


JEDNOTNÝ
VIZUÁLNÍ STYL
SÍTĚ CHARITY
ČESKÁ REPUBLIKA



srpen 2021

Obsah

Úvod	2		
Logo		Další prvky jednotného vizuálního stylu	
Logo Charity Česká republika a jeho konstrukce	5	Základní písmo Minion Pro	27
Logo Charity bez domicilu (společné)	6	Doplňkové písmo Calibri	28
Logo diecézní Charity a jeho konstrukce	7	Jak se píše (a vyslovují) naše názvy	29
Loga diecézních Charit	8	Cizojazyčné verze loga	30
Logo místní Charity a jeho konstrukce	9	Doplňkové barvy	31
Složené logo Diecézní charity Brno a jeho použití	10	Aplikace jednotného vizuálního stylu	
Znak – plamenný kříž a jeho použití	11	Vizitka	33
Základní barevnost loga	12	Hlavičkový papír	34
Doplňková barevnost loga – negativ a monochrom	13	Podpis v e-mailu	36
Nepřípustné zásahy do barevnosti loga	14	Jmenovka visačka	38
		Razítko	39
Aplikace loga		Jak pracovat s názvem služby či zařízení ve vztahu k logu	40
Ochranná zóna loga	16	Polep automobilu	41
Barevnost pozadí a volba správného loga	20	Označení budovy	46
Umístování loga na barevném podkladu	21	Šablona prezentace v Power Pointu	47
Správná velikost loga – rozměrová řada	24	Leták služby	48
Příklady nedovoleného zacházení s logem	25	Propiska, tužka	49
		Desky A4	50
		Tričko, vesta, bunda	51
		Tiráž manuálu	52



Máte před sebou manuál jednotného vizuálního stylu sítě Charity Česká republika. Pravidla v něm obsažená jsou výsledkem dvacet let dlouhých úvah a více než dva roky trvajících debat mezi členy Rady ředitelů i v rámci celostátního PR kolegia o podobě jednotného loga pro celou síť a o zásadách jeho užívání. Podobu a strukturu loga a základní principy jeho použití schválila Rada ředitelů Charity (prosinec 2020) a Plenární schůze České biskupské konference (leden 2021). Předkládaná pravidla jsou tak pro celou síť Charity i její jednotlivé členy platná a závazná.

Jednotný vizuální styl sítě Charity slouží k její vnitřní i vnější prezentaci. Opírá se o základní prvky, kterými jsou logo, písmo a barevnost, jejichž podobu, varianty a příklady užití kodifikuje tento manuál. Ten slouží zároveň jako předpis pro aplikaci jednotlivých součástí vizuálního stylu. Kromě ideálních příkladů obsahuje i obecná doporučení, jak postupovat při aplikaci prvků jednotného vizuálního stylu. Odchytky od původního vzhledu a konstrukce jak samotného loga, tak uvedených materiálů jsou nepřijatelné.

Konzultačním a schvalovacím místem vizuálních řešení jednotlivých pracovišť je PR pracovník dané diecézní Charity, který je současně členem PR kolegia (není-li určeno jinak). Je na každé diecézní Charitě, zda a jak si nastaví povinnost schvalování aplikací loga a prvků vizuálního stylu popsaných v manuálu. V rámci sítě pak funguje brand manažer, který je součástí komunikačního týmu Sekretariátu Charity. Ten je k dispozici PR pracovníkům diecézních Charit. Manuál pochopitelně nemůže obsáhnout všechny aplikace jednotného vizuálního stylu, proto je nutné při přípravě jiných než zpracovaných materiálů respektovat naznačené zásady, pokračovat v jejich intencích a dbát na estetickou formu a maximální kvalitu. Materiály, které nemají oporu v manuálu, jsou schvalovány PR pracovníkem diecézní Charity, případně brand manažerem ze Sekretariátu Charity Česká republika.

Logo jako celek je profesionálně vektorově zpracováno. Je povoleno jej aplikovat pouze z rodného souboru, který má k dispozici PR pracovník diecézní Charity, a není dovoleno do něj zasahovat.

Doufáme, že pro vás manuál bude praktickým pomocníkem, a přejeme vám příjemnou práci s logy ze sítě Charity Česká republika.



Logo



Plamenný kříž a slovo Charita jsou v logu dominantní a v rovnocenném vztahu. Domicil Česká republika je potlačen zmenšením liter a ustupující kompozicí. Velikost mezery mezi řádky stejně jako míra odsazení textu od symbolu je totožná se silou tahu břevna plamenného kříže, síla dřívku (hlavního svislého tahu písmene) ve slově Charita koresponduje se střední silou tahu plamene.

Základní logo Charity Česká republika existuje v jedné, barevné verzi. Jeho základem je plamenný kříž doplněný o graficky ztvárněný název organizace. Kompozicí těchto dvou prvků zpracovaných profesionálním grafikem vzniká logo Charity. Jeho dvě uvedené části jsou neoddělitelné, není tedy možné používat samostatně znak nebo nápis. Výjimky jsou explicitně uvedeny dále v textu.

Toto logo se používá jak k označení celé charitní sítě v České republice, tak pro Sekretariát Charity Česká republika. Vždy je přítom třeba myslet na to, aby bylo zjevné, o jaký případ se jedná.

Plamenný kříž je znak, kterým se identifikují Charity po celém světě. Námí použitá podoba pochází od organizace Caritas Internationalis, jejímž jsme členem.

Více k plamennému kříži najdete na straně 11.



Vertikální logo složené ze znaku a nápisu Charity bez místního určení vzniklo pro potřeby označování, když chceme vystupovat jako celek, jako silný aktér. Typicky na zádech trička (příčemž na přední části se k němu přidává logo konkrétní Charity, viz strana 51), na kapotě auta (s. 42), na velkých prezentačních materiálech apod.

Slouží také k označení tam, kde společně něco pořádá víc Charit, a to proto, aby vedle sebe nebyla na materiálech umístěna dvě (nebo i více) charitní loga.

S výjimkou aut a triček, která jsou návodně zpracovaná v samostatném oddílu, schvaluje použití tohoto loga PR pracovník diecézní Charity, případně brand manažer Charity.

Upozornění: Tuto verzi loga nelze používat v zahraničí, tam se vždy pracuje s logem obsahujícím název Česká republika / Czech Republic. Více v samostatném manuálu pro prezentaci v zahraničí.



Vzdálenost břevna kříže od patky textu koresponduje se vzdáleností účaří prvního řádku a horní dotažnice druhého řádku.

Obrys plamenného kříže je nepatrně větší než obrys bloku textu.



Základní logo diecézních Charit existuje v jedné, barevné verzi. Jeho základem je plamenný kříž doplněný o graficky ztvárněný název organizace. Kompozicí těchto dvou prvků zpracovaných profesionálním grafikem vzniká logo Charity. Jeho dvě uvedené části jsou neoddělitelné, není tedy možné používat samostatně znak nebo nápis. Výjimky jsou explicitně uvedeny v tomto manuálu.

Plamenný kříž je znak, kterým se identifikují Charity po celém světě. Námí použitá podoba pochází od organizace Caritas Internationalis, jejímž jsme členem.

Pro jednotlivé Charity je stejně důležité místo obsažené v názvu (příslušnost k regionu, v němž pomáháme) jako označení Charita (symbol kvality, příslušnosti k celostátní síti). Proto je velikost písma v obou řádcích loga stejná a proto byla také zvolena jednobarevná verze textové části.



Česká katolická charita má jako jediná výjimku a její logo je jednořádkové. Důvodem je používání na velmi omezeném počtu grafických výstupů, které jsou navíc specifické.



Vzdálenost břevna kříže od patky textu koresponduje se vzdáleností účaří prvního řádku a horní dotažnice druhého řádku.

Obrys plamenného kříže je nepatrně větší než obrys bloku textu.



Všechna loga oblastních, farních a dalších Charit jsou konstruována podle stejných principů jako loga Charit diecézních. Rozhodnutí o dělení na řádky se řídí snahou o co největší kompaktnost, která oku umožní vnímat informace jako celistvé – tedy jako logo, nikoli jen jako název a znak. Právě opakováním tohoto principu se naplňuje myšlenka jednotnosti, která byla základní potřebou definovanou na začátku práce na společném logu. Některé Charity proto mají na druhém řádku jen název obce, jiné i část označení, podobně jako výše uvedené diecézní Charity.

Každá Charita disponuje balíčkem log v křivkách, pro online a kancelářské použití, které dostala prostřednictvím své diecézní Charity. K logu se vážou autorská a licenční ujednání, která jsou ošetřena smluvně.

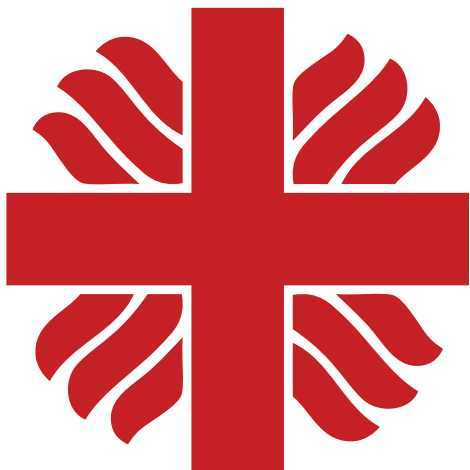
Pokud vznikne nová Charita nebo dojde ke změně v jejím názvu, logo pro ni vytváří na základě žádosti příslušné diecézní Charity Sekretariát Charity Česká republika.



Diecézní charita Brno má jiné organizační uspořádání než ostatní; celá síť Charit v této diecézi spadá pod jedno IČO. Za určitých okolností tak kolegové potřebují k běžnému logu navíc tzv. administrativní logo (složené), které obsahuje název právnické osoby i jméno místní Charity, která je její organizační jednotkou.

Složené logo v případě potřeby nahrazuje běžné logo místní Charity tak, aby příjemce informace snáze pochopil, o jaký subjekt se jedná. Typickým příkladem je administrativa v oblasti financování, jednání se samosprávou apod. Manuál nestanovuje, kde přesně se má použít základní a kde složené logo, ale umožňuje jednotlivým Charitám používat složené logo namísto dvouřádkového loga tam, kde to potřebují.

Pro složené logo se minimální výška definuje jako 8 mm na výšku znaku. Ostatní pravidla (ochranná zóna, velikostní škála), která se odvíjejí od velikosti znaku, tedy plamenného kříže, pro něj platí stejně jako pro ostatní.

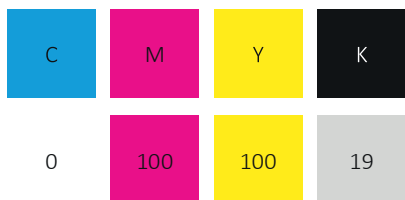


Plamenný kříž je znak, kterým se identifikují Charity po celém světě. Námi použitá podoba pochází od organizace Caritas Internationalis, jejímž jsme členem. V síti Caritas koluje několik verzí znaku, my jsme si vybrali tu nejdynamičtější, která nejvíce vizuálně připomíná oheň.






Znak není možné používat jako náhradu za logo, kromě výjimek přesně definovaných tímto manuálem. Konkrétně lze samotný znak použít pouze v kulatém profilovém obrázku na sociálních sítích, aktuálně se používá v síti charitních webů, kde ale dojde v průběhu roku 2022 ke změně.

Dále je možné s motivem znaku pracovat jako s grafickým prvkem: vyskládat z něj vzorek (například na vnitřní stranu desek, titulní stranu bloků apod.), použít jej jako vodoznak (ekvivalent pečetě) nebo použít jeho část jako dekorativní prvek, typicky na desky na dokumenty. Abychom se vyhnuli devalvaci jeho symbolické hodnoty, musí být jeho užití přiměřené a vždy je třeba nechat si jeho použití schválit PR pracovníkem své diecézní Charity.

Znak (ani jemu podobný prvek) se nesmí používat pro tvorbu jiných log, než jsou loga vymezená (například loga pracovišť). Definovaná loga pak vytváří výhradně Sekretariát Charity Česká republika, konkrétně brand manažer.



Pokud s manuálem pracujete pravidelně, doporučujeme nechat si tuto stránku vytisknout na kalibrované tiskárně (například v copycentru) na tužší papír. Bude pro vás praktickou pomůckou pro kontrolu správné barevnosti různých materiálů. Pro tento nátiisk jsme pro vás připravili samostatnou stránku s nastavením tiskového PDF.

	CMYK	0 100 100 19
	RGB	166 21 21
	RAL	3020
	NCS	S 1580-Y90R
	PANT.	2350 C

Základními barvami loga jsou červená a černá. Oproti předchozí barevnosti obsahuje červená trochu méně černé barvy. Je červenější, atraktivnější, přesto si drží decentní výraz.

Pro maximální možné dodržení stanovené barevnosti prosím používejte pomůcky uvedené na této stránce. Naše síla totiž tkví v opakování stejné barvy v co možná nejvyšší míře. I to napomůže upevňování naší image jako největšího nestátního poskytovatele zdravotních a sociálních služeb u nás, ale také jako organizace, která zůstává s lidmi, kteří ji potřebují. Vybavte si například sílu červených triček s plamenným křížem z fotografií po povodních nebo tornádu.

Barevnost plamenného kříže v prostoru CMYK je /0/100/100/19/, respektive odvozené hodnoty v prostoru RGB, RAL, NCS, Pantone a ostatních systémech správy barev. Není-li možné stanovit hodnotu červené numericky, vybíráme opticky nejvěrnější možnou červenou ze vzorníků daných technologií (nášivky, řezaná grafika atp.).

Černá je neutrální černá ve stoprocentní sytosti (100% K). Neužíváme zesvětlení (nižší hodnotu než 100% K) ani nasílení černé (registrační).

Respektujte prosím, že takto definovaná barevnost stejně jako celková podoba loga je nedotknutelná, a do loga v žádném případě nezasahujte. Krom jiného i proto, že podléhá ochraně dle autorského zákona.



Bílá



Černá



Nejde-li vzhledem k povaze tiskoviny nebo produktu užít základní (barevné) logo, můžeme aplikovat negativní (bílou) variantu nebo monochromní (černou) variantu. Barevné logo má však vždy přednost.

Pravidla pro užití vhodného loga ve vztahu k sytosti barvy pozadí jsou stanoveny v části Aplikace loga od strany 15.

Není-li možné vzhledem k technologii tisku (černobílý tisk) užít základní barevné logo, použijeme vždy monochromní černou variantu. Při aplikaci barevného logotypu by v takovém případě mohlo dojít k nežádoucímu rozrastrování barev do šedé škály. Pravidla pro užití monochromního loga ve vztahu k sytosti barvy pozadí jsou stanovena v části Aplikace loga.

Kdykoli si při práci s logem nebo manuálem nebudete vědět rady, můžete se obrátit na PR pracovníka své diecézní Charity. Je pro práci s logem proškolen a dostává další podporu. A jako autorský tým manuálu věříme v to, že žádná otázka není hloupá.

Negativní a monochromní verze jsou jediné možné doplňkové barevnosti loga. Není dovoleno užít barevný symbol a bílý text.



Loga je vždy nutné používat v podobě, v jaké jsou ve zdrojovém souboru. Není dovolena jakákoli úprava, například zásah do barevnosti.

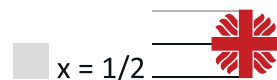


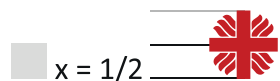
| Aplikace loga



Ochranná zóna je pole mezi logem a dalšími prvky, která slouží k zachování osobitého charakteru, viditelnosti a čitelnosti loga. Jejím cílem je logo zvýraznit a oddělit od okolí. Do ochranné zóny nesmí zasahovat text, jiné logo ani další prvky. Ochranná zóna také definuje minimální vzdálenost loga od okraje stránky či jiné plochy, na kterou se logo umísťuje.

Velikost základní ochranné zóny vychází z výšky plamenného kříže. Hodnota x odpovídá polovině jeho výšky.





Ochranná zóna logu zaručuje odlišitelnost od ostatních vizuálních prvků. Speciálně v případě projektů, kdy se na jednom místě sejde několik opticky rozmanitých log, je třeba si dát pozor jak na ochrannou zónu, tak na přiměřenou velikost jednotlivých log.





Ochranná zóna také definuje optimální vzdálenost loga od okraje stránky či jiné plochy, na kterou se logo umísťuje.



V případech, kdy není možné striktně definovat ochrannou zónu, řídíme se pravidlem estetického vyznění. Adekvátní velikosti a umístění loga zvolíme podle svého citu pro vyváženost.

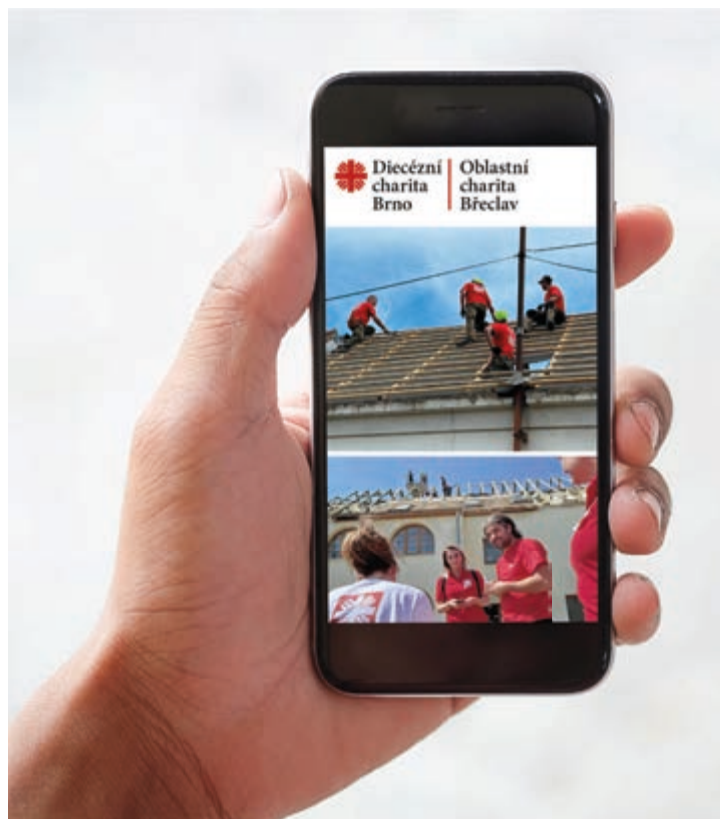
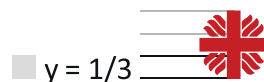


Logo samozřejmě na každý materiál umísťujeme jen jednou. Tato ilustrace představuje dvě možné varianty, jak ho můžete umístit a jak se ochranná zóna odvíjí od velikosti loga. To platí pro všechny aplikace – nejen plošné, ale i prostorové.

Nesnažíme se za každou cenu aplikovat logo co největší. Samozřejmě není dovoleno, aby se logo dotýkalo okraje tiskoviny nebo produktu.

Minimální ochranná zóna

Speciální doplněk pro grafické designéry



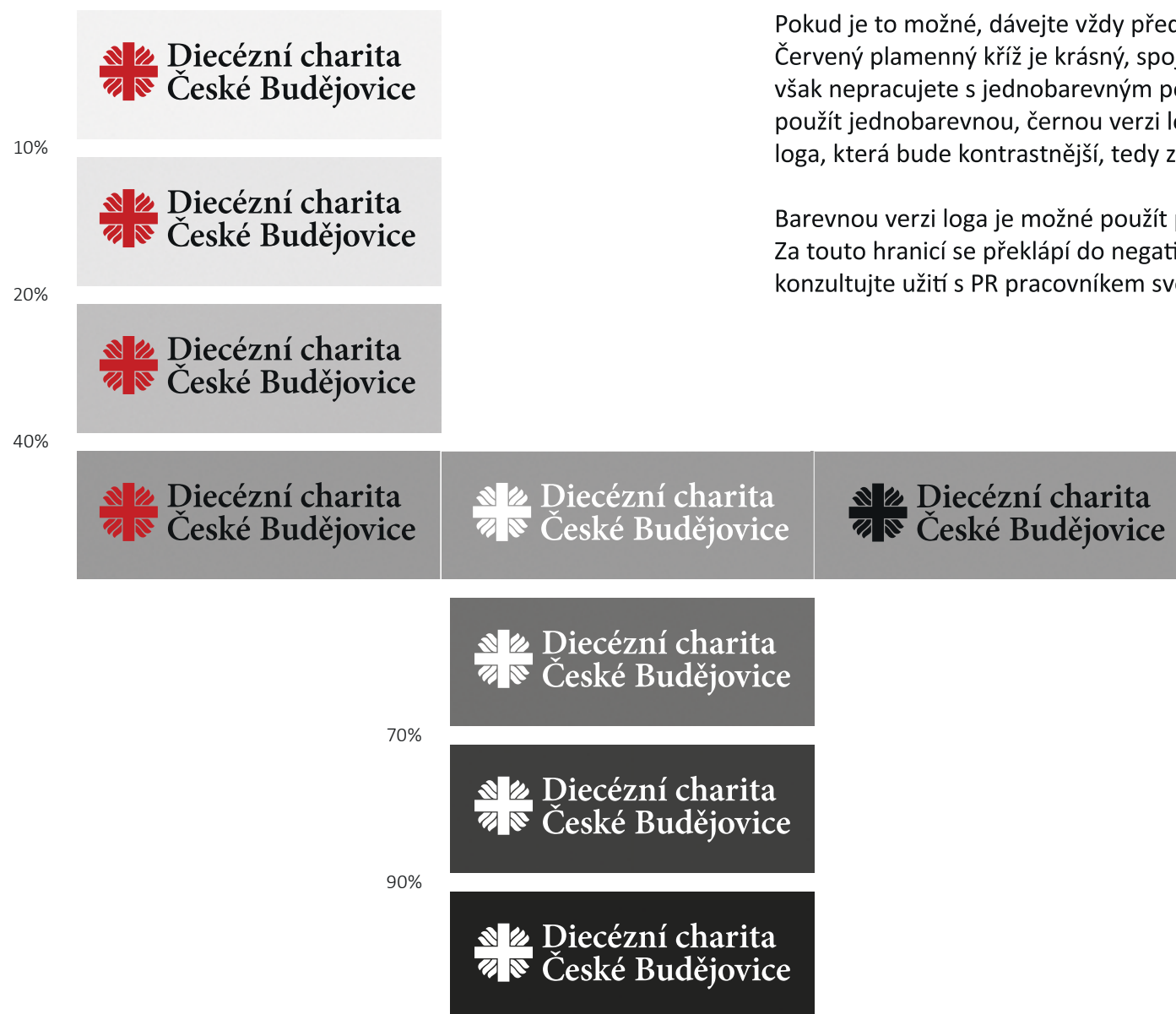
Při aplikování loga není v některých případech možné umístit logo se zachováním základní ochranné zóny. Nastanou-li takové okolnosti, je možné umístit logo blíže k okrajům grafiky. Jako hraniční a nepřekročitelná platí minimální ochranná zóna loga definovaná oblastí, která se rovná velikosti jedné třetiny plamenného kříže. Užití základní velikosti ochranné zóny má však přednost.

Minimální ochranná zóna je nástroj určený pro profesionální grafické designéry, a to ve výjimečném případě. Jeho užití vždy podléhá schválení ze strany PR pracovníka dané diecézní Charity.

Minimální zóna se netýká kancelářského užití loga, pro ně platí vždy alespoň základní ochranná zóna.



Příklady aplikací loga v tiskovině, na webu a produktu se zachováním minimální ochranné zóny.



Pokud je to možné, dávejte vždy přednost základní, tedy barevné verzi loga. Červený plamenný kříž je krásný, spojuje nás a chceme se jím chlubit. Pokud však nepracujete s jednobarevným pozadím, může být někdy výhodnější použít jednobarevnou, černou verzi loga. Při rozhodování zvolte vždy tu verzi loga, která bude kontrastnější, tedy zřetelnější a čitelnější.

Barevnou verzi loga je možné použít pouze do zhruba 50% sytosti podkladu. Za touto hranicí se překlápí do negativní, tedy bílé verze. Pokud si nejste jistí, konzultujte užití s PR pracovníkem své diecézní Charity.



Na pozadí, kde by se červený kříž ztrácel, tedy nebyl by dostatečně zřetelný, je vhodnější použít černou variantu loga.

Umistování loga na barevném podkladu



Vždy je preferováno základní (barevné) logo před černou a bílou (negativní) verzí. Logo umísťujeme do klidného pozadí snímku.



Nevhodný výběr loga, vždy preferujeme základní (barevnou) variantu.



Nevhodné umístění. Logo zasahuje do hlavy postavy, navíc zaniká v pozadí.



Nevhodné umístění, logo zaniká.



Logo zaniká, příklad nevhodného umístění.



Ve snaze umístit logo na příhodný podklad nemůžeme obcházet estetické vyznění. Nevhodný příklad umístění loga.



Nenajdeme-li na snímku vhodné místo s klidným pozadím pro aplikaci loga a není-li možné fotografii upravit lokálním zesvětlením či ztmavením, můžeme zvážit přidání bílého pruhu pro umístění základního loga.



Zakázaná úprava logotypu. Máme logotyp základní (barevný), dále bílý (negativní) a černý. Zobrazená červeno-bílá varianta neexistuje.



Důležitým aspektem uvážlivého nakládání s logotypem je řešení celkové kompozice. Na ukázce je zbytečně zanechán rušivý okraj fotografie.



Nevhodné umístění (logo zaniká v podkladu).



Logo nemá zakrýt právě tu část fotografie, ve které se odehrává vizuální sdělení snímku.



Existuje více správných možností umístění loga.



Vhodným ořezem stejné fotografie získáme ideální klidné pozadí pro aplikaci bílého logotypu.



Nevhodný výběr varianty loga. Podklad je pro základní verzi příliš tmavý, plamenný kříž zaniká.



Nevhodné umístění. Logotyp nemůžeme dávat přes jiné logo, značku či text.



Pokud je to žádoucí, můžeme do pozadí snímku zasáhnout zesvětlením či ztmavením rohu tak, aby nedošlo k narušení vizuálního sdělení. Tento přístup se častěji uplatňuje na webu nebo sociálních sítích, když je třeba do obrázku zasadit nápis či logo.



Jiným možným způsobem je vytvoření podkladového štítku v bílé barvě (aplikujeme základní logo) nebo v barvě plamenného kříže (aplikujeme bílé logo).



Dodržování správné velikosti loga vůči formátu, zvláště na tištěných materiálech, napomáhá vytvářet jejich jednotný styl. Rozměrová řada neplatí pro reklamní předměty, kde se velikost loga přizpůsobí typu a velikosti předmětu. I zde však platí zásada čitelnosti. Více v samostatném oddílu manuálu věnujícím se aplikacím jednotného vizuálního stylu.

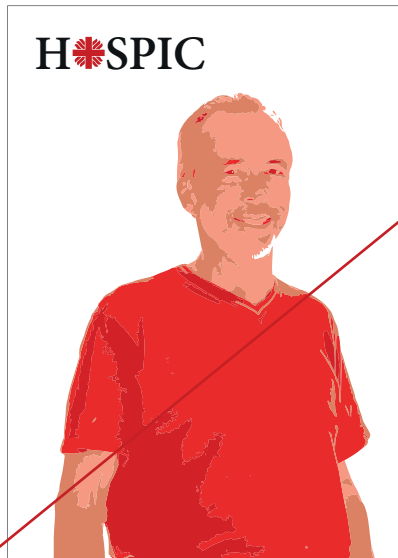
Rozměrová řada představuje logo ve velikostech, které se přednostně používají při jeho aplikaci. Respektování rozměrové řady slouží systematickému používání loga především v tištěných materiálech a pomáhá vytvářet jejich jednotný styl. Minimální velikost určuje doporučenou velikost zaručující jeho bezchybnou reprodukci tiskovými technikami a při zobrazování na obrazovkách.



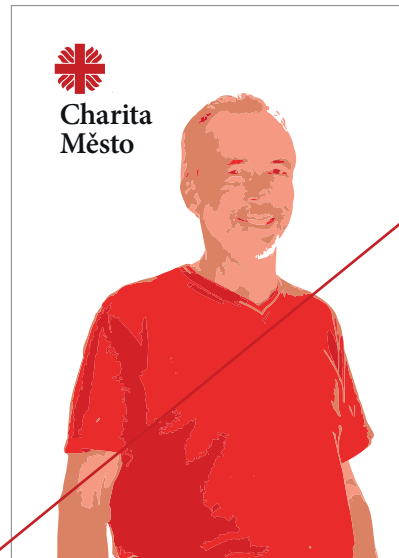
formát	výška symbolu
vizitka (50 × 90 mm)	8 mm
A6 (105 × 148 mm)	10 mm
A5 (148 × 210 mm)	14 mm
A4 (210 × 297 mm)	20 mm
A3 (297 × 420 mm)	30 mm
A2 (420 × 594 mm)	40 mm



Samotný plamenný kříž se nesmí používat místo loga Charity.



Plamenný kříž není povoleno používat způsobem, který je dehonestující, ani s jeho pomocí vytvářet jiná loga.



Do uspořádání loga je zakázáno jakýmkoli způsobem zasahovat.



Nepovolený zásah do loga. K logu se nesmí nic připojovat.



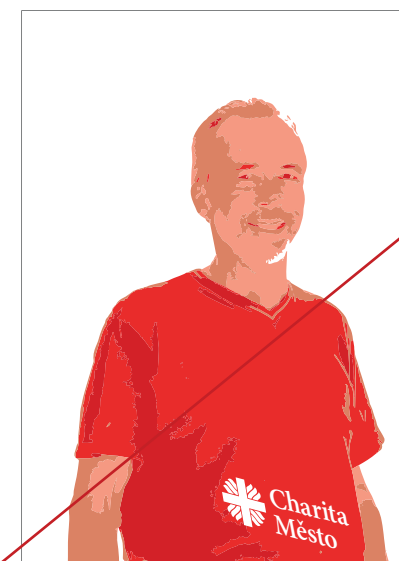
Nepovolený zásah do loga úpravou barevnosti, stínováním či reliéfem.



Nepovolený zásah do loga manipulací s barevností.



Nestačí, aby byla dostatečně vidět jen část loga. Jedná se o celek. Symbol musí být zřetelný a text čitelný.



Není dovoleno logo natáčet a jakkoli deformovat.

 Další prvky jednotného vizuálního stylu

Ó, náhlý déšť již zvířil prach a čilá laň teď běží s houfcem gazel k úkrytům.
Ó, náhlý déšť již zvířil prach a čilá laň teď běží s houfcem gazel k úkrytům.

Ó, náhlý déšť již zvířil prach a čilá laň teď běží s houfcem gazel k úkrytům.
Ó, náhlý déšť již zvířil prach a čilá laň teď běží s houfcem gazel k úkrytům.

Ó, náhlý déšť již zvířil prach a čilá laň teď běží s houfcem gazel k úkrytům.
Ó, náhlý déšť již zvířil prach a čilá laň teď běží s houfcem gazel k úkrytům.

The quick brown fox jumps over the lazy dog.

The quick brown fox jumps over
the lazy dog.

Portez ce vieux whisky
au juge blond qui fume !

Písmo Minion Pro je představeno na tzv. pangramech, tedy větách obsahujících všechna písmena abecedy. Pangramy se používají pro typografické náhledy fontů. Český text je vysázen písmem Minion Pro ve velikosti 11 bodů.

Ukázka řezů: Regular / Italic
Semibold / Semibold Italic
Bold / Bold Italic

Sazba anglického textu
v řezu Medium z rodiny
Minion Pro ve velikostech
19 a 24 bodů.

Francouzská sazba:
Semibold, 34 bodů.
Všechna loga celé sítě
Charit jsou konstruována
výhradně z řezu Semibold
písma Minion Pro.

Základní písmo je jedním z důležitých prvků jednotného vizuálního stylu. Čím častěji jej budeme používat, tím pevnější identitu se nám podaří vybudovat.

Naším **základním písmem je Minion Pro**. Jedná se o patkové písmo vytvořené v roce 1990 designérem Robertem Slimbachem pro Adobe, který se inspiroval pozdně renesanční typografií. Minion je rozsáhlá rodina písem vytvořená tak, aby se výsledný text dobře četl, i proto jde o jedno z nejoblíbenějších písem pro sazbu knih. Je to moderní písmo na klasickém základě, které dobře vystihuje ukotvenost naší organizace, odráží však také její reflexi současné společnosti a jejích potřeb.

Písmo Minion, kterým je vysázeno i naše logo, je určené pro grafiky. Jedná se o volný font, grafikům je tedy dostupný bezplatně. Není však k dispozici pro kancelářské použití na PC, proto na další stránce najdete doplňkové písmo. Minion je možné používat pro titulky i pro sázení textu. Závazně jej používáme při polepech automobilů, zvolit mezi ním a doplňkovým písmem Calibri je možné na vizitkách, visačkách a razítku. Dále je možné jej použít na tiskovinách, které mají za cíl posílit identitu Charity (letáky, plakáty apod.). Použití tohoto písma mimo materiály uvedené v tomto manuálu je doporučeno, nikoli povinné.

Příliš žluťoučký kůň úpěl ďábelské ódy.
Příliš žluťoučký kůň úpěl ďábelské ódy.

Příliš žluťoučký kůň úpěl ďábelské ódy.
Příliš žluťoučký kůň úpěl ďábelské ódy.

Příliš žluťoučký kůň úpěl ďábelské ódy.
Příliš žluťoučký kůň úpěl ďábelské ódy.

Krdeľ šťastných ďatľov učí pri ústí Váhu
mlkveho koňa obhrýzať kôru a žrať čerstvé mäso.

Falsches Üben von Xylophonmusik quält jeden größeren Zwerg.

Ukázka českého textu:
písmo Calibri ve velikosti
sazby 11 bodů.
Zastoupené řezy:
Light / Light Italic
Regular / Italic
Bold / Bold Italic

Na ukázce sazby ve slovenštině
(Calibri Light, 19 bodů) je
patrné, že písmo obsahuje
kompletní sadu glyfů (všechna
písmena abecedy včetně těch
s diakritickými znaménky,
interpunkční znaménka, číslice,
speciální znaky apod.). Nebude
vám scházet žádný symbol, znak
nebo interpunkce v jakémkoli
latinkou psaném jazyce.

Německá ukázka:
Calibri Bold, 30 bodů.
Právě na silnějších
řezech písma Calibri
jsou nejzřetelněji
rozpoznatelné jemně
zakulacené konce liter
typické pro tento font.

Abychom mohli identitu budovat doslova na každém kroku, bylo jako doplňkové písmo, které je běžně dostupné na stolních počítačích, zvoleno **Calibri**. Calibri je bezpatkové písmo vytvořené holandským typografem Lucasem de Grootem. Od roku 2007 je výchozím písmem v programech Microsoft Office a nahradilo do té doby užívaná písma Times New Roman a Arial. Řešení s jemně zakulacenými konci je autorem popisováno jako „vřelé a jemné“.

Toto písmo je vhodné používat hlavně v prostředí MS Office, tedy v těle e-mailů, v textu dopisů a pro další kancelářské použití. Je dobře čitelné i při menší velikosti (11 bodů) a dobře doplňuje klasické základní písmo.

V písmu Calibri byla připravena šablona prezentace pro Power Point, toto písmo je manuálem předepsáno pro šablonu i tělo dopisu, pro e-mail a podpis v e-mailu, mezi Calibri a Minionem Pro si můžete vybrat při tvorbě vizitek, visaček a razítka.

Náš grafický manuál
je ostatně sázen právě
písmem Calibri – hlavní
texty řezem Regular
ve velikosti 12 bodů,
popiska, kterou právě
čtete, pak řezem Light 9b.

Charitu Česká republika tvoří síť více než 300 místních Charit po celé naší zemi. Tvorba jejich názvů není kodifikována jednotně a řídí se rozhodnutím dané diecézní Charity. Zjevným trendem je však ústup od označení „farní“ a „oblastní“.

Z jazykového hlediska je v názvu velké jen první písmeno (Farní charita Cheb) a místní jméno. Pokud se název několikrát opakuje, například v tiskové zprávě nebo na letáku, je možné jej nahradit označením Charita. To se pak píše s velkým písmenem, aby bylo zjevné, že je myšlena uvedená organizace. Psaní malého písmene není vhodné kvůli možné záměně s obecným označením pro dobročinnost. Stejně tak může být při opakování použito spojení diecézní Charita, oblastní Charita, městská Charita, farní Charita apod., pokud stojíte o upřesnění.

Naopak nikdy se slovo charita nepíše s velkým písmenem, když je součástí názvu a není současně jeho prvním slovem.

~~charita~~

Charita

Označení Charita Česká republika se používá jak pro celou charitní síť fungující v České republice, tak pro její administrativní ústředí (Sekretariát). Je proto třeba myslet na to, že z kontextu musí být na první pohled zřejmé, který z těchto dvou významů máme na mysli. Alternativně lze pro větší srozumitelnost používat termíny jako síť Charity (Česká republika), síť Charit, charitní konfederace apod.

Jednoznačně upřednostňujeme uvádění celého názvu organizace před zkratkami, tedy Charita Česká republika. Verze „Charita ČR“ vybízí k nesprávnému čtení (Charita České republiky) a umožňuje nepatřičnou interpretaci, že Charita patří státu. Není proto povolena. Zkratka „CHČR“ (či jiné zkratky Charit) je mimo interní materiály nepřípustná kvůli své nesrozumitelnosti. Zvláště v tiskovinách a výročních i tiskových zprávách je třeba mít toto pravidlo na paměti.

~~Charita ČR~~

~~CHČR~~

Charita Česká republika

Ačkoli je obecným trendem názvy organizací nepřekládat a i v cizojazyčném textu uvádět jejich originální verzi, Charita má pro překlad svého jména zásadní důvod. Tím je příslušnost k celosvětové charitní síti (Caritas Internationalis), druhé největší organizaci svého druhu na světě. Pro tuto identifikaci používáme v cizojazyčných verzích našeho názvu latinské slovo „Caritas“.

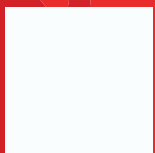
Základní cizojazyčnou (anglickou) variantou názvu je Caritas Czech Republic. Použití anglického slova „charity“ je nesprávné a není povoleno, neboť má zcela jiný význam. Název organizace je možné překládat i do jiných jazyků při dodržení stejné logiky: k latinskému Caritas se přidá název České republiky nebo konkrétní Charity v daném jazyce.

V České republice se přednostně používá česká verze označení. Cizojazyčný název nebo logo můžeme preferovat v situacích, kdy je cílovému publiku doručováno sdělení v jiném než českém jazyce. Jedná se například o služby poskytované cizincům na území Česka. Vždy je potřeba zvážit, zda bude výhodnější prezentovat naši organizaci názvem používaným v místě (tedy česky), nebo jestli zvolit označení Caritas, které může čerpat z celosvětové známosti. Je rovněž možné kombinovat například anglické sdělení a český název i logo, typicky při komunikaci s ambasádami. Pro prezentaci zahraniční pomoci Charit v zahraničí se připravuje samostatný manuál.

Anglickou verzi loga má každá diecézní Charita v základním balíčku. Pokud potřebujete verzi v jiném jazyce nebo cizojazyčnou verzi jiného loga, je možné si ji nechat vytvořit od Charity Česká republika prostřednictvím PR pracovníka vaší diecéze.



Vzhledem ke skutečnosti, že v základním logu je obsažena červená, nic nezkazíme, pokud se doplňková barevnost bude v rozmanité šíři teplých tónů od červené odvozovat. Volíme spíše lomené, tlumené odstíny.



Volba palety šedých od bílé po černou v doplňkových prvcích a především v typografii bude vždy působit solidně a harmonicky.




Doplňkové barvy rozvíjejí a podtrhují jednotný vizuální styl organizace. Doporučujeme je používat na komunikačních materiálech Charity, například letáčích či brožurách, kde si nevystačíme jen s kombinací černé, červené a bílé. Doplňkové barvy nestanovuje manuál explicitně, pouze nabízí paletu, kterou je možné následovat a rozvíjet. Mělo by se však vždy jednat o škálu tlumených barev, které podtrhnou eleganci loga a nebudou vypadat lacině.

Zvolíme-li pro výtvarné vyznění studenou paletu doplňkových barev, je lépe uvážlivě vybírat spíše lomené nebo pastelové tóny.



Vyhýbáme se ostrým, signálním barvám nebo takové barevnosti, která je charakteristická pro jiné subjekty (telekomunikace, pošta, dopravci atp.).

 Aplikace jednotného
vizuálního stylu



**Oblastní charita
Česká Kamenice**

Mgr. Petra Prokopová
sociální pracovnice

Sociálně-dluhová poradna

Krásenského 52, 123 45 Česká Kamenice
tel.: +420 335 123 456, mobil: +420 603 123 123
e-mail: petra.prokopova@mesto.charita.cz
www.charita-mesto.cz



8 mm

Sazba vizitky z písma Minion Pro.
Jméno, příjmení a titul sázíme z řezu Semibold velikosti 10,5 bodů, pracovní pozici v řezu Italic a velikosti 8,5 bodu. Kontaktní údaje ve velikosti 8,5 bodu z řezu Regular. Chceme-li zvýraznit název střediska, můžeme užít Bold.



**Oblastní charita
Česká Kamenice**

Mgr. Petra Prokopová
sociální pracovnice

Sociálně-dluhová poradna

Krásenského 52, 123 45 Česká Kamenice
tel.: +420 335 123 456, mobil: +420 603 123 123
e-mail: petra.prokopova@mesto.charita.cz
www.charita-mesto.cz



8 mm

Sazba vizitky z písma Calibri.
Jméno, příjmení a titul sázíme z řezu Bold velikosti 10,5 bodů, pracovní pozici v řezu Italic (8,5 bodu), kontaktní údaje ve velikosti 8,5 bodu z řezu Regular. Chceme-li zvýraznit název střediska, můžeme užít Bold ve stejné velikosti.



**Oblastní charita
Česká Kamenice**



Mgr. Petra Prokopová
sociální pracovnice

Sociálně-dluhová poradna

Krásenského 52
123 45 Česká Kamenice
tel.: +420 335 123 456
mobil: +420 603 123 123
e-mail: p.prokopova@charita.cz
www.charita-mesto.cz



8 mm

Pokud chcete mít na vizitce navíc logo pracoviště či služby, umístěte jej do protilehlého rohu. Jeho velikost nesmí být větší než logo Charity. Je rovněž možné použít dvousloupcovou úpravu sazby vizitek, a sice v minimální velikosti písma 8 bodů.

Základními položkami na vizitce jsou logo příslušné Charity, jméno zaměstnance s tituly (nejsou povinné, ale předpokládají se), adresa pracoviště, telefonní a e-mailový kontakt. S ohledem na dosavadní vysokou variabilitu grafických řešení jsou k dispozici tři rovnocenné grafické podoby vizitek. Každá diecézní Charita si může zvolit, zda bude pro celou diecézi závazný jeden či více vzorů, případně které.

Všechny údaje, které by se opakovaly, je dobré vypustit, například není třeba zdvojit logo a název Charity, název oddělení u vedoucího apod. Funkce se píše s počátečním malým písmenem, u žen se přechylují. Názvy oddělení či jiných sekcí se píše s malým písmenem. Telefonní čísla se uvádějí obvykle maximálně dvě, web jeden, funkce maximálně dvě, pokud souvisejí s jednou adresou. Pakliže má člověk funkcí či adres víc, doporučuje se vytvořit oboustrannou vizitku, případně vizitky dvě, zvláště pokud spolu informace nesouvisejí.

Pro tvorbu vzorů byly úmyslně použity podklady s uvedením pracoviště či služby. Ukazují, že se používá logo dané Charity, ale dále už se pracuje pouze s kontakty platnými pro službu.

Cizojazyčná verze vizitky se tiskne zvlášť, nedoporučujeme v takovém případě vytvářet oboustrannou vizitku. Vychází to z diplomatických zvyklostí, kdy zadní strana vizitky slouží jako prostor pro písemné sdělení. Jedinou výjimku tvoří vizitky v japonštině, čínštině apod.

Pro anglickou verzi vizitky platí stejná pravidla uvádění kontaktních informací jako pro anglický podpis v e-mailu, viz strana 37.



Arcidiecézní
charita Praha

Arcidiecézní charita Praha
Fideltství
Londýnská 44, 120 00 Praha 2
pracoviště: Záběhlická 72, 106 00 Praha 10
tel.: +420 222 512 401, fax: +420 272 659 945
e-mail: praha@praha.charita.cz
www.praha.charita.cz

adresát
ulice
PSČ město

Praha 16. července 2021

Vážený pane Nováku,

lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.

Vellaborite erum dolces ad que eatiunt fuga. Em veremoles volorectur am iliae sum conet oditi omnis ersped qui reiunt, totae in cumendit, eumquo inus, voluptaques ent poriate ssequi vel mil et aut perehenda veribus. Vit, cone molupta sperem fugitati quidundi bla simolum quaes eos doluptam sequis explit haribus, si dolor ratiis quia aut volorum laborum, cupic tendit la quas dit, officae ruptas volenis aut volorio cum is nus repra se lanti del isincia corum quatiunt quam ad es alitemodi aut fugita con nienessunt quo temperum essedis dolore voluptam commis adipitatie.

Num simus ex et prestes qui officiis in in nonsent optaturiam ventem nis nonseque culliqui anditatquam dignihi lictatectur, in num ex estium natem nit, int, eversped eaturerumet, tem expe nus, autenti atenda quat assi dolorepero mo eum sum re cus por suntem eos et ea nimillectur mi, idel endelliquam fuga. Mus sus.

S přátelským pozdravem

Alois Petrželka
koordinátor IT

IČO: 43873499
DIČ: CZ43873499

bankovní spojení: Raiffeisenbank
č. ú.: 749011/5500, VS 4505

Varianta A: adresa odesílatele je v hlavičce. Text se zarovnává vlevo.

Místo odeslání se uvádí v 1. pádě, bez čárky před datem.

Oslovení je vždy v 5. pádě. V případě písemného styku s institucemi, kde neznáme konkrétního příjemce, doporučujeme oslovení Vážené paní, vážení pánové, Vážená paní / Vážený pane, Vážení, Vážení obchodní přátelé, Vážení partneři, Vážení klienti... atp. Naopak se v korespondenci vyhneme pozdravu Dobrý den, který se hodí pro osobní, telefonní nebo neformální písemný styk.

Text těla dopisu se zarovnává vlevo na praporek nebo do bloku. V celém dokumentu se používá písmo Calibri o velikosti 12 bodů. Mezera mezi odstavci je na výšku jednoho řádku. Nový odstavec začíná na začátku řádku, neodsazuje se.

Nad pozdravem je mezera na výšku jednoho řádku. Pozdrav se zarovnává vlevo, podpis je vlevo.

I u hlavičkového papíru si může Charita, pracoviště či služba zvolit ze dvou grafických možností. Přesná struktura kontaktních informací ani samotného bloku textu není tímto dokumentem předepsána, protože jej upravuje ČSN 01 6910. Uvedené dva příklady jsou převzaté z reálných podkladů dvou Charit bez zásadních úprav obsahu, byla však u nich sjednocena forma uvádění informací.

Je třeba si dát pozor především na zachování mezinárodního předčíslení telefonních čísel, které uvádíme na všech materiálech, správné psaní malých a velkých písmen způsobem sjednoceným na všech aplikacích, správné psaní zkratk (IČO místo často nesprávně uváděného IČ) apod.

Předpokládá se, že Charity si na základě jednoho z návrhů nechají připravit od grafika šablonu (.dot) v programu MS Word. Editovatelná část textu bude v písmu Calibri, velikost 12 nebo minimálně 11 bodů.

Šablona platí pro kteroukoli organizační složku v síti Charity. V případě pracoviště se uvede logo dané Charity a dále název a kontakty pracoviště či služby.

V případě potřeby umístít logo pracoviště se toto umísťuje do pravého horního rohu, tedy proti logu Charity, blok textu se pak posouvá o kousek vlevo. Výška tohoto loga je pak stejná jako výška loga Charity.



adresát
ulice
PSČ město

Plzeň 16. července 2021

adresát
ulice
PSČ město

Plzeň 16. července 2021

Vážený pane Nováku,

lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.

Vellaborite erum doleces ad que eatiunt fuga. Em veremoles volorectur am iliae sum conet oditi omnis ersped qui reiunt, totae in cumendit, eumquo inus, voluptaquis ent poriate ssequi vel mil et aut perehenda veribus. Vit, cone molupta sperem fugitati quidundi bla simolum quaes eos doluptam sequis explit haribus, si dolor ratiis quia aut volorum laborum, cupic tendit la quas dit, officae ruptas volenis aut volorio cum is nus repra se lanti del isincia corum quatiunt quam ad es alitemodi aut fugita con nienessunt quo temperum essedis dolore voluptam commis adipitatie.

Num simus ex et prestes qui officiis il in nonsent optaturiam ventem nis nonseque culliqui anditatquam dignihi lictatectur, in num ex estium natem nit, int, eversped eaturerumet, tem expe nus, autenti atenda quat assi dolorepero mo eum sum re cus por suntem eos et ea nimillectur mi, idel endelliquam fuga. Mus sus.

S přátelským pozdravem

Alois Petrželka
koordinátor IT

Diecézní charita Plzeň
Hlavanova 16
326 00 Plzeň

tel./fax: +420 377 223 861
tel.: +420 377 221 540
e-mail: helena.pachnerova@dchp.charita.cz

bankovní spojení:
2648062/0300 (ČSOB)
IČO: 497 74 034

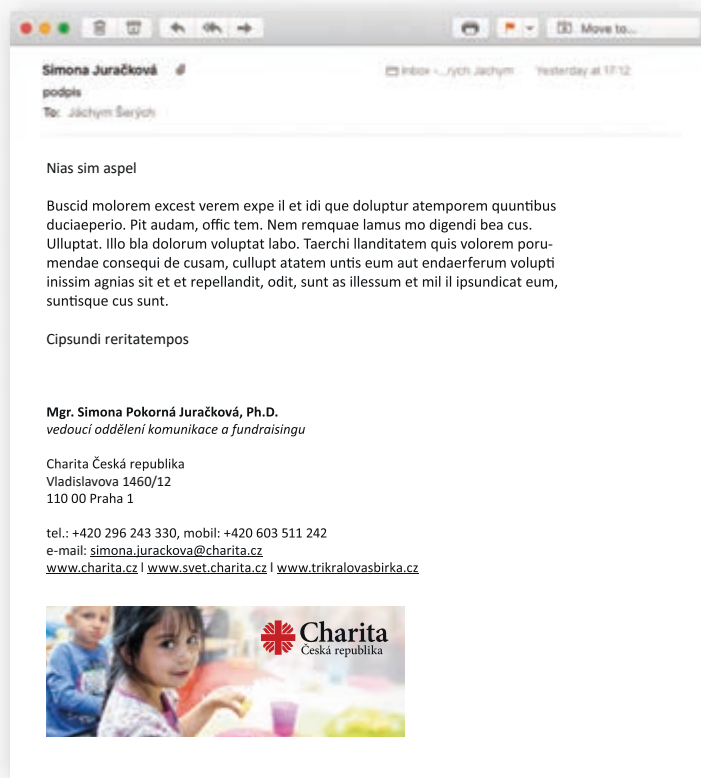
Varianta B s uvedením adresy odesílatele v zápatí. Adresát může být vlevo nebo vpravo.

Místo odeslání se uvádí v 1. pádě, bez čárky před datem. Datum může být umístěno vlevo i vpravo, lépe je mít ho na té straně, kde je adresa. Oslovení je vždy v 5. pádě.

Blok textu se zarovná vlevo na praporek nebo do bloku, mezera mezi odstavci je na výšku jednoho řádku. Nový odstavec začíná na začátku řádku, neodsazuje se.

Nad pozdravem je mezera na výšku jednoho řádku. Pozdrav se zarovná vlevo, podpis je vlevo.

Kontaktní a další údaje se zarovnávají vlevo. V případě hlavičkového papíru pro pracoviště či službu Charity je v prvním sloupci název tohoto pracoviště a kontakty na něj. Údaje nadřídžené Charity se už neuvádějí.



Text zprávy i podpis píšeme vždy fontem Calibri.



Obrazový doprovod podpisu e-mailu je vždy jen jeden. Kupříkladu aktivní banner nebo logo, ale nikdy banner a logo současně.

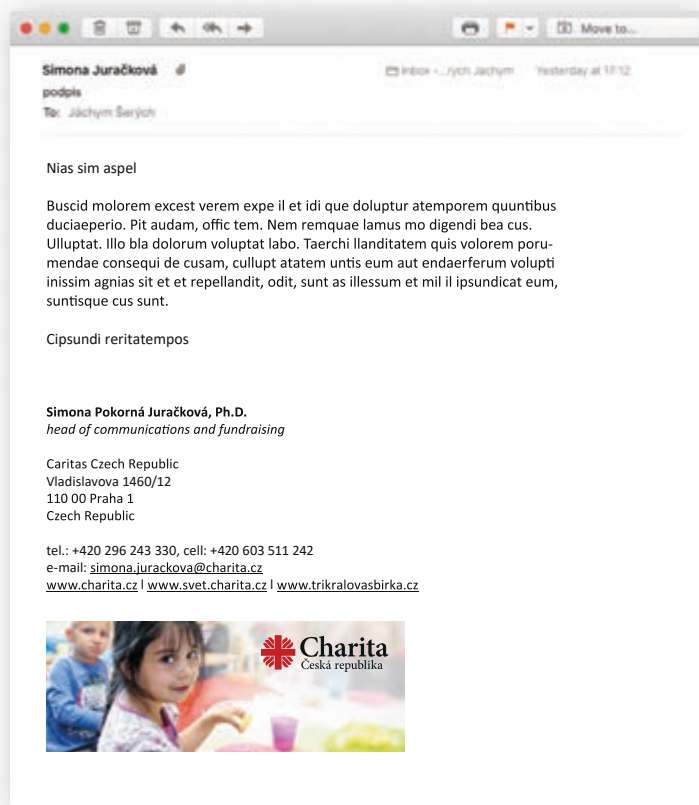
Podpis e-mailu se snažíme zachovat střízlivý, především textový.

Pokud pod informační blok textu podpisu vkládáme obrazový banner, nevkládáme už logo Charity nebo jiný obrazový doprovod. Banner nebo logo vkládáme vždy pod blok textu.

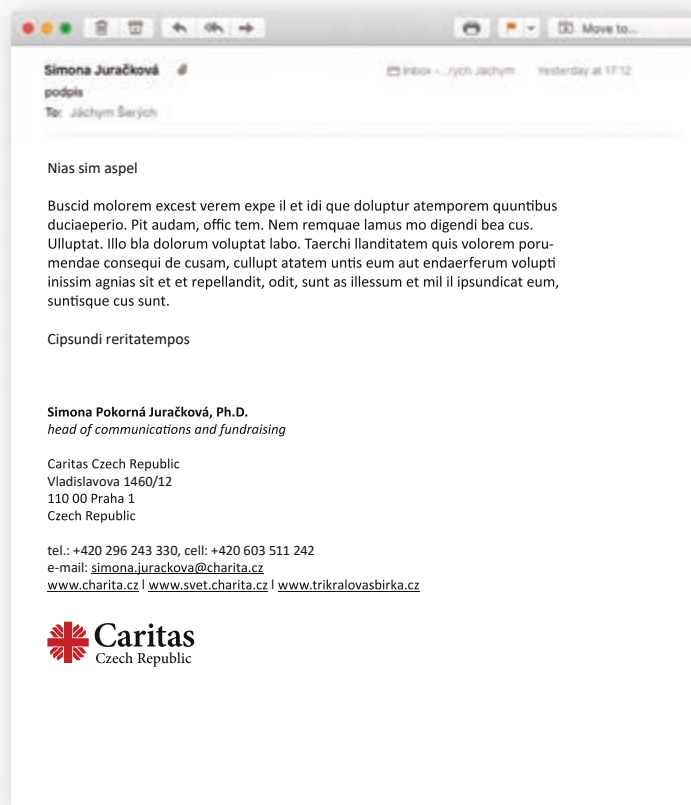
Aktivní odkazy elektronické komunikace (e-mail, web) jsou podtržené, jak se stalo zvyklostí u aktivních přesměrování, ale doporučujeme je nechat černé.

Struktura podpisu pro služby je: jméno, funkce, název Charity, název služby, adresa služby, kontakty na pracovníka, web služby.

Při úpravě e-mailové korespondence se držte stejných zásad jako při psaní dopisů. Doporučená velikost písma v těle zprávy i v podpisu je 11 bodů.



Anglická verze podpisu se liší v detailech. Je například dobré myslet na to, které tituly jsou pro zahraniční partnery srozumitelné. Dále se navíc uvádí země. Předvolby u telefonních čísel uvádíme i v české verzi, takže v tom není rozdíl.



Co se týče volby loga, vždy je důležitý kontext. Pokud jste v kontaktu s anglicky mluvícím partnerem v Česku, je vhodnější použít logo (či banner) v češtině. Naopak pro korespondenci se zahraničím dává lepší smysl použít anglickou verzi loga.

Cizojazyčná verze podpisu v e-mailu i ostatních materiálech (vizitkách apod.) se zásadně neliší od české. V obou používáme mezinárodní telefonní předvolbu a diakritiku. Tituly, které nejsou mezinárodně rozpoznávány (např. Mgr.), nemá smysl uvádět. Názvy měst píšeme v češtině, oproti tomu se název země překládá. Trendem je nepřekládat názvy organizací, ovšem s ohledem na specifičnost naší organizace se název Charita převádí do latinského Caritas.

Věnuje prosím pozornost vzoru pro psaní kontaktu. Nepoužívejte například zastaralé gsm pro označení čísla mobilního telefonu, nadbytečné tečky nebo jinou verzi označení.



Rovněž pro tvorbu jmenovek je nejvhodnější použít písmo Minion Pro Semibold nebo Calibri. Je nutné dodržet alespoň minimální stanovenou velikost loga a přednost má logo v základní, barevné verzi. Obsahové položky na jmenovce nejsou závazné a je možné je vyměnit za ty, které jsou potřeba. Volte vždy velikost písma, která bude čitelná i pro lidi se slabším zrakem.

Logo služby je možné doplnit do pravého rohu proti logu Charity a ve stejné velikosti, jako je výška loga Charity.



Logo je u textového řešení umístěné vlevo, u řešení s fotografií nositele umísťujeme logo vpravo. Text může být zalomen nalevo na praporek nebo na střed.



**Diecézní charita
Litoměřice**

(2)

Kosmonautů 2022, 412 01 Litoměřice
tel.: +420 123 456 789, IČO: 402 29 939

Jednosloupcová verze
razítka používá logo
Charity místo názvu.



**DIECÉZNÍ CHARITA
LITOMĚŘICE**

Kosmonautů 2022
412 01 Litoměřice
tel.: +420 123 456 789
IČO: 402 29 939

(1)

Dvousloupcová verze
zvýrazňuje fakt, že patříme
do velké charitní rodiny.

Existují dvě možnosti, jak zpracovat razítko organizace. Jednosloupcová používá logo dané Charity a její název již neopakuje. Dvousloupcová používá vertikální společné logo Charity bez domicilu, název organizace je součástí textové části. Obě verze jsou rovnocenné. Písmo pro razítko je Minion Pro nebo Calibri. Neplatí zde omezení minimální velikosti loga.

Je však velmi důležité, aby informace zůstaly čitelné. Dodržujte prosím předepsanou formu pro psaní údajů, například tel.: nebo IČO. Přesný obsah a struktura informací nejsou dány a odvíjí se od potřeb daného pracoviště. V případě služby či pracoviště se uvádí název (nebo logo) dané Charity, název služby a kontakty služby.

** Při závěrečné práci na tomto manuálu byla identifikována dříve nezjištěná potřeba vzoru pro kulaté razítko. Vzor pro něj tedy vznikne při nejbližším doplňování tohoto manuálu.*

 Městská
charita Plzeň

Charitní pečovatelská služba

 Městská
charita Plzeň

Charitní pečovatelská služba

**Charitní
pečovatelská
služba**

 Městská
charita Plzeň

 Městská
charita Plzeň
Charitní pečovatelská služba

Při přípravě materiálů pro pracoviště či služby je třeba myslet na to, že primárním vizuálním prvkem je logo Charity. Název pracoviště či služby se objevuje v textové podobě, může mít například formu nadpisu (například na letáku).

Název pracoviště nikdy s logem netvoří celek, nepřidává se k němu. Kolem loga je třeba dodržet ochrannou zónu. Název také nesmí být vyveden tak, aby napodoboval či imitoval logo.

Přitom platí, že logo či piktogram služby se umísťuje proti logu Charity. Tedy logo Charity je v takovém případě preferovaně vlevo a logo služby vpravo. Opět platí, že obě loga mají stejnou výšku.

Nevkládejte název služby přímo pod logo, dodržujte prosím ochrannou zónu. Uvedený nesprávný příklad by mohl být vnímán jako celek, tedy jako logo služby provedené v rozporu s grafickými zásadami. Uvedený příklad není povolen.

varianta A



Logo Charity umísťujeme na prednú dvere.



Logo na pravých dverách sa neprevrací.

varianta B



Verze polepu s webovou adresou. Texty logotypu a webu jsou zarovnaný vlevo.

varianta B
s partnerem
automobilu



Web na pravých dverách sa zarovnáva k pravému okraju.

varianta C



Detailnější informace a kontakty, případně piktogram nebo logo vašeho zařízení patří na zadní dveře. U zařízení či služeb se název Charity nevypisuje.

varianta C
s partnerem
automobilu



Pokud potřebujete na autě umístit logo partnera, zvolte prostor zadní postranice. Přednost má jednobarevná verze loga a můžete ho umístit na obě strany auta.



Logo Charity umísťujeme na prednú dvere, logo siete na kapotu.
Logo na pravých dverách sa neprevrací.



Na dvere od kufru je možné uviesť web Charity či zariadení.



Pokud máte tmavší auto, bude treba pracovať s logom, znakom a nápisy v bielej farbe.

Základom riešenia polepu je veľké, dobre viditeľné logo príslušnej Charity na oboch predných dverách, doplnené o výrazné vertikálne logo Charity bez domoviny (teda bez označenia konkrétneho miesta) na prednej kapote (**varianta A**). Toto je najčistejší a nejelegantnejší variant a doplnenou o web na kufrova auta a manuál autoťa manuálu doporučujú ako primárny.

Ostatné údaje sú voľiteľné a čiastočne kombinovateľné: pod logo lze pridať webové stránky danej Charity (**varianta B**) alebo lze zvolit uvedenie rozsáhlejšieho kontaktu na danou Charitu, stredisko alebo službu (**varianta C**). Kontaktné informácie vrátane názvu v takovom prípade prosím úplne umísťujte na zadnú dvere, logo nechajte na predných dverách samotné. Myslite prosím na to, že každé ušetrené písmeno znamená lepšiu čitateľnosť a väčšiu výraznosť sdelenia, ktorá je žiadoucou (nepoužívajte však skratky, spísať sa zamyslete nad rozsahom textu).

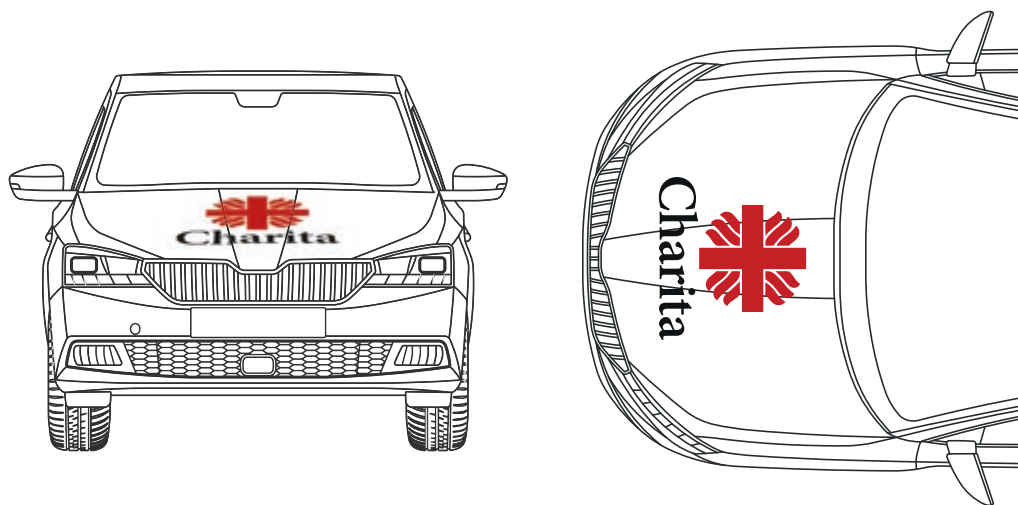
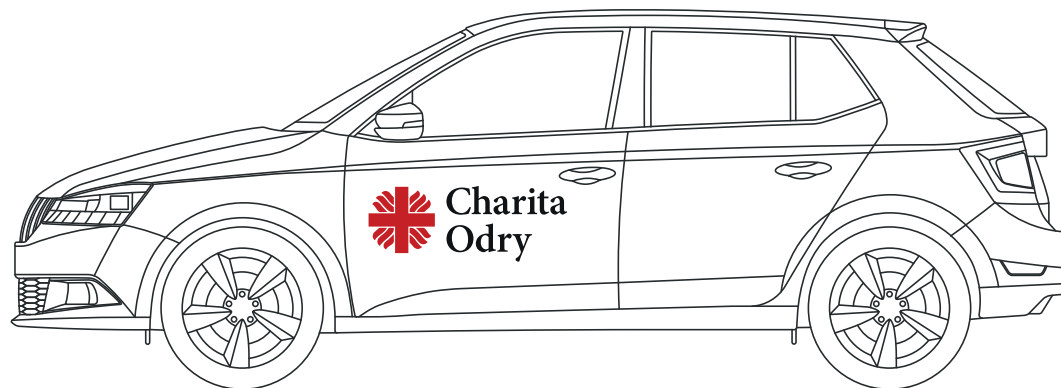
Písmo použité pre návrh je Minion Pro Semibold. Pre vysadenie textu použijte prosím vždy iba jednu veľkosť písma.

Je rovněž možné využit dvere od kufru k umísťení webovej adresy (preferuje sa verzia bez https://, lze ji uvádět i ve znění bez www., když to dáva smysl), pod ní je miesto určené pre prípadný slogan. Obe položky sú voľiteľné. Co sa sloganu týče, v základe je pre všetky povoleno použitie nášho spoločného: Každý človek je pre nás dôležitý. Pokud pracuje vaše Charita alebo její organizační část s jiným sloganem a chcete použít ten, nechte si ho prosím před použitím schválit PR pracovníkem vaší diecézní Charity.

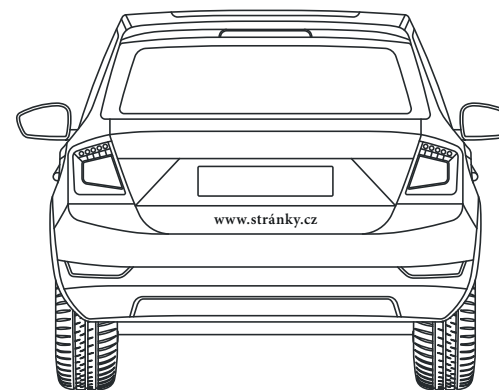
Jedná se o preferovanou variantu polepu, která je elegantní a zároveň jednoznačná, čistá, podporuje značku Charity jako síť a zároveň upřednostňuje místní označení. Při sjednocení vizuálních prvků vynikne právě název vaší Charity.

Varianta sestává z loga dané Charity na obou předních dveřích, dále vertikálního loga Charity bez domicilu (tedy místního označení) na přední kapotě a uvedení webových stránek pod zadní značkou SPZ.

Pokud z jakéhokoli důvodu potřebujete mít polepy na magnetické fólii (nejčastěji s ohledem na zachování diskrétního přístupu ke klientům), která musí reagovat na nerovnosti karosérie, najdete prosím vizuální řešení, které je tomuto nejbližší. Pokud vám tvar přední kapoty neumožní mít znak na magnetické fólii, raději ho nevyrobíte, než abyste ohrozili svou bezpečnost při případném uvolnění. Výrobu na magnetické fólii prosím vždy konzultujte s PR pracovníkem své diecézní Charity.



Barevné vertikální logo Charity bez domicilu (označení konkrétní Charity).



Na zadní část auta doporučujeme umístit webovou adresu vaší Charity nebo zařízení. Místo pro ni určené je pod rámečkem SPZ.

Varianta B / varianta B s partnerem

Pokud potřebujete na autě umístit logo partnera automobilu, ve variantě A i B ho lze dát na zadní dveře. Velikost logo by neměla přesáhnout polovinu velikosti logo Charity.

Logo partnera automobilu můžete umístit na obě strany auta. Preferovaná je jednobarevná verze, aby vyniklo logo Charity.

Varianta C – maximální varianta polepu

• závazné, vyberte si z nabízených variant

44

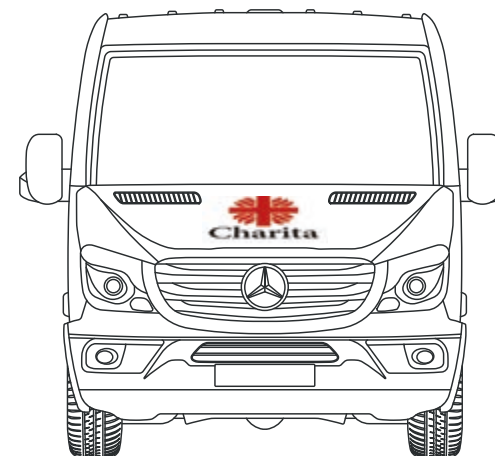
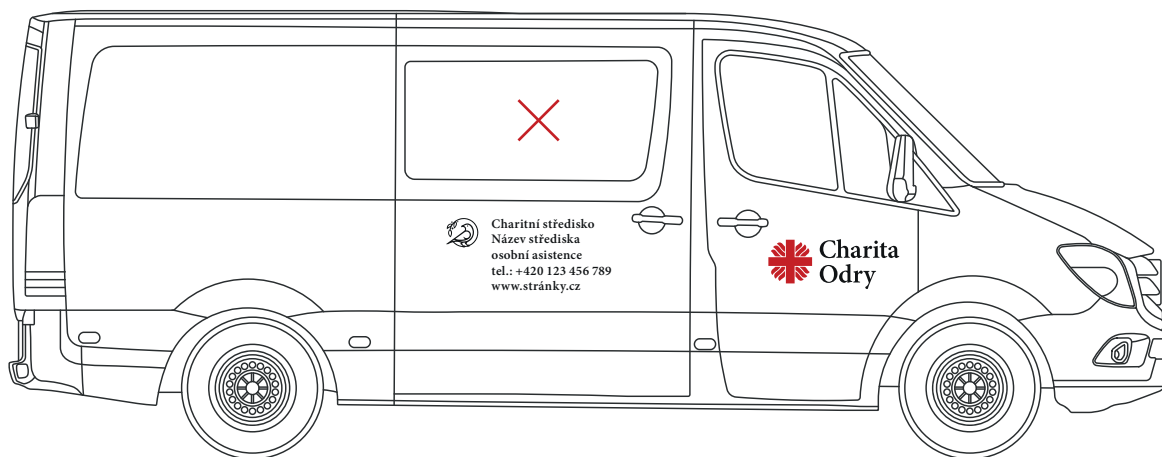
Pokud chcete na automobilu uvést detailnější informace a kontakty, obojí patří na zadní dveře. Neopakujte prosím název vaší Charity, pokud uvádíte název služby nebo střediska. K identifikaci v takovém případě postačí logo na předních dveřích a každý ušetřený znak zvýší čitelnost a přehlednost sdělení. Uvést můžete název střediska či služby, základní kontakty a webovou adresu. Webová adresa je vždy jen jedna. Soustředte se na nejdůležitější informace.

Pokud pracujete s piktogramem nebo má vaše zařízení logo, můžete jej použít v doporučené velikosti a na místě vyznačeném na návrhu. Uvědomte si, že vaše logo se pravděpodobně výrazem liší od logo Charity a příliš mnoho různorodých prvků na jednom autě způsobí nežádoucí a nepřehlednou vizuální směsici. Ideální je druhé logo nebo piktogramy na autě nepoužít a nechat je na aplikaci, s nimiž přicházejí do kontaktu vaši klienti (letáky, vizitky apod.). Pokud některý z uvedených prvků používáte, ponechte jej v umírněné velikosti a jednobarevný. Uvidíte, bude to vypadat lépe.

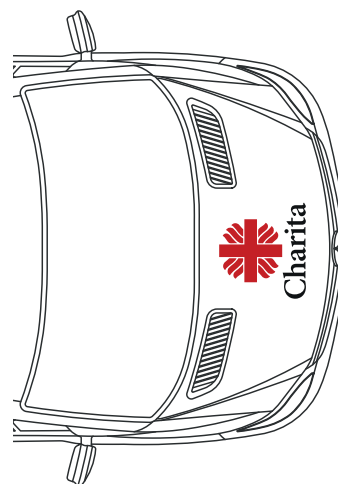
Použijte písmo Minion Pro Semibold. Při sázení textů pracujte prosím vždy jen s jednou velikostí písma.



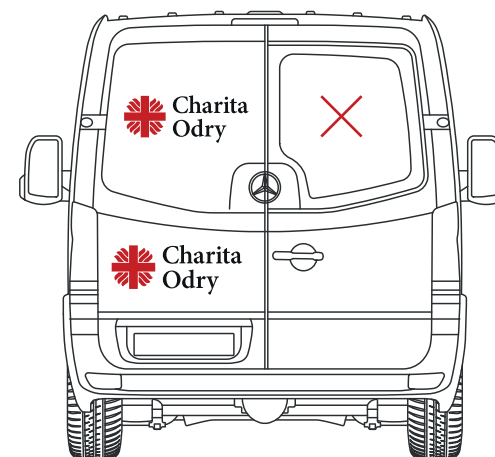
Pokud je nezbytné doplnit polep textem, například sloganem či mottem, je možné jej nalepit na nárazník. Více ke sloganu včetně jeho schvalování viz text o polepu automobilů. Texty na zadní části automobilu zarovnávané na střed a snažíme se o co největší úspornost, neboť zadní část auta trpí množstvím různých nápisů a prvků (značka, název auta, prodejce apod.).



Variabilita aut je v síti Charity velká, proto není možné detailně popsat všechny eventuality. U jiných než osobních aut vycházejte ze základního návodu a aplikujte jej podle logiky plochy, kterou máte. Při zavádění jednotného vizuálního stylu si prosím nechte schvalovat všechny návrhy diecézním PR pracovníkem. V případě nejasností či potřeby netypických řešení je jeho prostřednictvím k dispozici i autorský tým manuálu.

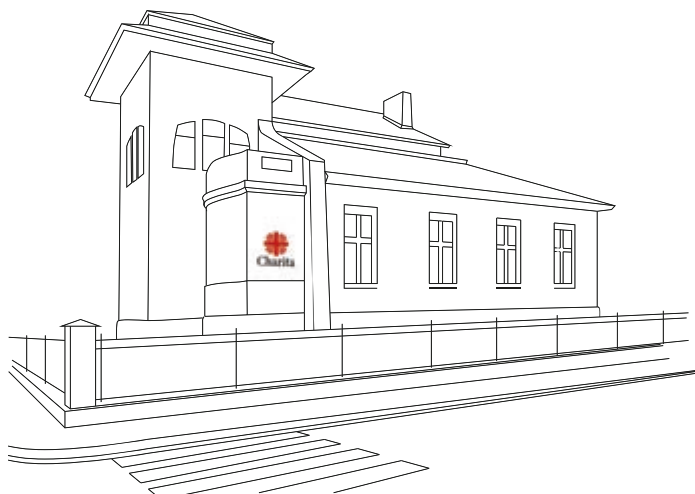


Logo na přední kapotě auta bude tak velké, jak nám karoserie dovolí.



Na zadních dveřích dodávky je místo i pro logo. Preferujeme jeho umístění na levé straně. Může být dole nebo nahoře.

Na pravé zadní dveře je možné umístit webovou adresu Charity nebo střediska. Sklo musí zůstat čisté, nepolepené.



Diecézní charita Litoměřice

Kosmonautů 2022
412 01 Litoměřice
IČO: 40229939
tel.: +420 416 731 452
Provozní hodiny:
pondělí–pátek 8–15.30

Diecézní charita Litoměřice

Charitní šatník

Provozní doba:
pondělí 9–12, 13–15
úterý 9–12, 13–14.30
středa 9–16
čtvrtek 9–12, 13–14.30

Diecézní charita Litoměřice

Dobrovolnické centrum

tel.: +420 461 531 361

Otevírací doba:
pondělí–pátek 8–15

Základním prvkem označení budovy, v níž se nachází pracoviště Charity, je logo dané Charity. To může zůstat samotné nebo k němu může být připojen název zařízení, služby apod. Pro tyto účely může být použito i logo Charity bez domicilu. To záleží na zvážení místních okolností (známost Charity v místě apod.) a spadá do kompetence PR pracovníka diecéze.

Detailnější informace u vstupu budou rovněž obsahovat logo, dále název zařízení či služby, mohou obsahovat identifikaci v podobě adresy a kontaktních údajů a otevírací dobu.

Zde uvedené příklady podoby cedulí jsou spíše vodítkem, jak mohou být řešeny. Podstatné je zvolit správnou velikost loga, použít čitelnou velikost písma Minion Pro Semibold či Calibri a řídit se předepsanou formou uvádění otevírací doby.

Umístění loga vlevo je vhodnější volba než na střed. Pokud chcete na cedulích uvést logo zařízení, umístěte jej do protějšího rohu materiálu proti logu Charity, tedy vpravo. Nedávejte loga přímo vedle sebe. Obě loga pak budou mít stejnou výšku. Obecně logo patří primárně na vnější část budovy, uvnitř se obvykle již neopakuje, nebo alespoň ne tolikrát.

Poznámka k otevírací době: Snažíme se o co nejušpornější uvádění informací, neboť to zvyšuje přehlednost. Platí, že vynecháváme vše, co není nezbytné. Z uvedeného příkladu je zřejmé, že se jedná o hodiny, proto je není třeba označovat. Pokud by to nevyplývalo jasně, dáváme přednost zkratkce „h“ místo „hod.“ a uvádíme ji co nejméně (např. 13–15h). Pomlčku ve významu „od ... do“ neoddělujeme mezerami. U času nepoužíváme dvojtečky, k oddělení hodin a minut používáme tečku. Nuly (např. 12.00) jsou zbytečné.



Pro potřeby prezentace byla připravena šablona v programu MS Power Point. Bylo pro ni použito logo Charity Česká republika, které si každá Charita může nechat vyměnit za vlastní.

Šablona obsahuje 14 možností rozložení strany včetně základního návodu pro podobu textového bloku. Je připravena s použitím písma Calibri.

Agenda

Co by se Vám mohlo v praxi hodit

- Na tomto snímku je nadpis a odrážkový obsah
- Písmo už dále nezmenšujete, mohlo by být špatně čitelné
- Kdybyste potřebovali odrážku nižší úrovně
 - Použijete tabulátor, ten odsouvá text doprava
 - Pro posun zpět na odrážku vyšší úrovně
- Použijte shift a tabulátor, který Vás vrátí opět na odrážku vyšší úrovně

2

Klasický nadpis a dva obsahy

Půl napůl

- Lorem ipsum dolor sit amet
- Consectetur adipisicing elit, sed eiusmod tempor incididunt
- ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam,
- quis nostrud exercitation ullam
- Lorem ipsum

- Lorem ipsum dolor sit amet
- Consectetur adipisicing elit, sed eiusmod tempor incididunt

- ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam,
- quis nostrud exercitation ullam
- Lorem ipsum

4

Infografika na prázdném snímku

Překvapte posluchače

98% 48% 9%

52%

98% Lorem ipsum
52% Lorem ipsum
9%

16

Snímek s obrázkem a podkladem

Nebojte se zvýraznění

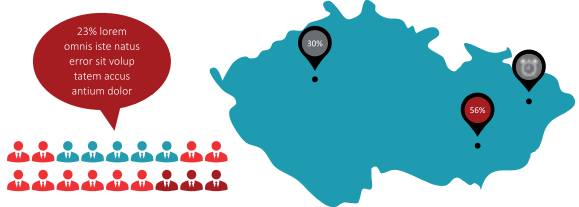


- Lorem ipsum dolor sit amet
- Consectetur adipisicing elit, sed eiusmod tempor incididunt
- ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam,
- quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquid ex ea commodo consequat. Quis aute iure reprehenderit in

10

Infografika

Vektorové editovatelné tvary




23% lorem omnis iste natus error sit voluptatem accusantium doloremque laudantium, totam rem aperiam, eaque ipsa quae ab illo inventore veritatis et quasi architecto beatae vitae dicta sunt explicabo.





15

Kreativní demografická analýza

Nebojte se ikon. Najdete je na kartě Vložení



- 1. čtvrt. • 2. čtvrt. • 3. čtvrt. • 4. čtvrt.

Large Business Users		65%
Medium Business Users		47%
Small Business Users		37%
Home Business Users		18%

17



Kompozice s polem pro hlavičku nahoře. Pole hlavičky je možné od fotografie oddělit bílým přerušením pro pocitové odlehčení horní části.



Varianta s fotografií v horní části a blokem s typografií dole. V ukázce je použité základní písmo z rodiny Minion Pro v dostatečné velikosti a kontrastu vzhledem k pozadí.



Leták a ostatní tiskoviny nemusíme dělit pokaždé přísně horizontálně. Na ukázce je fotografie natočená tak, aby podpořila svěžejší vzhled tiskoviny určené pro mládež.

Manuál jednotného vizuálního stylu Charity nepředepisuje přesné grafické řešení letáku. Uvedené možnosti pouze ilustrují vhodné prvky k použití.

Je příhodné, aby titulní strana letáku obsahovala jasný a srozumitelný nadpis nebo název, logo Charity a výrazný grafický prvek (obrázek) či fotografii. Na zadní straně nezapomeňte na tiráž s údaji o vydavateli a případně i roku vydání. Logo stačí uvádět na jednom materiálu jednou.

Pokud používáte logo zařízení, nesmí být větší než logo Charity. Jeho vhodné umístění je obvykle proti logu Charity spíše než vedle něj (vedle sebe se dávají loga spolupracujících organizací, nikoli organizačních nebo podřízených jednotek). Logo Charity má při tom vždy přednost. U jiných materiálů umísťujeme logo Charity vlevo, u letáků ale chceme zachovat větší míru rozmanitosti, proto přesné umístění loga není předepsáno.

Při psaní textu pak myslíte na cílového čtenáře a používejte co nejsrozumitelnější jazyk. Pokud má diecézní Charita vlastní pravidla pro tvorbu tiskovin, která upřesňují výše uvedené principy, řídí se jí zřizované Charity podle nich. Na ukázkách je vidět, že můžeme použít rozmanité uspořádání hlavičky, doprovodného textu, fotografie a loga, pokud ctíme pravidlo čitelnosti a přehlednosti. Písmo volíme přednostně z rodiny Minion Pro nebo Calibri.



U některých reklamních materiálů není možné dodržet minimální velikost loga, protože nedisponují tak velkou plochou k potisku. Typickým příkladem jsou psací potřeby. Na ně používáme upravenou verzi loga bez domicilu v horizontální verzi. Ta je vytvořena výhradně pro psací potřeby.

Stejně je možné pracovat i s názvy Charit. Pozor však na dlouhé nápisy, které pro tyto aplikace nejsou vhodné. V takových případech je lepší použít právě logo bez domicilu. Aplikace loga na psací potřeby si prosím vždy nechte schválit PR pracovníkem své diecézní Charity.



Plamenný kříž nebo jeho části je možné použít při tvorbě charitních merchandisingových materiálů, jako jsou desky na dokumenty nebo bloky. Více k použití znaku najdete na straně 11.

Příklady nakládání s motivem plamenného kříže na akcidenčních tiskovinách Charity.



Logo místní Charity je umístěno vlevo na hrudi nebo na levém rameni



Na zádech je velké vertikální logo Charity.



Označování oblečení pracovníků Charity v zahraničí. Na hrudi vlevo (nebo na levém rameni) je anglické logo konkrétní Charity, na zádech vertikální logo Caritas Czech Republic.

Při výrobě oblečení s potiskem patří na záda trička, vesty či bundy společné logo Charity, konkrétně vertikální bez domicilu. Na přední straně ho doplňuje logo konkrétní Charity, k níž člověk patří. Skvěle to funguje v situacích, kdy se na jednom místě setkají lidé z několika Charit, například během pomoci v jihomoravských vesnicích po tornádu.

Druhá varianta potisku má na zádech logo dané Charity (tedy s domicilem). V této variantě se logo umísťuje také na střed zad.

V zahraničí logo na zádech nahrazuje anglické vertikální logo Caritas Czech Republic, varianta česká či bez označení země nedává smysl. Více o používání log v zahraničí najdete v samostatném manuálu.

Tiráž manuálu

Tento manuál vznikl na základě dva a půl roku trvajících debat o potřebě sjednocení loga a vizuálního stylu pro charitní síť, které se odehrávaly na Radě ředitelů a mezi členy PR kolegia. Po rozhodnutí o sjednocení jsme společně prověřili každou základní složku identity: od podoby plamenného kříže a rozhodnutí o výměně tzv. německého za římský, stanovení přesného odstínu červené a definice míry konzervativnosti výsledného vyznění loga po výběr toho nejvhodnějšího písma z 50 fontů.

Celým procesem Charitu provedli autor grafického řešení, grafický designér Jáchym Šerých, a vedoucí oddělení komunikace a fundraisingu a brand manažerka Charity Simona Pokorná Juračková, kteří jsou rovněž autory tohoto manuálu. Manuál prošel několika koly debat na PR kolegiu tak, aby co nejlépe odrážel potřeby svých uživatelů.

Manuál je platný a závazný pro každého, kdo nakládá s jakýmkoli logem či znakem Charity. A protože je možné, že se bude dále vyvíjet, jeho aktuální verzi vždy najdete na stránkách www.charita.cz.

A to už je opravdu všechno.

Praha, 24. srpna 2021