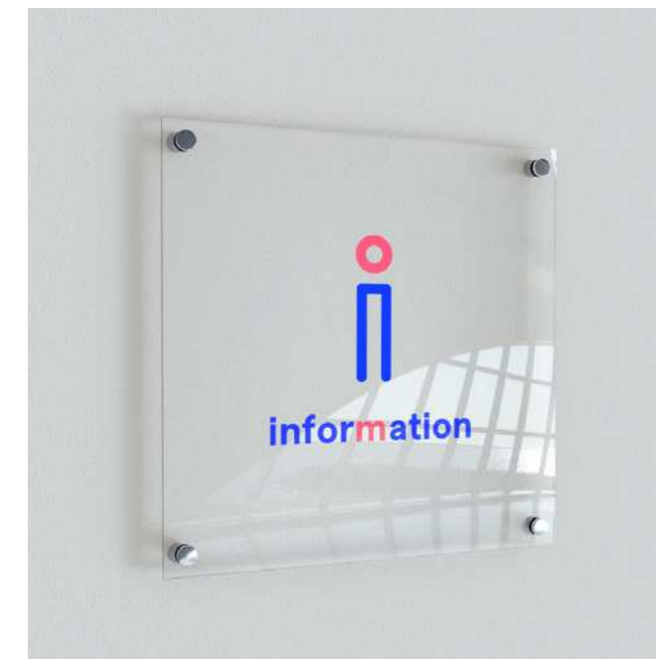
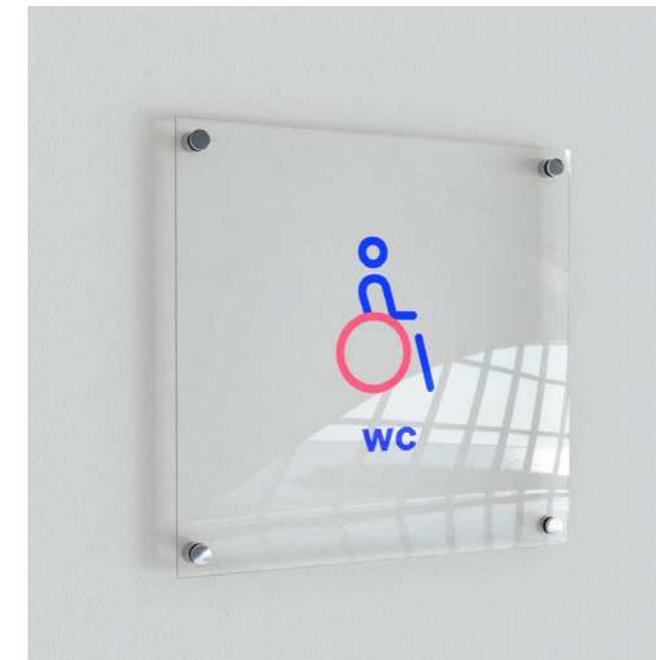
OBSAHOVÝ KLÍČ / Kapitoly

05 Typografie

06 Barevnost

Piktogramy mají široké uplatnění ve vizuální komunikaci v různých oblastech. Znárodňují pojem či obrazové sdělení. Pomáhají nám k velmi rychlé

orientaci. Ukázka grafické podoby stylu navržených piktogramů vycházejících z minimalismu, čitelnosti, hravosti s akcentem barevného prvku z logotypu.



tištěné mate- riály jmk



vizuální styl plakát A4 vizuální styl	/82
plakát A4 akce	/84
vizuální styl pozvánka vizuální styl	/86
billboard, bigboard	/87
vizuální styl clv vizuální styl	/88
roll-up banner	/89
vizuální styl brožura DL	/90
vizuální styl brožura	/92

**OBSAHOVÝ KLÍČ / Kapitoly****03 Logotyp** / Ochranná zóna / Rozměrová řada**05 Typografie****06 Barevnost****07 Vizuální styl jmk**

Image komunikace prostřednictvím plakátů může být velice variabilní a hravá. JMK proto nepoužívá striktně daná pravidla pro tvorbu jejich layoutu. Zde uvedený příklad má inspirativní charakter. Při tvorbě layoutu je však nutné dodržovat grafická pravidla (logotyp a jeho náležitosti, barevnost, velikost, ochrannou zónu, styl fotografií dle zaměření



kampaně, typografii, podkladové plochy atd.) uvedená v jednotlivých kapitolách. Konkrétní výstupy tak musí ctít zásadu minimalistického provedení, základní barevnost a použití výrazného grafického prvku písmene **m**.

Největší důraz klademe na výběr fotografie dle specifické kampaně. Použité foto musí mít pozitivní emoční výraz a využívat spíše spektrum teplých barev než chladných.

Nedílnou součástí je krátký image claim/slogan, který společně s logotypem a fotografií tvoří její image.



Typografické zpracování bez image fotografie vždy doplňuje výrazný grafický symbol písmene **m**.



Je-li v grafickém layoutu použita image fotografie s doprovodným textem, doplníme ji pouze drobným, avšak stále signifikantním prvkem písmene **m**.





Typografické zpracování bez image fotografie vždy doplňuje výrazný prodloužený grafický symbol písmene **m**.



OBSAHOVÝ KLIČ / Kapitoly

03 Logotyp / Ochranná zóna / Rozměrová řada

05 Typografie

06 Barevnost

07 Vizuální styl jmk

Image komunikace prostřednictvím plakátů může být velice variabilní a hravá. JMK proto nepoužívá



sume omni-squuntivoluptatia vel iur.

striktně daná pravidla pro tvorbu jejich layoutu.

Zde uvedený příklad má inspirativní charakter. Při tvorbě layoutu je však nutné dodržovat grafická pravidla (logotyp a jeho náležitosti, barevnost, velikost, ochrannou zónu, styl fotografií dle zaměření kampaně, typografii, podkladové plochy atd.) uvedená v jednotlivých kapitolách. Konkrétní výstupy tak musí ctít zásadu minimalistického provedení,



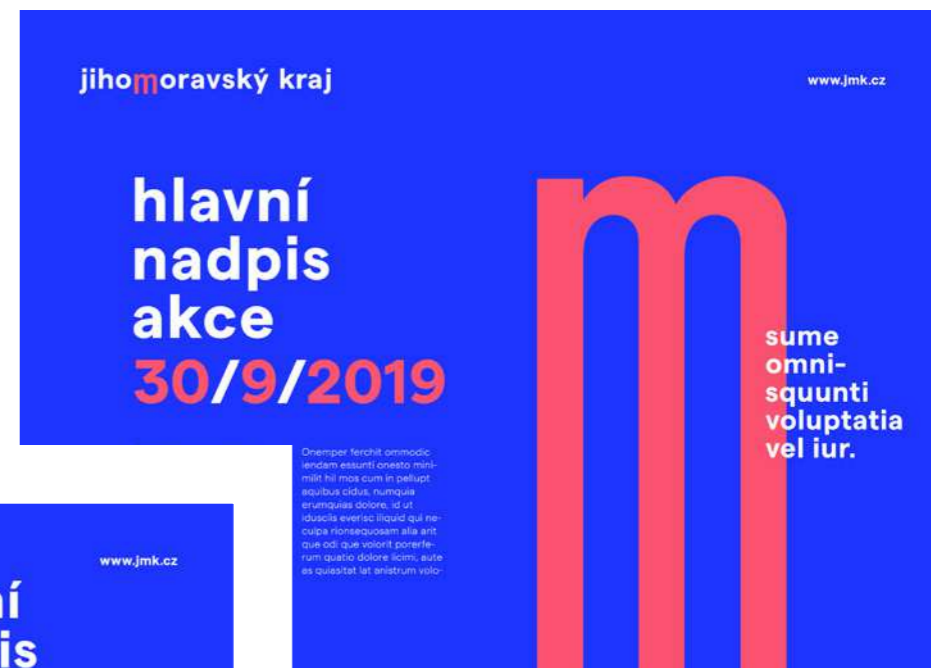
sume omni-squuntivoluptatia vel iur.

základní barevnost a použití výrazného grafického prvku písmene **m**.

Doporučujeme však použít barevný, sytý background, díky kterému bude akce nepřehlédnutelná a výrazná. Výstup doplníme o potřebné informace, brand, popřípadě jej můžeme oživit fotografií, která bude splňovat emoční výraz celé komunikace.



Je-li v grafickém layoutu použita image fotografie s doprovodným textem, doplníme ji pouze drobným signifikantním prvkem písmene **m**.





Dalším doprovodným
prvkem je pattern
z písmene **m**.

vizuální styl pozvánka /86

OBSAHOVÝ KLÍČ / Kapitoly

03 Logotyp / Ochranná zóna / Rozměrová řada

05 Typografie

06 Barevnost

07 Vizuální styl jmk

Minimalistické provedení. Základní barevnost.
Výrazný grafický prvek **m**.



Grafické podklady
připravujeme v měřít-
ku 1:10 / 300 dpi.

vizuální styl billboard, bigboard /87

OBSAHOVÝ KLÍČ / Kapitoly

03 Logotyp / Ochranná zóna / Rozměrová řada

05 Typografie

06 Barevnost

07 Vizuální styl jmk

Formát Euro billboard 5 100×2 400 mm.
Formát Bigboard 9 600×3 600 mm.

Billboardy/Bigboardy jsou často odlišného charak-
teru. JMK proto nepoužívá striktně daná pravidla
pro tvorbu jejich layoutu. Zde uvedený příklad má
inspirativní charakter. Při tvorbě layoutu je však
nutné dodržovat grafická pravidla (logotyp a jeho
náležitosti, barevnost, velikost, ochrannou zónu, styl

fotografií dle zaměření kampaně, typografií, podklá-
dové plochy atd.) uvedená v jednotlivých kapitolách.
Hlavním prvkem je celoformátová fotografie re-
spektující pravidla fotografického stylu (zvolíme dle
typu kampaně), kterou doplňujeme o hlavní kompo-
nenty layoutu (logotyp, typografie, headline).

**OBSAHOVÝ KLÍČ / Kapitoly**

03 Logotyp / Ochranná zóna / Rozměrová řada

05 Typografie

06 Barevnost

07 Vizualní styl jmk

CLV jsou často odlišného charakteru. JMK proto nepoužívá striktně daná pravidla pro tvorbu jejich layoutu. Zde uvedený příklad má inspirativní charakter. Při tvorbě layoutu je však nutné dodržovat

grafická pravidla (logotyp a jeho náležitosti, barevnost, velikost, ochrannou zónu, styl fotografií dle zaměření kampaně, typografii, podkladové plochy atd.) uvedená v jednotlivých kapitolách.

vizuální styl clv /88



Logotyp aplikujeme vždy do vrchní části formátu. Střední část je vyhrazena pro hlavní sdělení (slogan, claim). Snažíme se především o přehlednost, proto s textem raději šetříme. Ve spodní části komunikujeme emoční linii pomocí tematické fotografie.

**OBSAHOVÝ KLÍČ / Kapitoly**

03 Logotyp / Ochranná zóna / Rozměrová řada

05 Typografie

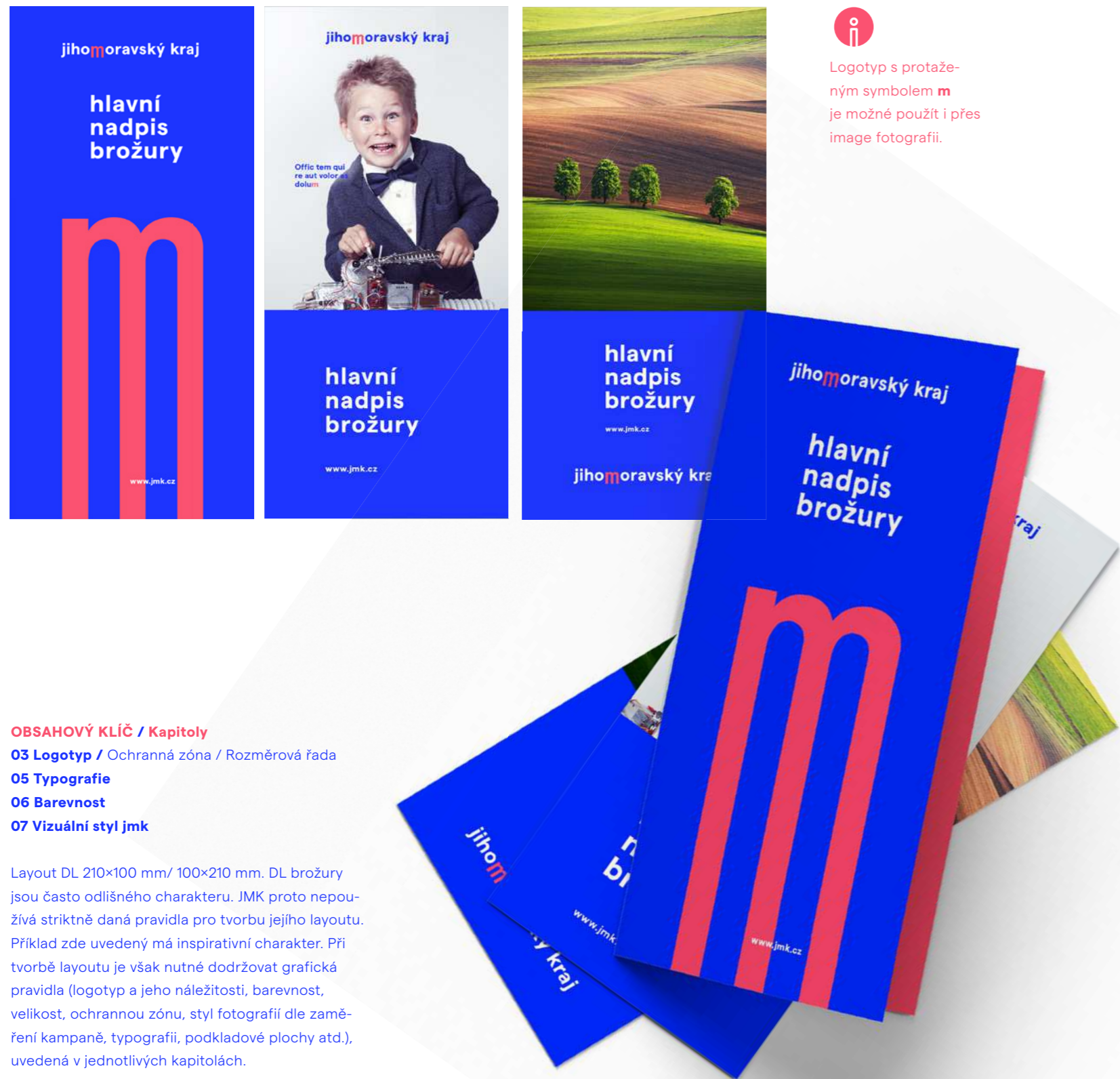
06 Barevnost

07 Vizualní styl jmk

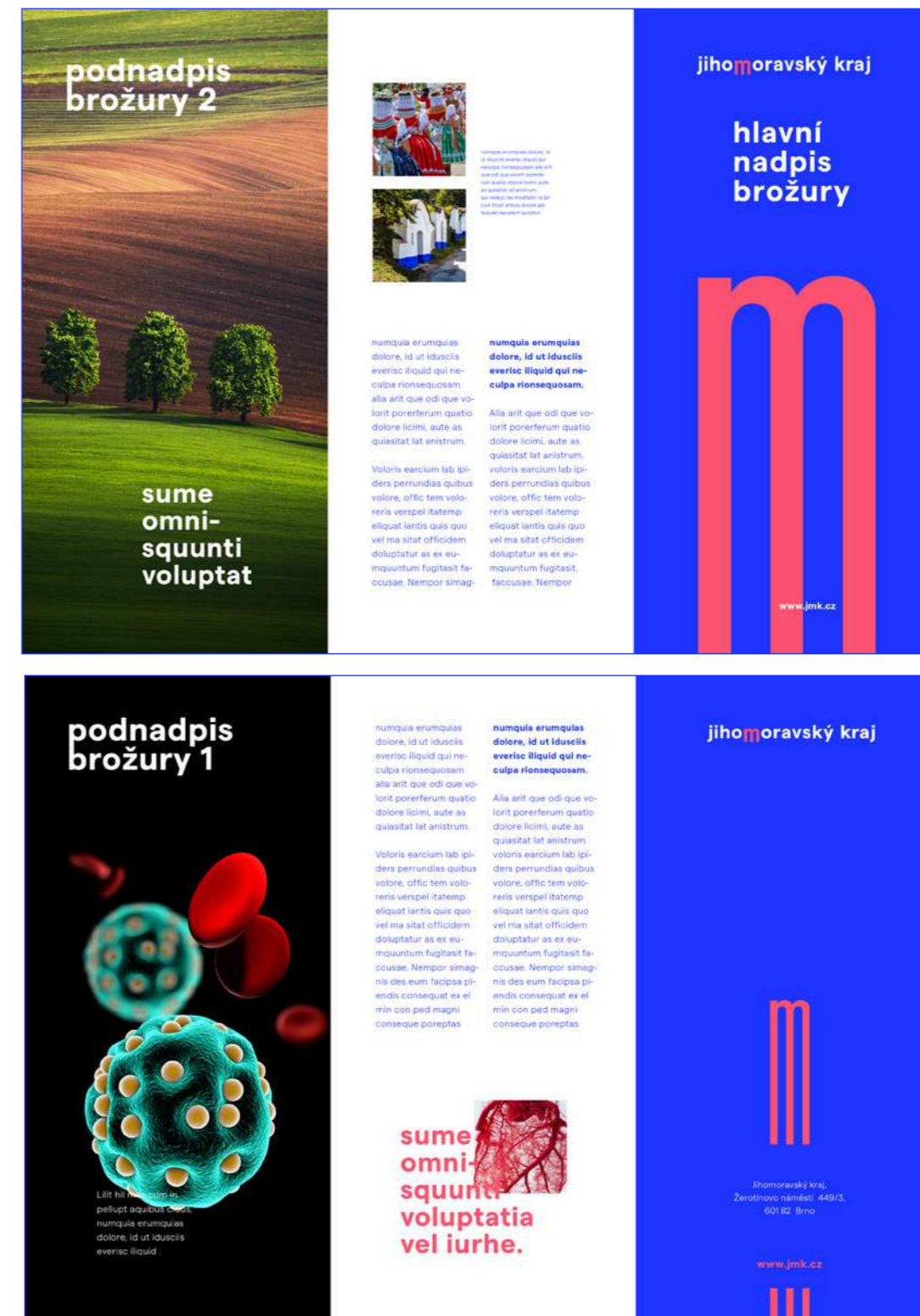
Roll-upy jsou často odlišného charakteru. JMK proto nepoužívá striktně daná pravidla pro tvorbu jejich layoutu. Zde uvedený příklad má inspirativní charakter. Při tvorbě layoutu je však nutné dodržovat

grafická pravidla (logotyp a jeho náležitosti, barevnost, velikost, ochrannou zónu, styl fotografií dle zaměření kampaně, typografii, podkladové plochy atd.) uvedená v jednotlivých kapitolách.

vizuální styl roll-up banner /89



titulní strana brožury DL /90



vnitřní strana brožury DL /91

**OBSAHOVÝ KLÍČ / Kapitoly**

03 Logotyp / Ochranná zóna / Rozměrová řada

05 Typografie

06 Barevnost

07 Vizuální styl jmk

Layout čtvercového formátu 210×210 mm.

Brožury jsou často odlišného charakteru. JMK proto nepoužívá striktně daná pravidla pro tvorbu jejich layoutu. Zde uvedený příklad má inspirativní charakter. Při tvorbě

layoutu je však nutné dodržovat grafická pravidla (logotyp a jeho náležitosti, barevnost, velikost, ochranná zóna, styl fotografií dle zaměření kampaně, typografii, podkladové plochy atd.) uvedená v jednotlivých kapitolách.

titulní strana brožury /92



vnitřní strana brožury /93

merkantilní tiskoviny

jmk

dopisní papír A4	/96
tisková zpráva A4	/98
dopisní obálky DL, C5	/100
vizitky	/106
jmenovky zaměstnanci	/108
jmenovky na stůl	/109
jmenovky návštěvy	/110
samolepky	/111
vizuální styl	
prezentační slohy	/114
vizuální styl	
prezentační slohy VIP	/115
poznámkový blok	/116
informační cedule	/119
výškové panely	/120
šířkové panely	/121
hlavička periodik	/122
označení hranic regionu	/123
informační cedule	/124
vlajky	/125

**OBSAHOVÝ KLÍČ / Kapitoly****03 Logotyp /**

Ochranná zóna / Rozměrová řada

05 Typografie

Formát dopisního papíru A4 210 x 297 mm.

06 Barevnost

Minimalistické provedení. Základní barevnost.

jihomoravský krajVážený pan
Jméno Příjmení
Adresa
PSČ Město

Brno 1. prosince 2018

Vážený pane,

opta comnim quodiciet ut ent magnias quo et labo. Xerro cus mo omnit, suntinv eresci aspedita dolorib usapis sandit dollanda peria plabor as evenis distium ne verum sinis el enduntiasi alictotatem aspella borepre voluptaquam, odis sequi sum volendunt incit remporerio. Itatius aliquam et facereici tem fugitam de dem et invendae rem hilia quiscienda volo tem eatiore quam ut optates excepel ecullist eat imo omnis quatur sitio ventur, atur rerunt.

To illuptatist laut alique nullupt aturem fuga. Archiciati blab illabore nia valoribus maio beaque posae vent et quae nimus, sendia invel est, si seque et eat volut eum dent. Pítat vit atiatqui blaborum et que volest, nia quam, amendis ime porest ommoditium se aspel eatios nihitenihil imusa sed qui apis asi conse qui reperit, tem repudam vernati ut ex evenis ditatur ectenis itibusa et faciunt.

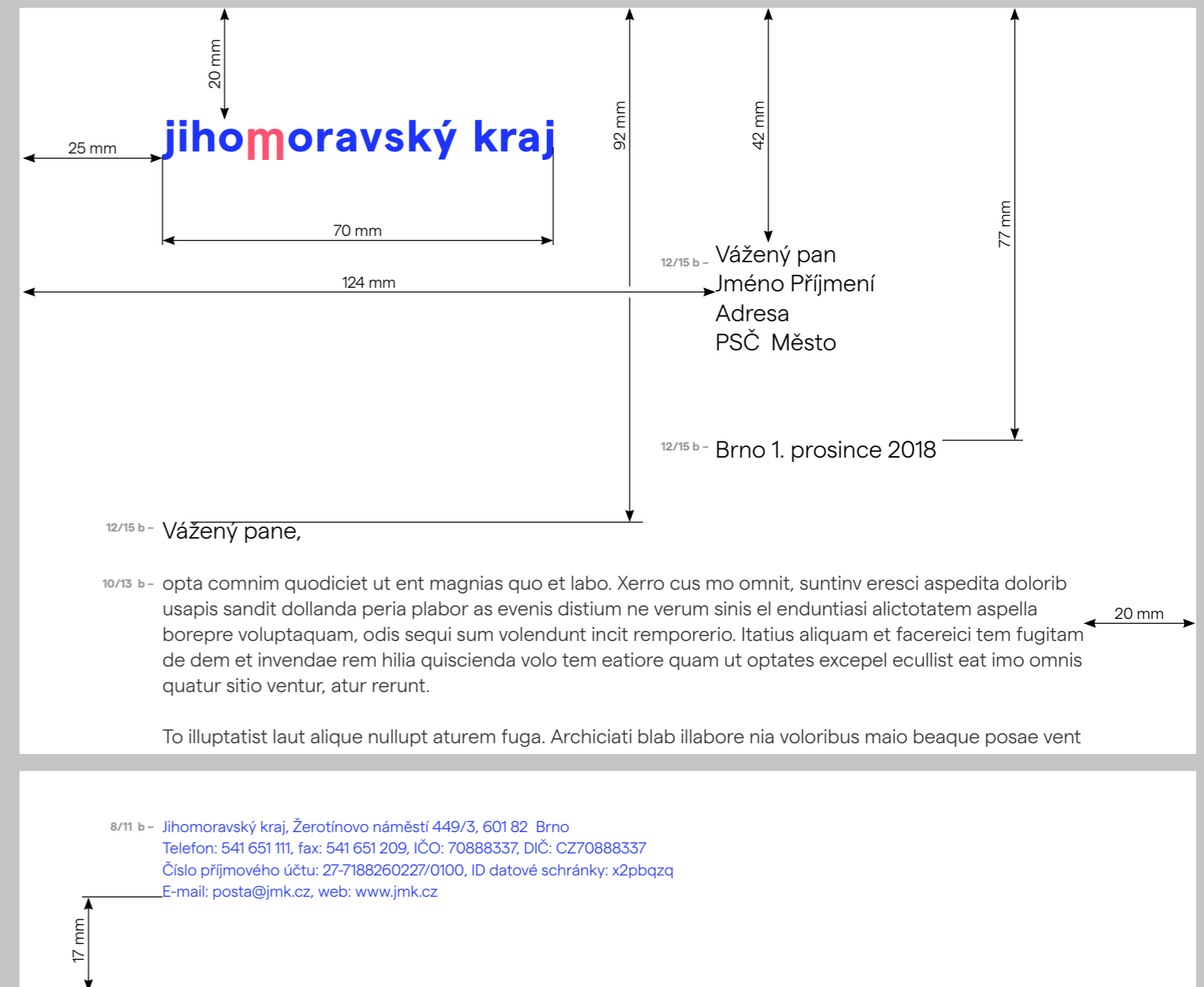
Cabor rem vit latquiae nus animaxi magninibus velectest el escium accum que consequiam nat. Ture, idestota eos mos volorecat pa sandae vollaute landam faccusdaerum invel invenis ut perumet incienihil mos nones modis pelluptat qui del ex esci con ent. Alique animpor ab idelitat unto ipisist eaquiae laut inist excerios accus et inum natur sum alisto optatusandae venducipsum faccatur mi, int dem ilique ma cus.

Borro et esenita tionecum re sequo consequi sequam lab idis ea apienimus molori volupta velic tem con praectur rectet earum harum sapedic tenditatio optur accatendi beratiatie pro voloreped mod.

Volorum que endit quodis rerspel llatibusanit pressit aut hariat que ne volore laudiam in pration sequamet aut quidunto dolupta tessitatque ommolenisci tem quae volorem non resti repel solupta temporuptis dolorion corum quam volupta volora volum is adapienis de corum quis aut fugitus volor aut earum fuga. Aquis samus, ilias neseris ex et ratia dolorit lab incis explab id que eumque exped quatur, volupta tureptatem ipient erum sima volupid quo inis dellita dolorio nectota nem vel ea illitatiunt as.

Jméno Příjmení
Funkce na úřadě

Jihomoravský kraj, Žerotínovo náměstí 449/3, 601 82 Brno
Telefon: 541 651 111, fax: 541 651 209, IČO: 70888337, DIČ: CZ70888337
Číslo příjmového účtu: 27-7188260227/0100, ID datové schránky: x2pbqzq
E-mail: posta@jmk.cz, web: www.jmk.cz



Detail popisku a rozkres použití logotypu na dopisním papíru.

jihomoravský kraj

NÁZEV TISKOVÉ ZPRÁVY

Opta comnīm quodiciet ut ent magnias quo et labo. Xerro cus mo omnit, suntinv eresci aspedita dolorib usapis sandit dollanda peria plabor as evenis distium ne verum sinis el enduntiasī alictotatem aspella borepre voluptaquam, odis sequi sum volendunt incit remporerio. Itatius aliquam et facereici tem fugitam de dem et invendae rem hilia quiscienda volo tem eatiore quam ut optates excepel ecullist eat imo omnis quatur sitio ventur, atur rerunt.

To illuptatist laut aliqne nullupt aturem fuga. Archiciati blab illabore nia valoribus maio beaque posae vent et quae nimus, sendia invel est, si seque et eat volut eum dent. Pitat vit atiatqui blaborum et que volest, nia quam, amendis ime porest ommoditium se aspel eatios nihi-tenihil imusa sed qui apis asi conse aturem qui reperit, tem repudam vernati ut ex evenis ditatur ectenis itibusa et faciunt.

Cabor rem vit latquiae nus animaxi magniminus velectest el escium accum que consequiam nat. Ture, idestota eos mos volorecat pa sandae vollautet landam faccusdaerum invel invenis ut perumet incienihil mos nones modis pelluptat qui del ex esci con ent. Alique animpor ab idelitat unto ipisit eaquiae laut inist excerios accus et inum natur sum alisto optatusandae venducipsum faccatur mi, int dem ilique ma cus.

Borro et esenita tionezum re sequo consequi sequam lab idis ea apienimus molori volupta velic tem con praectu rectet earum harum sapedic tenditatio optur accatendi beratiare pro voloreped mod.

Volorum que endit quodis rerspel liatibusanit pressit aut hariat que ne volore laudiam in pration sequamet aut quidunto dolupta tessitatque ommolenisci tem quae volorem non resti repeles equidis am, solupta temporuptis dolorion corum quam volupta vollora volum is adapienis de corum dolo vid mo optas quis aut fugitius volor aut earum fuga. Aquis samus, ilias neseris ex et ratia dolorit iandiat eceatestia pe lab incis explab id que eumque exped quatur, volupta tureptatem ipient erum estist et, cum nos si omni-sima volupid quo inis dellita dolorio nectota nem vel ea illatiunt as.

Jméno Příjmení
Funkce na úřadě

Jihomoravský kraj, Žerotínovo náměstí 449/3, 601 82 Brno
Kontakt pro média:
Telefon: +420 604 309 711
E-mail: brindzakova.monika@kr-jihomoravsky.cz

OBSAHOVÝ KLÍČ / Kapitoly

03 Logotyp /

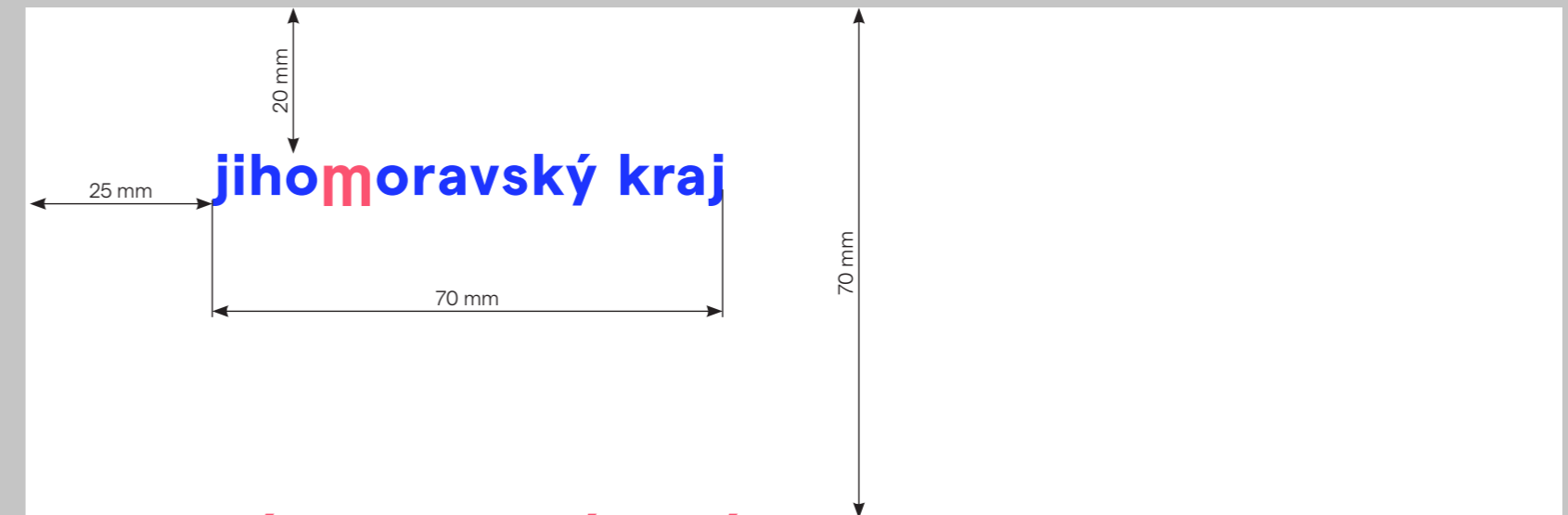
Ochranná zóna / Rozměrová řada

05 Typografie

Formát tiskové zprávy A4 210 x 297 mm.

06 Barevnost

Minimalistické provedení. Základní barevnost.



20/23 b - NÁZEV TISKOVÉ ZPRÁVY

10/13 b - Opta comnīm quodiciet ut ent magnias quo et labo. Xerro cus mo omnit, suntinv eresci aspedita dolorib usapis sandit dollanda peria plabor as evenis distium ne verum sinis el enduntiasī alictotatem aspella borepre voluptaquam, odis sequi sum volendunt incit remporerio. Itatius aliquam et facereici tem fugitam de dem et invendae rem hilia quiscienda volo tem eatiore quam ut optates excepel ecullist eat imo omnis quatur sitio ventur, atur rerunt.

To illuptatist laut aliqne nullupt aturem fuga. Archiciati blab illabore nia valoribus maio beaque posae vent et quae nimus, sendia invel est, si seque et eat volut eum dent. Pitat vit atiatqui blaborum et que volest, nia quam, amendis ime porest ommoditium se aspel eatios nihi-tenihil imusa sed qui apis asi conse aturem qui reperit, tem repudam vernati ut ex evenis ditatur ectenis itibusa et faciunt.

8/11 b - Jihomoravský kraj, Žerotínovo náměstí 449/3, 601 82 Brno
Kontakt pro média:
Telefon: +420 604 309 711
E-mail: brindzakova.monika@kr-jihomoravsky.cz

17 mm

Detail popisku a rozkres použití logotypu na tiskové zprávě.



jihomoravský kraj

jihomoravský kraj

OBSAHOVÝ KLÍČ / Kapitoly**03 Logotyp /**

Ochranná zóna / Rozměrová řada

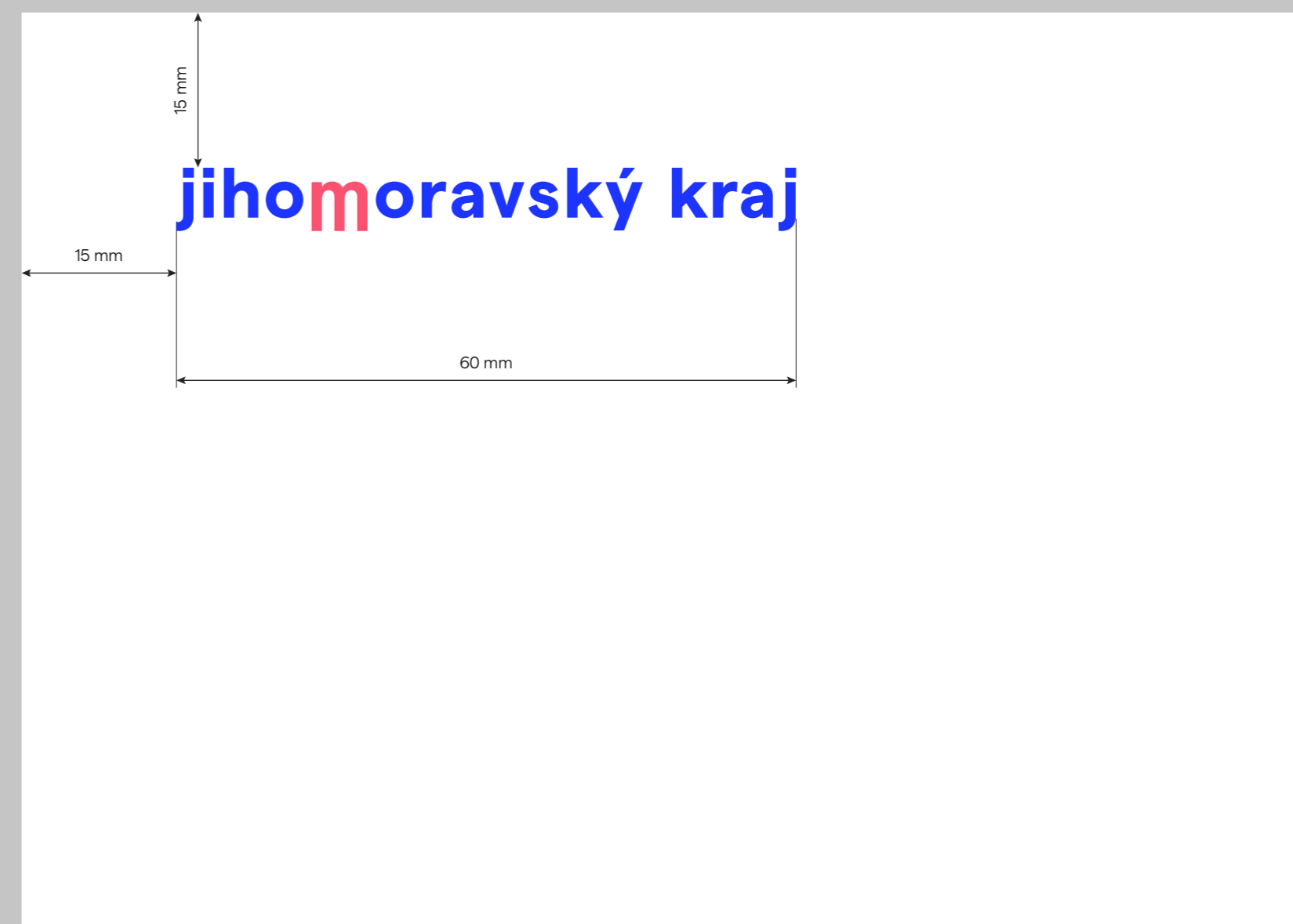
05 Typografie**06 Barevnost**

3 grafické varianty možného rozpracování.

Formát obálky DL 110 x 220 mm.

Formát obálky C5 162×229 mm.

Minimalistické provedení. Základní barevnost.



Detail popisku a rozkres použití logotypu
na dopisních obálkách.

The logo consists of the lowercase letters 'j', 'm', and 'k' in a sans-serif font. The 'j' is blue, the 'm' is red, and the 'k' is blue.The logo consists of the lowercase letters 'j', 'm', and 'k' in a sans-serif font. The 'j' is blue, the 'm' is red, and the 'k' is blue.

OBSAHOVÝ KLÍČ / Kapitoly

03 Logotyp /

Ochranná zóna / Rozměrová řada

05 Typografie

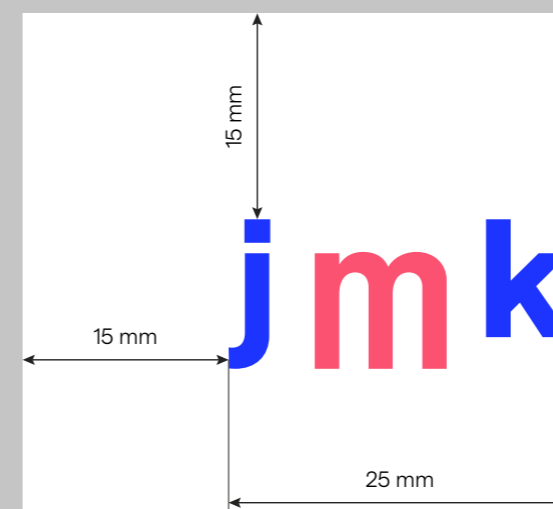
06 Barevnost

Formát obálky DL 110 x 220 mm.

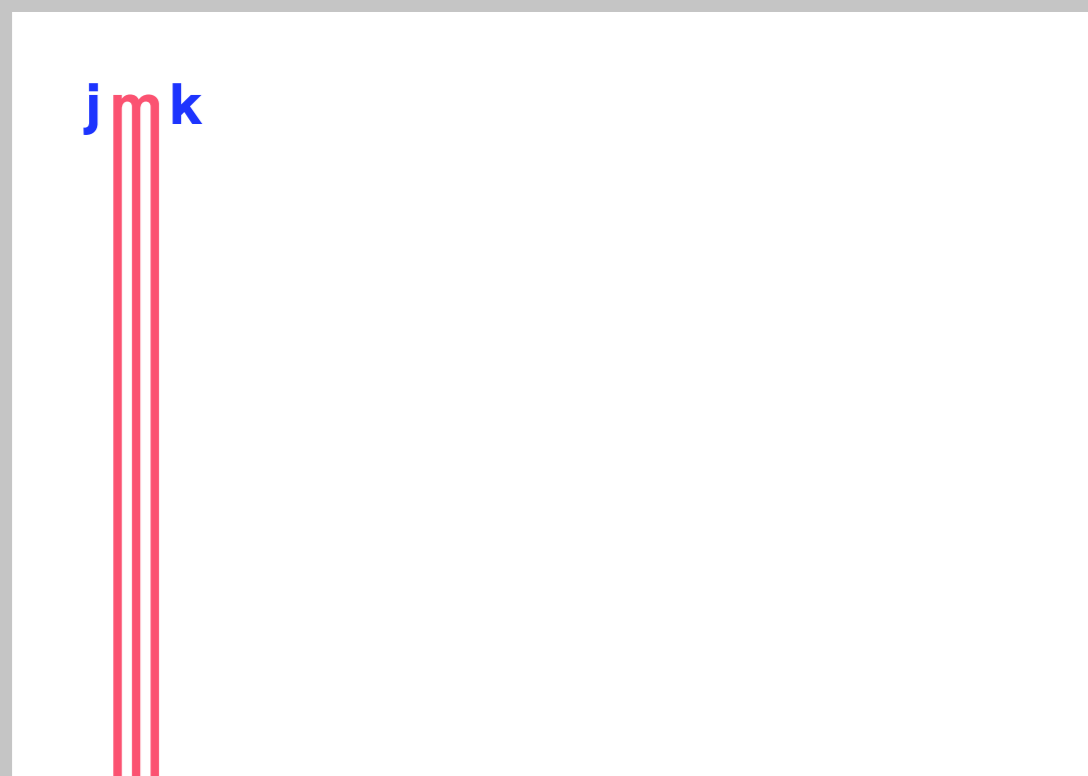
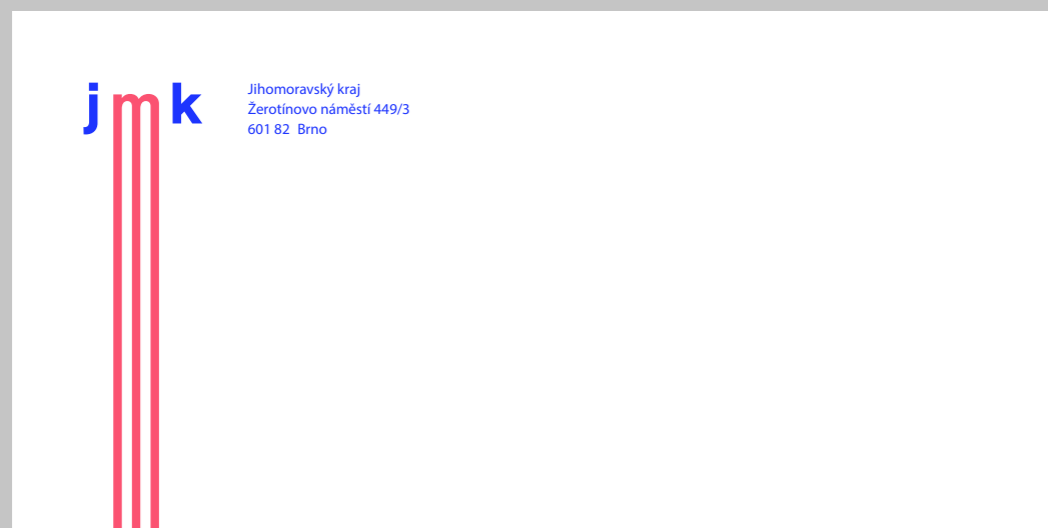
Formát obálky C5 162×229 mm.

Minimalistické provedení.

Základní barevnost.



Detail popisku a rozkres použití logotypu
na dopisních obálkách.

**OBSAHOVÝ KLÍČ / Kapitoly****03 Logotyp /**

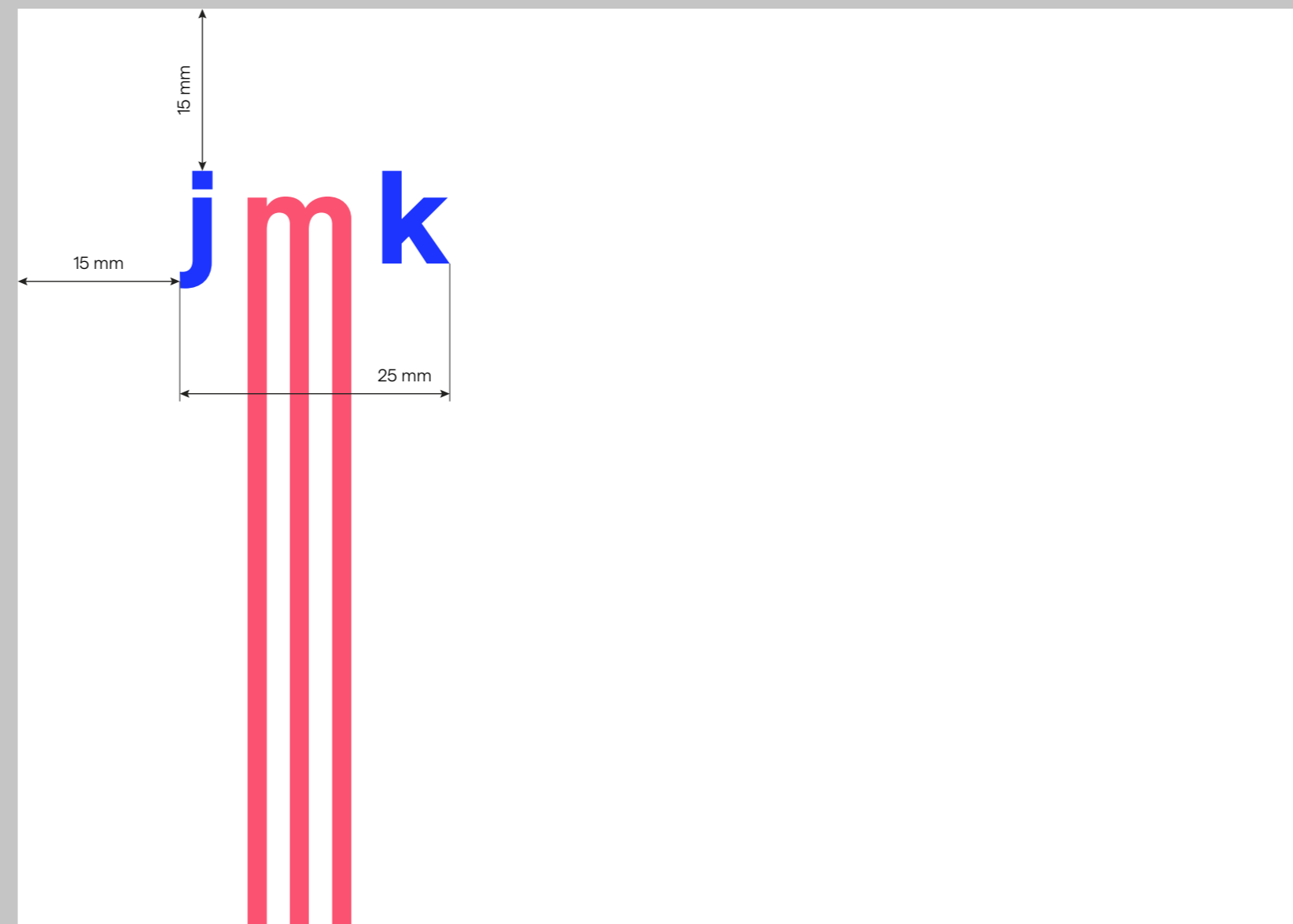
Ochranná zóna / Rozměrová řada

05 Typografie**06 Barevnost**

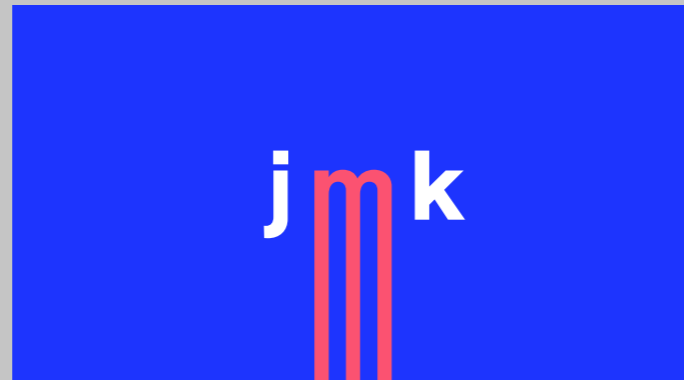
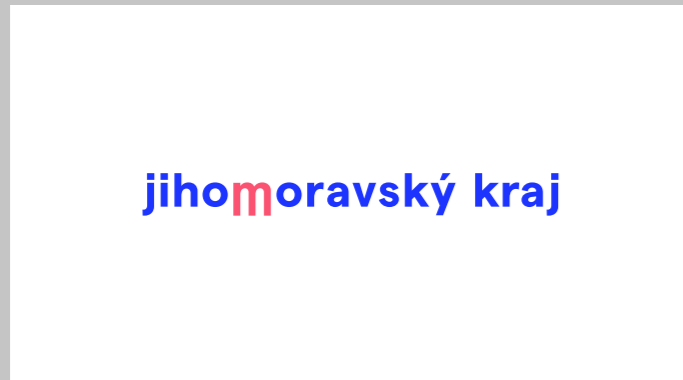
Formát obálky DL 110 x 220 mm.

Formát obálky C5 162x229 mm.

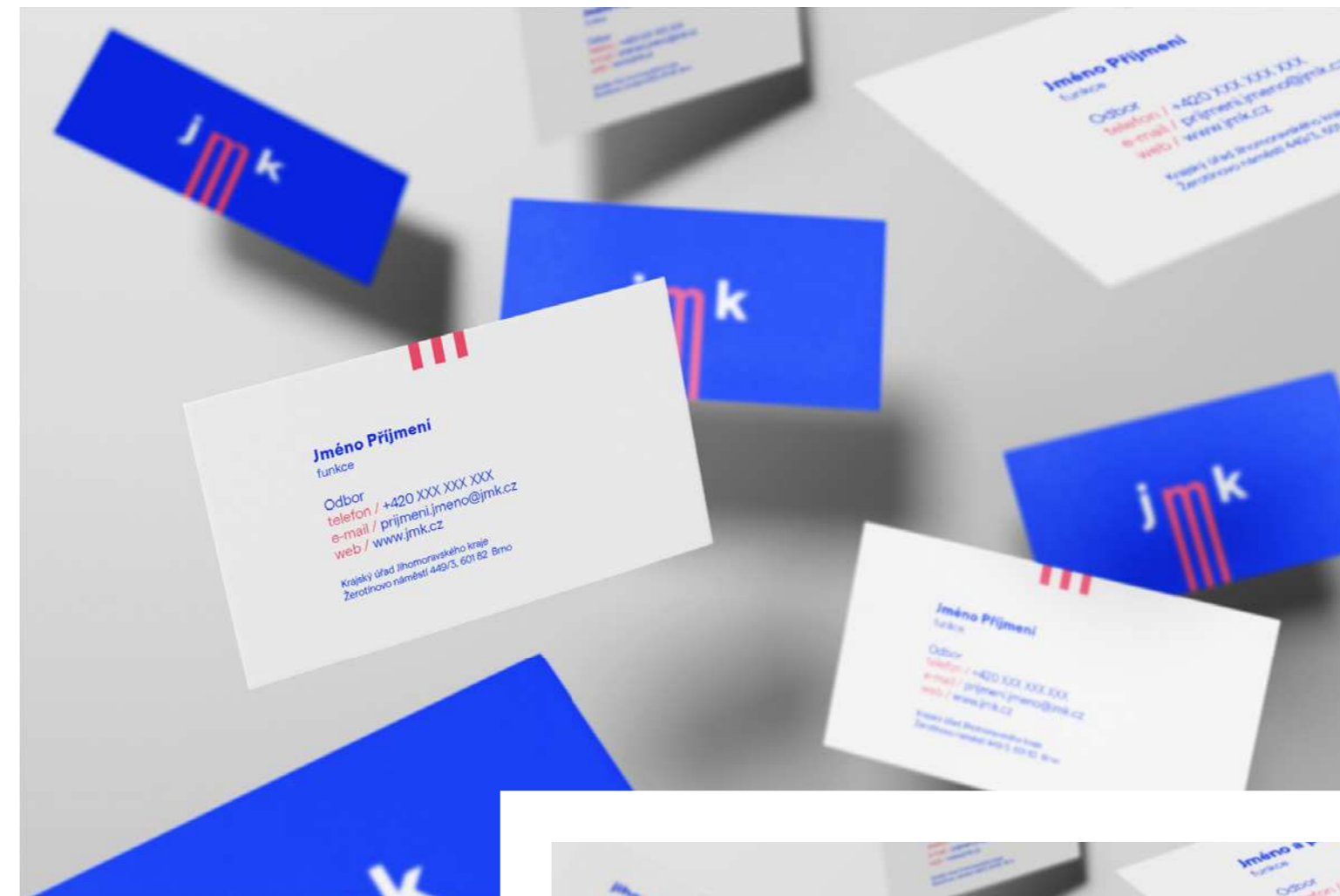
Minimalistické provedení. Základní barevnost.

Výrazný protažený grafický prvek **m** z loga.

Detail popisku a rozkres použití logotypu na dopisních obálkách.



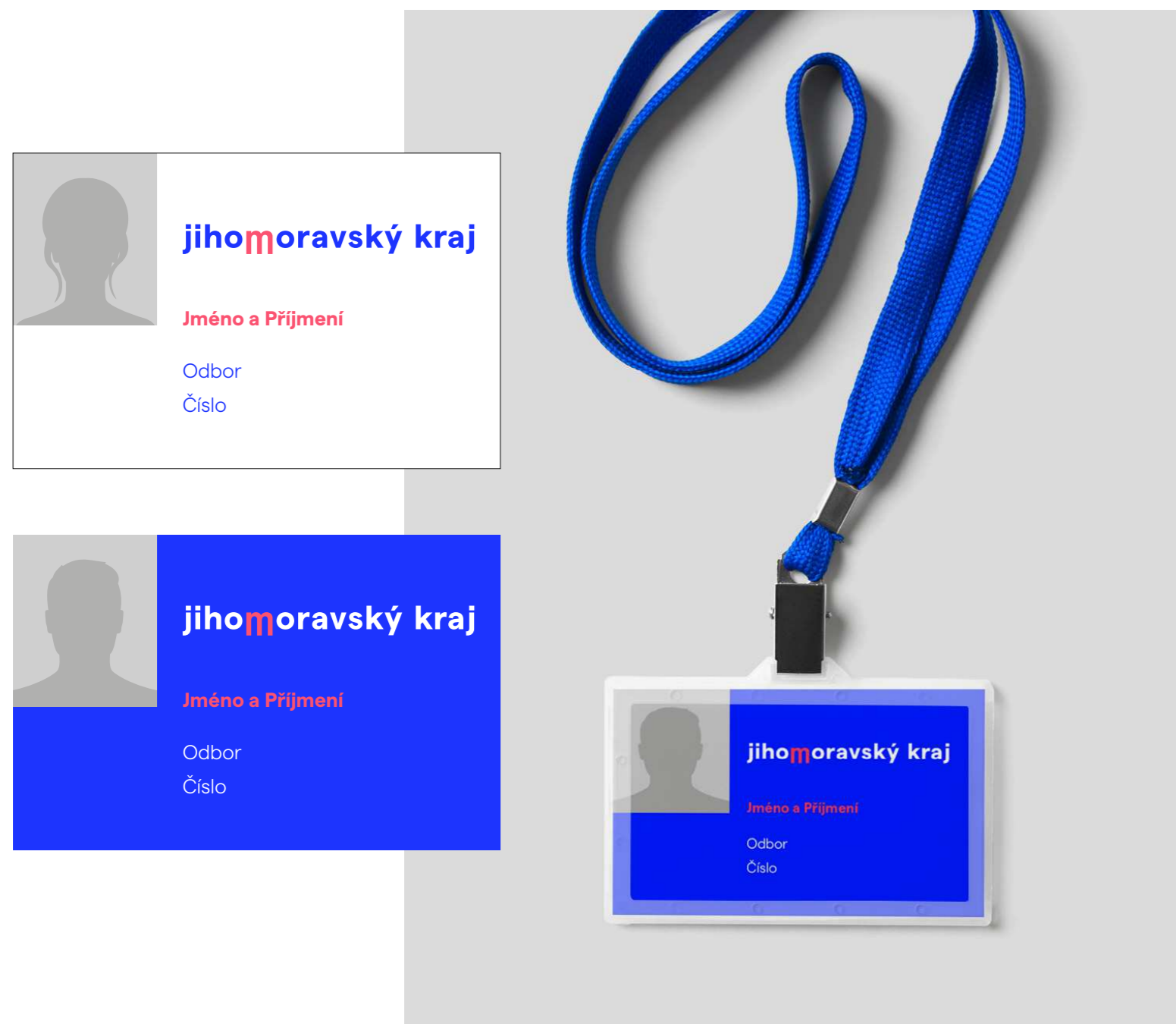
oboustranné vizitky



OBSAHOVÝ KLÍČ / Kapitoly

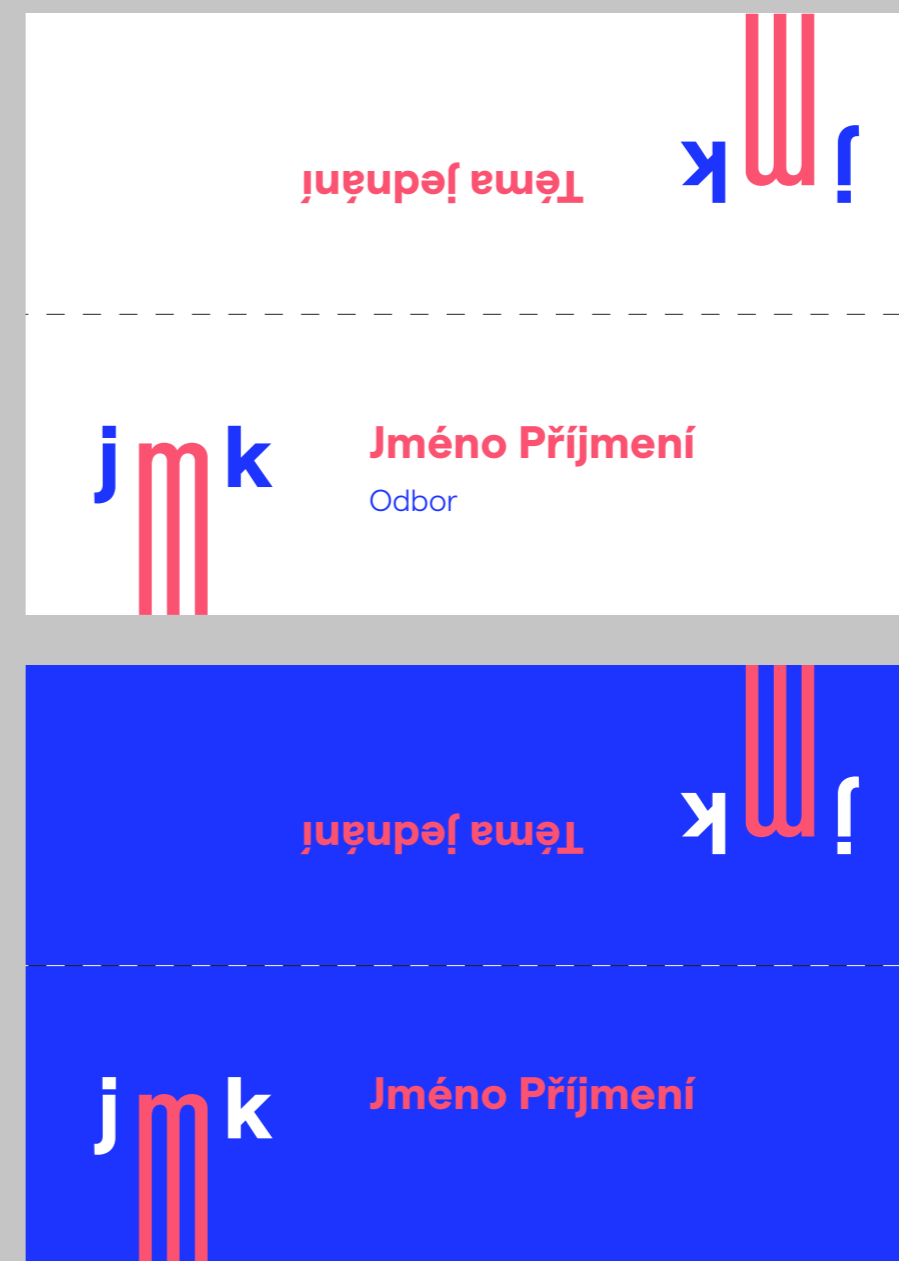
- 03** Logotyp / Ochranná zóna / Rozměrová řada
- 05** Typografie
- 06** Barevnost
- 07** Vizualní styl jmk

Nejpoužívanější formát vizitek 90×50 mm. Můžeme se však setkat s různými atypy (85×54 mm, 85×55 mm) - označovány často jako Euro formáty. Minimalistické provedení. Základní barevnost. Výrazný grafický prvek **m**.

**OBSAHOVÝ KLÍČ / Kapitoly****03 Logotyp** / Ochranná zóna / Rozměrová řada**05 Typografie****06 Barevnost**

Formát jmenovky 85×55 mm. Šířka fotografie 1/4 čistého formátu, výška fotografie 1/2 čistého formátu.
Minimalistické provedení. Základní barevnost.

jmenovky zaměstnanci /108

**OBSAHOVÝ KLÍČ / Kapitoly****03 Logotyp** /

Ochranná zóna / Rozměrová řada

05 Typografie**06 Barevnost**

Formát jmenovky 210×140 mm.
Šrafovaná linka znázorňuje oblast ohybu jmenovky.
Minimalistické provedení. Základní barevnost.

jmenovky na stůl /109



jmenovky návštěvy /110

OBSAHOVÝ KLÍČ / Kapitoly

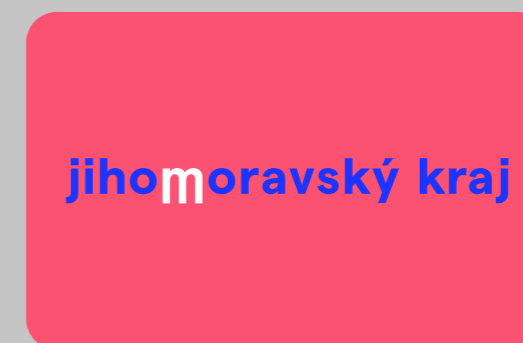
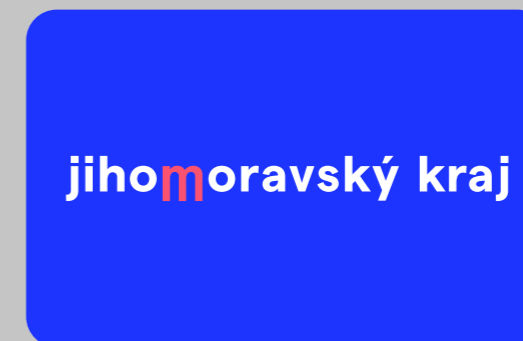
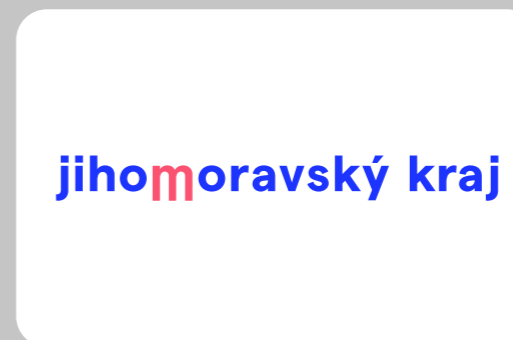
03 Logotyp / Ochranná zóna / Rozměrová řada

05 Typografie

06 Barevnost

Doplňující text umístěn na střed formátu.

Minimalistické provedení. Základní barevnost.



samolepky /111

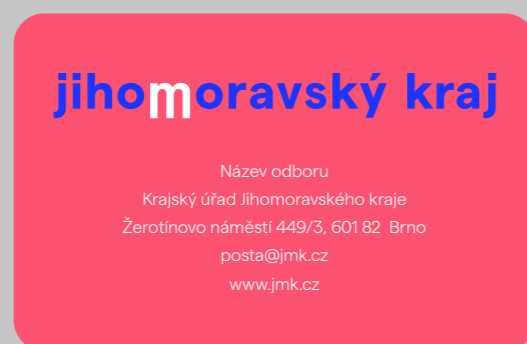
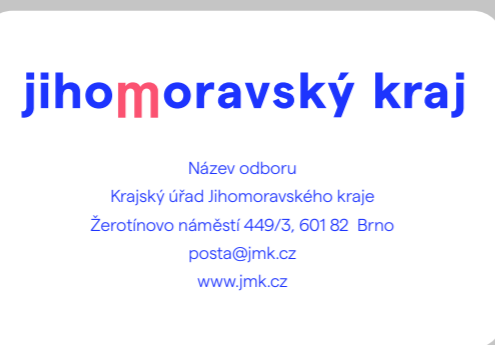
OBSAHOVÝ KLÍČ / Kapitoly

03 Logotyp / Ochranná zóna / Rozměrová řada

06 Barevnost

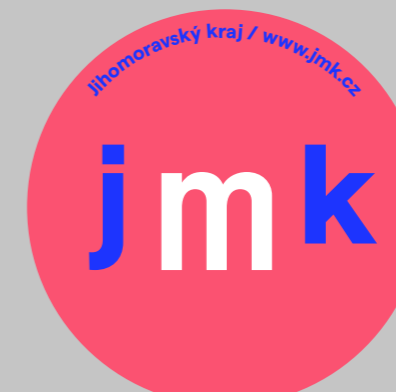
Minimalistické provedení.

Základní barevnost.

**OBSAHOVÝ KLÍČ / Kapitoly****03 Logotyp** / Ochranná zóna / Rozměrová řada**05 Typografie****06 Barevnost**

Doplňující text umístěn na střed.

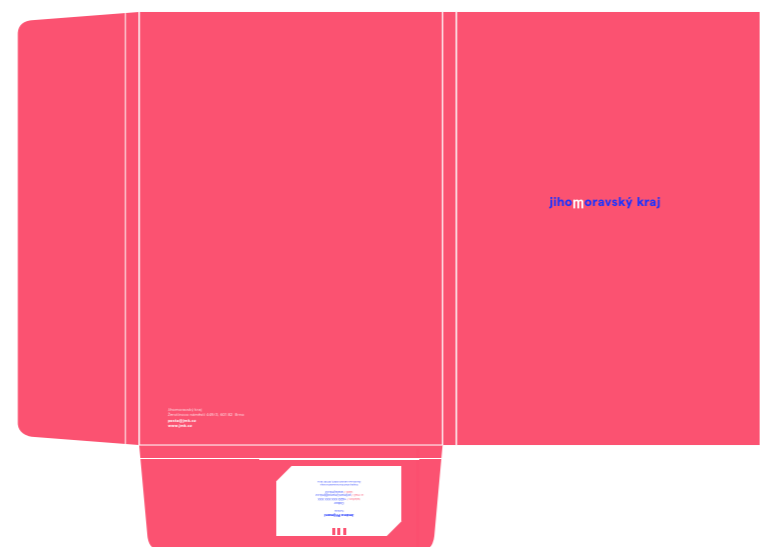
Minimalistické provedení. Základní barevnost.

**OBSAHOVÝ KLÍČ / Kapitoly****03 Logotyp** / Ochranná zóna / Rozměrová řada**05 Typografie****06 Barevnost****07 Vizualní styl jmk**

Doplňující text umístěn k hornímu kraji formátů.

Minimalistické provedení. Výrazný grafický prvek **m**.

Základní barevnost.

**OBSAHOVÝ KLÍČ / Kapitoly**

- 03 Logotyp** / Ochranná zóna / Rozměrová řada
- 05 Typografie**
- 06 Barevnost**

Prezentační slohy.
Výsledný formát A4+ (215×310 mm).
Minimalistické provedení. Základní barevnost.

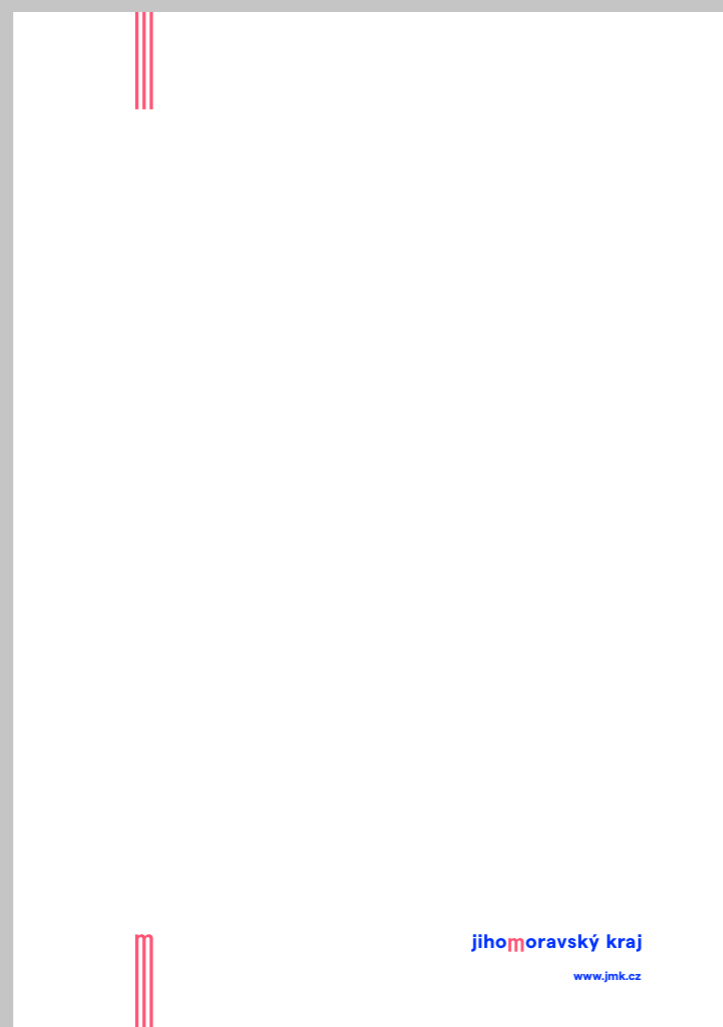
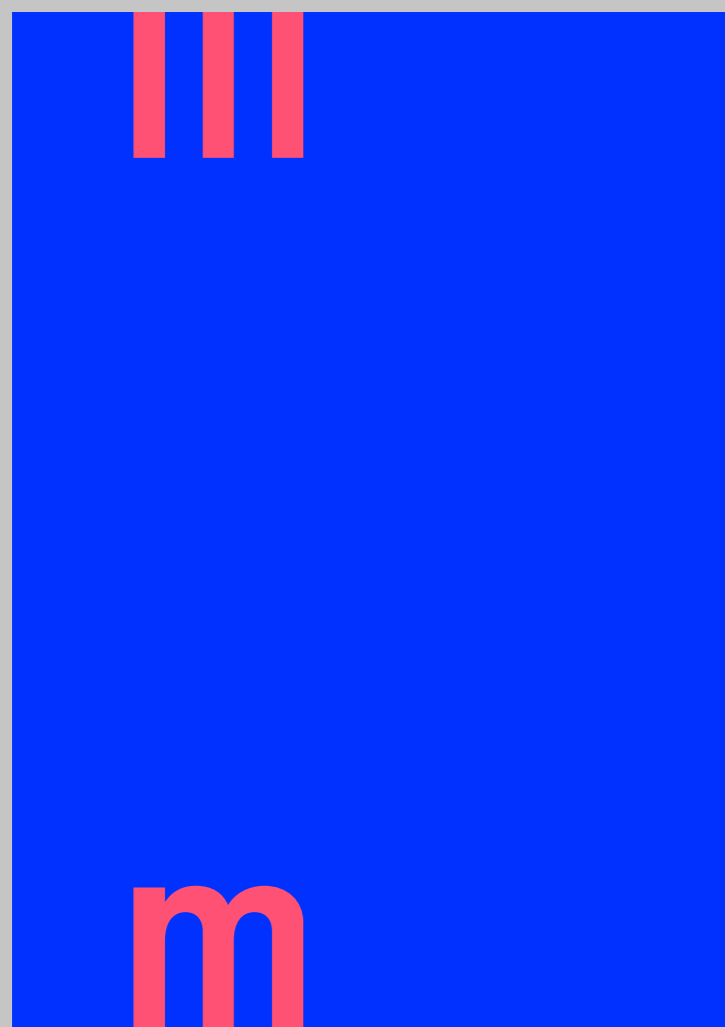
prezentační slohy /114

**OBSAHOVÝ KLÍČ / Kapitoly**

- 03 Logotyp** / Ochranná zóna / Rozměrová řada
- 05 Typografie**
- 06 Barevnost**
- 07 Vizualní styl jmk**

Prezentační slohy.
Výsledný formát A4+ (215×310 mm).
Minimalistické provedení. Základní barevnost.
Výrazný grafický prvek **m**.

prezentační slohy VIP /115



OBSAHOVÝ KLÍČ / Kapitoly

03 Logotyp / Ochranná zóna / Rozměrová řada

05 Typografie

06 Barevnost

07 Vizuální styl jmk

Poznámkový spirálový blok.

Formát A5 (148×210 mm).

Minimalistické provedení. Základní barevnost.

**OBSAHOVÝ KLÍČ / Kapitoly**

03 Logotyp / Ochranná zóna / Rozměrová řada

05 Typografie

06 Barevnost

07 Vizuální styl jmk

Poznámkový trhací blok (ekonomičtější varianta).

Formát A4 (210×297 mm).

Minimalistické provedení. Základní barevnost.

poznámkový blok trhací /118

**OBSAHOVÝ KLÍČ / Kapitoly**

03 Logotyp / Ochranná zóna / Rozměrová řada

05 Typografie

06 Barevnost

07 Vizuální styl jmk

Layout koncipován do 5 rámců pro aplikaci textů (headlinů, subheadlinů) nebo image fotografií. Lze mezi sebou různě kombinovat.

Text zarovnaný na levý praporek. Headliny - základní písmo v řezu bold, doplňující text - základní písmo light.

informační cedule /119

**OBSAHOVÝ KLÍČ / Kapitoly**

03 Logotyp / Ochranná zóna / Rozměrová řada

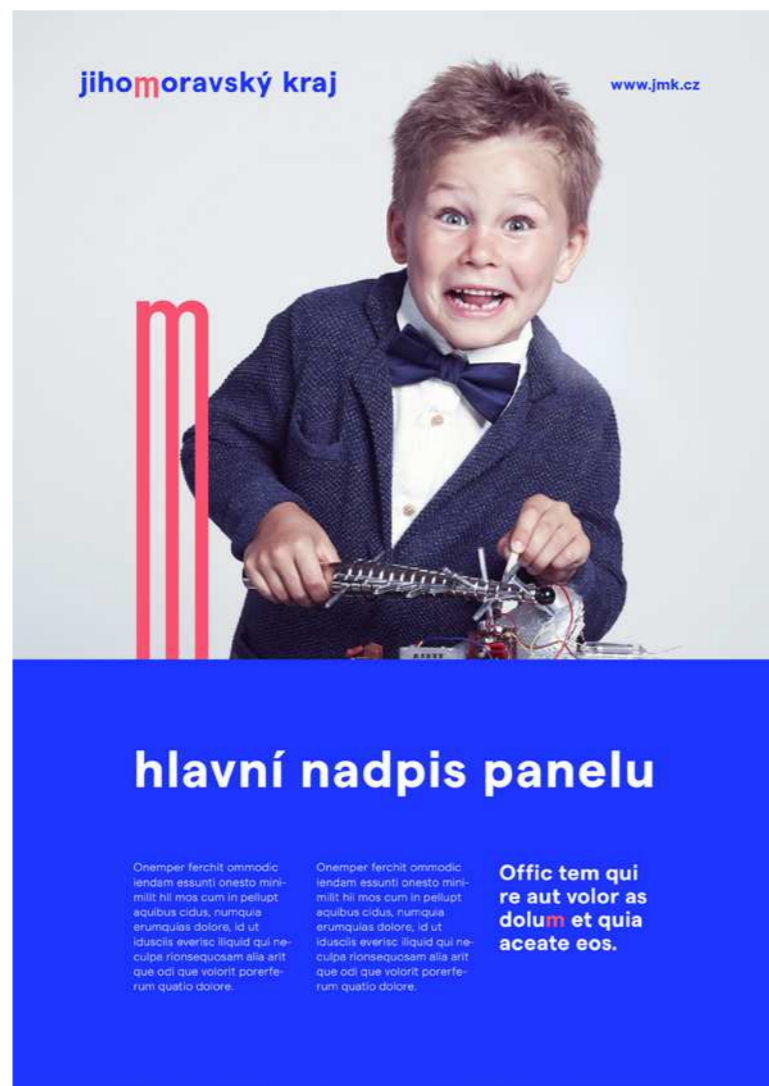
05 Typografie

06 Barevnost

07 Vizuální styl jmk

Layout koncipován do 2 rámců určených pro aplikaci textů (headlinů, subheadlinů) nebo image fotografií. Lze mezi sebou různě kombinovat. Doplňn o grafický prvek písmene **m**.

Text zarovnaný na levý praporek. Headliny – základní písmo v řezu bold, doplňující text – základní písmo light.



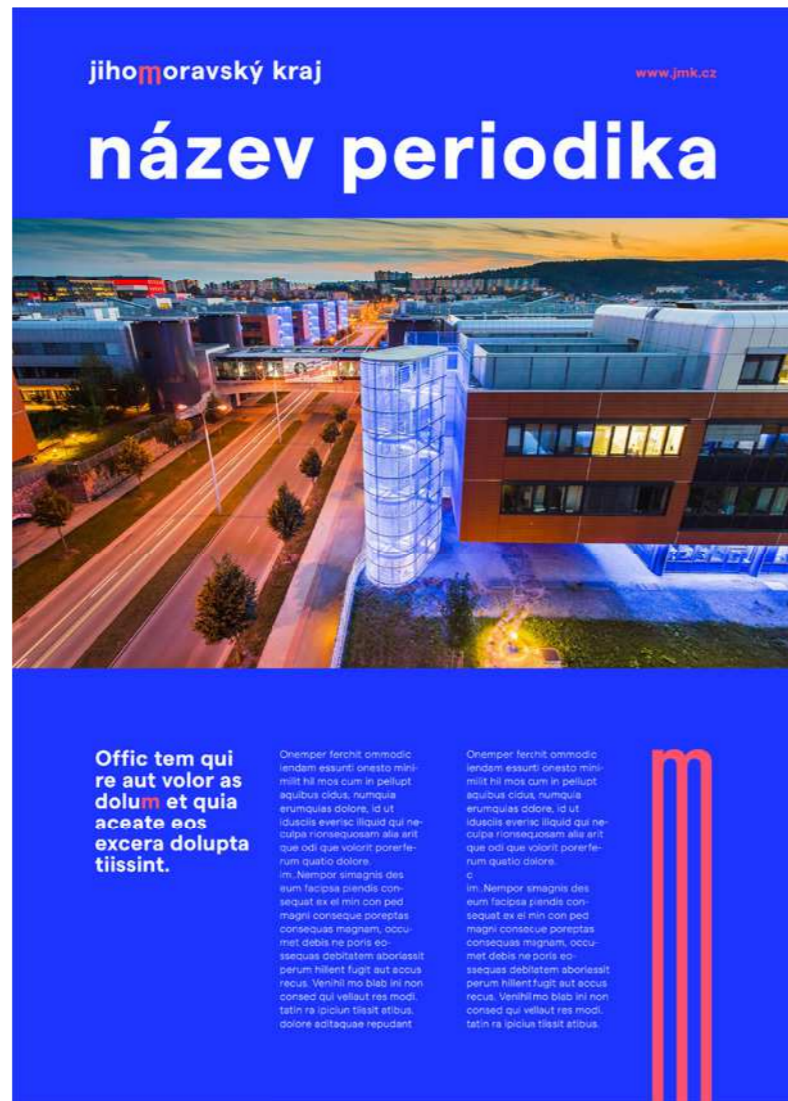
výškové panely /120



šířkové panely /121

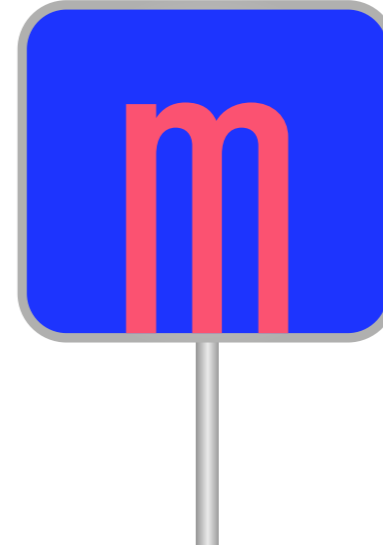


- OBSAHOVÝ KLÍČ / Kapitoly**
- 03 Logotyp / Ochranná zóna / Rozměrová řada
 - 05 Typografie
 - 06 Barevnost
 - 07 Vizualní styl jmk



- OBSAHOVÝ KLÍČ / Kapitoly**
- 03 Logotyp / Ochranná zóna / Rozměrová řada
 - 05 Typografie
 - 06 Barevnost
 - 07 Vizualní styl jmk

hlavička periodik /122



označení hranic regionu /123



OBSAHOVÝ KLÍČ / Kapitoly

03 Logotyp / Ochranná zóna / Rozměrová řada

05 Typografie

06 Barevnost

07 Vizuální styl jmk

informační cedule /124



OBSAHOVÝ KLÍČ / Kapitoly

03 Logotyp / Ochranná zóna / Rozměrová řada

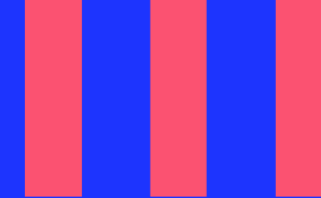
05 Typografie

06 Barevnost

07 Vizuální styl jmk

vlajky /125





on-line formáty

jmk

jihomoravský kraj

Jméno Příjmení

odbor
oddělení
funkce

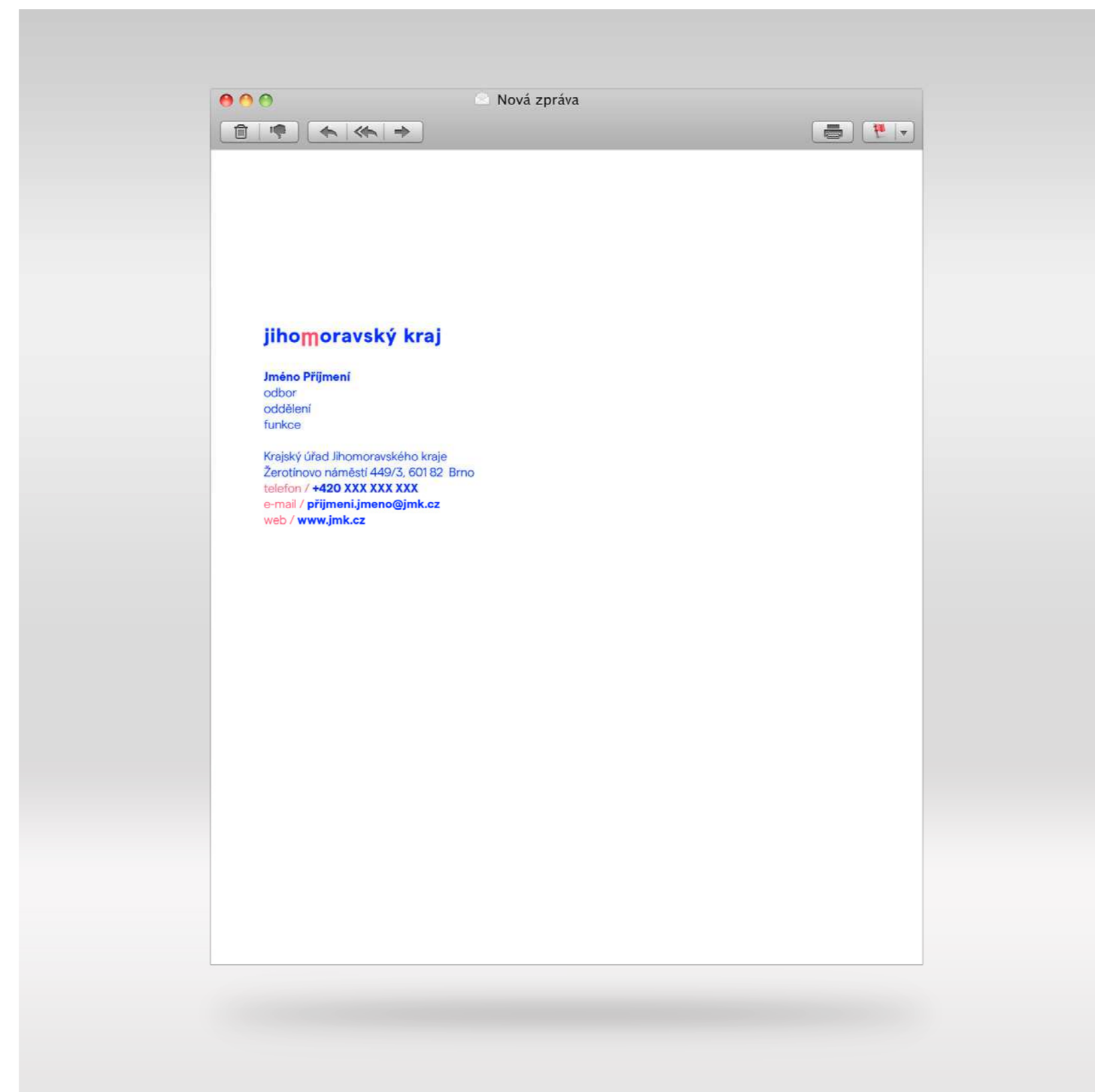
Krajský úřad Jihomoravského kraje
Žerotínovo náměstí 449/3, 601 82 Brno
telefon / +420 XXX XXX XXX
e-mail / prijmeni.jmeno@jmk.cz
web / www.jmk.cz

OBSAHOVÝ KLÍČ / Kapitoly

03 Logotyp / Ochranná zóna / Rozměrová řada

05 Typografie

06 Barevnost





OBSAHOVÝ KLÍČ / Kapitoly

03 Logotyp /

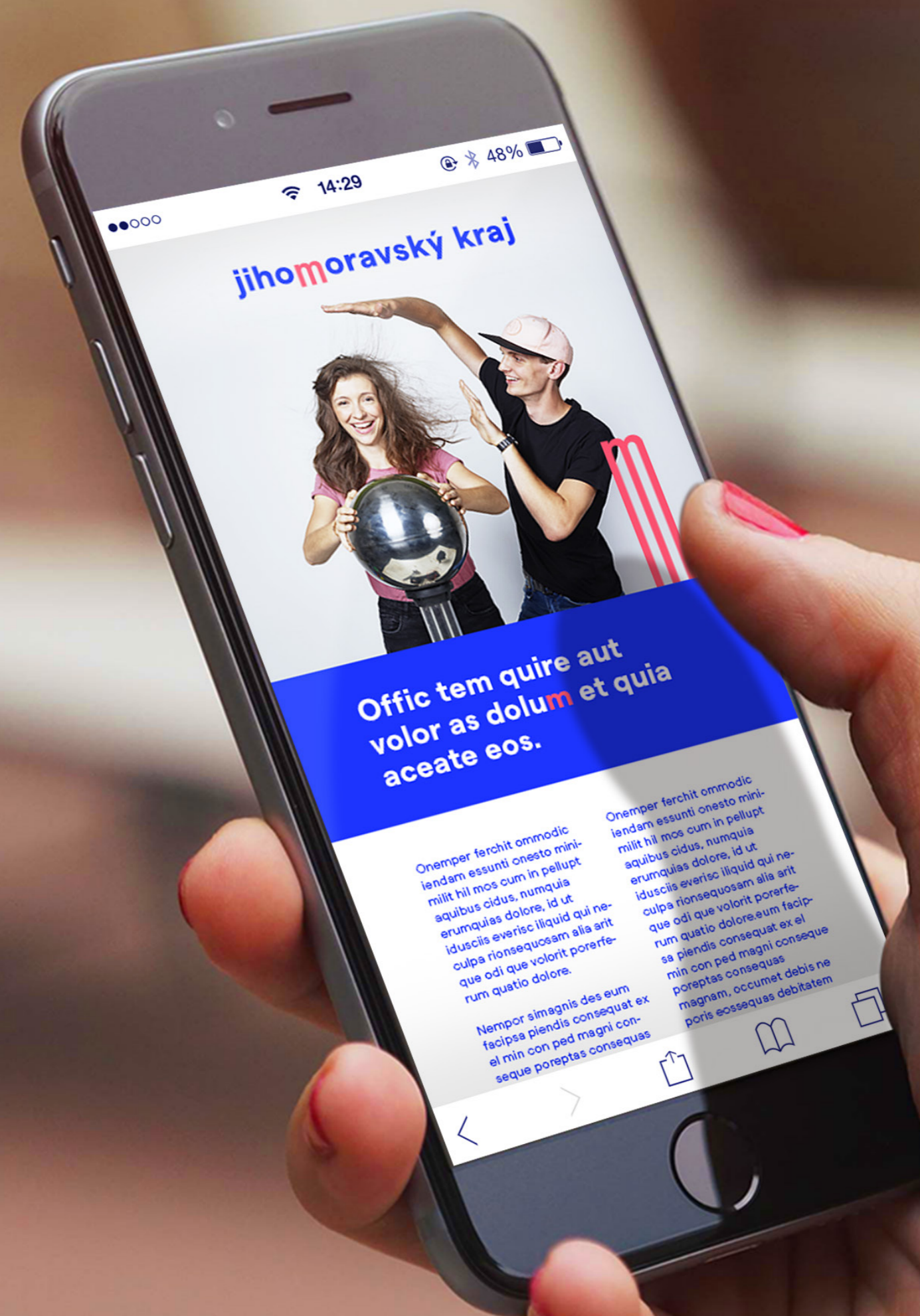
Ochranná zóna / Rozměrová řada

05 Typografie

06 Barevnost

07 Vizuální styl jmk

elektronický newsletter /130

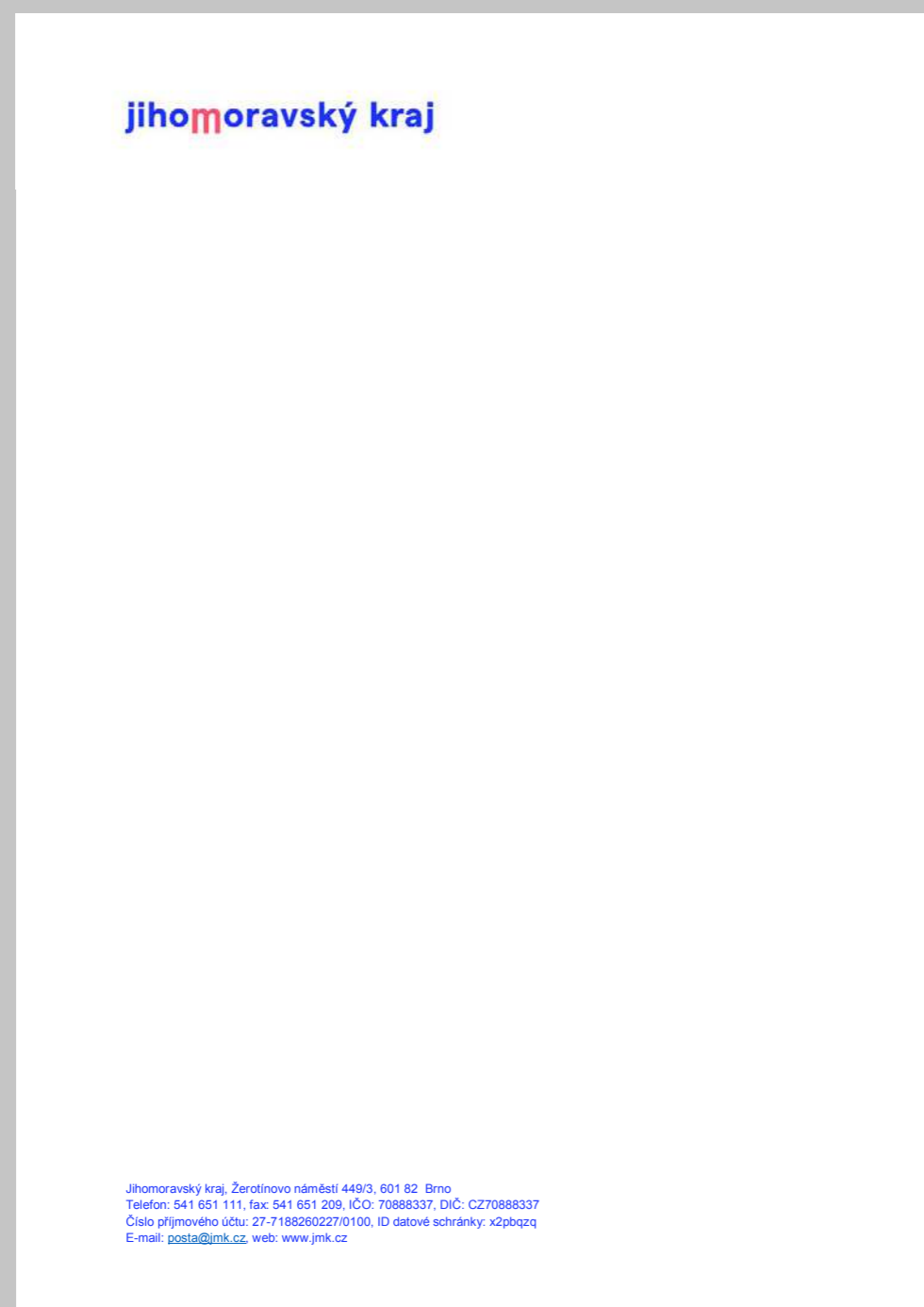




multi- media

jmk

word šablona	/132
powerpointová prezentace	/134
USB vizitka	/136
samolepka cd	/138
booklet cd	/140
inlay cd	/141
booklet dvd	/142

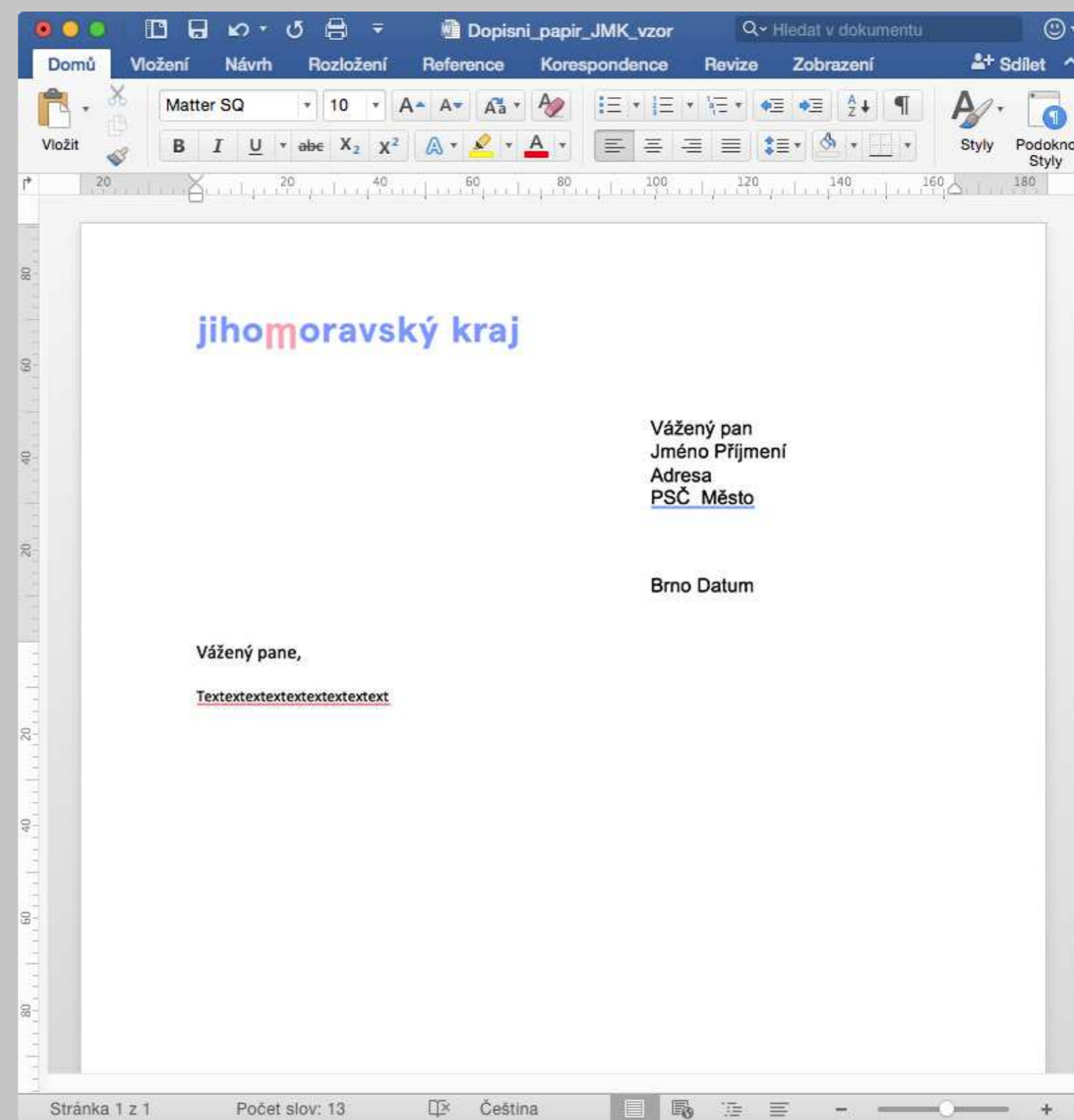


OBSAHOVÝ KLÍČ / Kapitoly

03 Logotyp / Ochranná zóna / Rozměrová řada

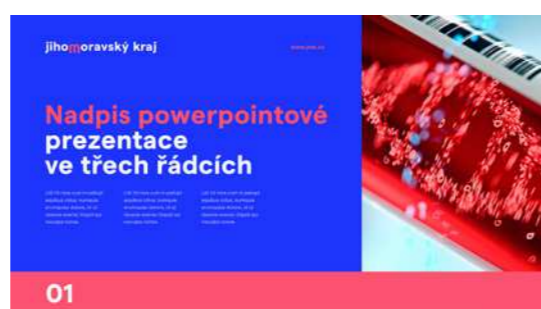
05 Typografie

06 Barevnost

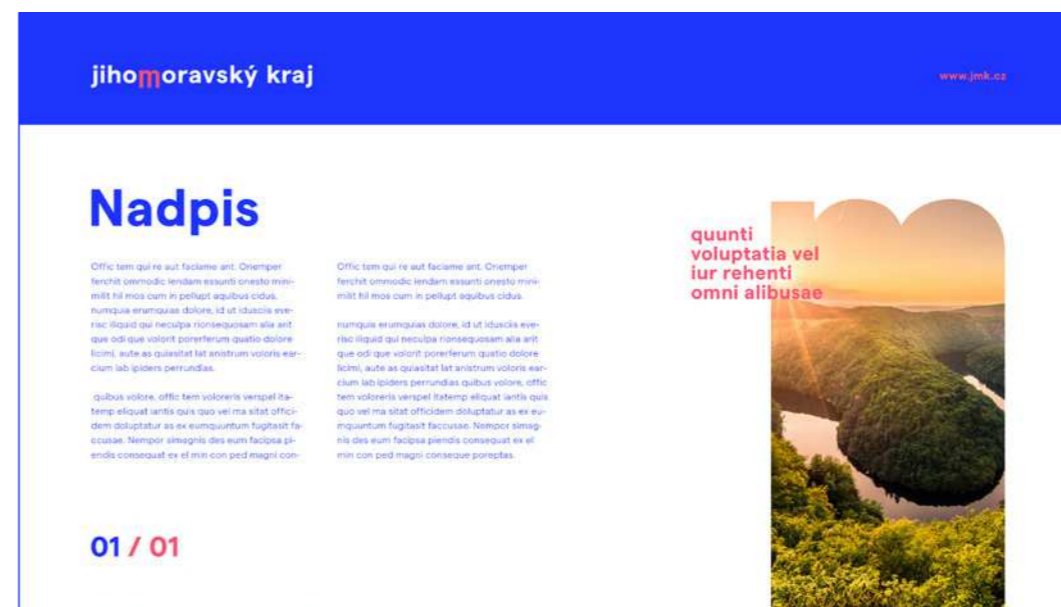




titulní strana



předělová strana



vnitřní strana



vnitřní strana

- OBSAHOVÝ KLÍČ**
Kapitoly
03 Logotyp
05 Typografie
06 Barevnost

Ukázka titulní a předělové strany. Minimalistické provedení. Základní barevnost. Výrazný grafický prvek **m**.
 Nadpisy / matter SQ bold, textové odstavce / matter SQ light. Princip sazby na 1–3 textové odstavce na levý

praporek. Graficky můžeme ozvláštnit přidáním image fotografie (do tvaru písmene m nebo na pravou stranu formátu).



Doporučujeme zpracovávat prezentace v širokoúhlém formátu 16:9. Obrázky vypadají v širokoúhlém zobrazení lépe.



OBSAHOVÝ KLÍČ

Kapitoly

03 Logotyp

05 Typografie

06 Barevnost

Jedná se o velice moderní zpracování USB vizitky ve tvaru karty. Mohou být vyrobeny z různých materiálů. Otočný čip (zabraňuje ztrátě čipu). Jedna strana je zcela rovná bez výstupků a prohlubní. Použití základní barevnosti.



USB vizitka /139



Pracujeme se
symbolem **m** jako
grafickým prvkem.



OBSAHOVÝ KLÍČ

Kapitoly

03 Logotyp / Ochranná zoňa

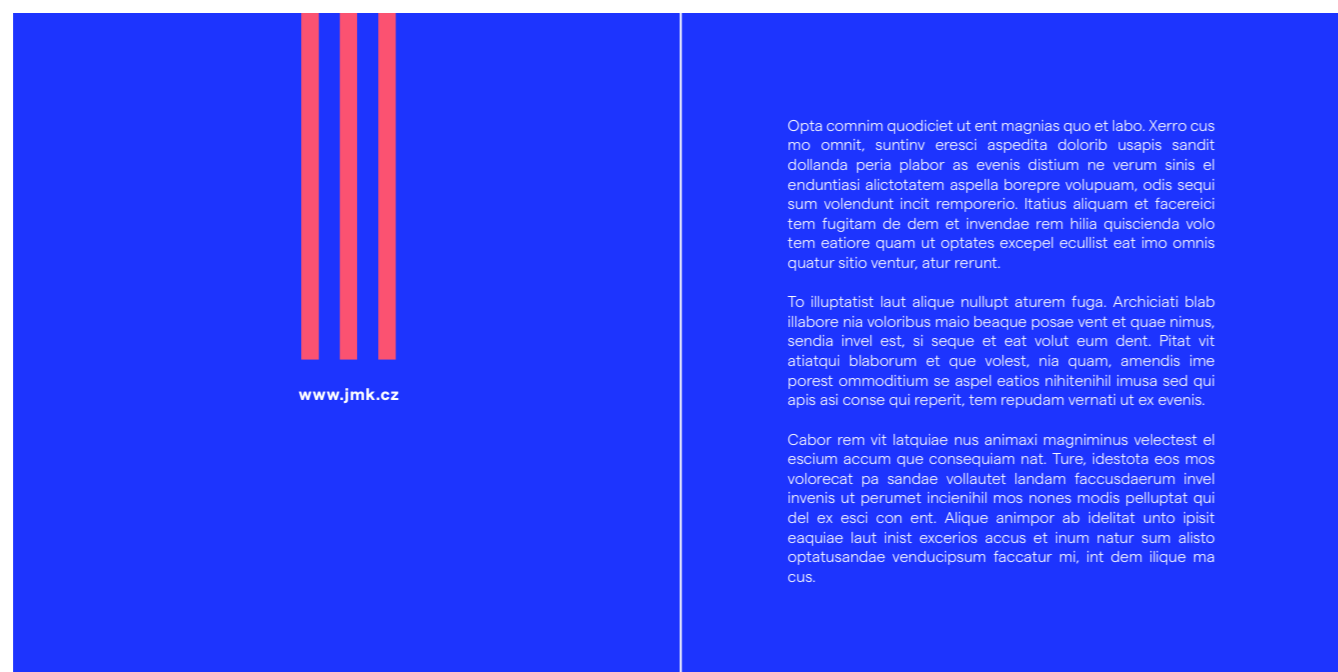
05 Typografie

06 Barevnost

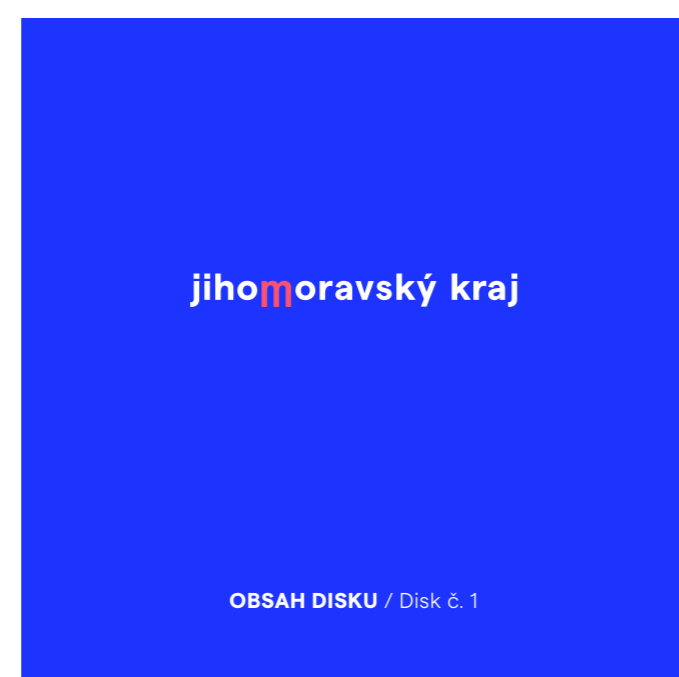
07 Vizuální styl jmk

Aplikace výrazného grafického symbolu **m**,
zarovnaného na střed kruhu nosiče. Je možno doplnit
o logotyp a webovou adresu instituce. Minimalistické
provedení. Základní barevnost. Výrazný grafický prvek **m**.

vnitřní strany



přední strana

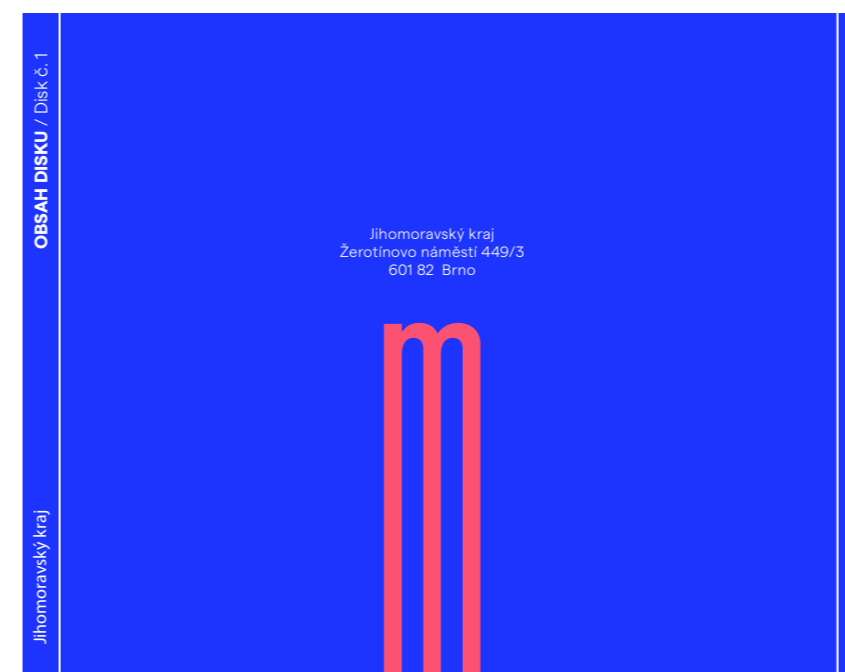
**OBSAHOVÝ KLÍČ****Kapitoly****03 Logotyp** / Ochranná zóna / Rozměrová řada**05 Typografie****06 Barevnost****07 Vizuální styl jmk**

Branding bookletu cd (přední a zadní strana).

Minimalistické provedení. Základní barevnost.

Výrazný grafický prvek **m**.

booklet cd /142

**OBSAHOVÝ KLÍČ****Kapitoly****05 Typografie****06 Barevnost****07 Vizuální styl jmk**

Branding bookletu cd (vnitřní strany).

Použití základní barevnosti.

Výrazný grafický prvek **m**.

inlay cd /143

**OBSAHOVÝ KLÍČ****Kapitoly**

03 Logotyp / Ochranná zóna / Rozměrová řada

05 Typografie

06 Barevnost

07 Vizuální styl jmk

Branding bookletu dvd (přední a zadní strana).

Minimalistické provedení. Základní barevnost.

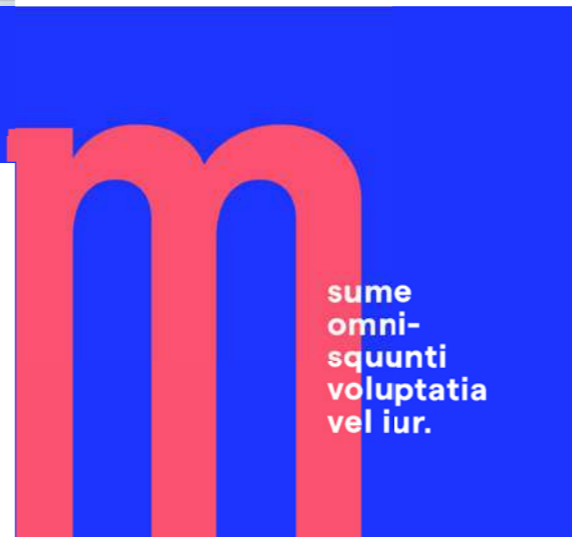
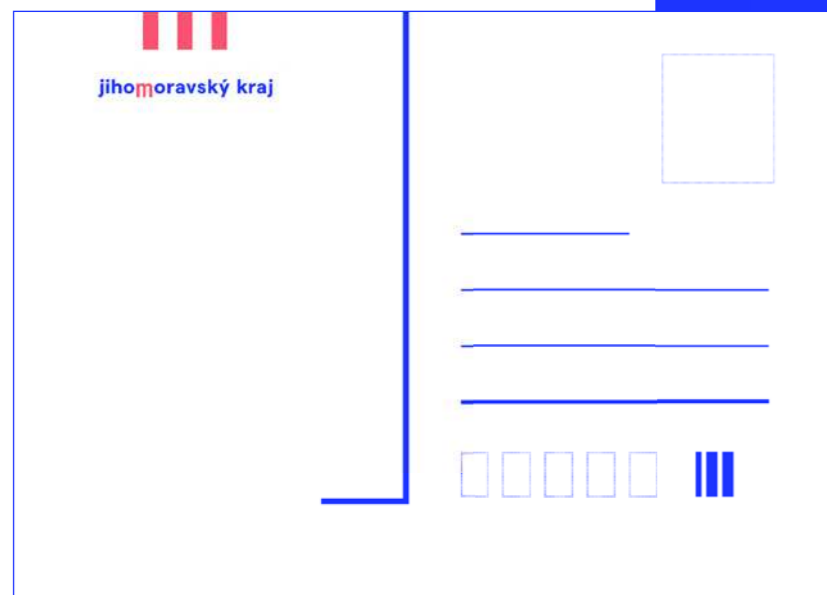
Výrazný grafický prvek m.

booklet dvd /144

propa- gační před- měty

jmk

pohlednice	/148
propisovací tužka, pero, tužka	/150
nádobí	/151
papírová taška	/152
kalendář	/155
látková taška	/156
tričko / dress code	/157
čepice	/158
dárkový papír	/159
etiketa na víno	/160
obaly na víno	/162
kravata / dress code	/164
šátek	/165
deštník	/166
odznak do klopy	/167
manžetové knoflíčky / dress code	/168
motýlek / dress code	/169

**OBSAHOVÝ KLÍČ / Kapitoly**

02 Logo symbol

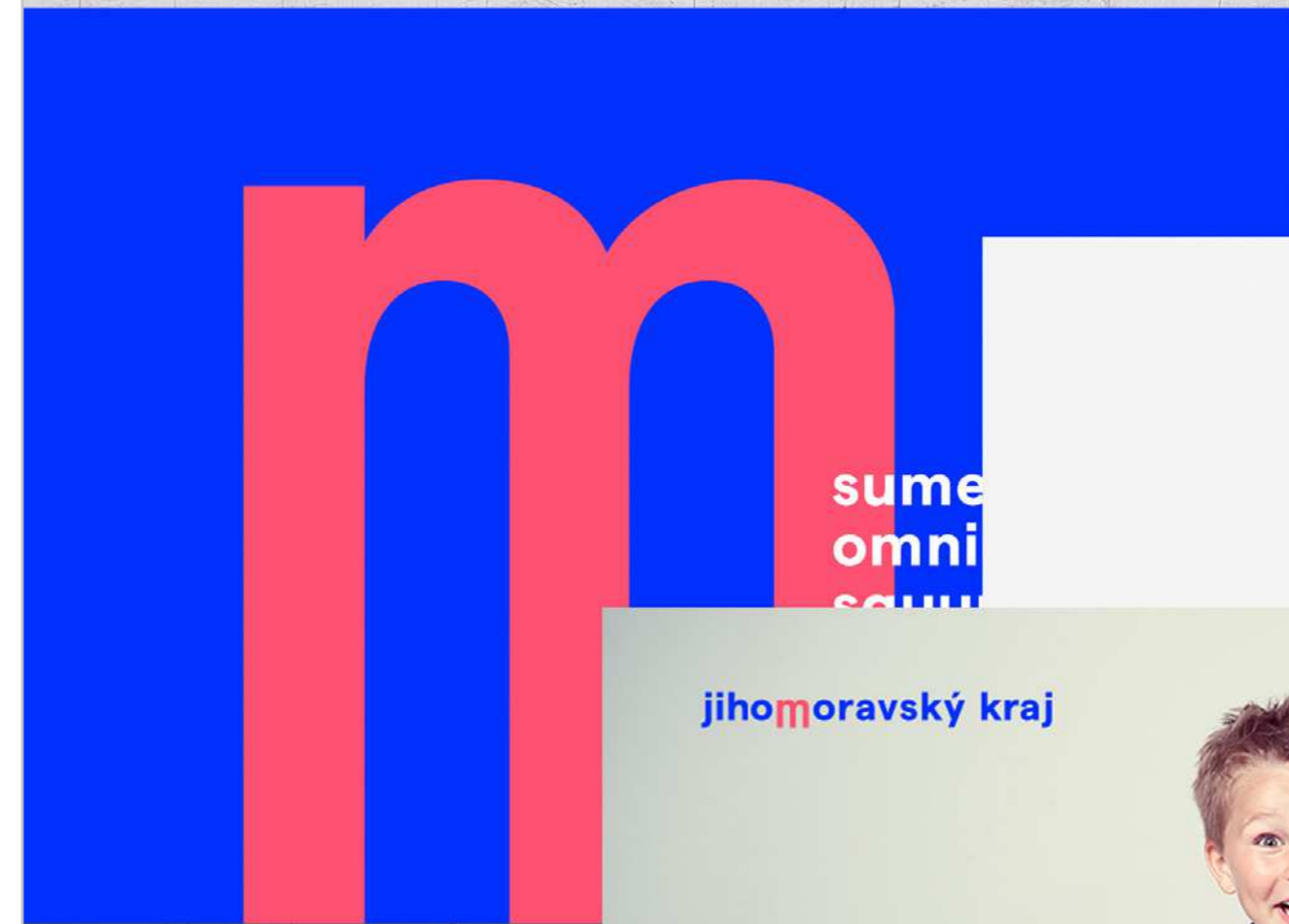
03 Logotyp / Ochranná zóna / Rozměrová řada

05 Typografie

06 Barevnost

Originálním zpracováním pohlednice získáme skvělý reklamní předmět. Využít můžeme image fotografie konkrétní kampaně s charakteristickým prvkem písmene **m** nebo se nabízí čistě typografická varianta s headlinem. Použití základní barevnosti.

pohlednice /148



**OBSAHOVÝ KLÍČ / Kapitoly****03 Logotyp** / Ochranná zóna / Rozměrová řada**06 Barevnost**

Při tvorbě potisku menších propagačních předmětů je kvůli omezenému formátu nežádoucí používat doplňkové vizuální prvky. Hlavním nosným prvkem je pouze samotný logotyp. Při tvorbě musíme striktně dodržovat grafická pravidla, která jsou stanovena v předešlých kapitolách (obsahovém klíči).



propisovací tužka, pero, tužka /150

**OBSAHOVÝ KLÍČ / Kapitoly****02 Logo symbol** (výjimka)**03 Logotyp** / Ochranná zóna / Rozměrová řada**06 Barevnost**

Pro větší rozmanitost dárkových předmětů je možné použít několik druhů grafického zpracování. 1. pouze logotyp / 2. logotyp doplněný o pattern z písmene **m** / 3. logotyp doplněný výrazným symbolem **m**.



papírová taška /152

OBSAHOVÝ KLÍČ / Kapitoly**02 Logo symbol (výjimka)****03 Logotyp / Ochranná zóna / Rozměrová řada****06 Barevnost**

Pro větší rozmanitost dárkových předmětů je možné použít několik druhů grafického zpracování. 1. pouze logotyp / 2. zkratka logotyp jmk / 3. logotyp s výrazným symbolem m.



papírová taška /153



papírová taška /154



kalendář /155



12

propagační
předměty
jmk



látková taška /156

OBSAHOVÝ KLÍČ / Kapitoly

02 Logo symbol

03 Logotyp / Ochranná zóna / Rozměrová řada

06 Barevnost

Pro větší rozmanitost dárkových předmětů je možné použít několik druhů grafického zpracování. 1. pouze logotyp / 2. logotyp s protaženým symbolem **m** až do spadu / 3. zkratka logotypu jmk s protaženým prvkem **m**.



OBSAHOVÝ KLÍČ / Kapitoly

02 Logo symbol

03 Logotyp / Ochranná zóna / Rozměrová řada

06 Barevnost

Pro větší rozmanitost dárkových předmětů je možné použít několik druhů grafického zpracování. Logotyp je v tomto případě doplněn symbolem písmene **m** na pravé straně rukávu. Použití základní barevnosti.

tričko / dress code /157

12

propagační předměty jmk

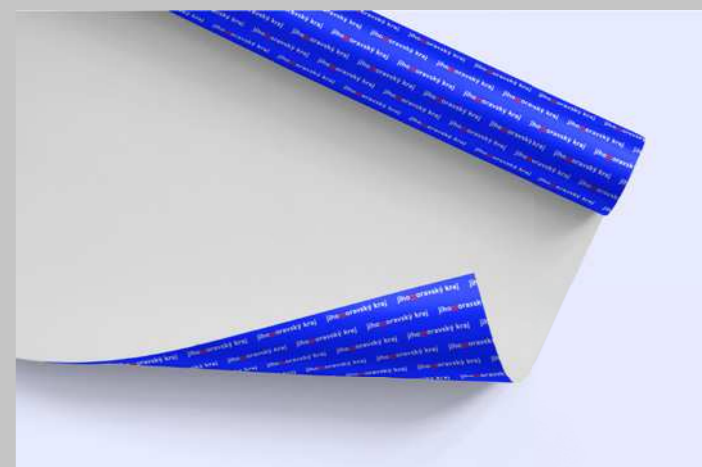


OBSAHOVÝ KLÍČ / Kapitoly

03 Logotyp / Ochranná zóna / Rozměrová řada
06 Barevnost

Při tvorbě potisku menších propagačních předmětů je díky omezenému formátu nežádoucí používat doplňkové vizuální prvky. Hlavním nosným prvkem je pouze samotný logotyp (případně jeho zkratka). Při tvorbě musíme striktně dodržovat grafická pravidla, která jsou stanovena v předchozích kapitolách (obsahovém klíči).

čepice /158



OBSAHOVÝ KLÍČ / Kapitoly

03 Logotyp / Ochranná zóna / Rozměrová řada
06 Barevnost

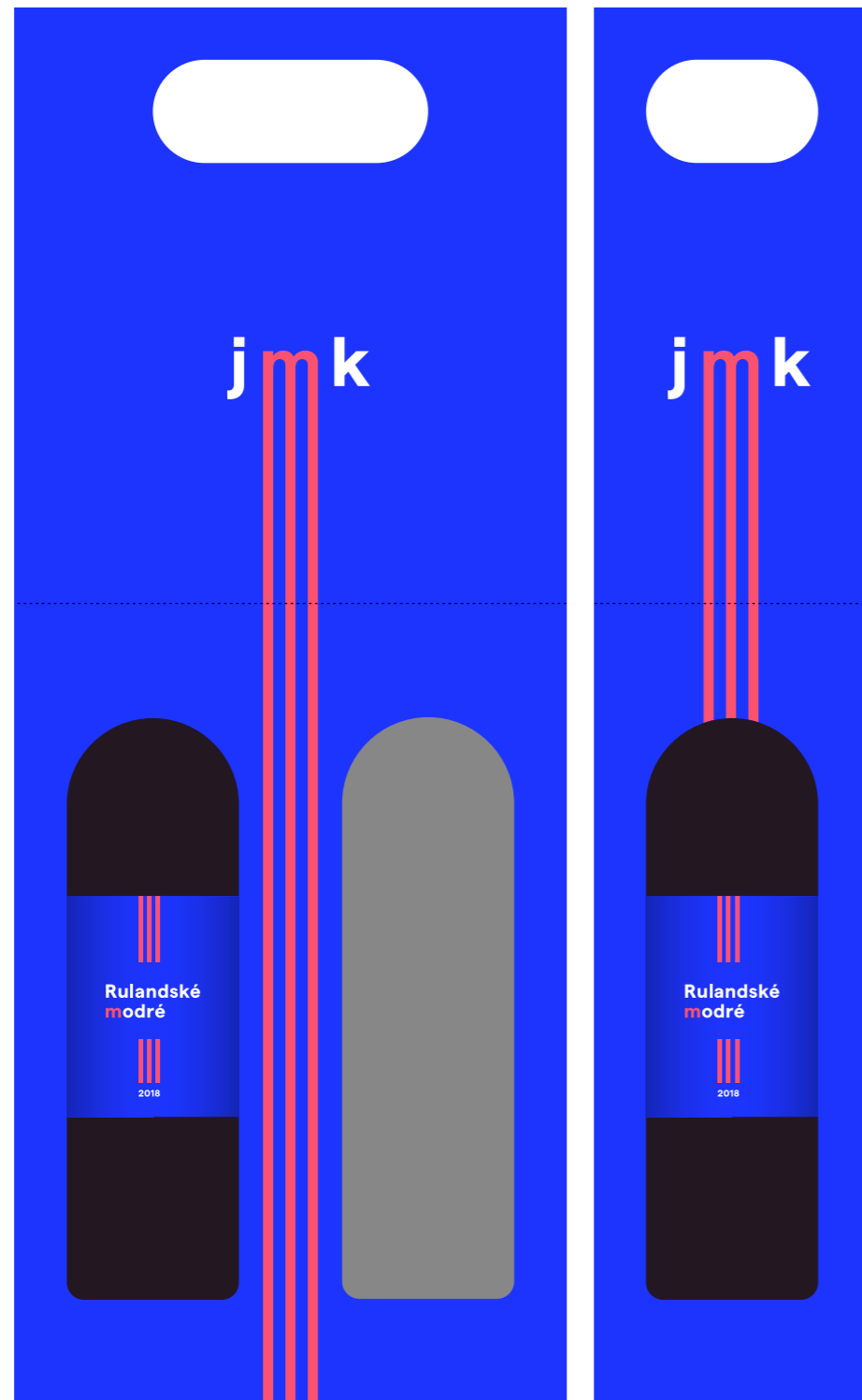
Při tvorbě potisku propagačního dárkového papíru je hlavním prvkem brandu pouze logotyp. Při volbě materiálu máme možnost zvolit ekonomičtější či luxusnější variantu.

dárkový papír /159



- OBSAHOVÝ KLÍČ / Kapitoly**
- 02 Logo symbol**
 - 03 Logotyp / Ochranná zóna / Rozměrová řada**
 - 05 Typografie**
 - 06 Barevnost**

Etiketa na víno je typograficky a minialisticky zpracována. Zvolena je zkrácená podoba logotypu. Minimalistické provedení. Základní barevnost. Výrazný grafický prvek **m**.

**OBSAHOVÝ KLÍČ / Kapitoly****02 Logo symbol****03 Logotyp / Ochranná zóna**

/ Rozměrová řada

05 Typografie**06 Barevnost**

Opět typograficky minialistický a nezaměnitelný obalový design. Zvolena je zkrácená podoba logotypu. Minimalistické provedení. Základní barevnost. Výrazný grafický prvek **m**.

obaly na víno /162



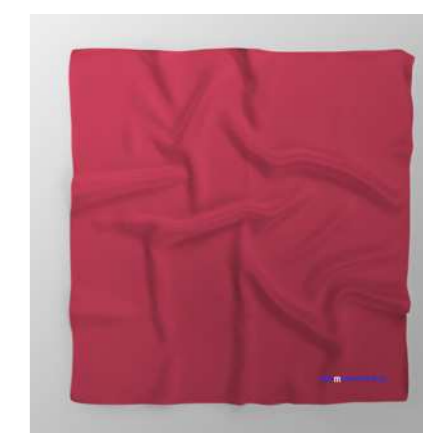
kravata / dress code /164

OBSAHOVÝ KLÍČ / Kapitoly

06 Barevnost

07 Vizuální styl

Použití doplňkových prvků (protažené písmeno **m**, pattern z písmenem **m**). Minimalistické provedení. Základní barevnost. Výrazný grafický prvek **m**.



OBSAHOVÝ KLÍČ / Kapitoly

03 Logotyp / Ochranná zóna / Rozměrová řada

06 Barevnost

Nadčasové a elegantní provedení pouze s logotypem, který doplňuje základní barevnost.

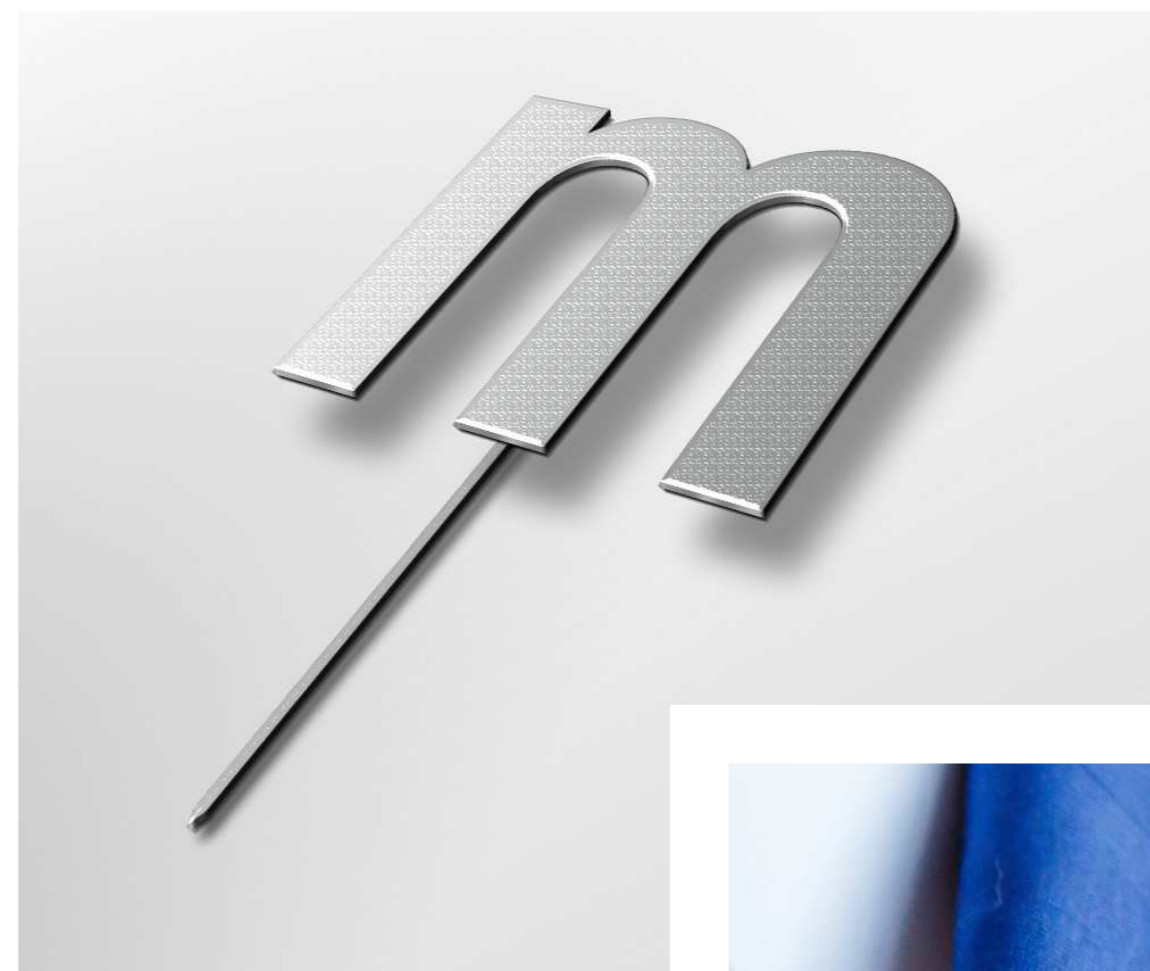
šátek /165



**OBSAHOVÝ KLÍČ / Kapitoly**

03 Logotyp / Ochranná zóna / Rozměrová řada
06 Barevnost

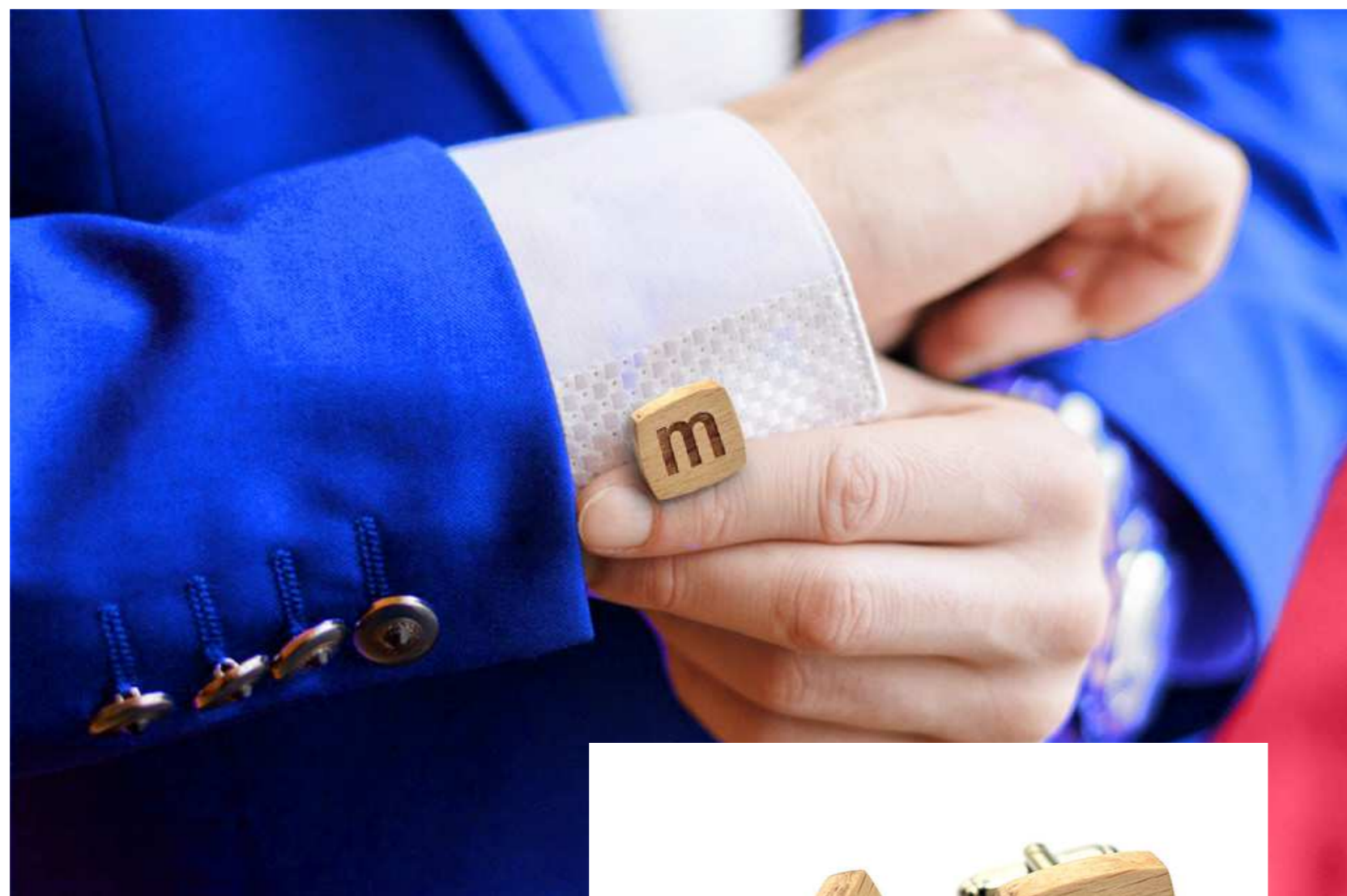
Nadčasové a elegantní provedení pouze s logotypem,
 který doplňuje základní barevnost.

deštník /166**OBSAHOVÝ KLÍČ / Kapitoly**

02 Logo / symbol
07 Vizualní styl jmk

Stylizace písmene **m** do tvaru odznaku.

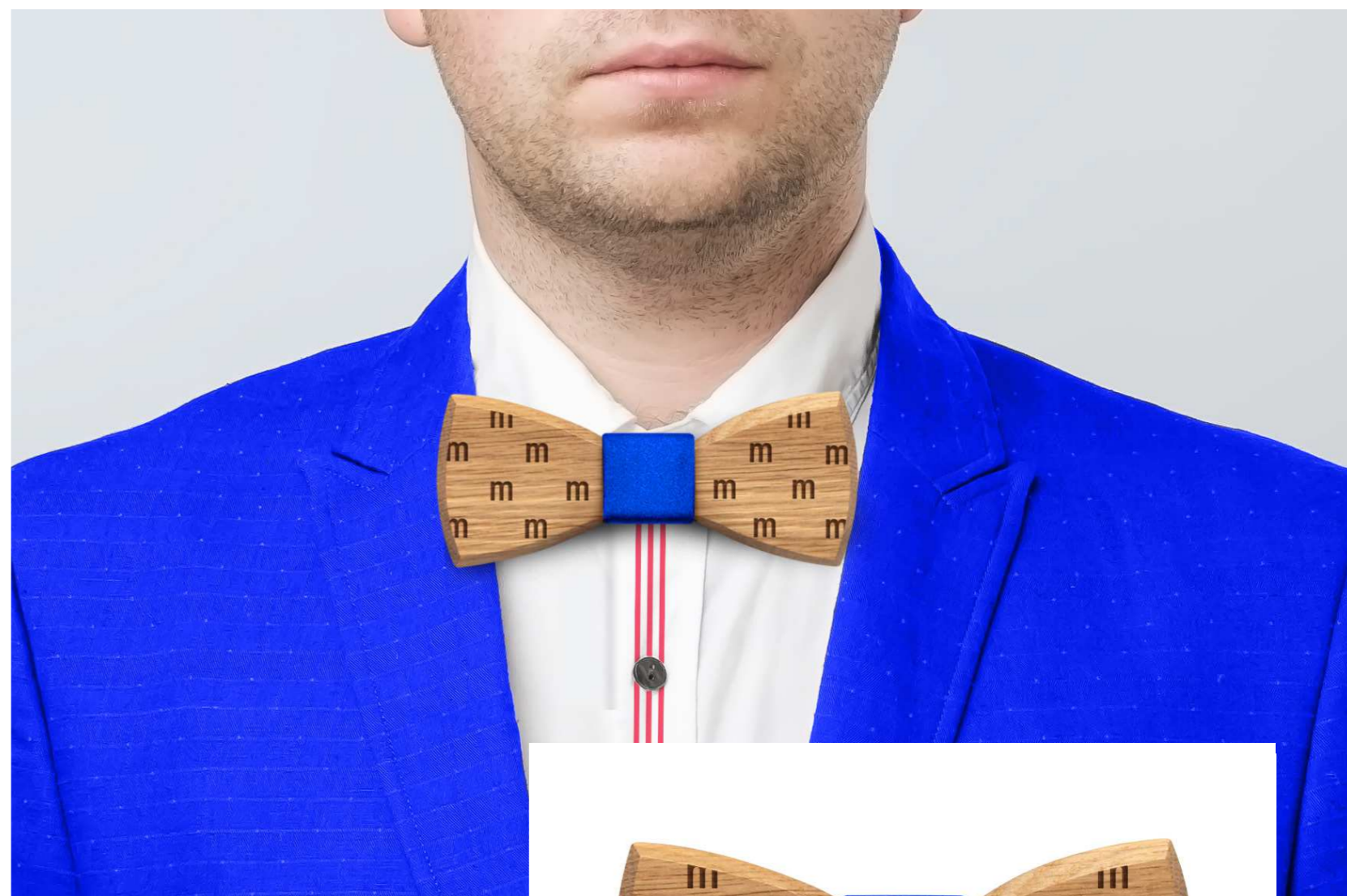
odznak do klopy /167

**OBSAHOVÝ KLÍČ / Kapitoly**

02 Logo / symbol

07 Vizuální styl jmk

Jsou nezbytným doplňkem a šperkem každého muže. U tohoto typu dárkového předmětu klademe důraz především na tradiční řemeslo a materiál. Vše rukodělná práce. Jedná se o techniku gravírování do dřeva.

manžetové knoflíčky / dress code /168**OBSAHOVÝ KLÍČ / Kapitoly**

02 Logo / symbol

07 Vizuální styl jmk

Jsou nezbytným doplňkem a šperkem každého muže. U tohoto typu dárkového předmětu klademe důraz především na tradiční řemeslo a materiál. Vše rukodělná práce. Jedná se o techniku gravírování do dřeva.

motýlek / dress code /169

domov / soudržnost / myšlenka / symbol / doprava / úspěch / morava / kraj / víno / město / milovat / život
/ tisková zpráva / řemeslo / tradice / folklor / moderní architektura / muzea / divadla / kultura / překvapení
/ koncerty / brand book / příběh značky / pozvánka / brand essence / pantone / pokrok / historie / umění
/ kroje / vzdělání / budoucnost / hudba / generace / mezilidské vztahy / soužití / etnikum / 7 okresů /
vinohrady / společnost / geografie / rozvoj / web / vizitky / region / kulturní život / prezentační slohy /
původ značky / noční život / samolepky / identita značky / RGB / cílové skupiny / leták / archetypy / styl
/ parky / image fotografie / tonalita / wording / logotyp / jmk / ochranná zóna / kina / základní barevné
provedení / bigboard / sebejistý / jazykové mutace / 3D / podkladové plochy / rozkres značky / ochranná
zóna / příroda / veselý / rozměrová řada / alternativy / varianty / dceřiné značky / typografie / základní
písmo / definice / barvy / CMYK / vizuální styl / prvky / průmysl / piktogramy / tištěné materiály / plakát
/ brožura / merkantilní tiskoviny / jmenovky / emoce / informační cedule / periodika / minimalismus /
pixel / nadčasovost / autenticita / hra / nezaměnitelnost / návrat ke kořenům / sklepy / malířství / řeky /
reklamní předměty / zvědavý / lidé / on-line formáty / linie / e-mailový podpis / newsletter / knihovny /
multimedia / šablona / word / powerpoint / booklet / CD / inlay / DVD / kalendář / blok / tašky / etikety na
víno / podzemí / kravata / odznak do klopy / pohlednice / rozloha 7 195 km² / počet obyvatel 1,179 milionu
/ zemědělství / gastronomie / zážitek / věda / mapy / podnikání / životní prostředí / dotace / národní park
Podyjí / obce / galerie / TA RADOST / analýza / terminologie / corporate identity / komunikace / filozofie
/ hodnoty / reklama / služby / estetika / inspirativní / funkčnost / originalita / variabilita / aplikace /
zapamatovatelnost / lokalizace / význam / nápaditost / vtip / emblém / ikona / propagace / serióznost /
ornament / heraldika / stylizace / dominanty / čistota / přátelskost / poetika / motivace / otevřenost /
místo pro život / ekonomika / prožitek / malebnost / mikroskopie / pozitivismus / otevřenost / diverzita /
emancipace / pokrok / high-tech / inovace / mírumilovnost / dynamika / bezprostřednost / pohostinnost
/ funkcionalismus / archeologie / paleolit / plodnost / slunce / půda / sport / fajáns / zábava / tanec /
památky / skvost / turistický ruch / relaxace / zdraví / Brno / odvážný / hrady / náměstí / osobnosti /

lěunam \
oděntonbej
odìnlěusziv
kjmjplyta

/ Krajský úřad Jihomoravského kraje

Žerotínovo náměstí 449/3

601 82 Brno /