



LONG

LIFE

GRAFICKÝ MANUÁL

OBSAH

LOGOTYP

- 04 Logotyp společnosti
- 05 Základní verze
- 06 Černobílá verze
- 07 Verze ve stupních šedi
- 08 Ochranná zóna
- 09 Minimální velikost
- 10 Zakázané varianty

BAREVNOST

- 12 Základní barevnost
- 13 Pozadí ve stupních šedi
- 14 Barevné pozadí

FIREMNÍ PÍSMO

- 16 Základní firemní písmo
- 17 Doplnkové firemní písmo

MERKANTILIE

- 19 Vizitka
- 20 Razítko
- 21 Obálka a dopisní papír

UKÁZKY APLIKACÍ

- 23 Firemní textilie
- 24 Dárkové předměty



LOGOTYP

LOGOTYP SPOLEČNOSTI

Základním prvkem jednotného vizuálního stylu je logotyp společnosti. Logotyp tvoří grafický symbol zakomponovaný do textové části (názvu společnosti).

Symbol logotypu je tvořen kombinací piktogramu přesípacích hodin a kyseliny nukleové, neboli DNA. Pro nápis byl vybrán font Arial Rounded MT Bold.

Logotyp smí být reprodukován pouze z digitální předlohy, která je součástí tohoto grafického manuálu. Upravovat, přetvářet či jakkoliv jinak zasahovat do logotypu je zakázáno.



ZÁKLADNÍ VERZE

Základní barevná verze logotypu je doporučena na bílé, nebo světlé podkladní ploše. Inverzní barevné provedení logotypu se aplikuje na libovolné tmavé ploše.

Použití logotypu na barevných a jiných podkladních plochách viz str. 13-14.

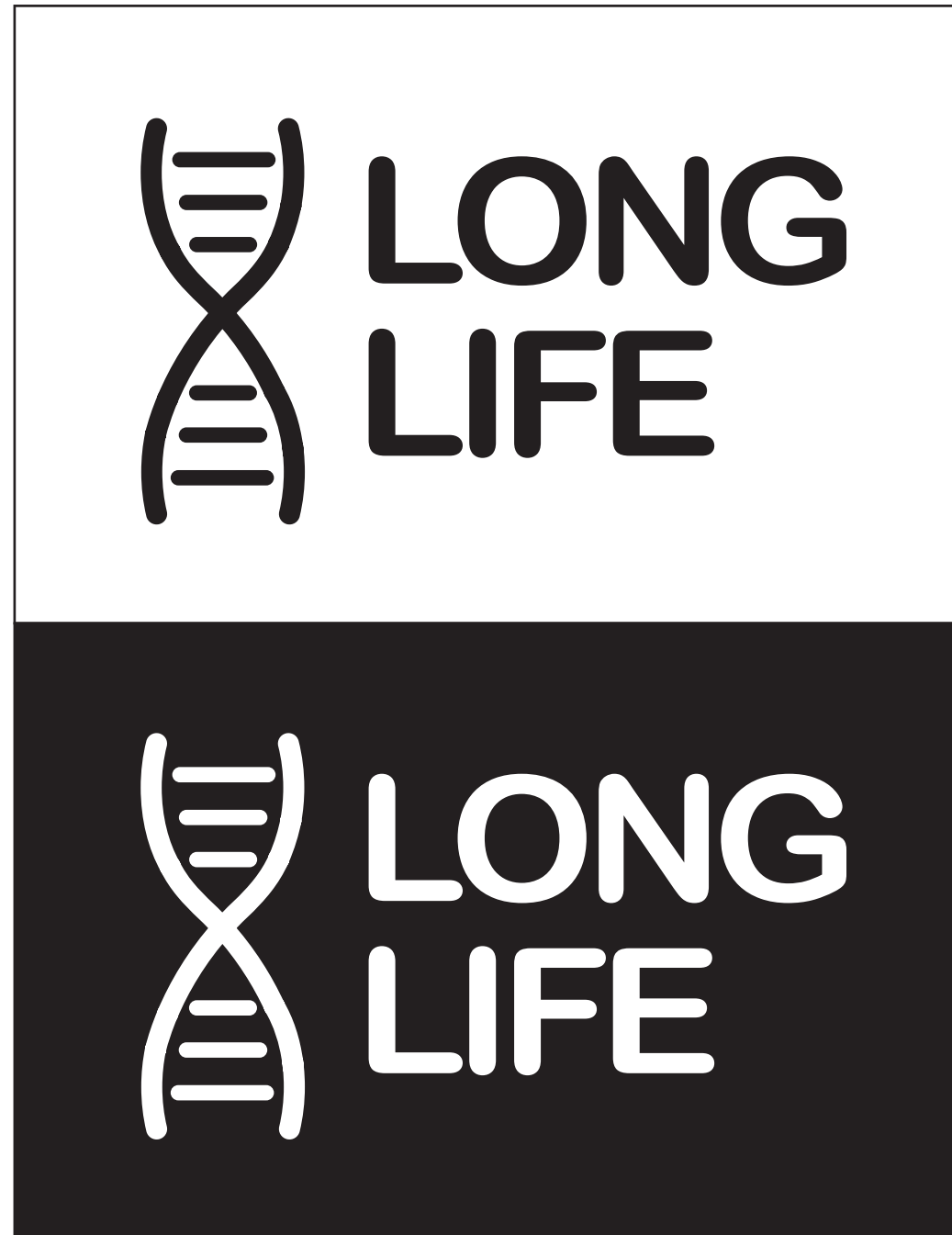


ČERNOBÍLÁ VERZE

Pozitivní černobílá verze logotypu vznikne převedením barevného symbolu na černou barvu. Aplikuje se především na bílou, nebo světlou podkladovou plochu.

Inverzní černobílá verze logotypu se aplikuje na libovolné tmavé ploše.

V černobílém tisku a v případech, kdy z technických důvodů není možné reprodukovat barevně, se užívá černobílé provedení logotypu.



VERZE VE STUPNÍCH ŠEDI

Pozitivní černobílá verze logotypu vznikne převedením barevného symbolu do odstínů šedi. Aplikuje se především na bílou, nebo světlou podkladovou plochu.

Inverzní černobílá verze logotypu se aplikuje na libovolné tmavé ploše.

V černobílém tisku a v případech, kdy z technických důvodů není možné reprodukovat barevně, se užívá černobílé provedení logotypu.



OCHRANNÁ ZÓNA

Ochranný prostor je stanovení minimální velikosti plochy v bezprostřední blízkosti logotypu, do které nesmí zasahovat text, ani jiné grafické prvky, fotografie aj. Respektování tohoto prostoru zaručuje dobrou čitelnost logotypu.

Ochranný prostor je definován pomocí jednotky x . Velikost doporučeného ochranného prostoru je " x ", které odpovídá písmenu "O" v nadpisu logotypu. Velikost minimálního ochranného prostoru je " $x/2$ ", které odpovídá polovině písmene "O" v nadpisu logotypu.

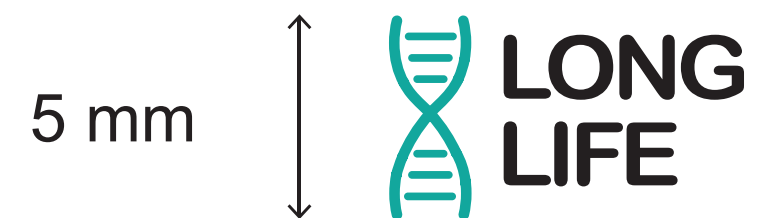
Minimální ochranný prostor logotypu se smí užit pouze ve výjimečných případech, kdy to vyžaduje technologie zpracování a specifická užití logotypu.



MINIMÁLNÍ VELIKOST

Minimální velikost logotypu zaručuje jeho bezchybnou reprodukci. Při každé aplikaci minimální velikosti logotypu je nutné dbát na použitou technologii zpracování tak, aby nebyla narušena dostatečná čitelnost všech prvků logotypu.

Minimální povolená velikost logotypu je 5 mm na výšku. Doporučená minimální velikost logotypu je 8 mm na výšku. Při použití menší velikosti logotypu není zaručena jeho dostatečná čitelnost.



ZAKÁZANÉ VARIANTY

Je zakázáno logotyp deformovat, dávat ho do obrysů, používat ho v jiné barevnosti, či s jiným fontem, a dále se nesmí zasahovat do ochranné zóny.

V tomto logomanuálu jsou určena základní pravidla pro různá použití logotypu. Veškeré další úpravy nejsou povoleny, až na výjimky, kdy z důvodu technologie výroby, není možné zachovat firemní barevnost.



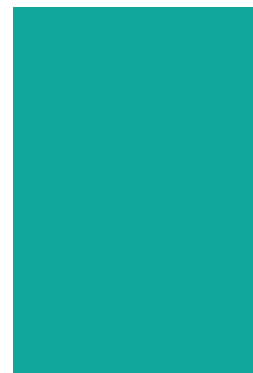


BAREVNOST

ZÁKLADNÍ BAREVNOST

Na základě firemních barev logotyp společnosti vytváří a posiluje jednotný vizuální styl. Při práci s firemní barevností je třeba respektovat její přesný odstín. Firemní barvy jsou kodifikovány pomocí barevné škály Pantone. Zvoleným přírodním barvám odpovídají soutiskové barvy CMYK a jiné barevné systémy, které jsou uvedeny na této stránce.

Jedinou výjimkou je, když z důvodu technologie výroby není možné zachovat firemní barevnost.



| | |
|---------|------------|
| CMYK | 80/10/45/0 |
| Pantone | 3265 C |
| RGB | 0/160/154 |
| Oracal | 054 |
| HTML | 00A09A |






| | |
|---------|-----------|
| CMYK | 0/0/0/100 |
| Pantone | black 7 C |
| RGB | 35/31/32 |
| Oracal | 073 |
| HTML | 1C1C1B |

POZADÍ VE STUPNÍCH ŠEDI

Různé barevné odstíny pozadí vyžadují volbu odpovídajícího logotypu. Pokud se logotyp aplikuje na jednobarevném pozadí, je nutné pozadí převést na stupeň šedi a srovnat ho s touto tabulkou.

Pozitivní verzi logotypu lze použít na jednobarevném pozadí ve stupních šedi od 0 % - 20 %. Kvůli lepší čitelnosti se od 20 % - 60 % používá inverzní černobílá verze logotypu. Samotnou inverzní verzi logotypu lze použít na tomto pozadí ve stupních šedi od 60 % - 100 %.

| | |
|---|-------|
|  | 20 % |
|  | 60 % |
|  | 100 % |

BAREVNÉ POZADÍ

Logotyp lze použít na libovolně barevný podklad v obou základních verzích. To neplatí pro základní barvy použité v logotypu, v tomto případě je nutné pozadí převést na stupeň šedi a srovnat ho s tabulkou na str. 13. Pokud se bude jednat o logotyp na různém pozadí, je třeba toto volit s uvážením.

Logotyp užívejte na neklidném pozadí s rozvahou, protože by mohla být narušena jeho čitelnost.





FIREMNÍ PÍSMO

ZÁKLADNÍ FIREMNÍ PÍSMO

Typografie je jedním ze základních prvků jednotného vizuálního stylu. Podoba firemního písma tak výrazně ovlivňuje charakter komunikace společnosti.

Základním písmem corporate identity logotypu je písmo Arial Rounded MT Bold. Toto písmo se používá spíše pro nadpisy a v marketingovém oddělení.

V případech, kdy není z technických důvodů možné použít zvolený základní firemní font, je možné jej nahradit fontem Arial, což je všeobecně používaný font na platformě počítačů viz str. 17.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890 .,-_*/()@&#%

DOPLŇKOVÉ FIREMNÍ PÍSMO

Doplňkovým písmem corporate identity je font Arial (a jeho další řezy), což je všeobecně používaný font na platformě počítačů. Používá se v případě, kdy není z technických důvodů možné užít základní font společnosti.

Fonty rodiny Arial jsou určeny především pro běžné texty a korespondenci. Řezy italic a bold slouží ke zvýraznění a odlišení některých informací v textu.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890 .,-_*/()@&#%

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890 .,-_/()@&#%*

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890 .,-_*/()@&#%



MERKANTILIE

VIZITKA

Vizitky tvoří důležitou součást jednotného vizuálního stylu společnosti. Jejich podoba vychází z jednotné grafické úpravy předepsané tímto manuálem.

Rubová strana vizitky je potištěna základní barvou znaku v logotypu a je na ni umístěn logotyp v černobílé inverzní verzi.

Lícová strana vizitky je tištěna na bílý podklad. Údaje v horní části vizitky mají velikost 12 a 11 bodů. Údaje ve spodní části vizitky pak 9 bodů.

Vizitky se tisknou na bílý papír - matná křída 250 g/m³; rozměr 90 x 50; zaoblené rohy; parciální lak v oblasti logotypu nebo bez povrchových úprav.



RAZÍTKO

Jednotný vizuální styl předepisuje i základní typ razítka. Razítko může existovat jak v klasické otiskové variantě, tak i v samosmáčecí verzi.

Rozměr razítka je 58 x 23. Text je psán fontem Arial o velikosti 6 bodů.



HOUSE 64, Šedesátá 7015, Zlín
+420 722 508 380, info@longlife.cz

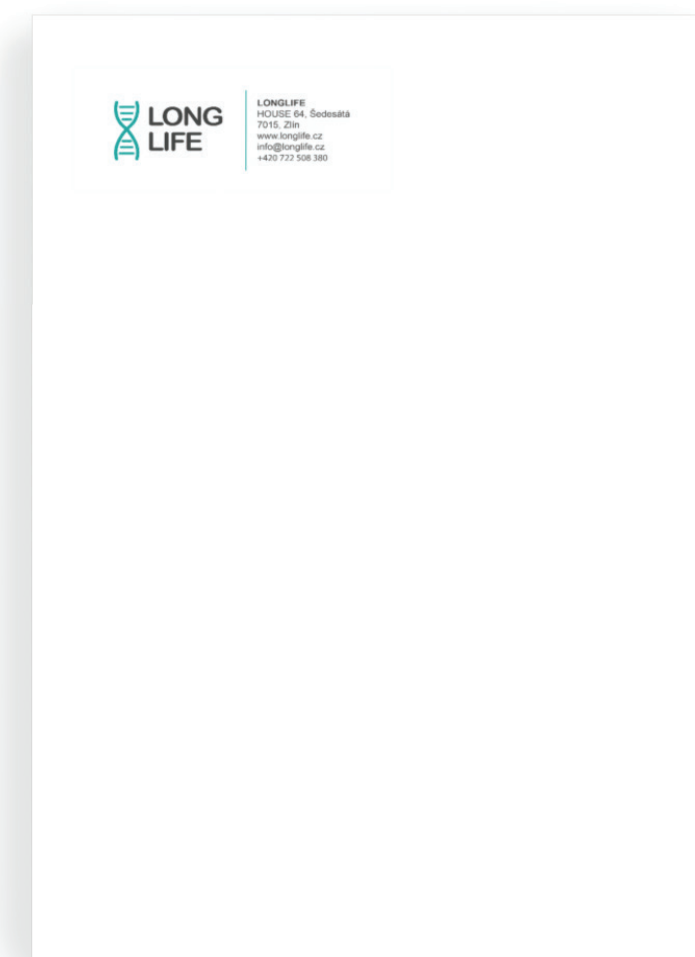
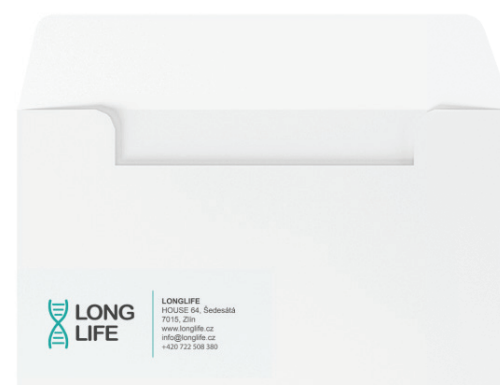


OBÁLKA A DOPISNÍ PAPÍR

Hlavičkový papír slouží jako univerzální merkantilní tiskovina. V levé horní části je předtištěn logotyp a vedle něj jsou údaje o odesílateli, kontaktní spojení, e-mail a webová adresa.

Umístění logotypu s údaji je situováno do levého dolního rohu obálky. Logotyp je aplikován v základní barevné variantě.

Hlavičkový papír je předtištěn kvalitním ofsetovým či digitálním tiskem na bílý papír A4 o minimální gramáži 80g/m².





UKÁZKY APLIKACÍ

FIREMNÍ TEXTILIE

Všechny textilie jsou potištěny přímým inkoustovým tiskem. Trička jsou dostupná v dámském i pánském provedení. Vyobrazené textilie je možné dodávat jak v bílé, tak v černé barvě.

Firemní textilie jsou určeny především personálu firmy LONGLIFE.



DÁRKOVÉ PŘEDMĚTY

Na této straně jsou vyobrazeny příklady reklamních a dárkových předmětů společnosti které vycházejí z vizuálního stylu tohoto grafického manuálu.

Vždy se musí dodržovat barevnost předepsaná manuálem a respektovat estetické hledisko vizuality a dobrá čitelnost jednotlivých prvků.





**LONG
LIFE**

**GRAFICKÝ MANUÁL LOGOTYPU LONGLIFE
ZPRACOVALA NIKOL HÚDKOVÁ**