

# / 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 klop / pohlednice / rozloha 7 195 km<sup>2</sup> / 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 /

<b>01/ brand book jmk</b>	<b>/8</b>
brand essence	/10
příběh značky	/11
původ značky	/12
identita značky	/13
cílové skupiny	/14
archetypy	/15
wording / tonalita	/16
styl fotografií	/17
<b>02/ logo symbol jmk</b>	<b>/20</b>
symbol jmk	/22
základní čb provedení	/24
negativní provedení	/25
<b>03/ logotyp jmk</b>	<b>/26</b>
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

<b>04/ dceřiné značky jmk</b>	<b>/50</b>
logotyp jmk / dceřiné značky	/52
<b>05/ typografie jmk</b>	<b>/58</b>
základní písmo	/60
doplňkové písmo	/62
<b>06/ definice barev jmk</b>	<b>/64</b>
definice barev jmk	/66
<b>07/ vizuální styl jmk</b>	<b>/72</b>
doplňkové prvky	/74
piktogramy	/78
<b>08/ tištěné materiály jmk / vizuální styl</b>	<b>/80</b>
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 /94

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 /126

e-mailový podpis	/128
elektronický newsletter	/130

11/ multimedia jmk /132

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

12/ propagační předměty jmk /146

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 klop	/167
manžetové knoflíčky / dress code	/168
motýlek / dress code	/169



# 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.

příběh značky /11



# 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-uppeří, 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 sklípčích, 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

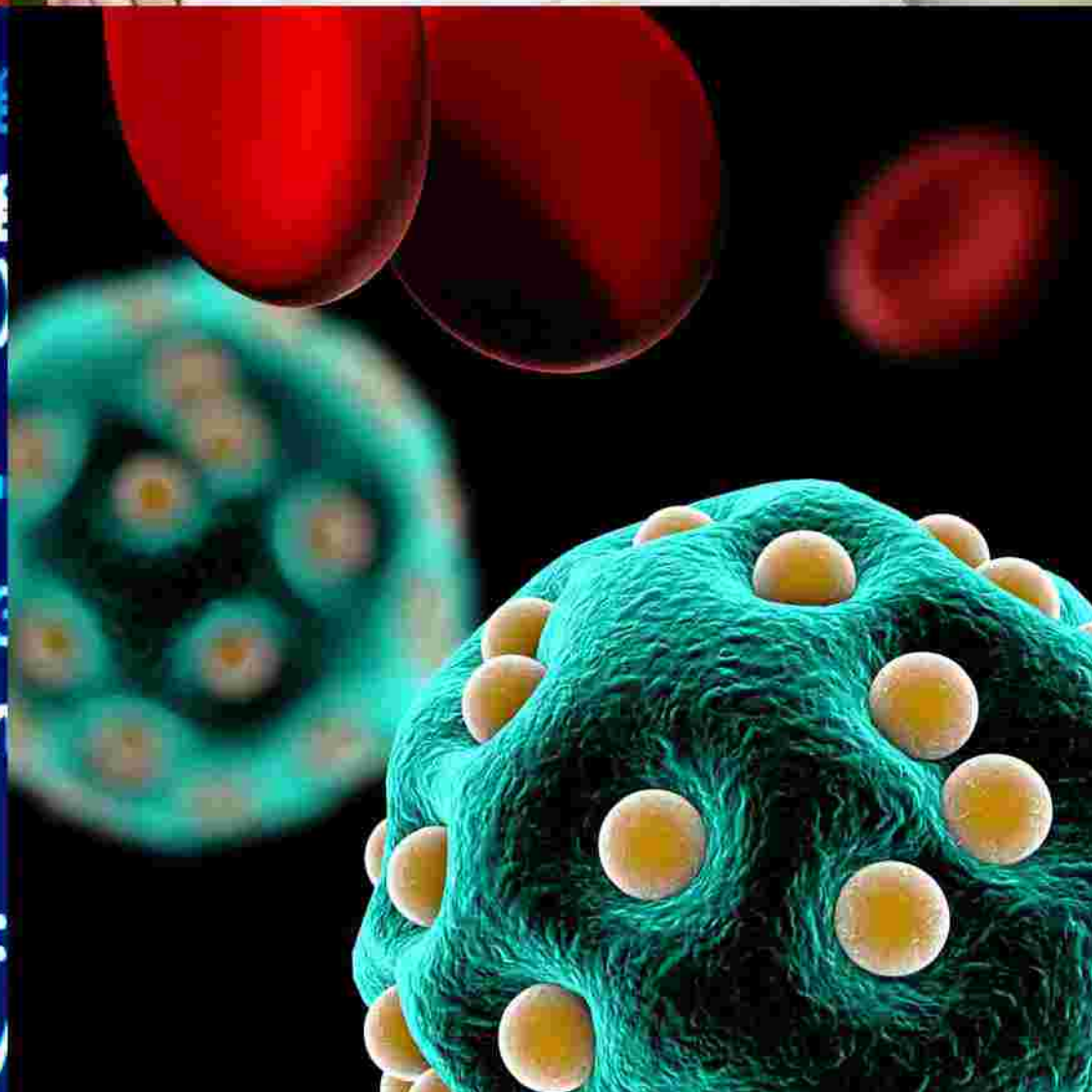
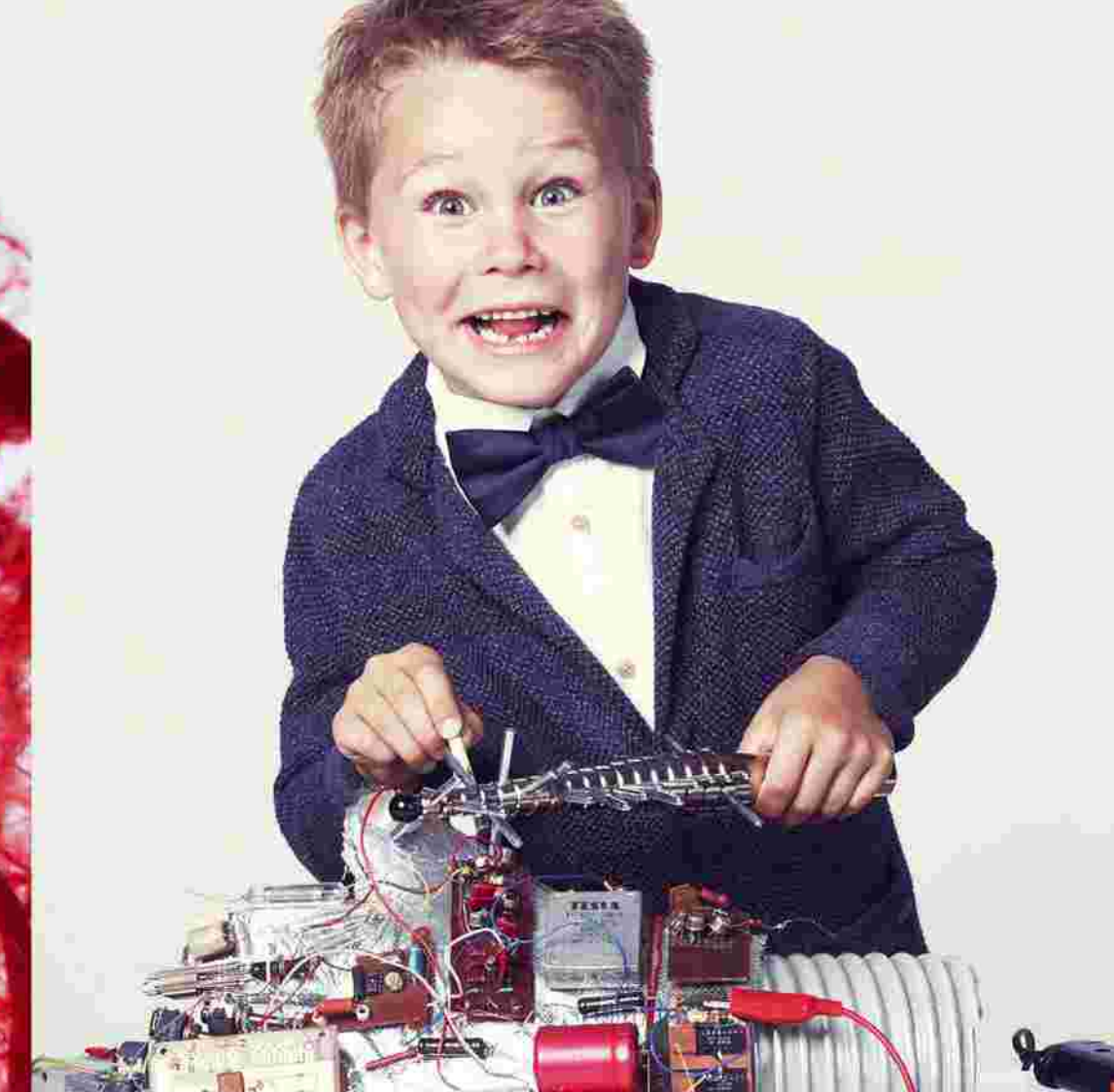
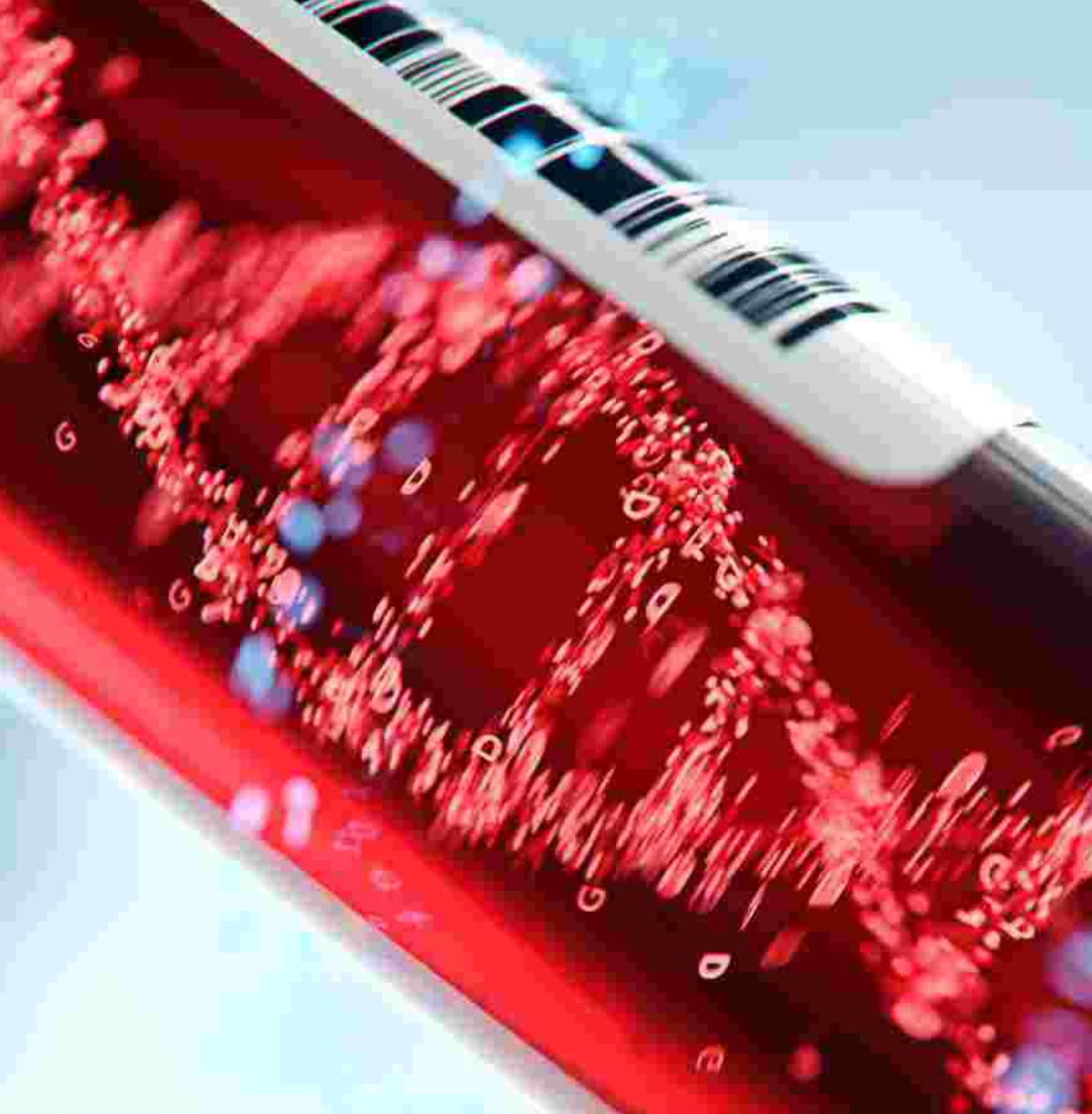
vidět do tváře a mohli jsme vidět úsměv a radost v jejich očích. Jejich prostřednictvím se kraj hlásí k hodnotám přátelskosti a otevřenosti a ukazuje, že je jim jako instituce blízký.

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.

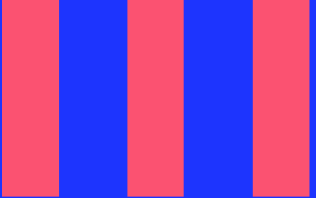
Neméně důležitým určujícím prvkem fotografického stylu jsou barvy. Prezентujeme jasné, syté, teplé tóny, které dají vyniknout přírodním krásám Jihomoravského kraje a pozitivním konotacím, jako je například vyvážení osobního a pracovního života.

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

m



Variantu prodlou-  
ženého symbolu **m**  
je možno ve vizuálu  
použít pouze jednou.  
U této varianty sym-  
bolu je zakázáno du-  
plikování do patternu  
či umístění např. tří  
symbolů vedle sebe.

m

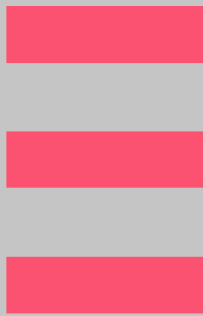


m



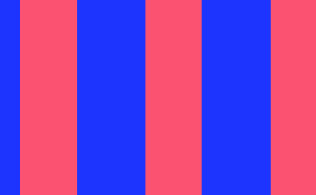
**základní čb provedení /24**

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

Základní provedení logotypu se používá v situacích, kdy je možné tisknout barevně. Pravidla o aplikaci logotypu na podkladových plochách jsou přesně definována na straně 36–38.



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



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 süd**m**ähren
4. région de la **m**oravie du sud
5. la région de **m**oravia del sur
6. województwo południowo**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 sazbu.

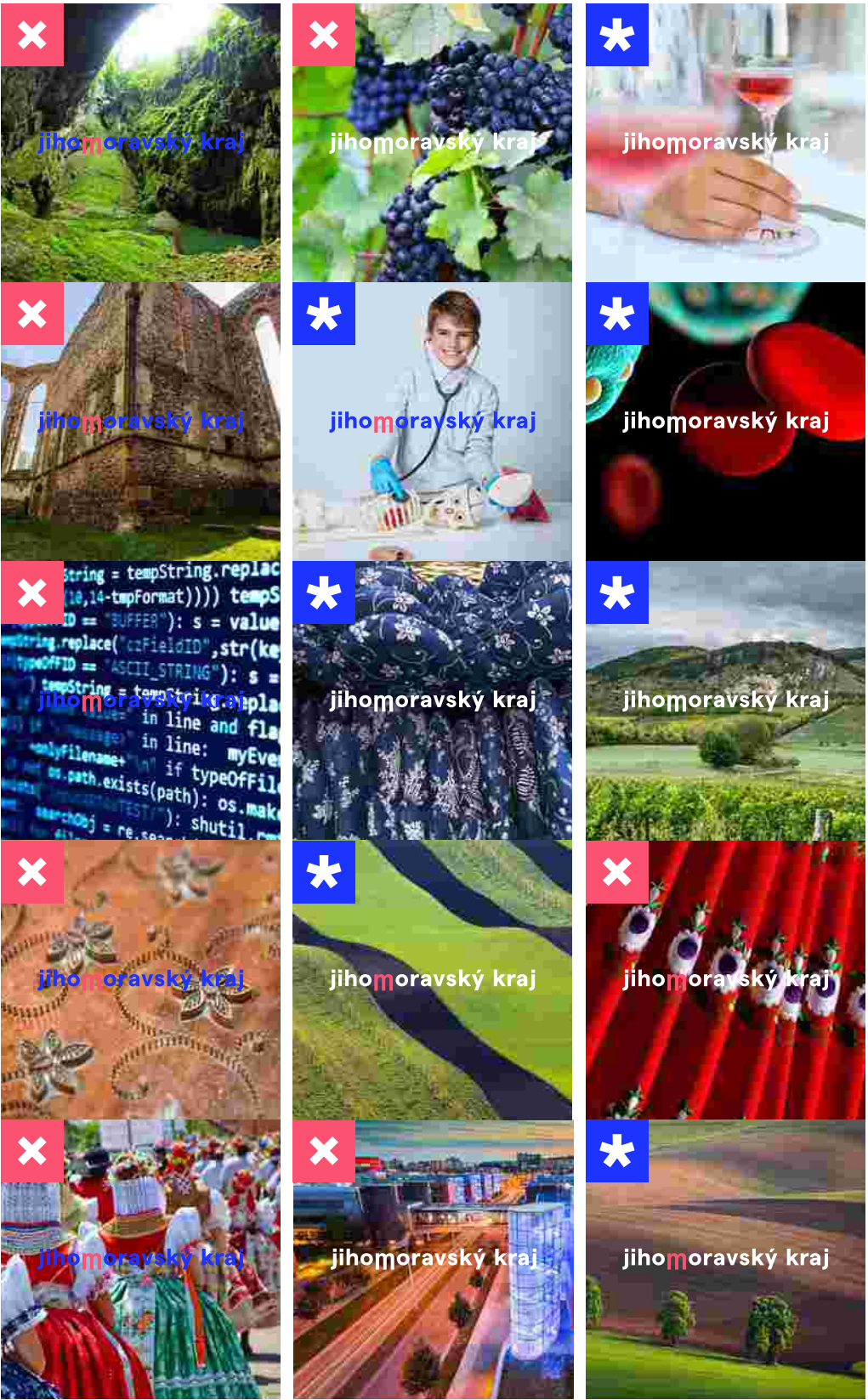
1. Angličťina / 2. Slovenšťina / 3. Němčina / 4. Francouzšťina / 5. Španělšťina / 6. Polšťina / 7. Italšťina / 8. Rušťina / 9. Čínšťina / 10. Japonšťina / 11. Korejšťina

## 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 samostat-  
nou barevnou plochu, nikdy do  
fotografie, aby nebyla narušena  
čitelnost logotypu.

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

Správná aplikace logotypu na podkla-  
dových plochách fotografií musí vždy  
zachovávat dobrou čitelnost.  
Doporučujeme pouze klidné, jedno-  
duché, 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





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.).

ochranná zóna /38

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.

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 /39



1.

jihommoravský kraj
2.

jihommoravský kraj
3.

jihommoravský kraj
4.

jihommoravský kraj
5.

jihommoravský kraj
6.

jihommoravský kraj
7.

jihommoravský kraj
8.

jihommoravský kraj
9.

jihommoravský kraj
10.

jihommoravský 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. Nedeformujeme (zúžení, roztahování) / 4. Nezkracujeme díky u symbolu písmene **m** / 5. Nepoužíváme jiný font / 6. Neprodlužujeme 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

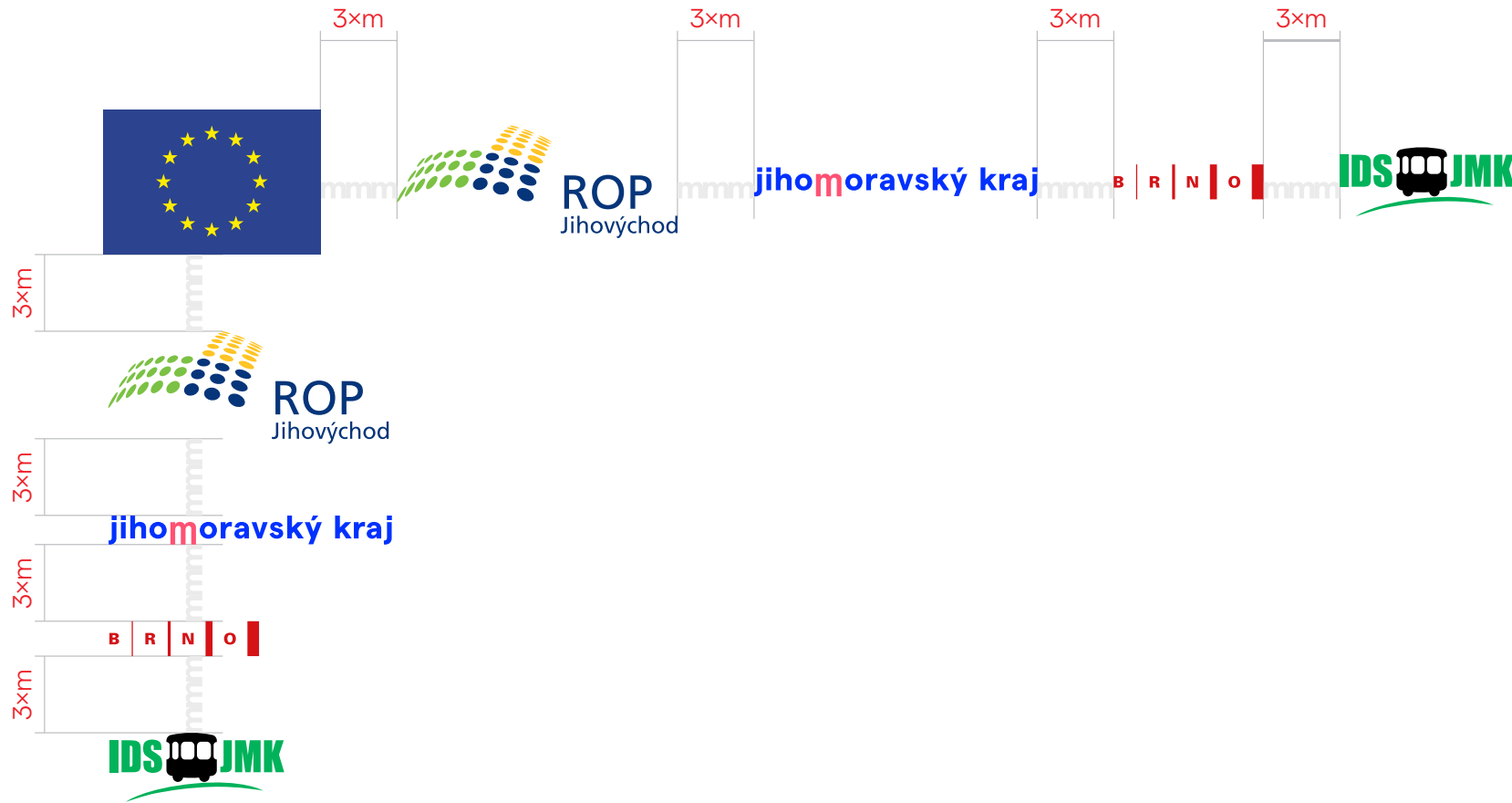
jihommoravský  
kraj

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 (3xm).

## postavení vedle logotypů /43

jmk

jmk

jmk

jmk

zkrácený logotyp jmk /44

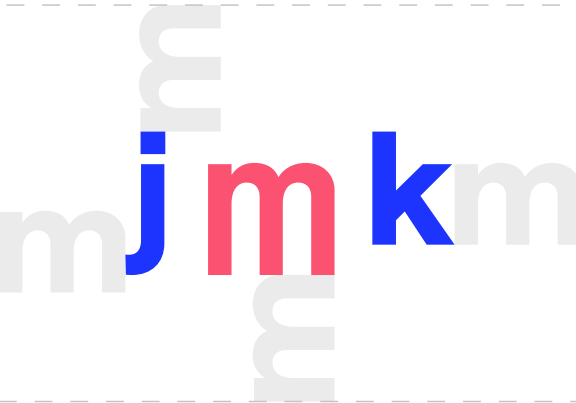
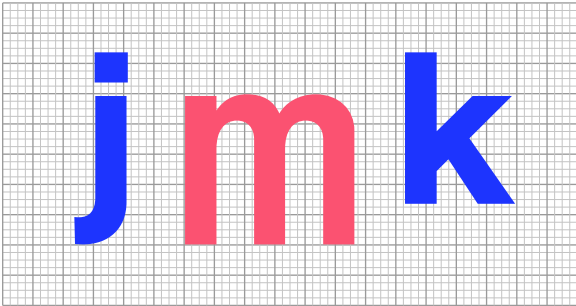
OBSAHOVÝ KLÍČ / Kapitoly

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**.



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

jihomoravský kraj



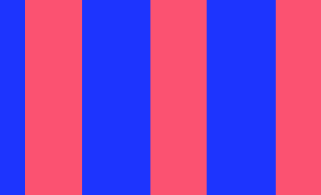
FORMÁLNÍ TYP  
KOMUNIKACE (celý  
název instituce)  
Je určený pro  
oficiální i marketin-  
govou komunikaci  
a administrativu.

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



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

jmk jmk



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

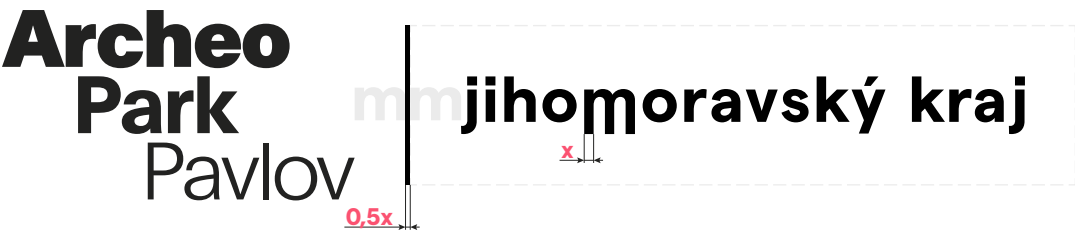
Pokud umísťujeme logotypy vedle sebe, lze použít variantu s doprovodným textem:

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

### Umístění logotypů pod sebou

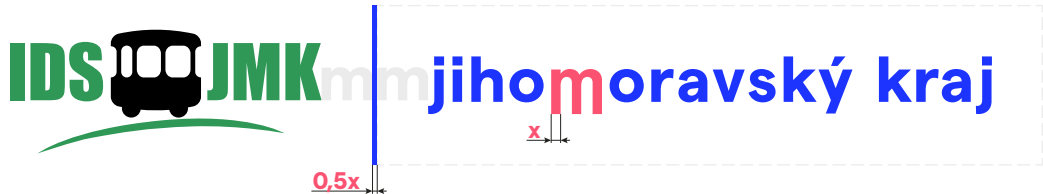
Jedná se o povolenou variantu bez doprovodného textu. Označení vzájemného vztahu (Zřizuje/ Sponzoruje/ Podporuje etc.) je součástí dělicí linky. Dělicí linka se v tomto případě řídí pravidly ochranné zóny logotypu Jihomoravský kraj. Šířka dělicí linky je totožná se šířkou logotypu Jihomoravský kraj a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

Archeo  
Park  
Pavlov

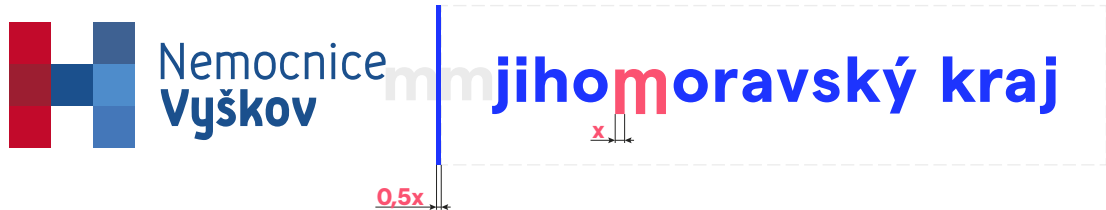


#### Jednobarevná varianta logotypu

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 zkrácené-  
ho logotypu nebo symbolu písmene m.



Zkrácený logotyp a symbol písmene m je vhod-  
ný 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  
jihomoravského 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  
jihommoravského kraje

OBSAHOVÝ KLÍČ / Kapitoly

03 Logotyp / Ochranná zóna / Rozměrová řada

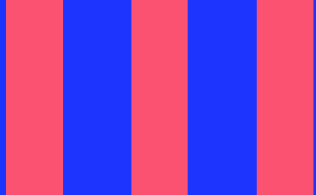
05 Typografie

06 Barevnost

07 Vizuální styl jmk

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





základní písmo /64  
doplňkové písmo /66

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 quasperum quati tet quaes adis ipsaped quam, ipsus recturia 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 quasperum quati tet quaes adis ipsaped quam, ipsus recturia 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 quasperum quati tet quaes adis ipsaped quam, ipsus recturia 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 quasperum quati tet quaes adis ipsaped quam, ipsus recturia 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 quasperum quati tet quaes adis ipsaped quam, ipsus recturia 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 quasperum quati tet quaes adis ipsaped quam, ipsus recturia 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 quasperum quati tet quaes adis ipsaped quam, ipsus recturia 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 quasperum quati tet quaes adis ipsaped quam, ipsus recturia voluptatum arum andeles tiuntem.

ARIAL – REGULAR  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890 žščřěáíé [(?!.,/–)]

ARIAL – ITALIC  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890 žščřěáíé [(?!.,/–)]

ARIAL – BOLD  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890 žščřěáíé [(?!.,/–)]

ARIAL – BOLD ITALIC  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
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, cusarent 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, cusarent 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, cusarent 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, cusarent 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, cusarent 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

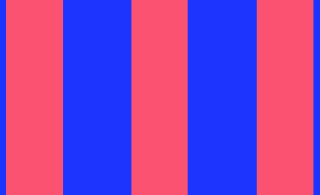
Temporen dustorum sim ilitem sin reius, quia dignatur rem idusdaest, cusarent ullame velitiis dit pelitestrum aperibus atibus et repersp ientius eum sed ut alibUSD animini tibusda volorepti nusdae vitiosa nonsequae lati ut et od enihiciisque corrovi tateserum quaes evenit officimod quasperum quati tet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

ARIAL – BOLD / VELIKOST 11/14 BODŮ

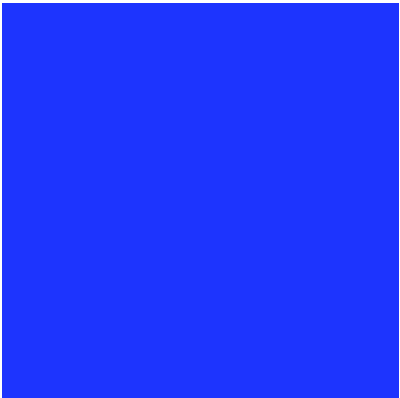
Temporen dustorum sim ilitem sin reius, quia dignatur rem idusdaest, cusarent ullame velitiis dit pelitestrum aperibus atibus et repersp ientius eum sed ut alibUSD animini tibusda volorepti nusdae vitiosa nonsequae lati ut et od enihiciisque corrovi tateserum quaes evenit officimod quasperum quati tet 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, cusarent 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

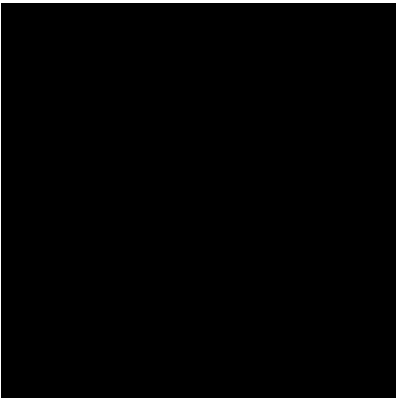


Pantone Blue 2728C  
CMYK 95/70/0/0  
RGB 29/52/254  
web #1d34fe



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

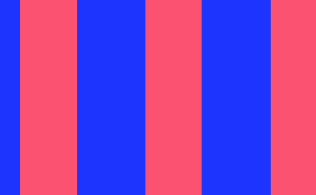
Základní barevné provedení logotypu napomáhá odlišnosti, zapamatovatelnosti a hravosti. Usnadňuje identifikaci a dodává logotypu osobitý, moderní charakter, zároveň se však odkazuje na kulturní tradici Jihomoravského kraje. V layoutu jsou zastoupeny 2 hlavní barvy: modrá a purpurová.



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



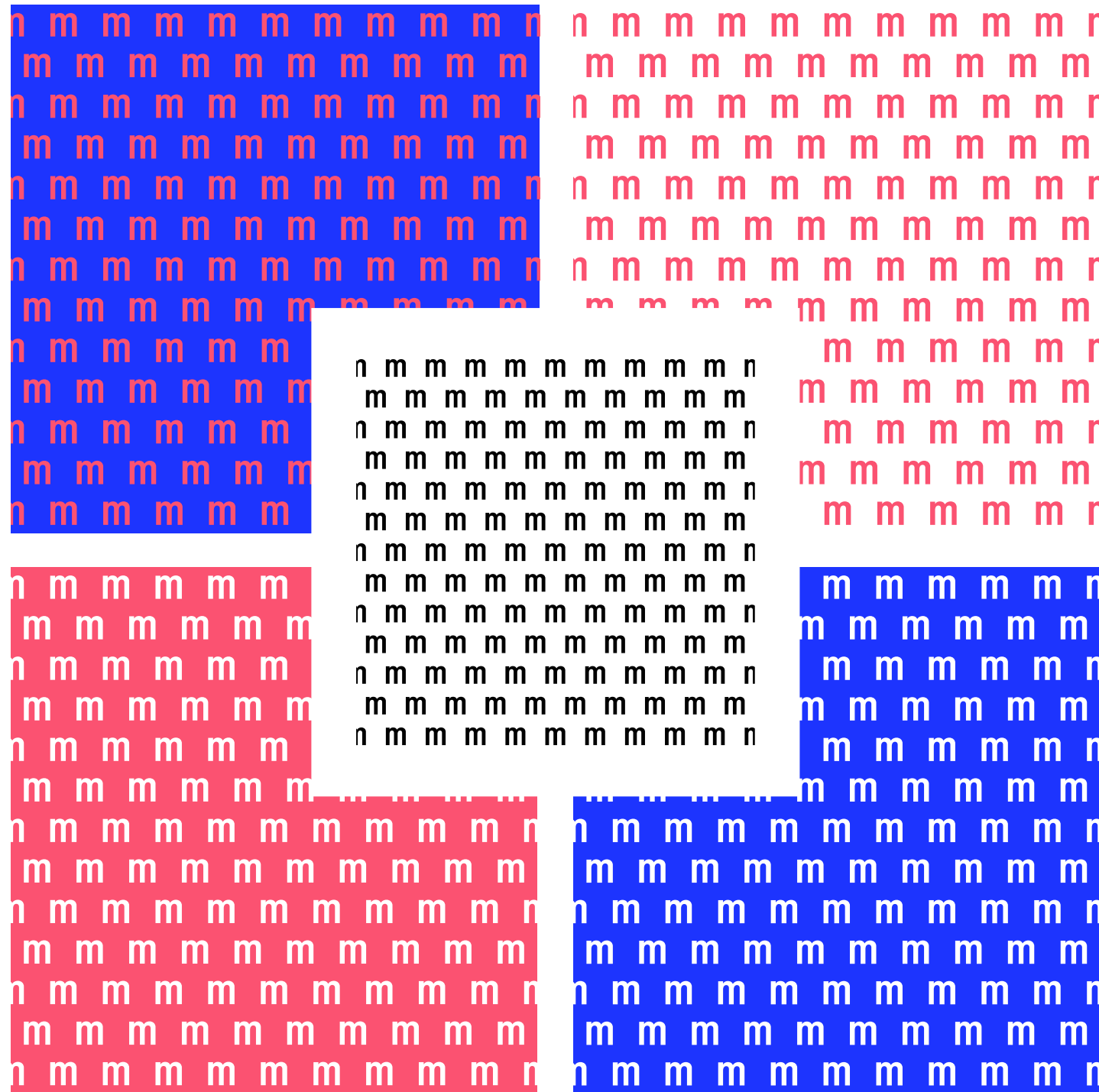
doplňkové prvky  
piktogramy

/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.



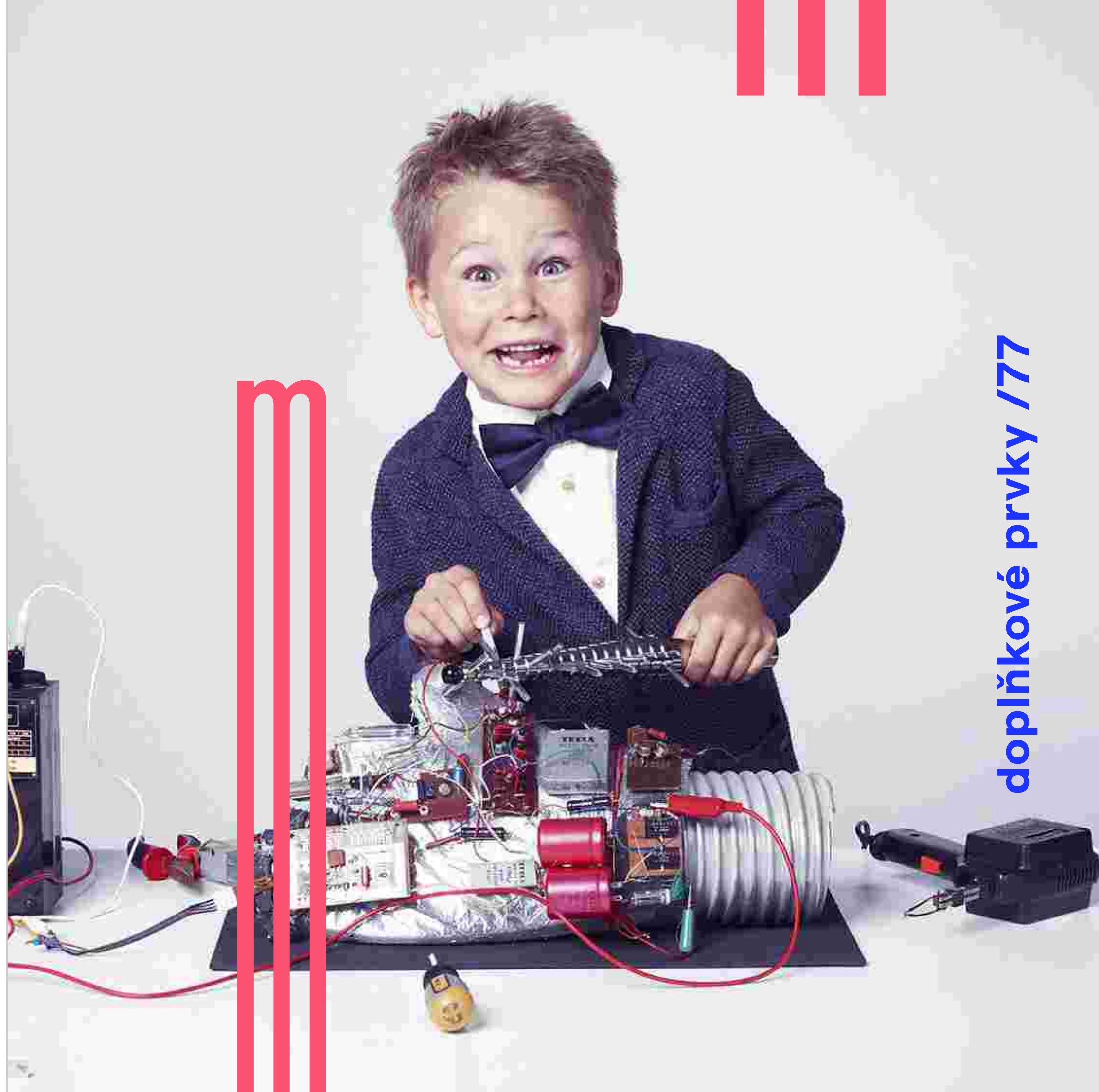


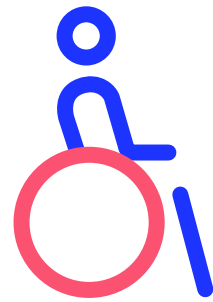
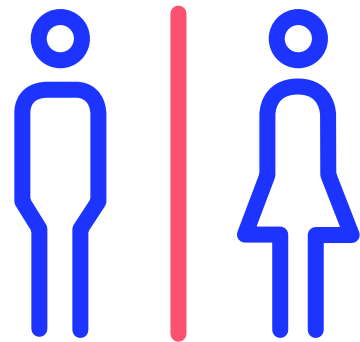
m



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

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





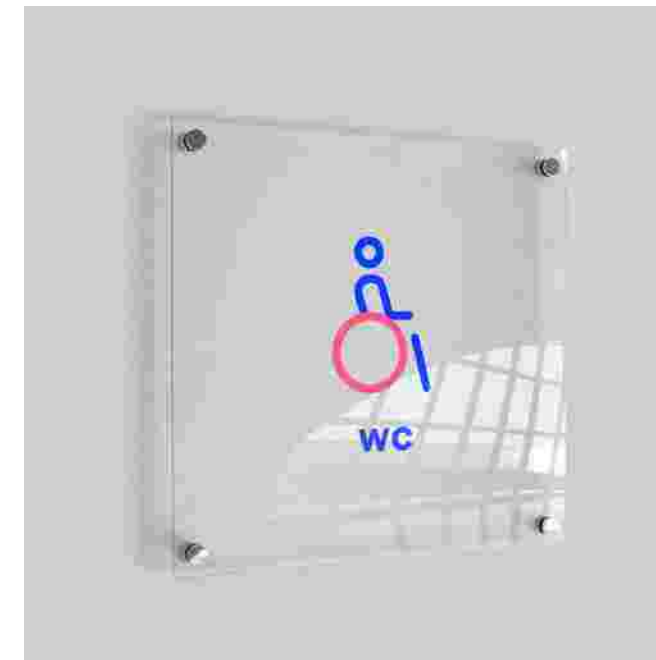
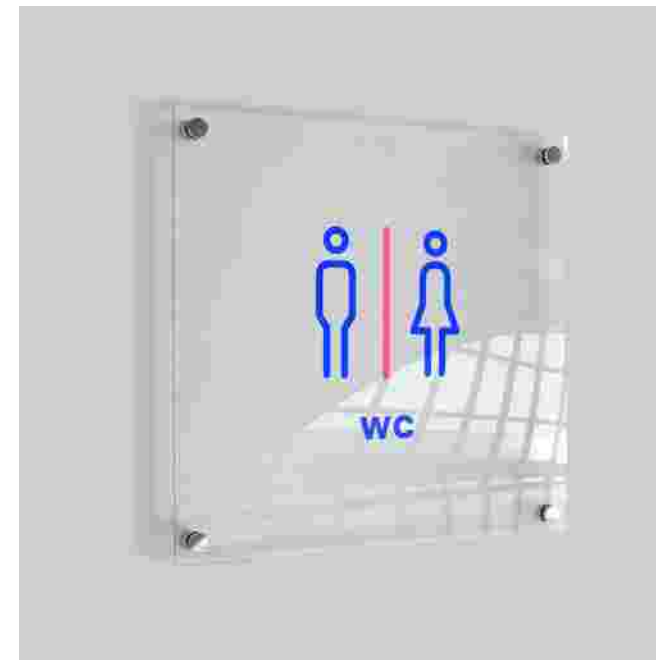
#### OBSAHOVÝ KLÍČ / Kapitoly

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	/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



 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**.



#### 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, typografií, 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 barev 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 prodloužený grafický symbol písmene **m**.



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

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**.

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.





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

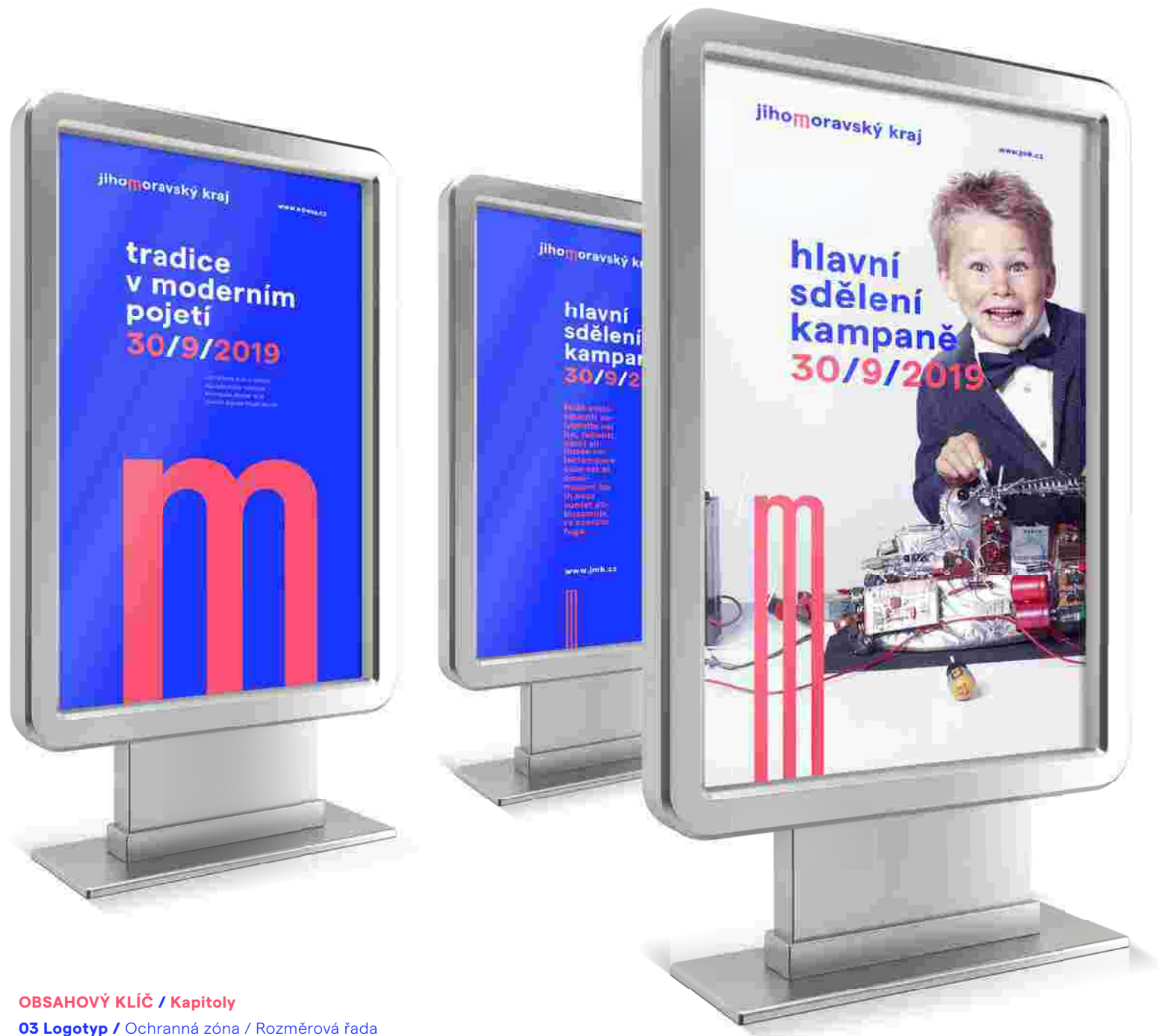
### OBSAHOVÝ KLÍČ / Kapitoly

- 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, podkla-  
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 dodržo-

vat 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





Logotyp s protaže-  
ným symbolem **m**  
je možné použít i přes  
image fotografii.

#### OBSAHOVÝ KLÍČ / Kapitoly

03 Logotyp / Ochranná zóna / Rozměrová řada

05 Typografie

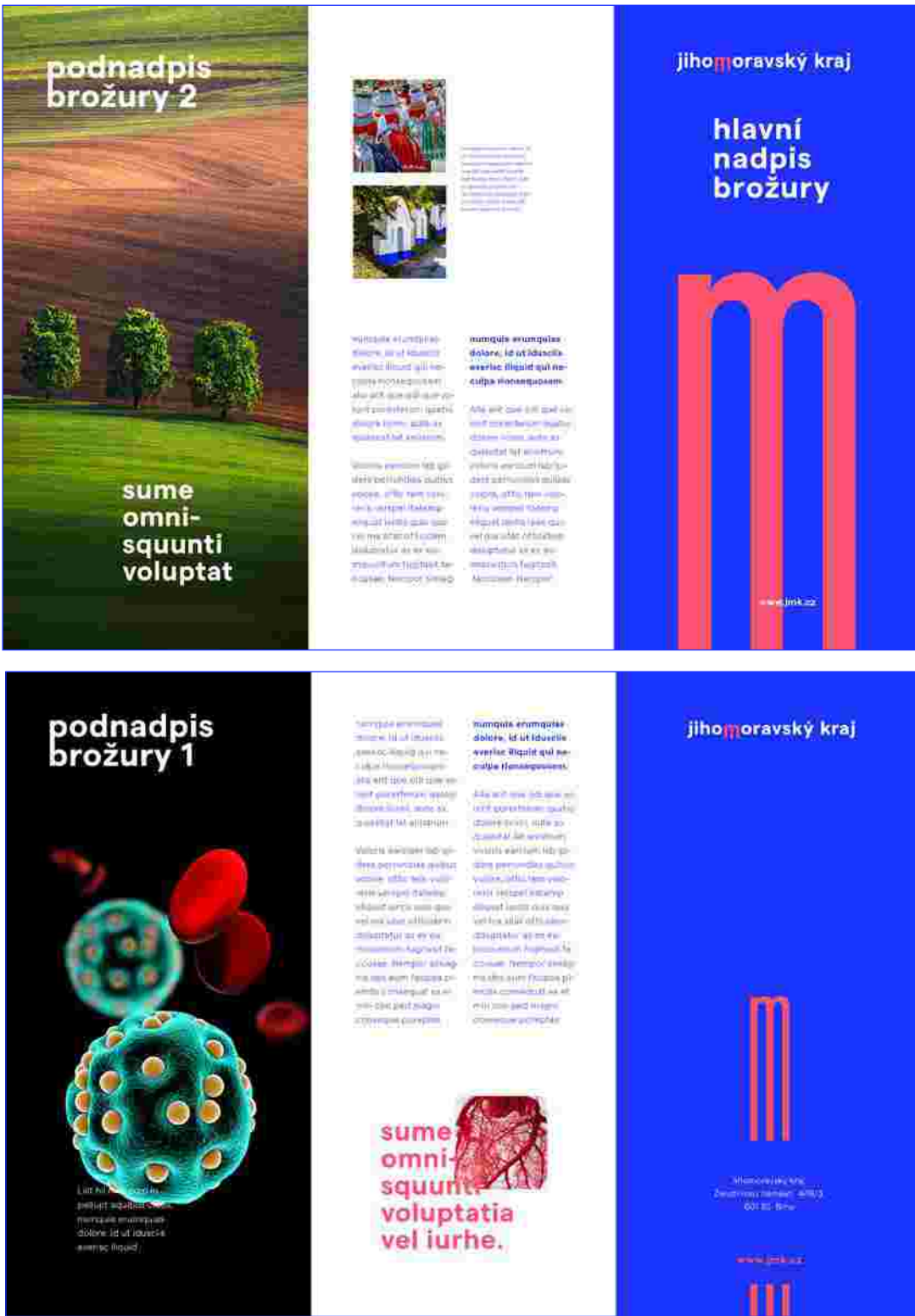
06 Barevnost

07 Vizuální styl jmk

Layout DL 210×100 mm/ 100×210 mm. DL brožury jsou často odlišného charakteru. JMK proto nepoužívá striktně daná pravidla pro tvorbu jejího layoutu. Příklad zde uvedený 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.



## 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

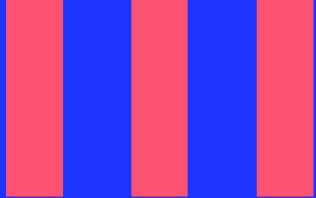
layoutu je však nutné dodržovat grafická pravidla (logotyp a jeho náležitosti, barevnost, velikost, ochranná zóna, styl fotografií dle zaměření kampaně, typografii, podkladové plochy atd.) uvedená v jednotlivých kapitolách.

## titulní strana brožury /92



## vnitřní strana brožury /93

# merkan- tilní 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 /

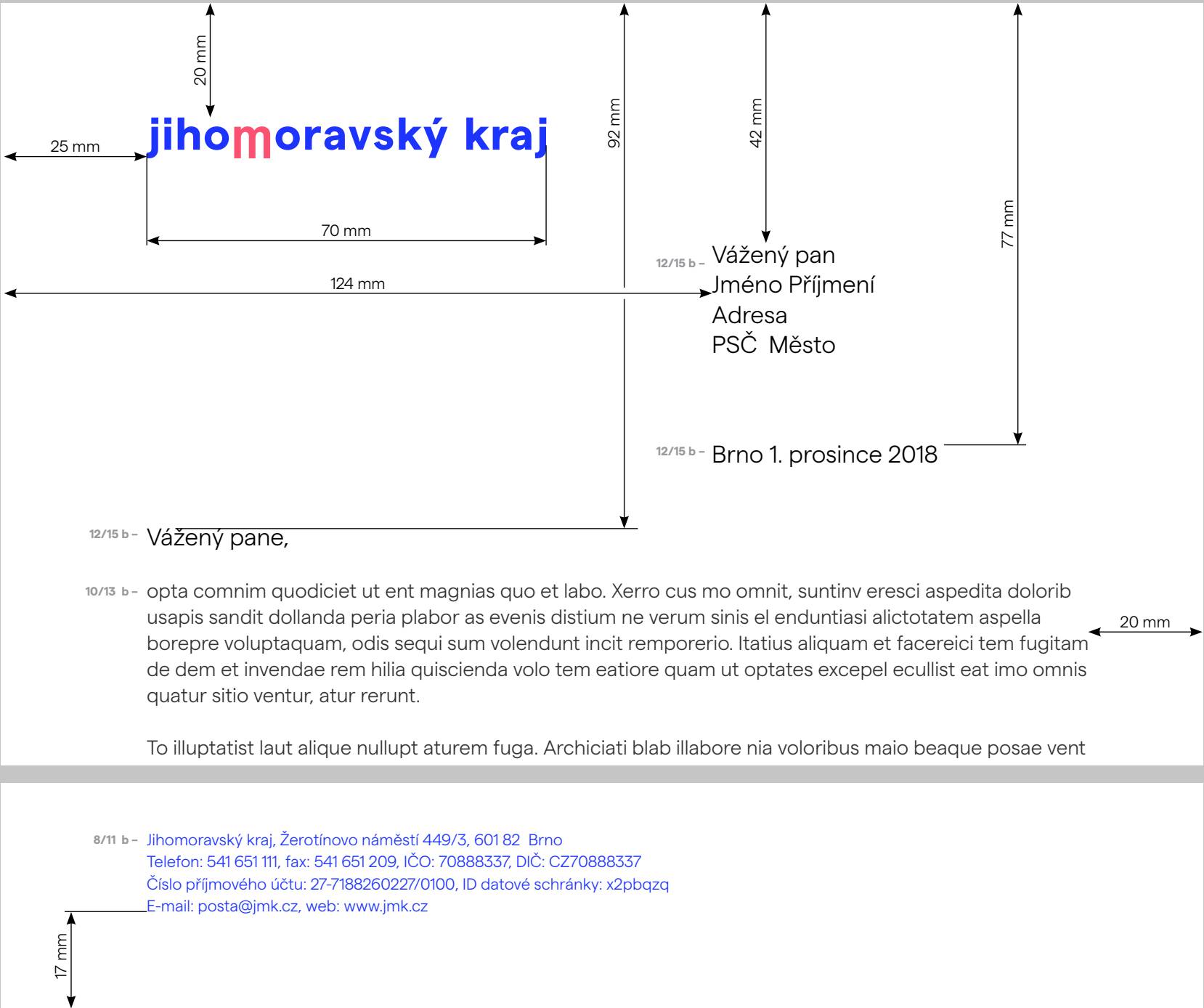
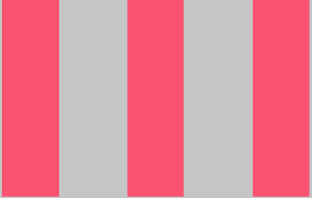
Ochranná zóna / Rozměrová řada

05 Typografie

06 Barevnost

Formát dopisního papíru A4 210 x 297 mm.

Minimalistické provedení. Základní barevnost.



Detail popisku a rozkres použití logotypu na dopisním papíru.

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

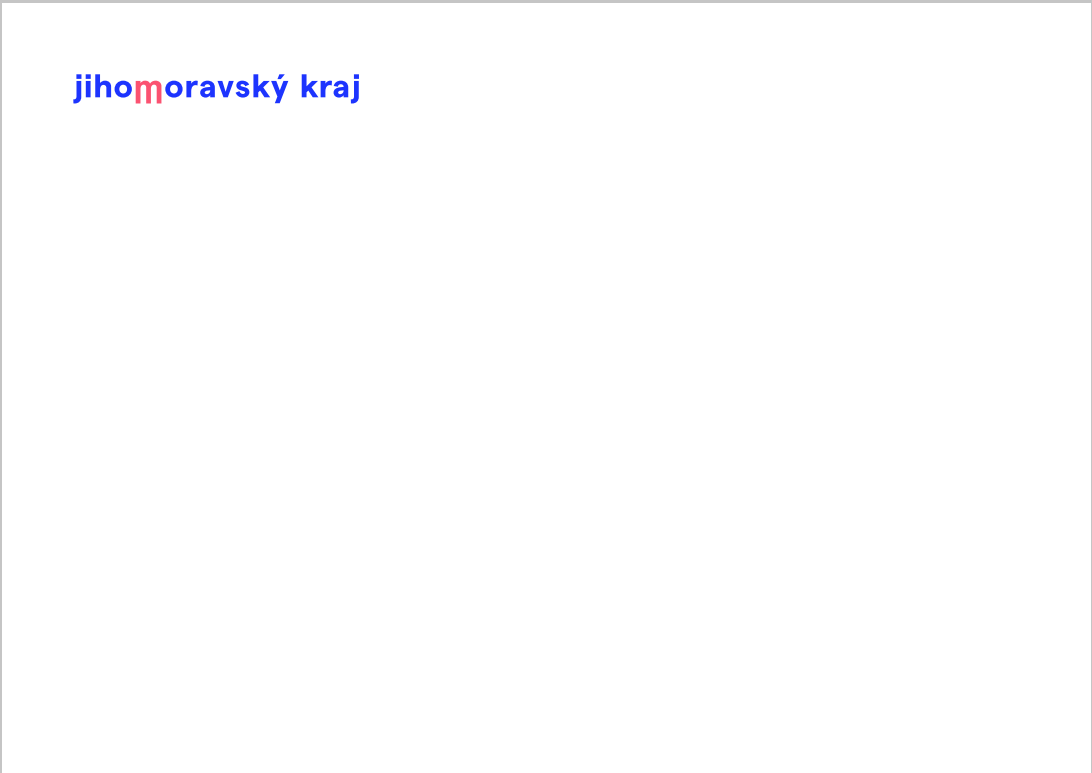
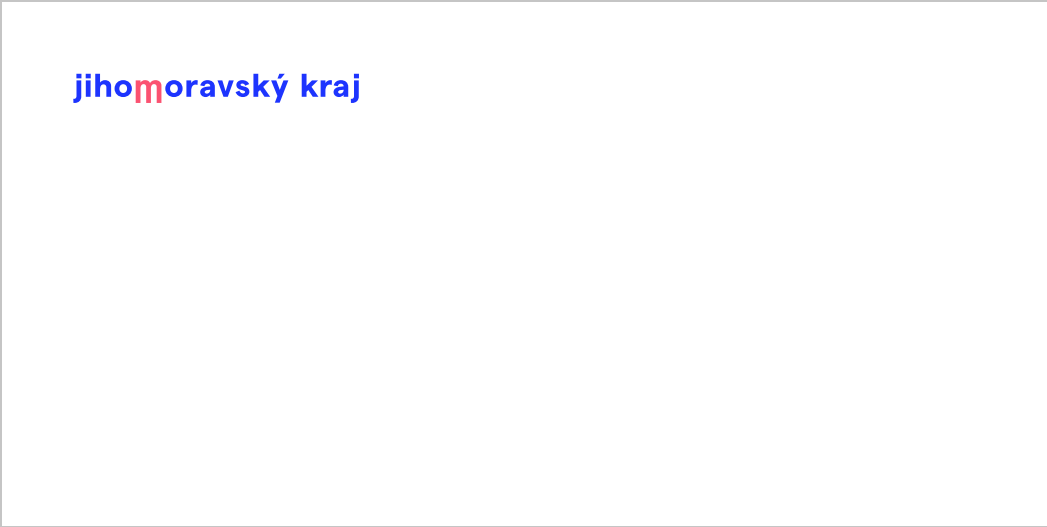
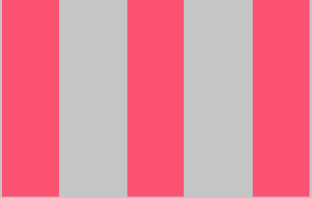


8/11 b – Jihomoravský kraj, Žerotínovo náměstí 449/3, 601 82 Brno  
Kontakt pro média:  
Telefon: +420 604 309 711  
E-mail: [brindzakova.monika@kr-jihomoravsky.cz](mailto:brindzakova.monika@kr-jihomoravsky.cz)



Detail popisku a rozkres použití logotypu na tiskové zprávě.





OBSAHOVÝ KLÍČ / Kapitoly

03 Logotyp /

Ochranná zóna / Rozměrová řada

05 Typografie

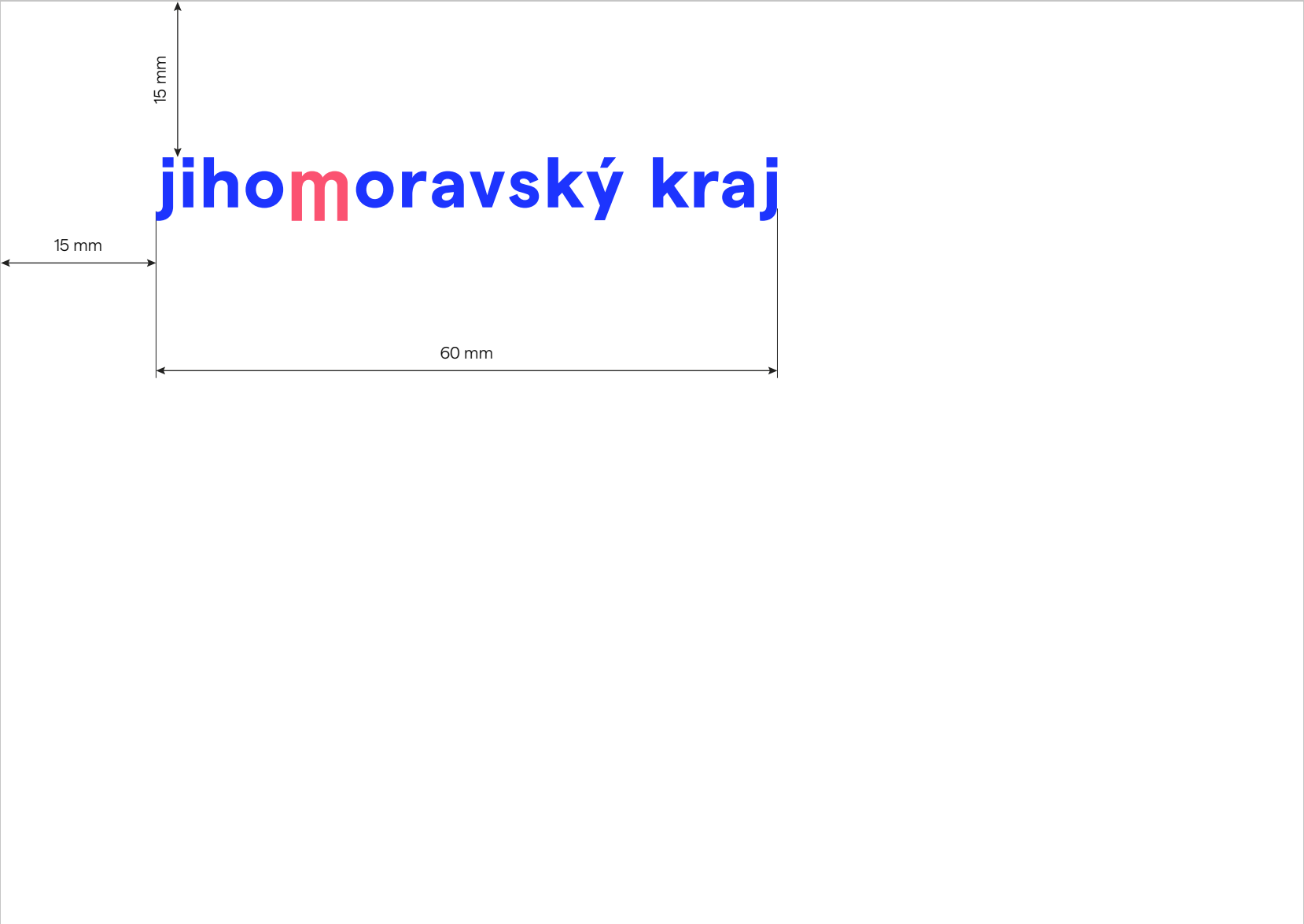
06 Barevnost

3 grafické varianty možného rozpracování.

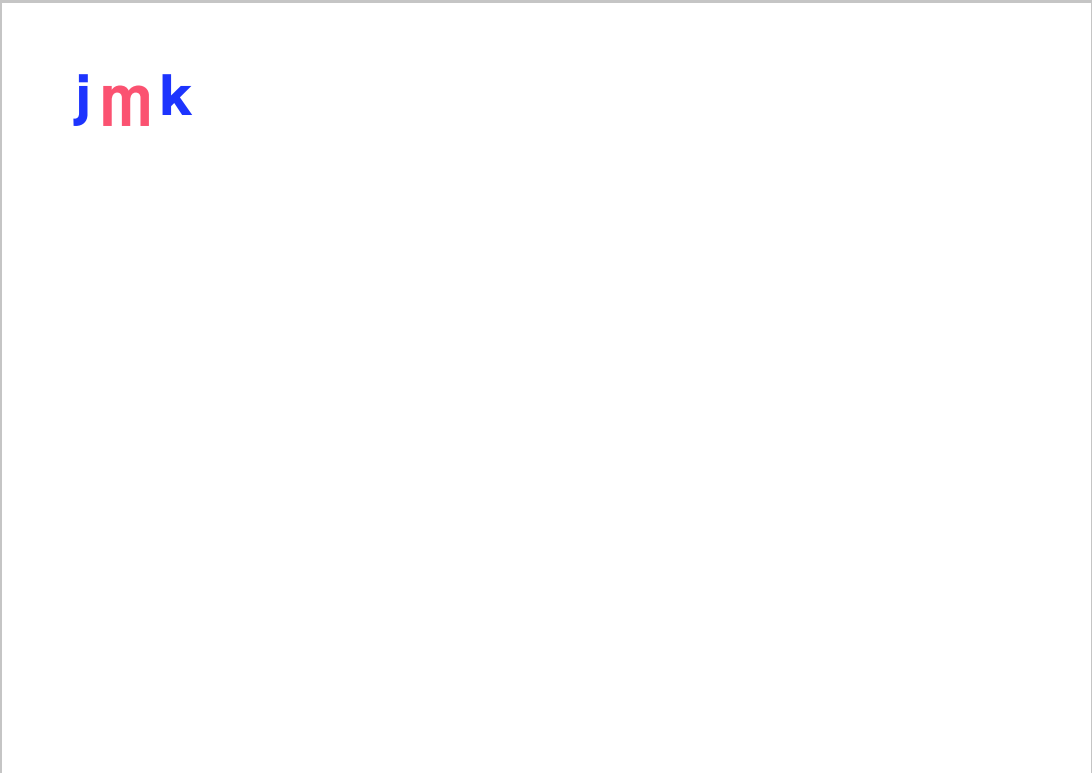
Formát obálky DL 110 x 220 mm.

Formát obálky C5 162×229 mm.

Minimalistické provedení. Základní barevnost.



Detail popisku a rozkres použití logotypu na dopisních obálkách.



OBSAHOVÝ KLÍČ / Kapitoly

03 Logotyp /

Ochranná zóna / Rozměrová řada

05 Typografie

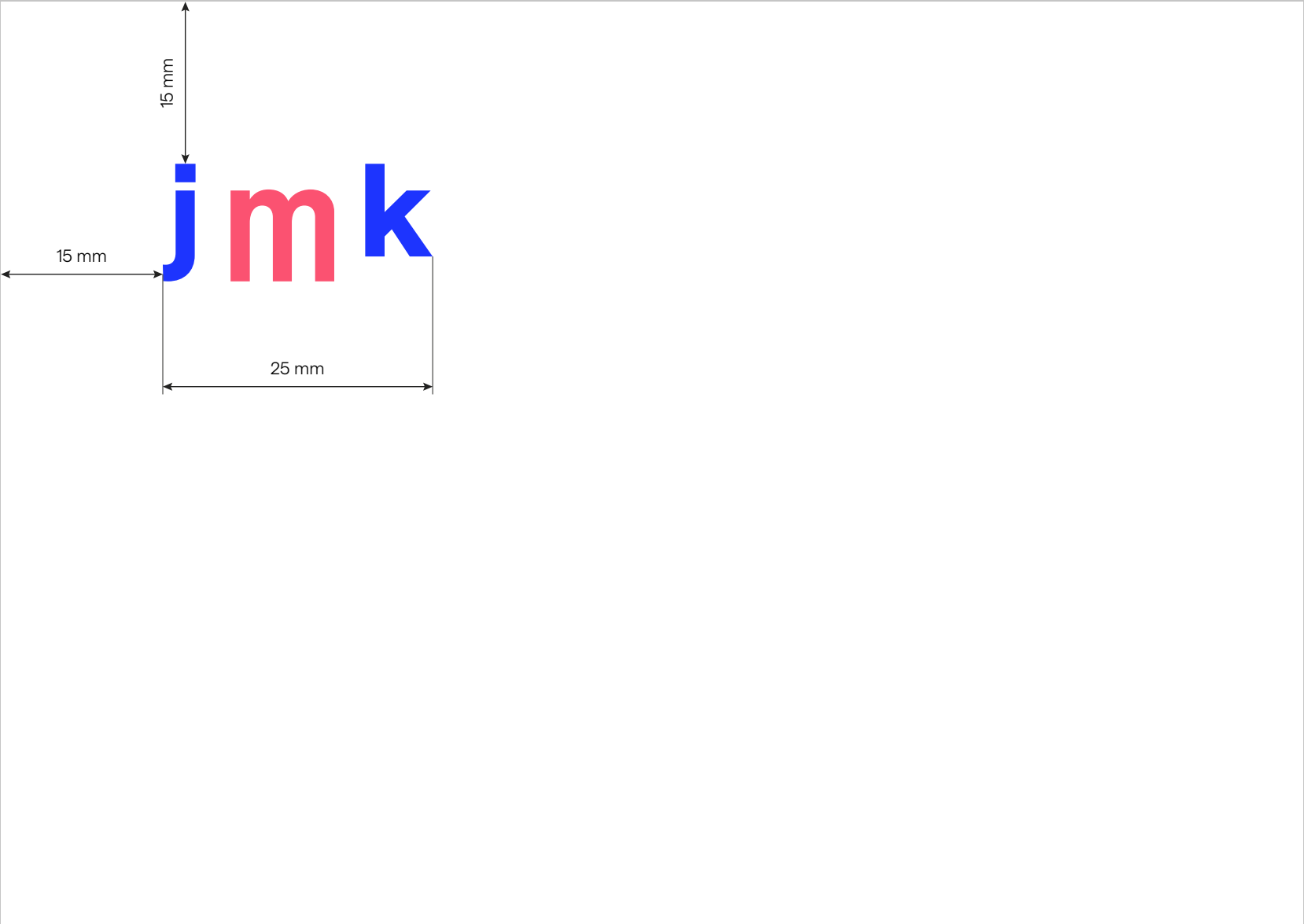
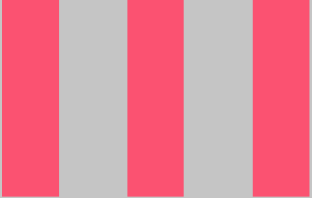
06 Barevnost

Formát obálky DL 110 x 220 mm.

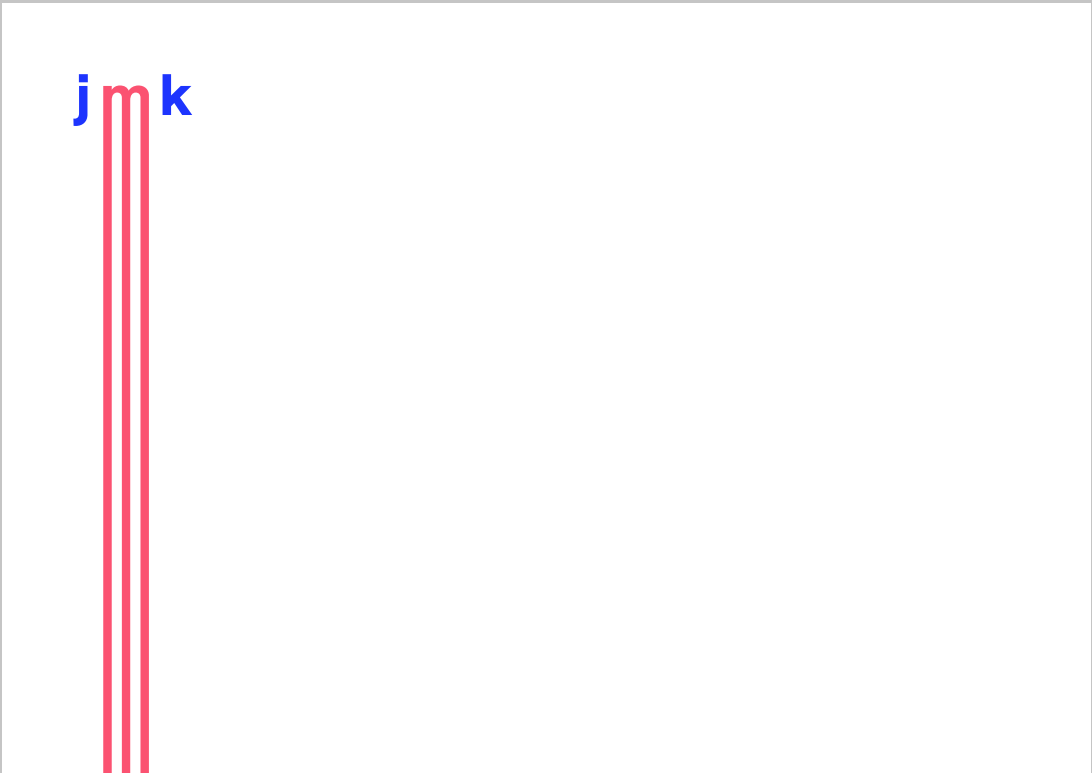
Formát obálky C5 162×229 mm.

Minimalistické provedení.

Základní barevnost.



Detail popisku a rozkres použití logotypu  
na dopisních obálkách.



OBSAHOVÝ KLÍČ / Kapitoly

03 Logotyp /

Ochranná zóna / Rozměrová řada

05 Typografie

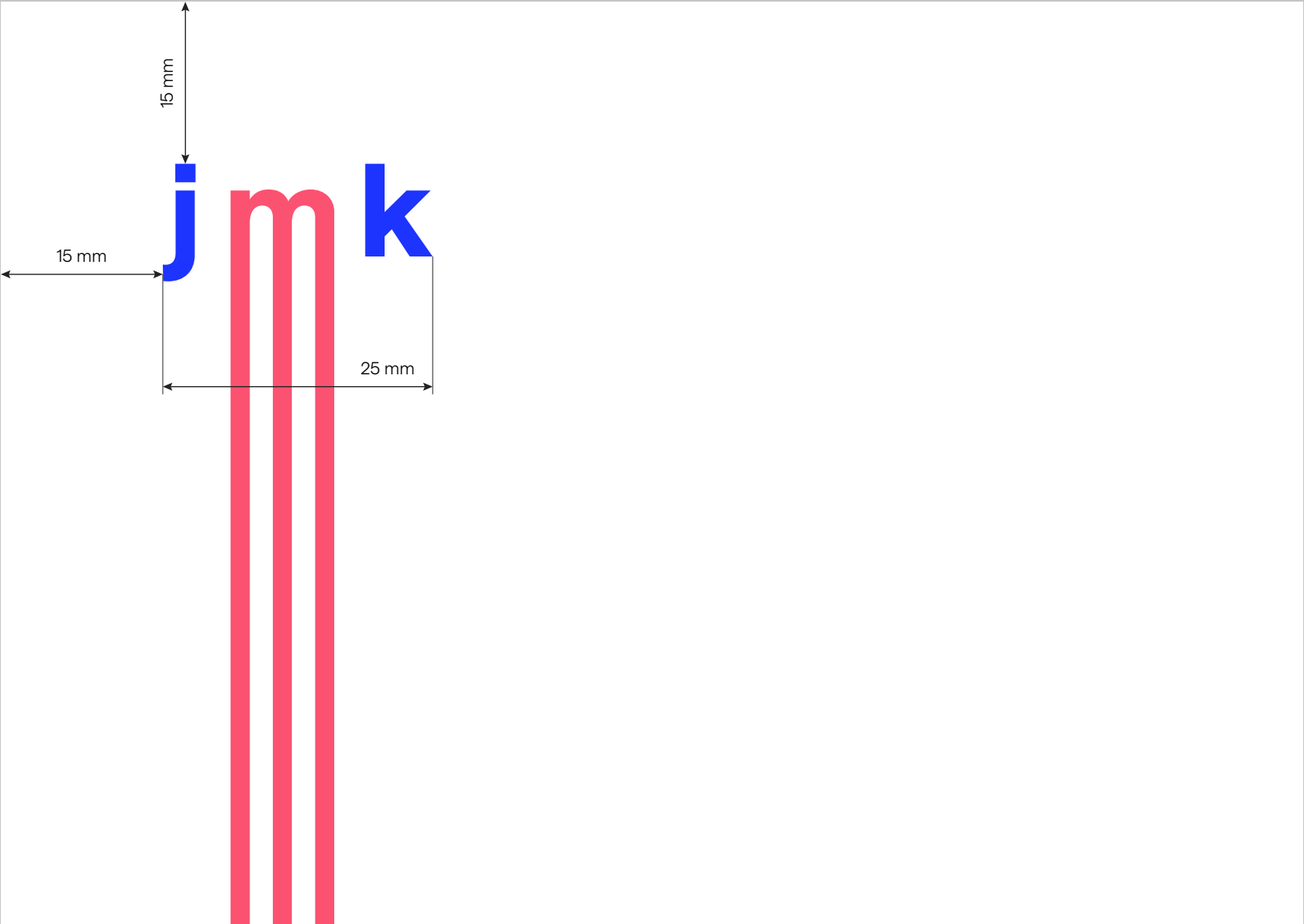
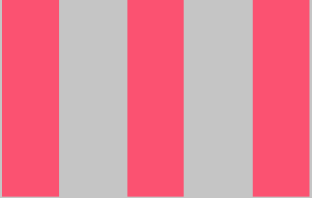
06 Barevnost

Formát obálky DL 110 x 220 mm.

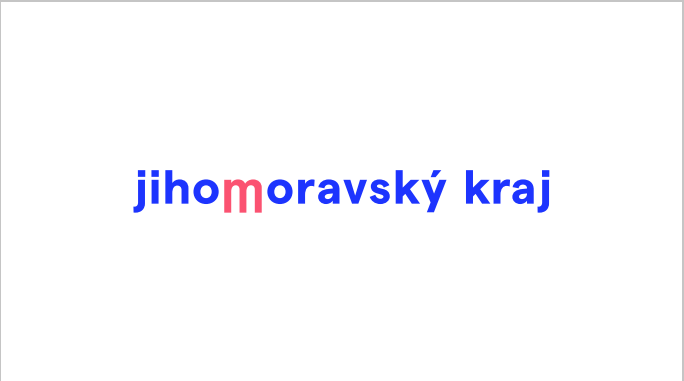
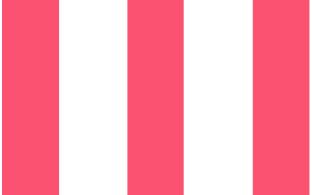
Formát obálky C5 162×229 mm.

Minimalistické provedení. Základní barevnost.

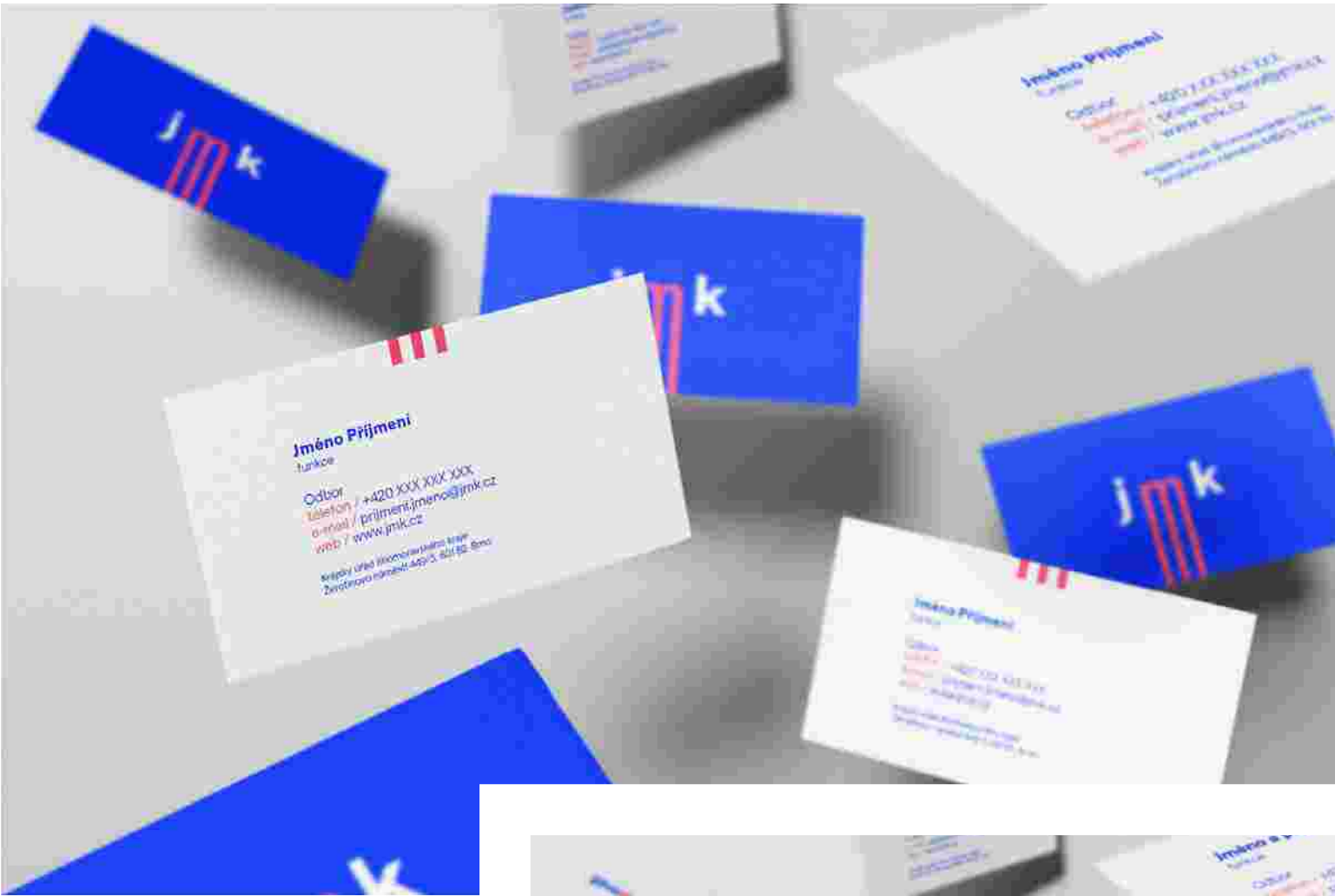
Výrazný protažený grafický prvek **m** z loga.



Detail popisku a rozkres použití logotypu  
na dopisních obálkách.



## oboustranné vizitky



### OBSAHOVÝ KLÍČ / Kapitoly

#### 03 Logotyp /

Ochranná zóna / Rozměrová řada

#### 05 Typografie

#### 06 Barevnost

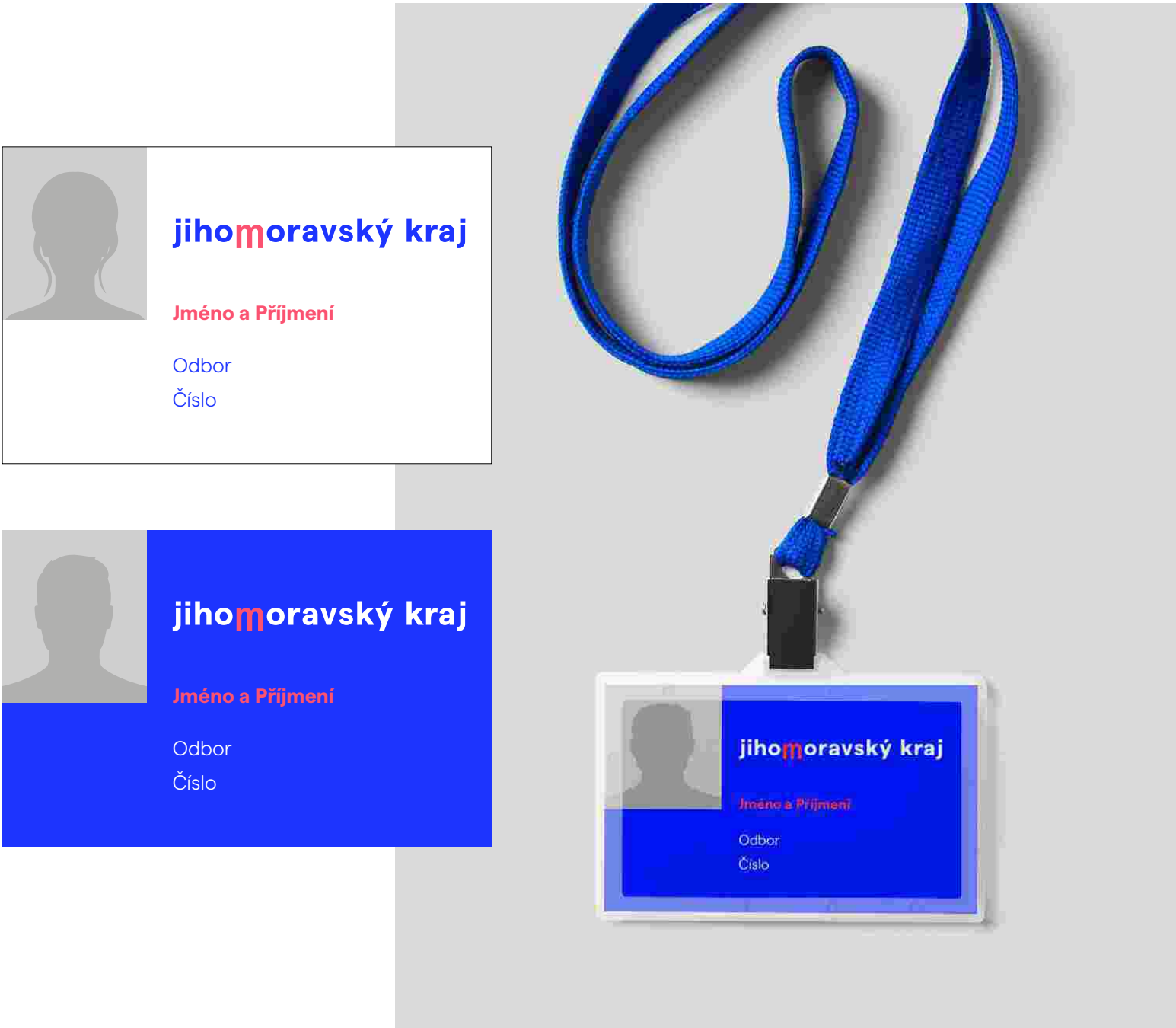
#### 07 Vizuální styl jmk

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

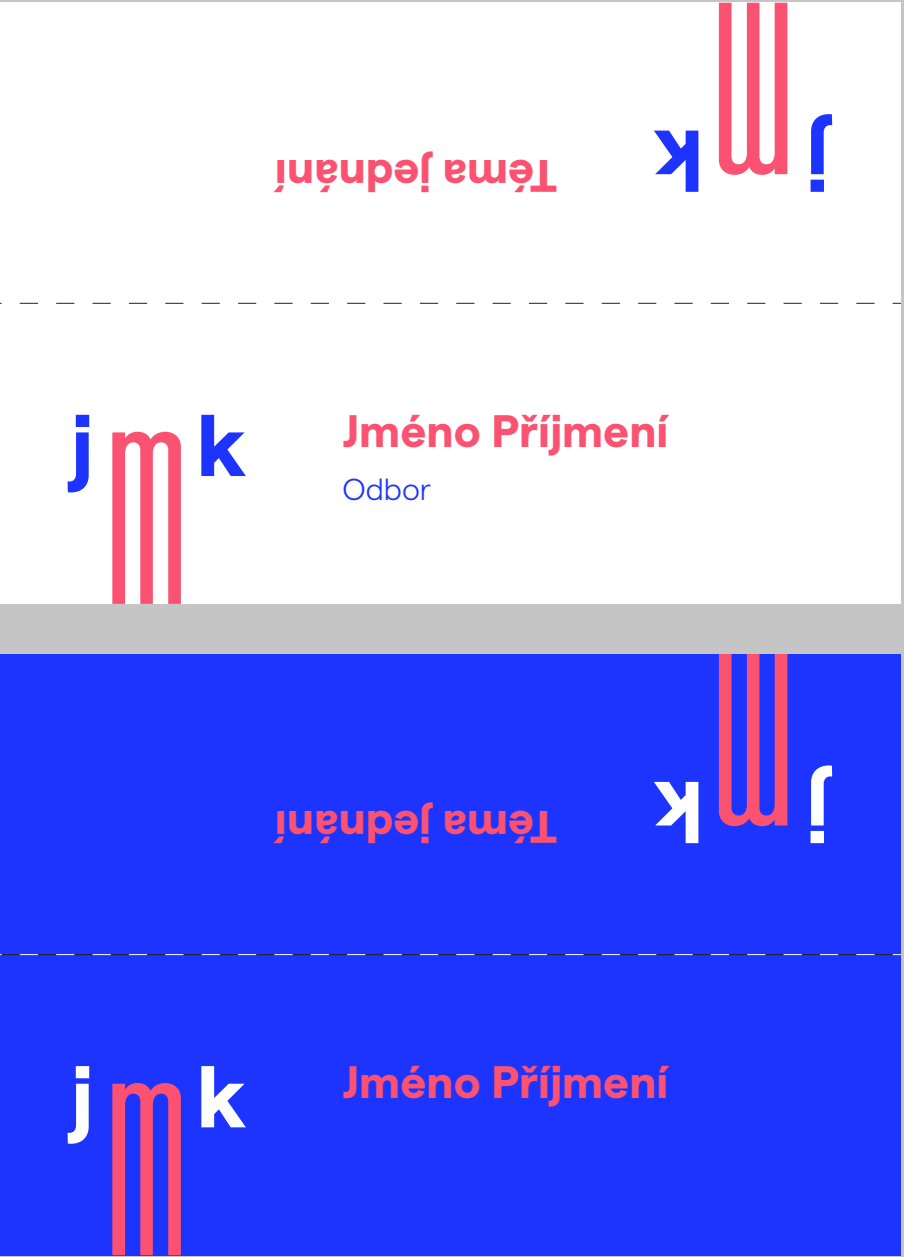
03 Logotyp / Ochranná zóna / Rozměrová řada

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.

jihommoravský kraj

Název odboru  
Krajský úřad Jiho­mo­rav­ského kraje  
Žerotínovo náměstí 449/3, 601 82 Brno  
posta@jmk.cz  
www.jmk.cz

jihommoravský kraj

Název odboru  
Krajský úřad Jiho­mo­rav­ského kraje  
Žerotínovo náměstí 449/3, 601 82 Brno  
posta@jmk.cz  
www.jmk.cz

jihommoravský kraj

Název odboru  
Krajský úřad Jiho­mo­rav­ského kraje  
Žerotínovo náměstí 449/3, 601 82 Brno  
posta@jmk.cz  
www.jmk.cz

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 Vizuální 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

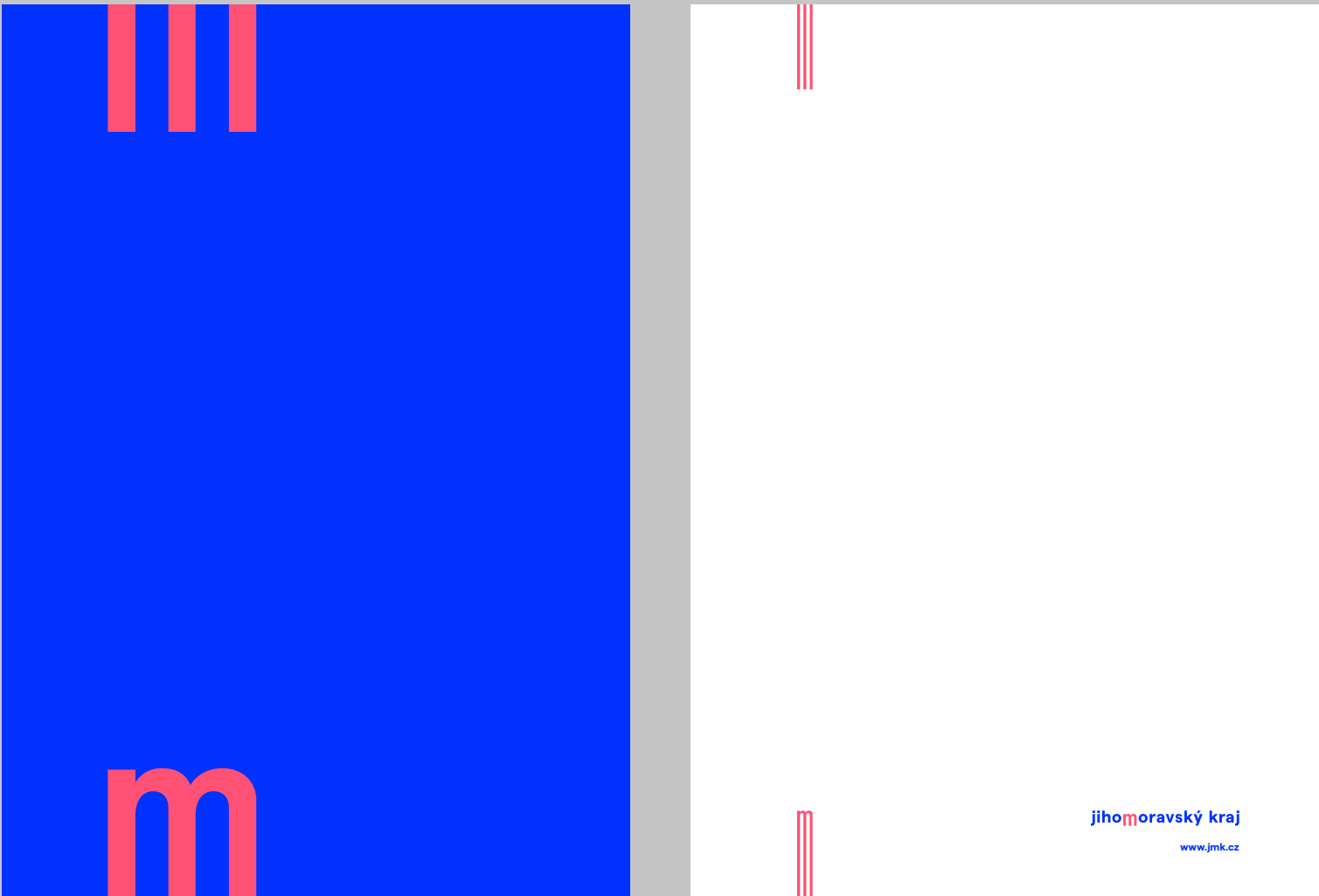


**OBSAHOVÝ KLÍČ / Kapitoly**

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

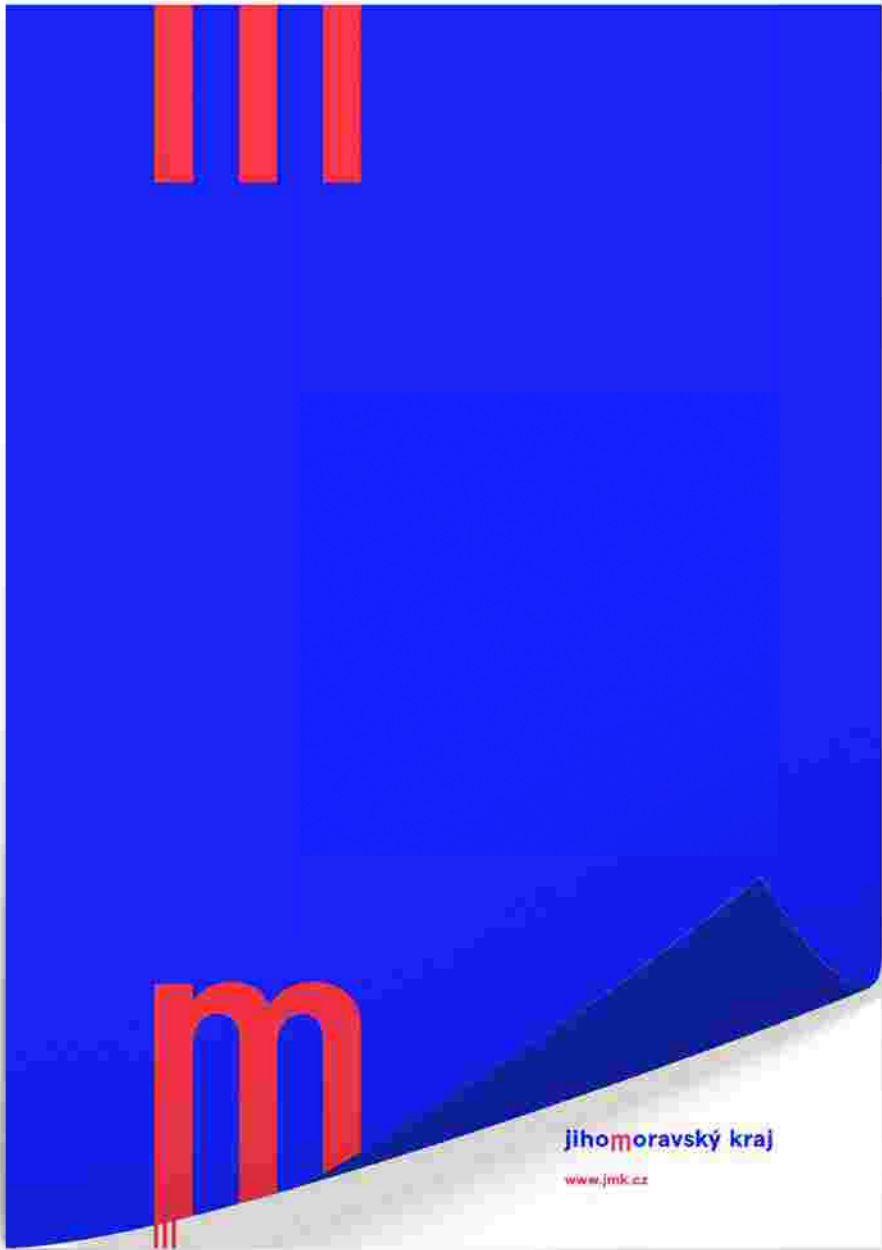
Prezentační slohy.  
Výsledný formát A4+ (215×310 mm).  
Minimalistické provedení. Základní barevnost.  
Výrazný grafický prvek **m**.

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.

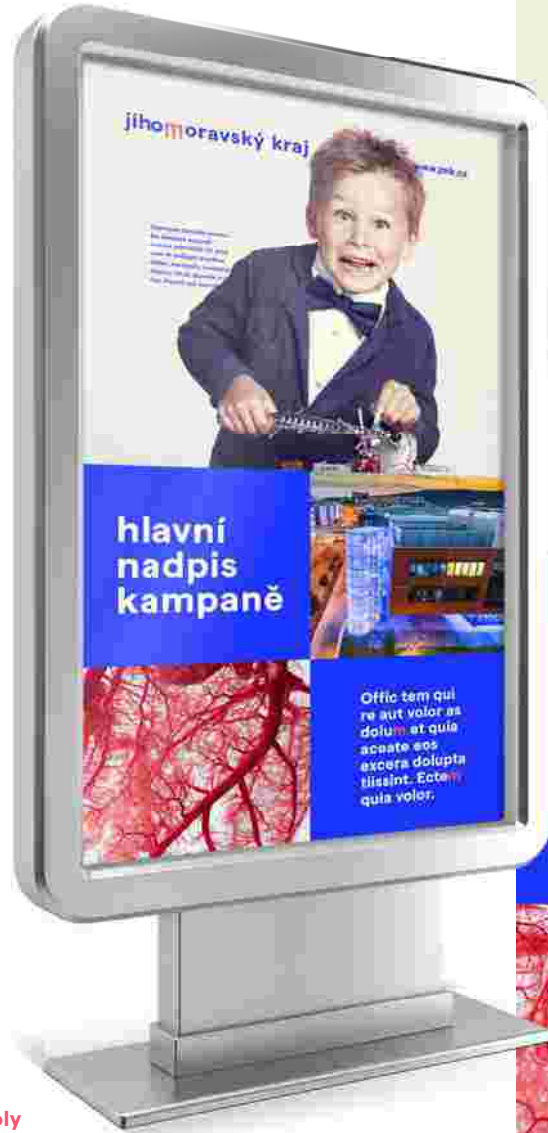


OBSAHOVÝ KLÍČ / Kapitoly

- 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. Doplněn 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



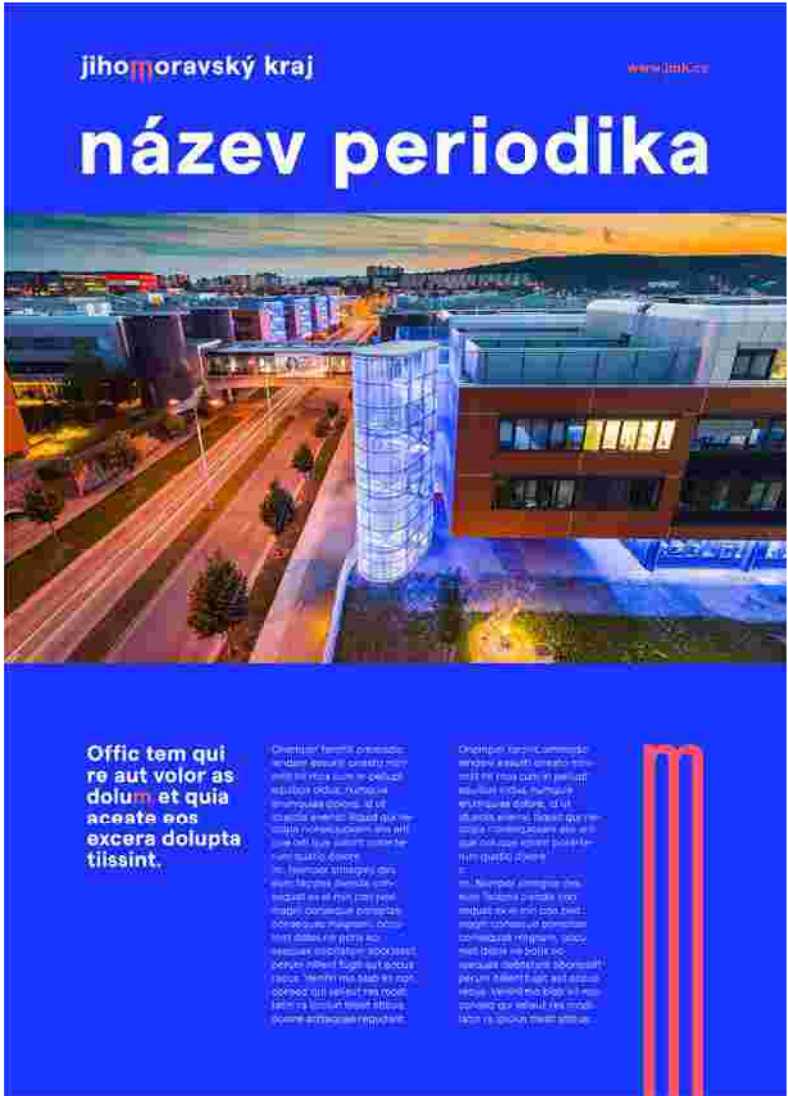
OBSAHOVÝ KLÍČ / Kapitoly

03 Logotyp / Ochranná zóna / Rozměrová řada

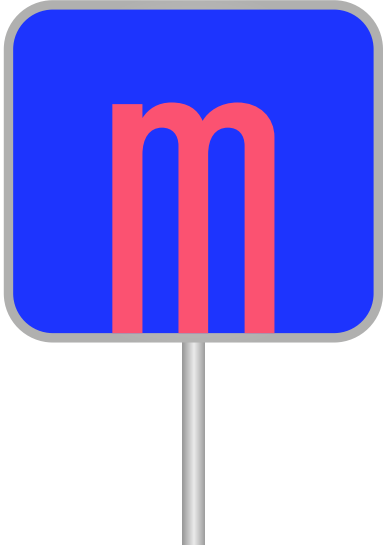
05 Typografie

06 Barevnost

07 Vizuální styl jmk



hlavička periodik /122



OBSAHOVÝ KLÍČ / Kapitoly

03 Logotyp / Ochranná zóna / Rozměrová řada

05 Typografie

06 Barevnost

07 Vizuální styl jmk

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





e-mailový podpis /126  
elektronický newsletter /128

# on-line formáty jmk

## jihomoravský kraj

### Jméno Příjmení

odbor

oddělení

funkce

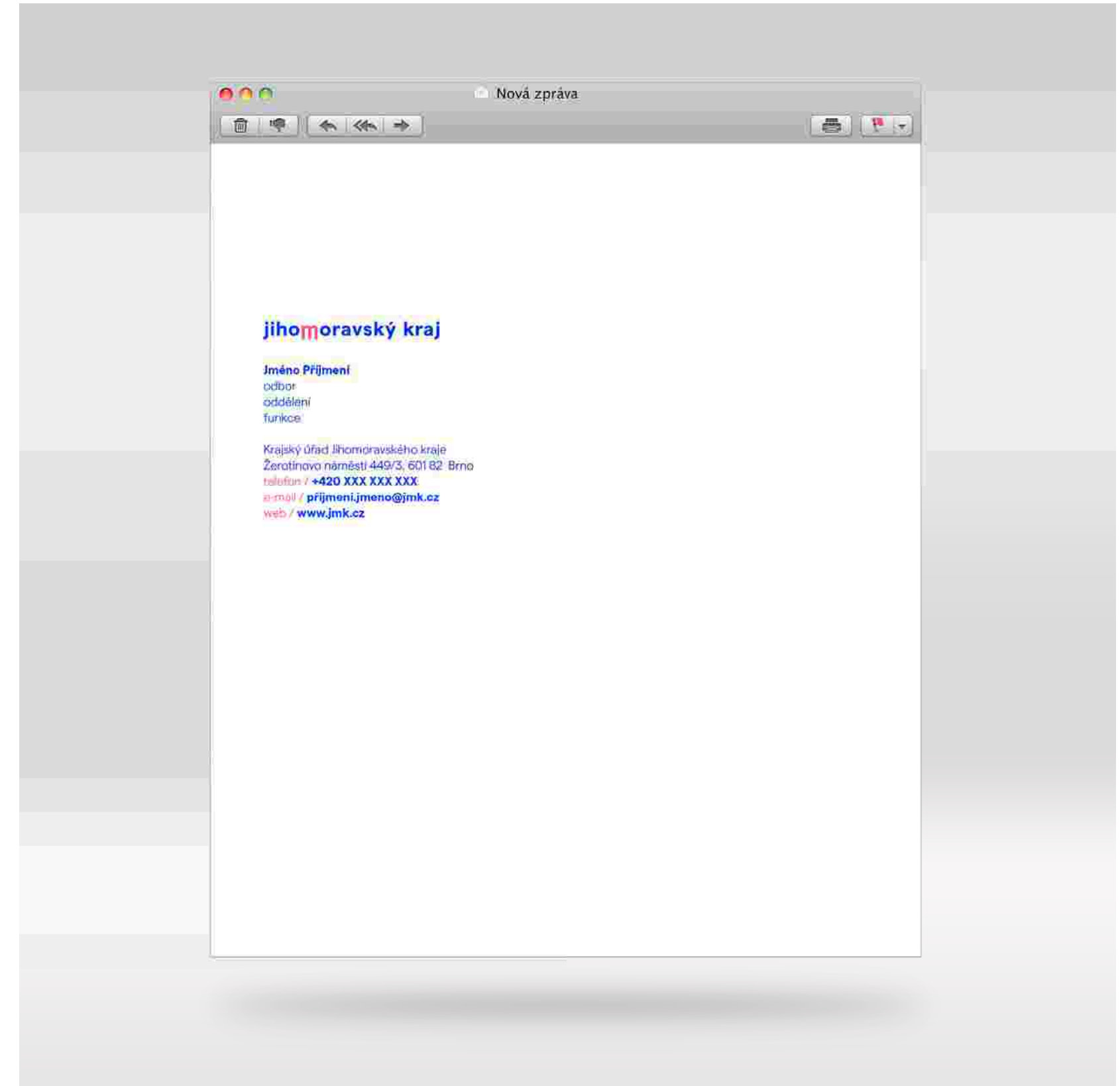
Krajský úřad Jihomoravského kraje  
Žerotínovo náměstí 449/3, 601 82 Brno  
telefon / +420 XXX XXX XXX  
e-mail / [prijmeni.jmeno@jmk.cz](mailto:prijmeni.jmeno@jmk.cz)  
web / [www.jmk.cz](http://www.jmk.cz)

OBSAHOVÝ KLÍČ / Kapitoly

03 Logotyp / Ochranná zóna / Rozměrová řada

05 Typografie

06 Barevnost

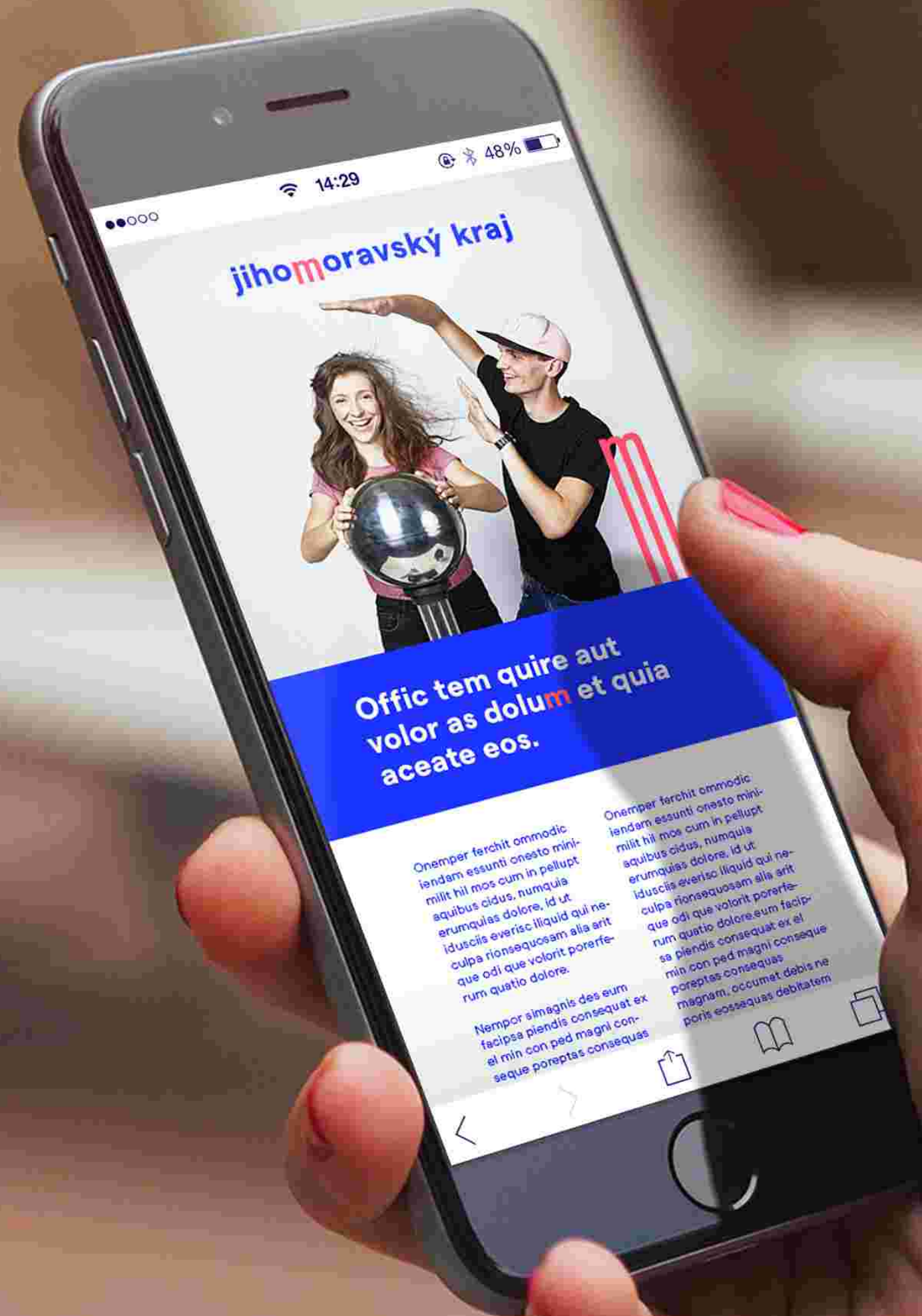


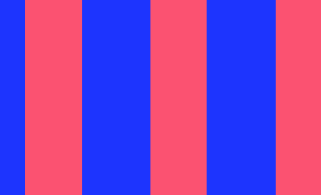




OBSAHOVÝ KLÍČ / Kapitoly  
03 Logotyp /  
Ochranná zóna / Rozměrová řada  
05 Typografie  
06 Barevnost  
07 Vizuální styl jmk

## 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

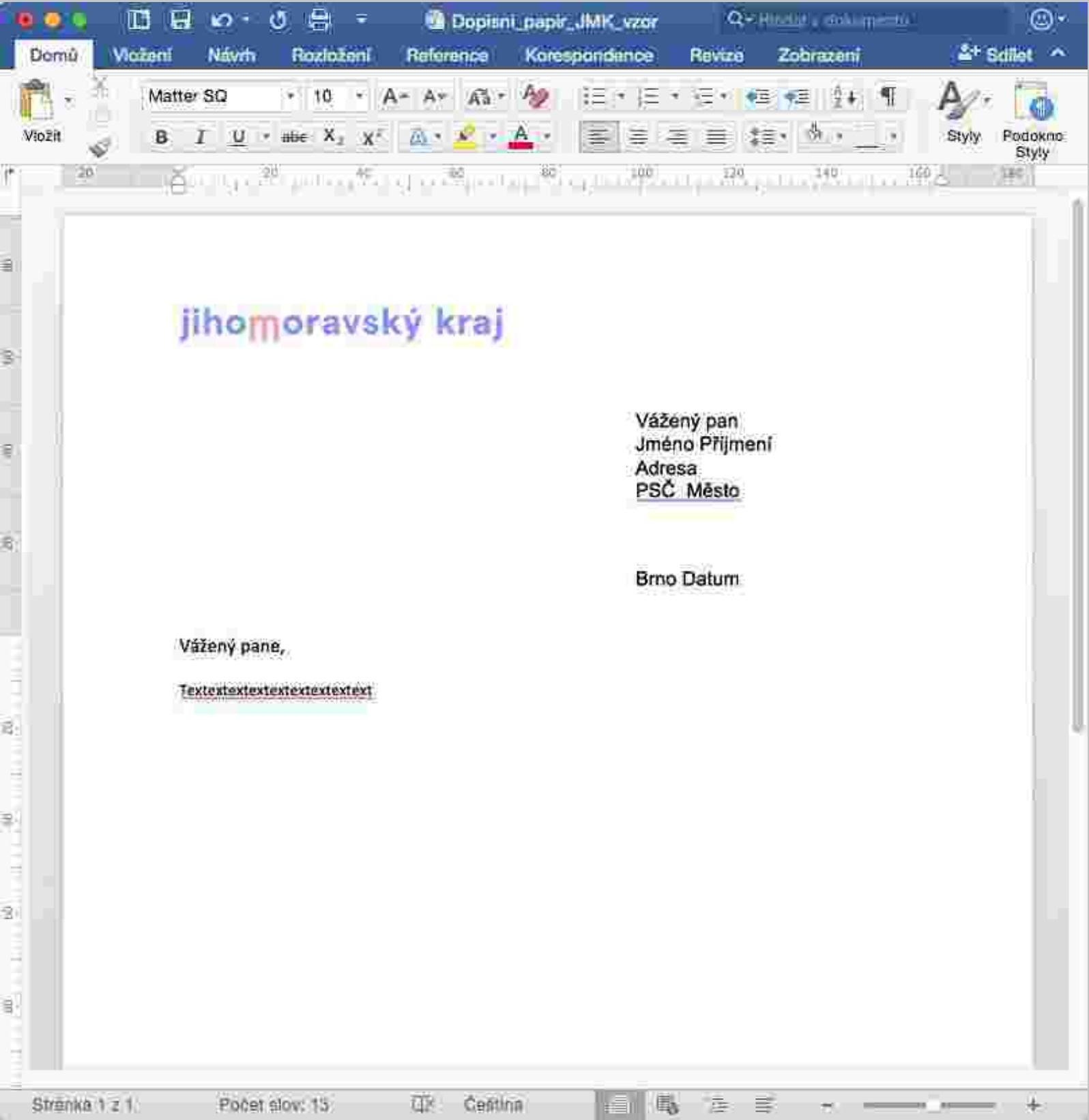
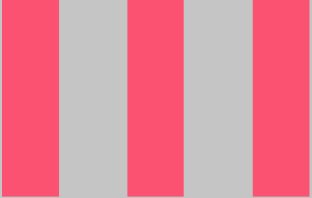


OBSAHOVÝ KLÍČ / Kapitoly

03 Logotyp / Ochranná zóna / Rozměrová řada

05 Typografie

06 Barevnost







titulní strana



předělová strana



vnitřní strana

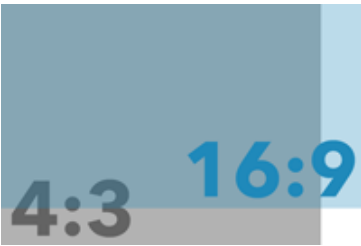


vnitřní strana

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

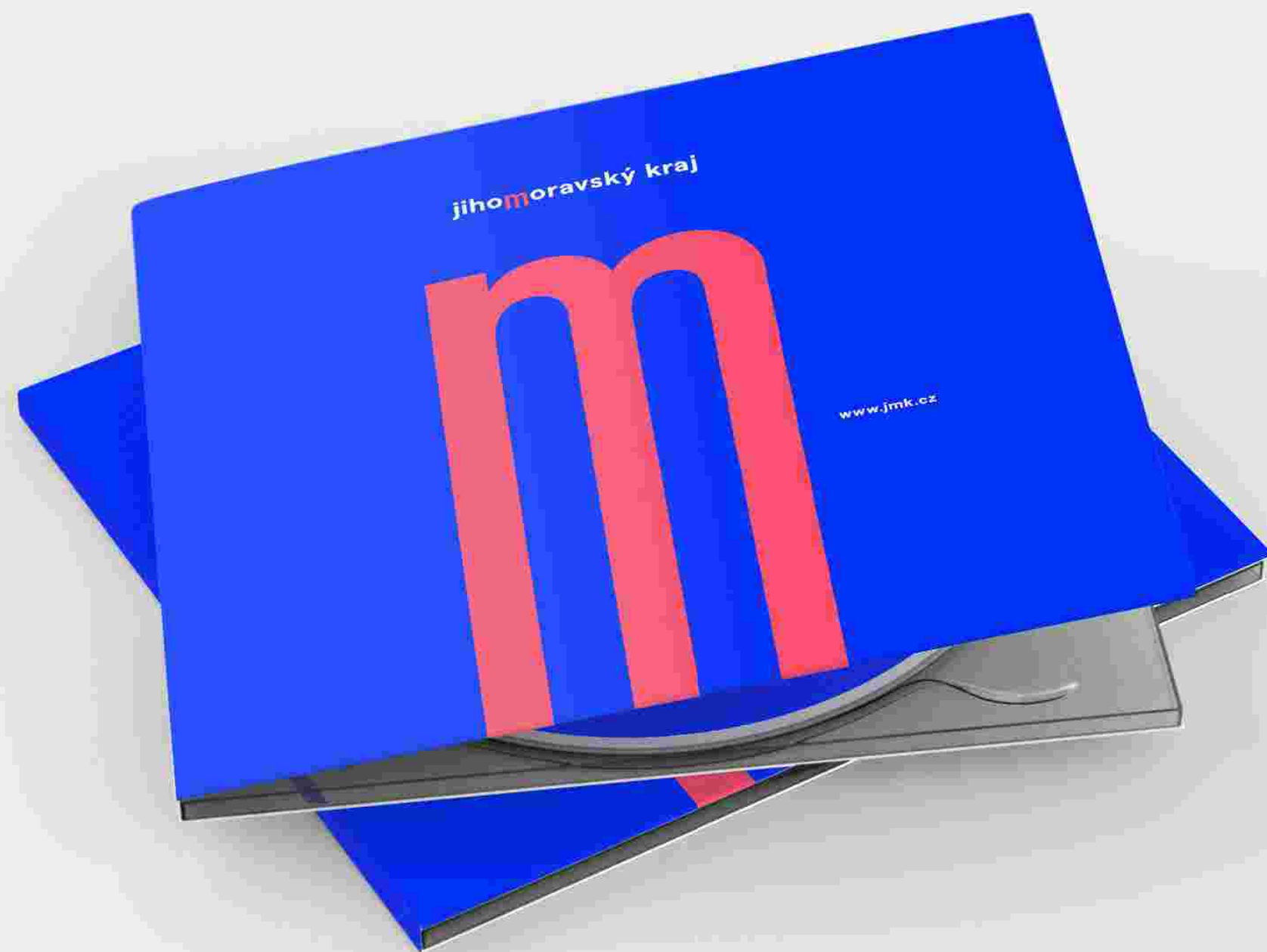
05 Typografie

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.







#### OBSAHOVÝ KLÍČ

##### Kapitoly

03 Logotyp / Ochranná zoňa

05 Typografie

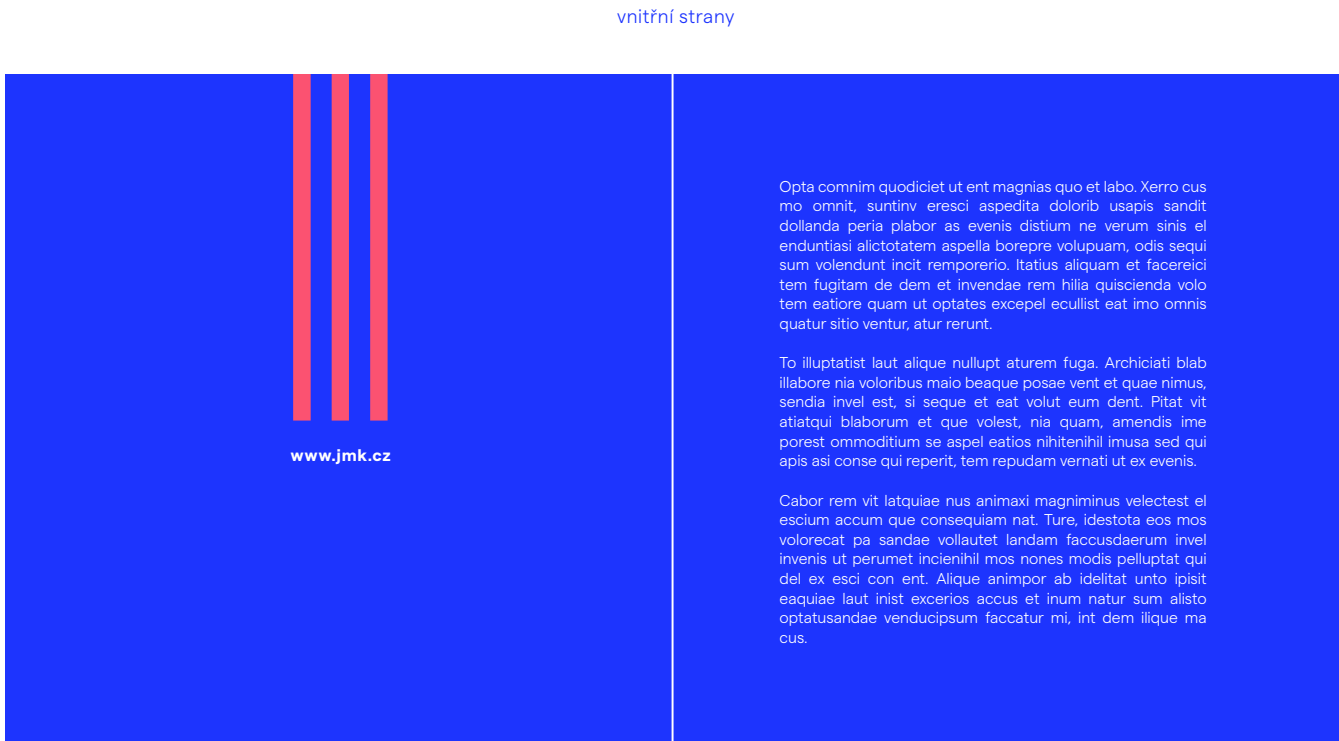
06 Barevnost

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**.



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



OBSAHOVÝ KLÍČ

Kapitoly

03 Logotyp / Ochranná zóna / Rozměrová řada

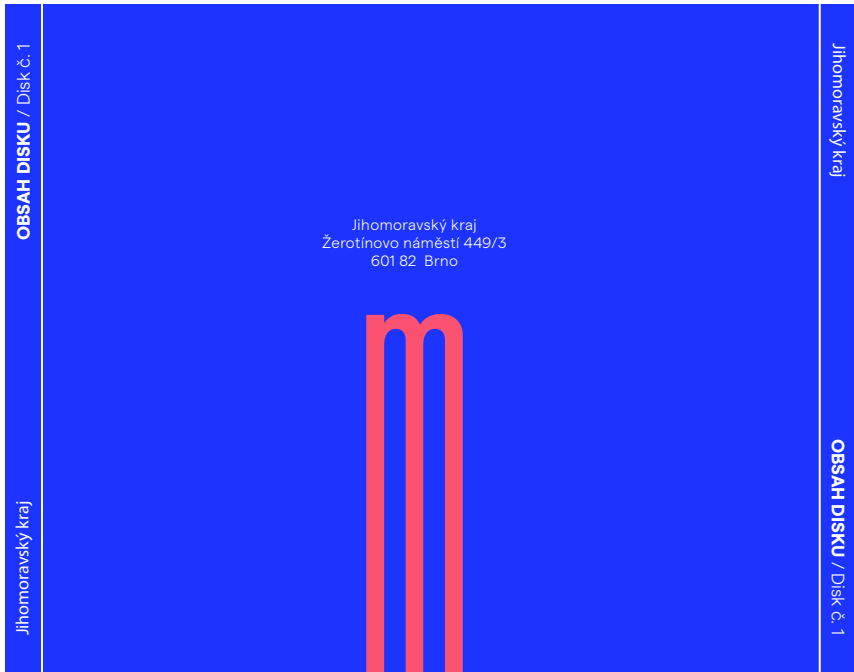
05 Typografie

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

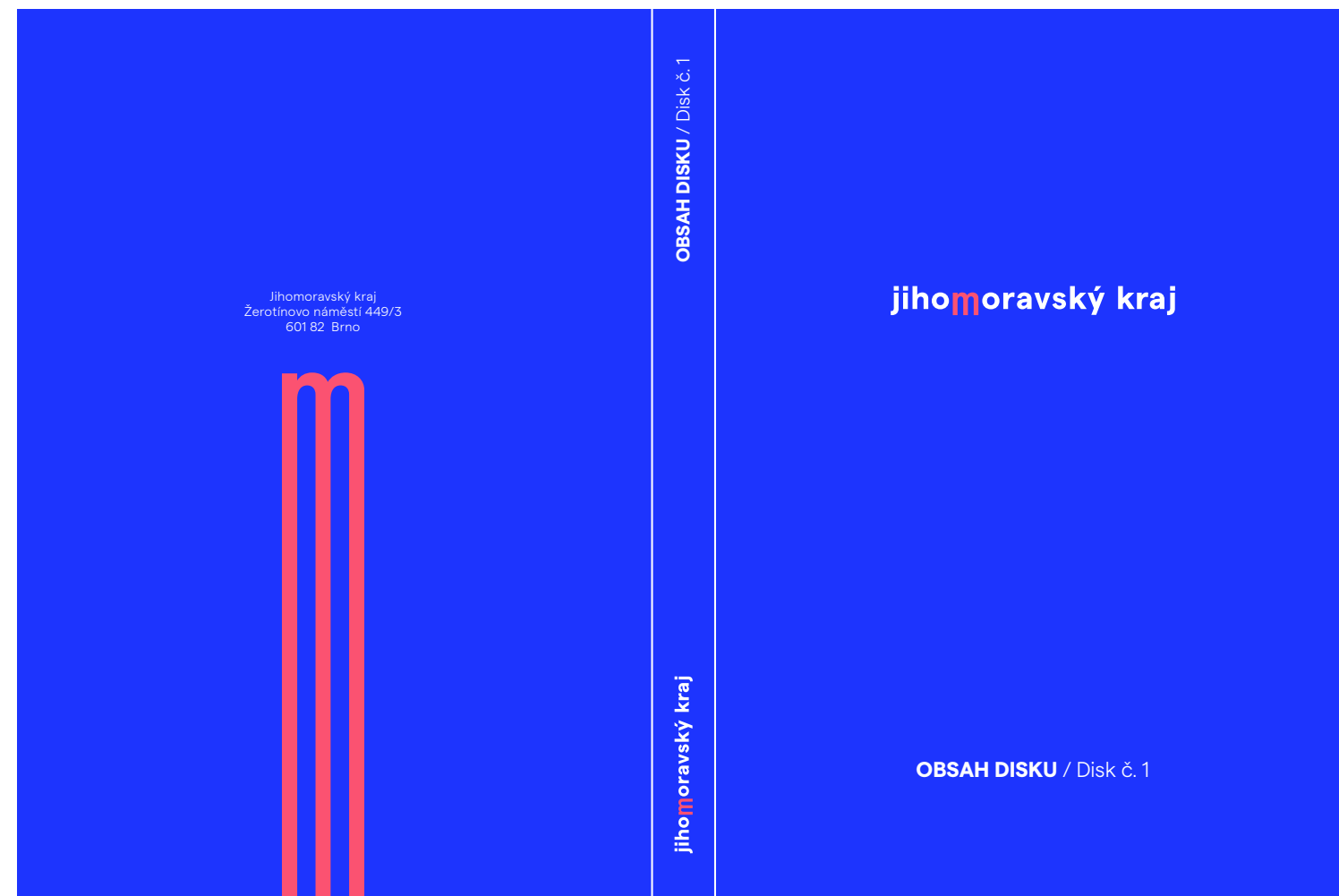
06 Barevnost

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.

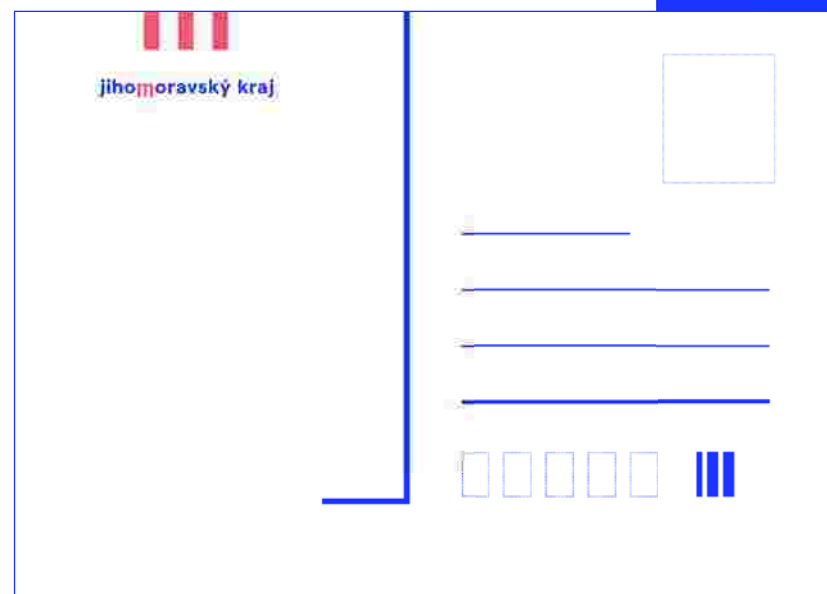
Výrazný grafický prvek **m**.

## 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 klop	/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**.



## nádobí /151



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**



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





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 předěšlých kapitolách (obsahovém klíči).

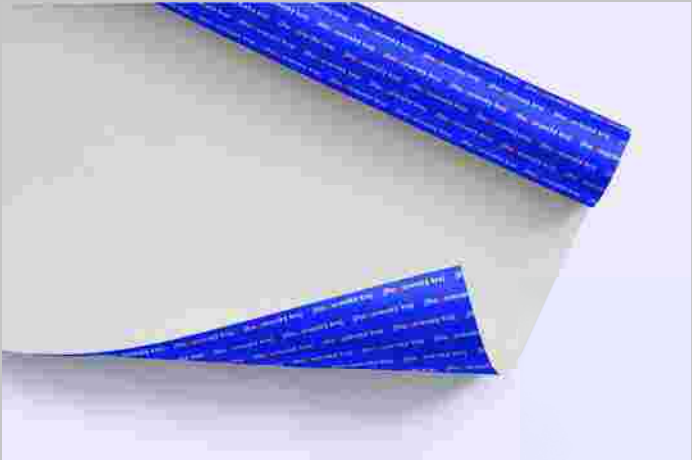


OBSAHOVÝ KLÍČ / Kapitoly

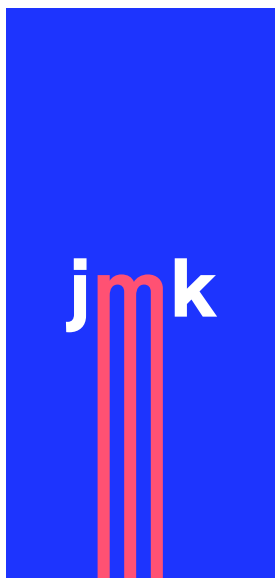
03 Logotyp / Ochranná zóna / Rozměrová řada

06 Barevnost

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







**OBSAHOVÝ KLÍČ / Kapitoly**

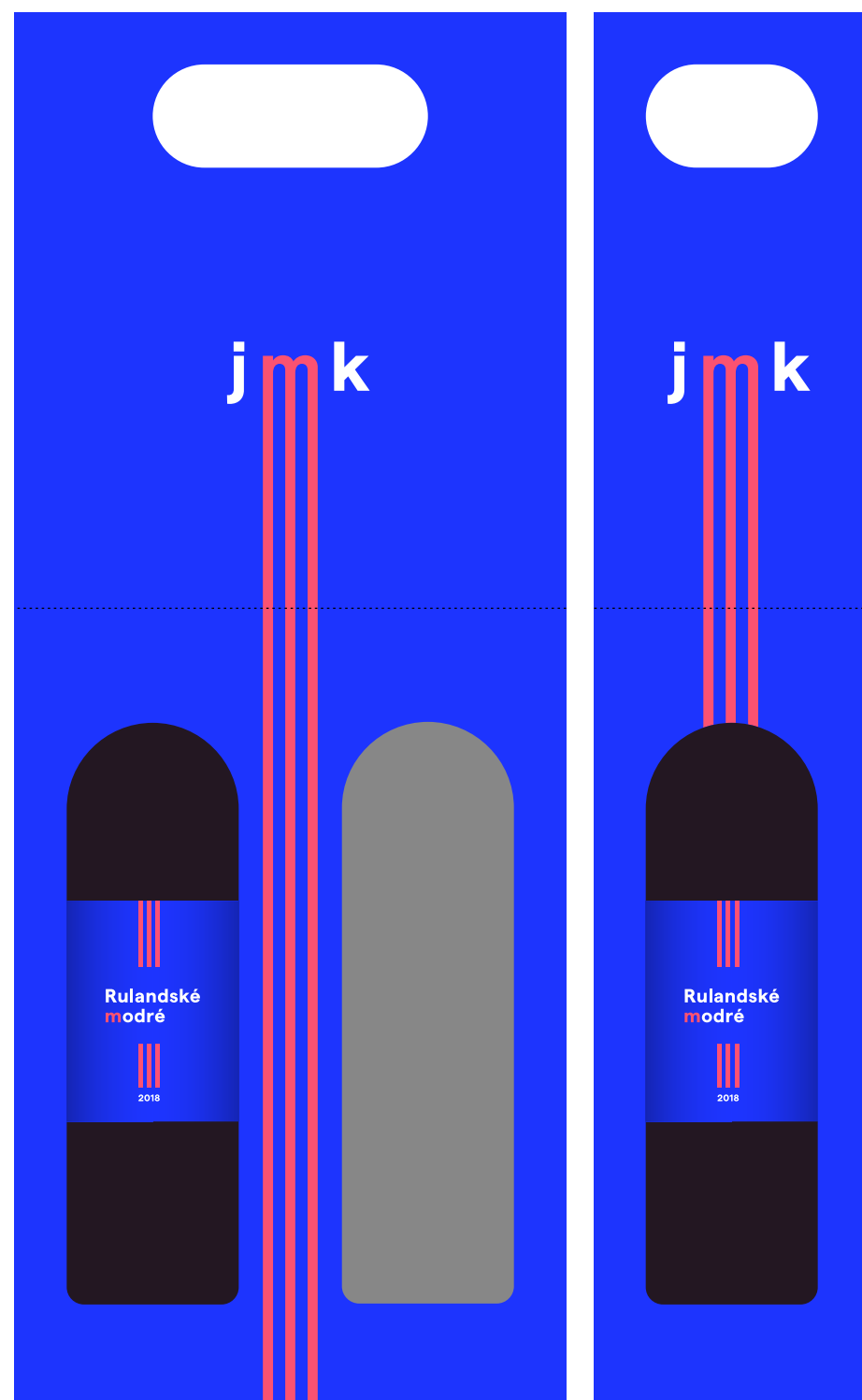
**02 Logo symbol**

**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 nezměnitelný 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 písmeneme **m**). Minimalistické provedení. Základní barevnost. Výrazný grafický prvek **m**.



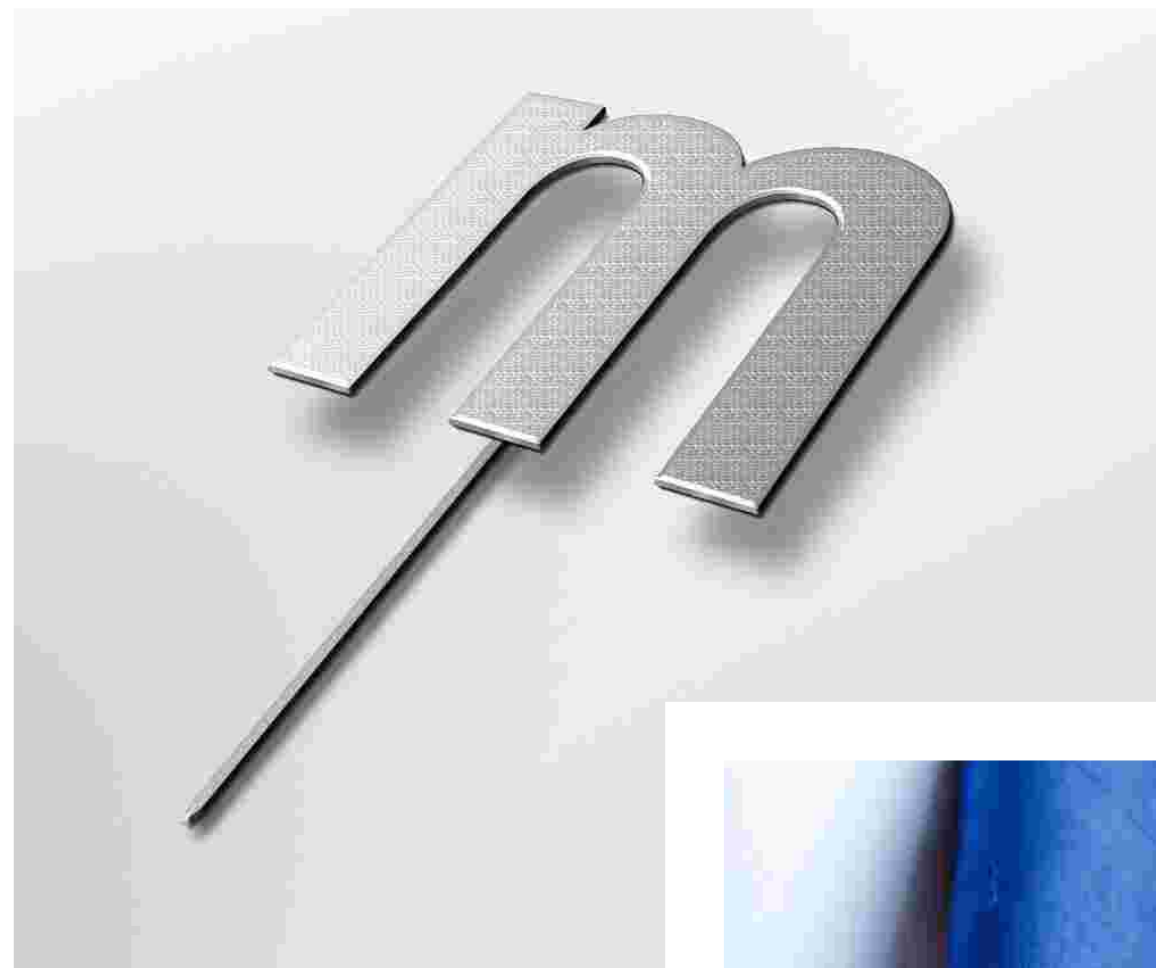
OBSAHOVÝ KLÍČ / Kapitoly  
03 Logotyp / Ochranná zóna / Rozměrová řada  
06 Barevnost

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 Vizuální styl** jmk

Stylizace písmene **m** do tvaru odznaku.

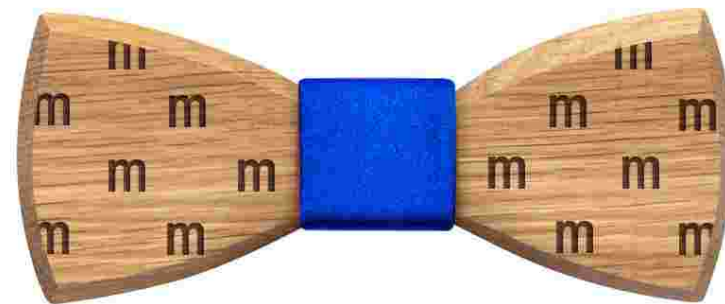
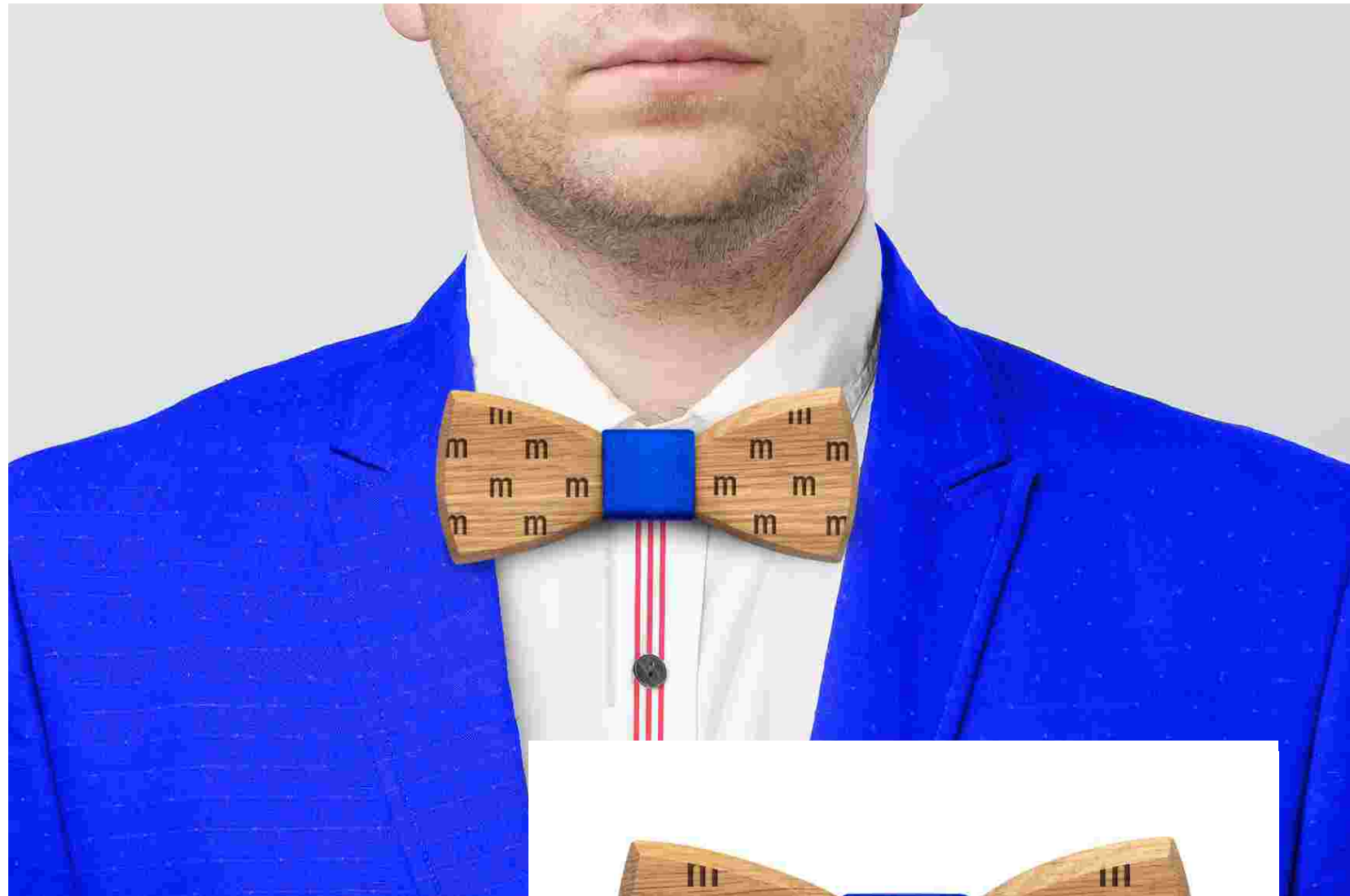
**odznak do klop /167**

**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 klop / pohlednice / rozloha 7 195 km<sup>2</sup> / 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 /

lěunem \  
oděntonbej  
odìnlěusziv  
k \

/ Krajský úřad Jihomoravského kraje

Žerotínovo náměstí 449/3

601 82 Brno /