

Grafický manuál



JITONA

Obsah

Obsah	2
Profil společnosti.....	2
Grafické ztvárnění loga	3
Jazykové mutace.....	3
Psychologie barev	3
Význam okrového čtverce	4
Definice loga.....	4
Ochranná zóna.....	5
Rozkres poměrů a umístění v síti	5
Barevnost loga.....	6
Černobílá varianta loga	6
Používání loga na podkladech	7
Používání loga v malých rozměrech	8
Definice loga claimu	9
Používání dvou čtverců.....	10
Vizitky a dopisní papíry	11
Font písma a styl odstavců	11
Používání loga na ostatních dokumentech	11

Profil společnosti

Společnost JITONA zaujímá významné postavení na evropském nábytkářském trhu. Je největším českým výrobcem a exportérem nábytku. Zabývá se výrobou demontovatelného (RTA) nábytku, výrobou dřevěného nábytku prioritně v segmentu ložnic a výrobou čalouněného nábytku. Jedná se o ryze českou společnost s dlouhou tradicí výroby. Navazuje na společnosti JITONA (od roku 1951), Tusculum a Spojené UP závody (od roku 1920).

Logo společnosti, claim, celkové barevné ladění, font písma, vizuály inzerce a internetových stránek. To jsou nejdůležitější grafické prvky, které podporují firemní komunikaci a podvědomě vytvářejí obrázek o firmě. Od 1. února 2007 přijala společnost JITONA nové grafické prvky.

Grafické ztvárnění loga

Známé červenomodré logo JITONA je spojeno s firemním claimem „Nábytek dělá domov“ na tmavě okrovém poli.

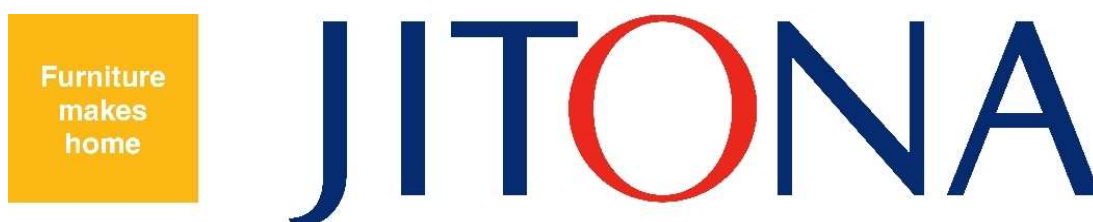


Jazykové mutace

Německá (Möbel schaffen ein gutes Zuhause)



Anglická (Furniture makes home)



Psychologie barev

Tmavomodrá barva

Harmonie, klid, vážnost, rozjímání, mír, spokojenost.

Okrová barva

Slunce, bohatá úroda a bohatství obecně, radost, slavnostní vzrušené očekávání, dynamické uvolňování energie, které vystupuje ven, rozvoj, povzbuzení, osvobození, výraz hlubší pohody mysli. Vyvolává emotivní pocit tepla – tepla domova, a proto se velmi hodí pro spojení s firemním claimem.

Červená barva

Vzrušení, vznešenost, energická akce, změna, přetváření a pronikání vpřed, dobývání, energie a sebevědomí, výstraha. Je zajímavé jak rozdílně vnímají některé barvy ženy a muži. Červená barva má pro většinu žen význam tepla a intimity, zatímco muži chápou červenou barvu jako varování.

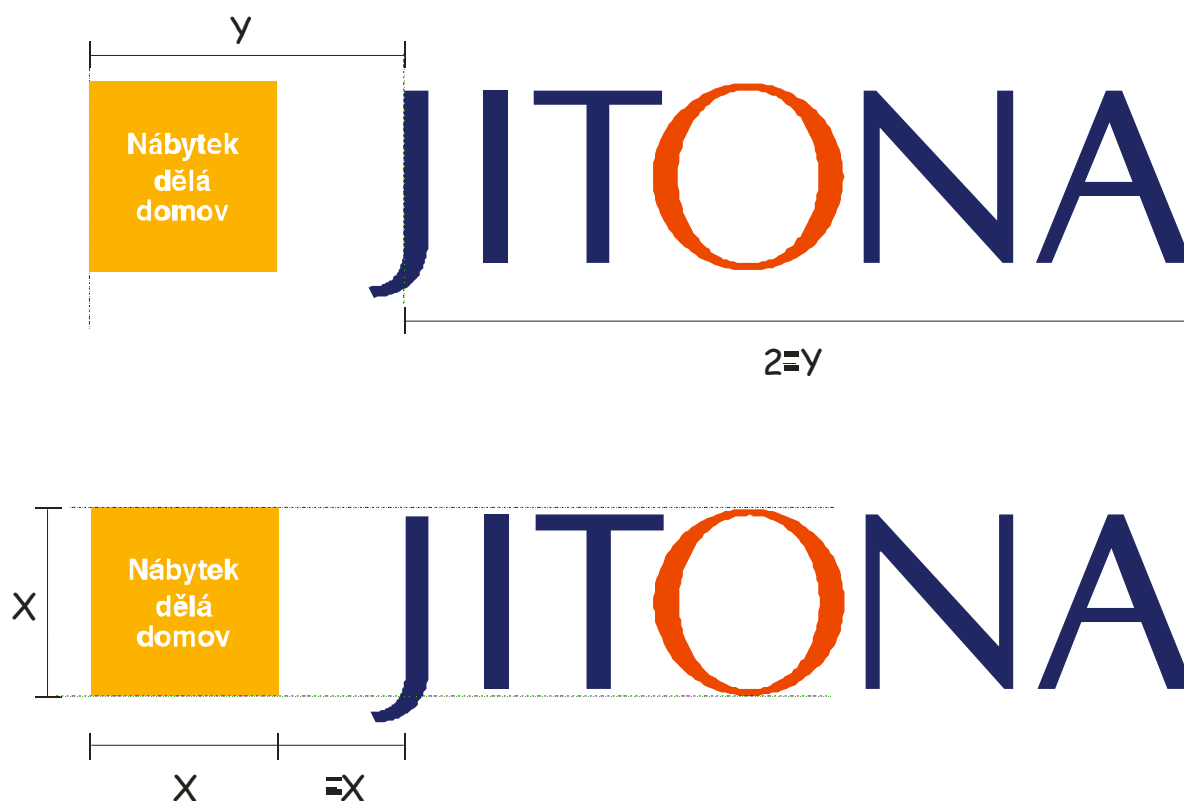
Význam okrového čtverce

Zpevňuje a zvýrazňuje logotyp JITONA, který je sám o sobě subtilní. Jasně zviditelňuje firemní claim „Nábytek dělá domov“. Je natolik výrazný, jednoduchý a staticky pevný, že obstojí i na velké ploše sám.

Nábytek
dělá
domov

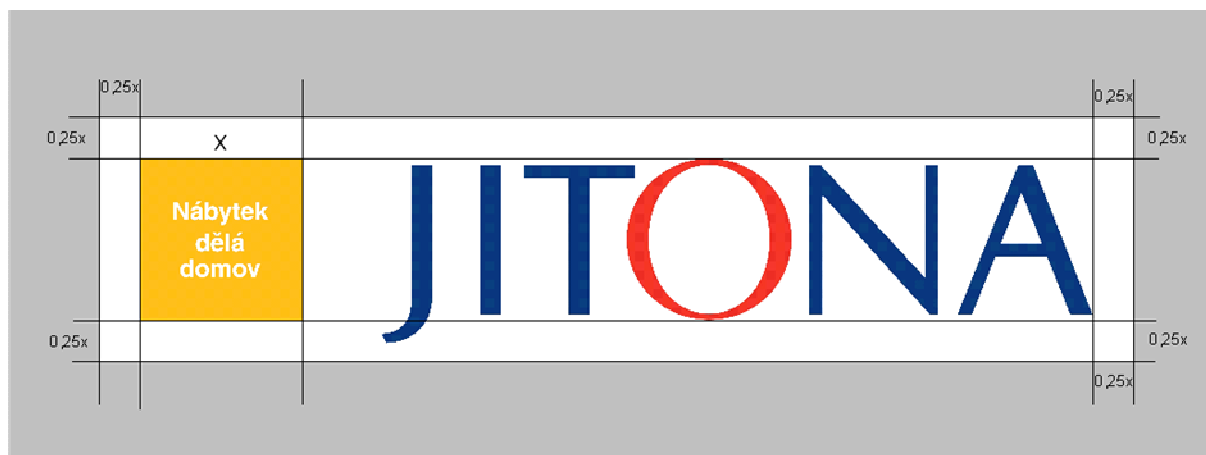
Pro zvýraznění některých informací v prezentacích, na internetových stránkách a v inzerátech se používá doplňkový červený čtverec. Ten pak nese informaci, kterou je potřeba zdůraznit – např. výše slevy v inzerátech.

Definice loga

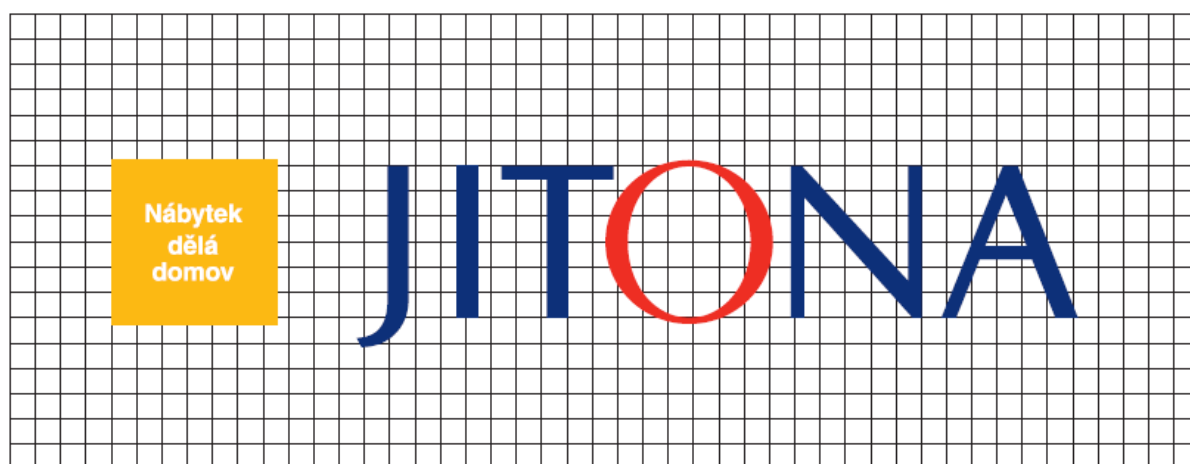


Ochranná zóna

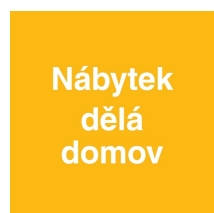
Ochranná zóna je minimální velikost plochy v bezprostřední blízkosti značky, do které nesmí zasahovat text ani jiné grafické prvky, ilustrace či fotografie. Respektování této zóny zaručuje čitelnost a dostatečnou působivost značky. Ochranná zóna je definována poměrově pomocí jednotky x, jejíž velikost odpovídá straně čtverce s claimem. Velikost ochranné zóny je 1/4x.



Rozkres poměrů a umístění v síti



Barevnost loga



JITONA



C	0 %
M	30 %
Y	100 %
K	0 %

Pantone 130C

R	255
G	178
B	0

C	0 %
M	95 %
Y	100 %
K	0 %

Pantone 485C

R	255
G	13
B	0

C	100 %
M	85 %
Y	0 %
K	30 %

Pantone 2757C

R	0
G	27
B	178

Černobílá varianta loga

Čtverec je vyplněn 40 % černou (šedou).



JITONA

V případě používání loga v malých rozměrech (viz dále)



JITONA

Používání loga na podkladech

Na barevných podkladech musí být písmo claimu „Nábytek dělá domov“ provedeno výhradně v bílé barvě. Nesmí tedy docházet k prosvítání podkladu v okrovém čtverci.



Používání loga v malých rozměrech



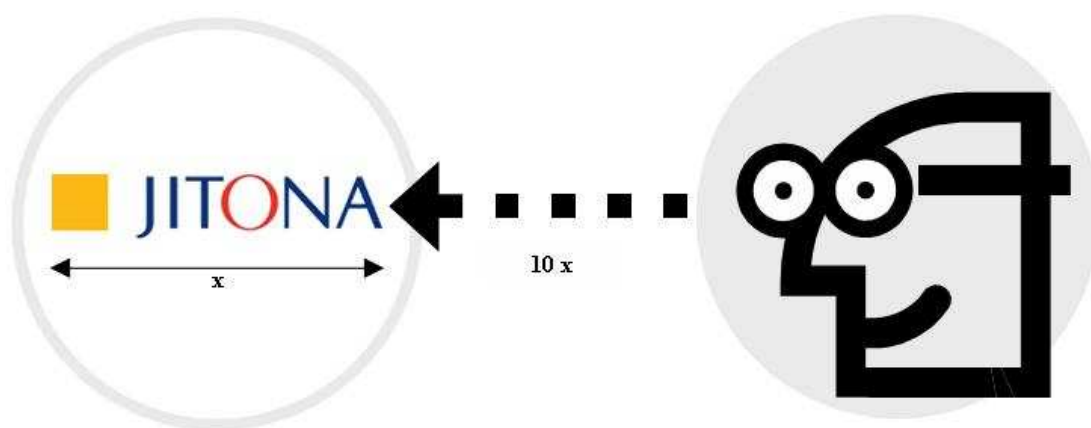
V případě, že by použitím loga s claimem „Nábytek dělá domov“ hrozilo, že claim nebude čitelný je třeba použít logo pouze se čtvercem. Pro určení této mezní velikosti je rozhodující vzdálenost oka od loga. Vzdálenost loga od oka v decimetrech by je minimální délkou loga vč. okrového čtverce v cm. Toto platí pro umístění loga na čistém podkladu bez dalších rušivých prvků jako jsou obrázky nebo text v bezprostřední blízkosti loga. Jsou-li tyto rušivé prvky přítomny, potom je třeba velikost prodloužit na 1,5 násobek. **Minimální délka loga s claimem je 6 cm.**

Na čistém podkladu:

Na vzdálenost 60 cm což je maximální vzdálenost pro čtení běžné korespondence na papíru A4 by logo s claimem mělo být dlouhé alespoň 6 cm. Logo umístěné ke čtení na vzdálenost 2 metry by mělo mít alespoň 20 cm. M

Na rušivém podkladu:

Na vzdálenost 60 cm což je maximální vzdálenost pro čtení běžné korespondence na papíru A4 by logo s claimem mělo být dlouhé alespoň 9 cm. Logo umístěné ke čtení na vzdálenost 2 metry by mělo mít alespoň 30 cm.



Definice loga claimu

Upravený světlostní poměr mezi řádky v claimu



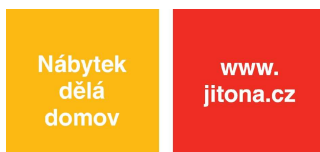
počítačová sazba

Opticky upraveno, tento budeme používat. Problém vytváří písmeno ů, i. Při normální sazbě se opticky slovo dělá přibližuje k slovu nábytek a vzniká pak velká mezera mezi dělá a domov. Tento nepoměr by byl hlavně vidět při zvětšení.



Používání dvou čtverců

Na dopisech, obálkách a vizitkách se používají spojené čtverce s claimem a logem v národních mutacích CZ, DE, ENG. Viz oddíl vizitky a dopisní papíry.



Červený čtverec je dále vyhrazen pro důležitou komunikaci v rámci inzerce, a proto jeho používání podléhá schválení útvarem marketingu. Ukázka použití dvou čtverců vedle sebe.

Nábytek dělá domov

www.jitona.cz

JITONA

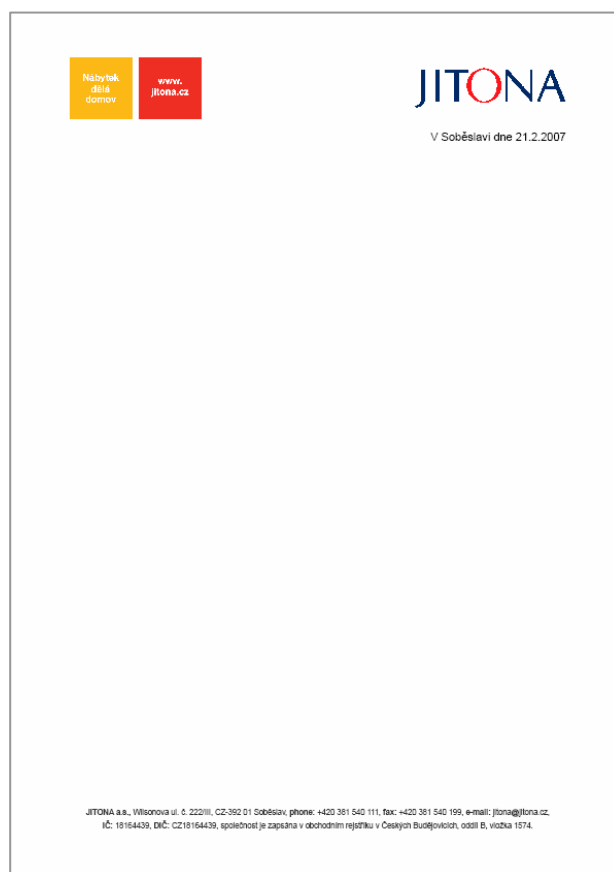
*K dostání u značkových prodejců a podnikové prodejně.
Adresy na www.jitona.cz.*

www.jitona.cz

JITONA a.s.
Wilsonova ul. č. 222/III,
CZ-392 01 Soběslav,
jitona@jitona.cz

Vizitky a dopisní papíry

Vizitky a dopisní papíry jsou nejčastější tiskové materiály, se kterými se setkávají naši obchodní partneři, státní orgány či instituce. Vytvářejí první dojem a vyjadřují mnoho z firemní kultury. Vizitky a dopisní papíry nesou jako jediné materiály dva čtverce - okrový a červený, které spojují firemní claim a odkaz na důležitý zdroj informací – internetové stránky. Červená barva doplňkového čtverce má upozorňovací význam.



Font písma a styl odstavců

V dokumentech používáme font písma ARIAL v normálním řezu. Pro zvýraznění pak řez **tučný**. Text v jednotlivých odstavcích zarovnáváme do bloku, tzn. z obou stran.

Používání loga na ostatních dokumentech

Logo na ostatních dokumentech má podobu okrového čtverce a červeno modrého nápisu JITONA. Umísťujeme jej zpravidla k pravému hornímu okraji. Není-li možno umístit logo v pravém horním rohu umísťujeme jej k levému hornímu rohu. Logo vždy zarovnáváme s okrajem textu. V dokumentech A4 měří logo 7 cm na šířku. Je-li nutné logo zmenšit je nutno použít při šířce menší než 6 cm logo bez claimu.