



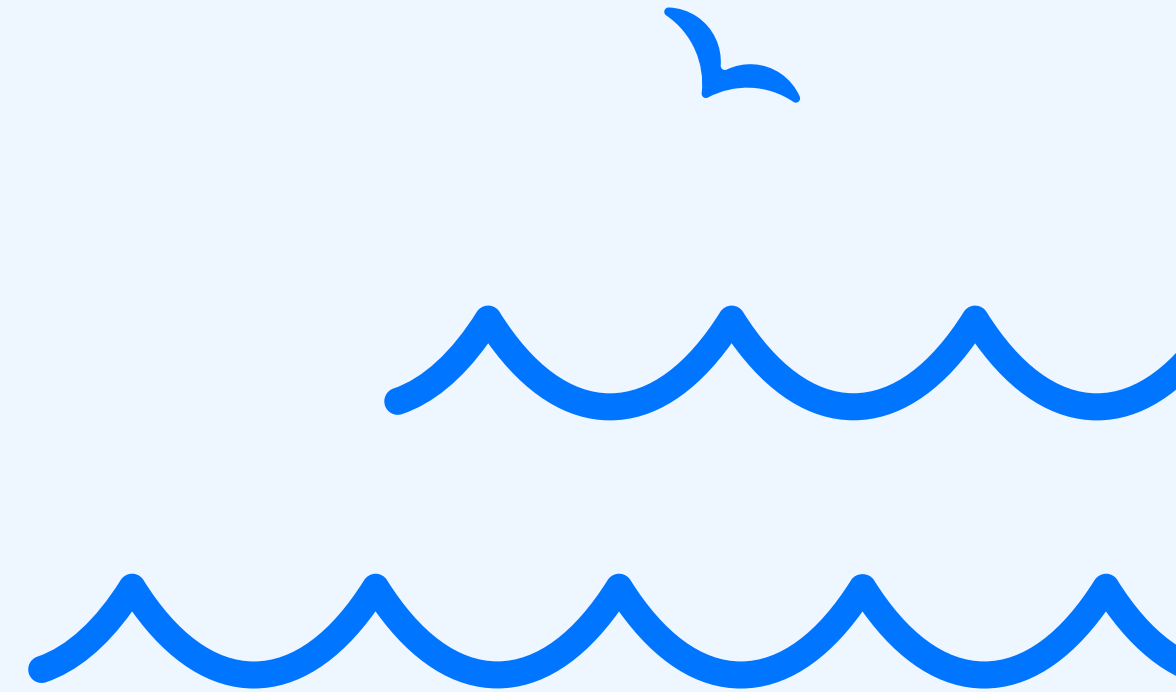
PUSTIT K VODĚ

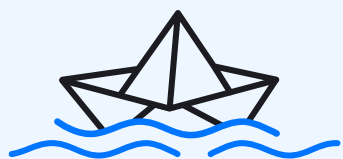
[www.pustitkvode.cz](http://www.pustitkvode.cz)

# Brand Guidelines

Pustit k vodě

Tento manuál definuje základní použití  
logotypu, barevnost a typografii





## Varianty loga

### 1) Základní horizontální varianta



### 3) Použití pouze symbolu



Symbol "lodičky" lze využít i samostatně, ale musí být vždy podpořený ještě dalšími grafickými prvky a barvami brandu nebo kampaně (například u fotografie, merchandisingu apod.).

### 2) Základní vertikální varianta



### 4) Použití pouze typografie

**PUSTIT K VODĚ**

Užití samotné textové části loga je možné v kombinaci se symbolem, který může být umístěný na jiném místě. Typickým příkladem může být merch, či jiné médium, kde není možné použít logotyp kompletně.



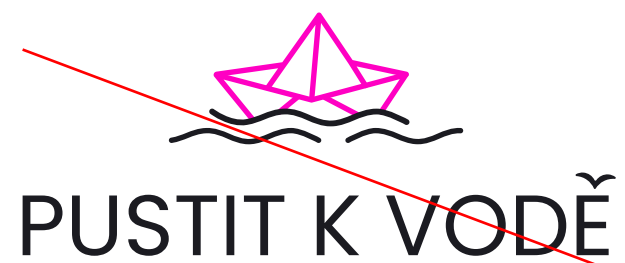
## Nepřípustné varianty loga

1) Nesprávná kompozice

~~PUSTIT K VODĚ~~



2) Záměna barevné palety



3) Stíny, barevné přechody  
a jiné efekty

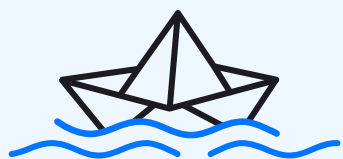


4) Jakákoliv deformace, otočení  
nebo zmenšení lodičky



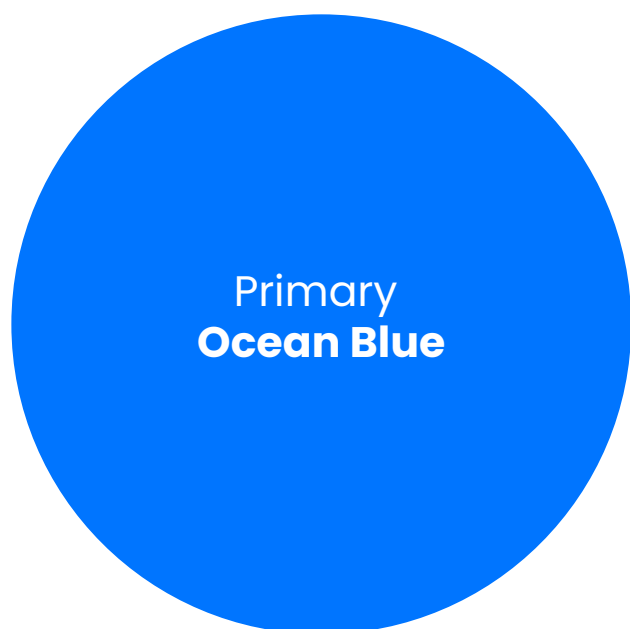
Zde je výčet nejčastějších chyb při aplikování loga.

Logo by se nemělo jakkoliv deformovat bez zachování původního poměru stran, otáčet nebo překlápět, používat jiné než stanovené barvy, použít jinou typografii, měnit kompozici loga, přidávat různé efekty, stíny a podobně.



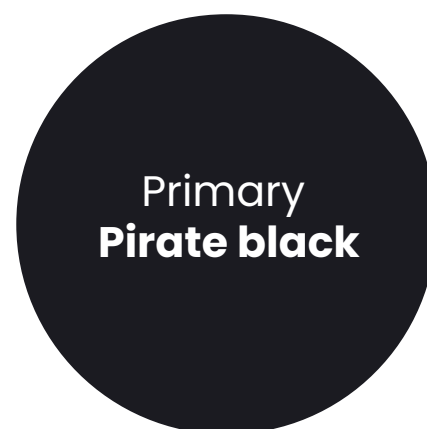
# Barevné schéma

**Brand  
Guidelines**



## Barevné kódy

CMYK: 82 55 0 0  
HEX : #0075ff  
RGB : 0 117 255



## Barevné kódy

CMYK: 80 75 58 77  
HEX : #1b1b21  
RGB : 27 27 33



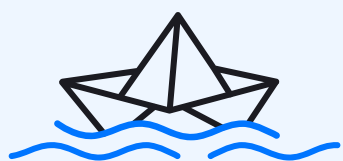
## Barevné kódy

CMYK: 8 1 0 0  
HEX : #eef6ff  
RGB : 238 246 255



## Barevné kódy

CMYK: 0 0 0 0  
HEX : #ffffff  
RGB : 255 255 255



## Přípustné barevné verze

**Brand  
Guidelines**



### **Základní varianta**

Použití na bílém podkladu.



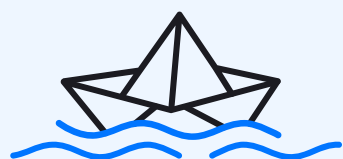
### **Monochrom varianta**

Použití na kontrastním barevném podkladu / fotkách a místech, kde si to situace vyžaduje.



### **Inverzní barevná varianta**

Na tmavém podkladu či fotce s dostatečně tmavým gradientem je možné použít dvoubarevnou verzi.



# Minimální ochranná zóna

Brand  
Guidelines



## Ochranná zóna

Ochranná zóna odpovídá  
velikosti písmene "O" z logotypu



# Poppins Family

### Zvolený font

Tento font je oblíbený pro svou moderní a čistou estetiku a je často používán v grafickém designu a webovém designu. Poppins nabízí různé váhy a šířky, což umožňuje flexibilitu při používání v různých designových kontextech. Je vhodný pro nadpisy i běžný text a snadno se kombinuje s jinými fonty.

## Regular

A B C D E F G H I J K L M N

O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n o

p q r s t u v w x y z

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

## Bold

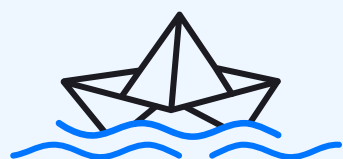
**A B C D E F G H I J K L M N**

**O P Q R S T U V W X Y Z**

**a b c d e f g h i j k l m n o p**

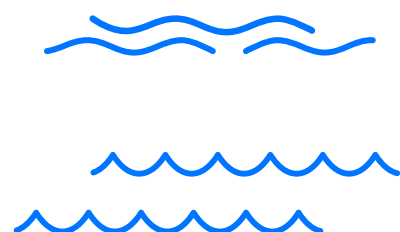
**q r s t u v w x y z**

**0 1 2 3 4 5 6 7 8 9**



# Grafické prvky

## Brand Guidelines



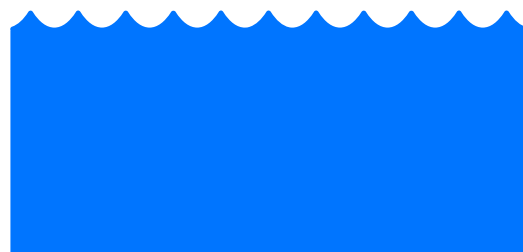
### Symbol vlnek

Pro podpoření vodní tématiky a atraktivnost je možné používat napříč komunikací grafický prvek vlnek. Na výběr je ze dvou motivů.

[www.pustitkvode.cz](http://www.pustitkvode.cz)

### Odkaz na web

V případě použití pouze „Lodičky“ je možné doplnit tento symbol o odkaz na webových stránkách. Ten je kombinací fontů Poppins Medium / Bold.



### Oddělení sekcí

Pro oddělení sekcí je možné využít výřez z vlnek.

Pust mě  
k vodě

### Claim

Claim se ohýbá v závislosti na dané cílové skupině a situaci. Např. ...“stáří / Práci / To“. Místo háčků se využívá symbol racka z logotypu.



### QR kódy

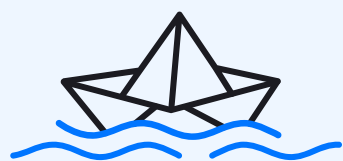
Jsou využity místo odkazů na web nebo jejich kombinací. Vždy by měly být nakloněny, tak aby vystupovaly z vizuálu.



### Racek

Háček v logotypu je nahrazený rackem v letu. Ten je možný použít napříč vizuály, namísto háčku.





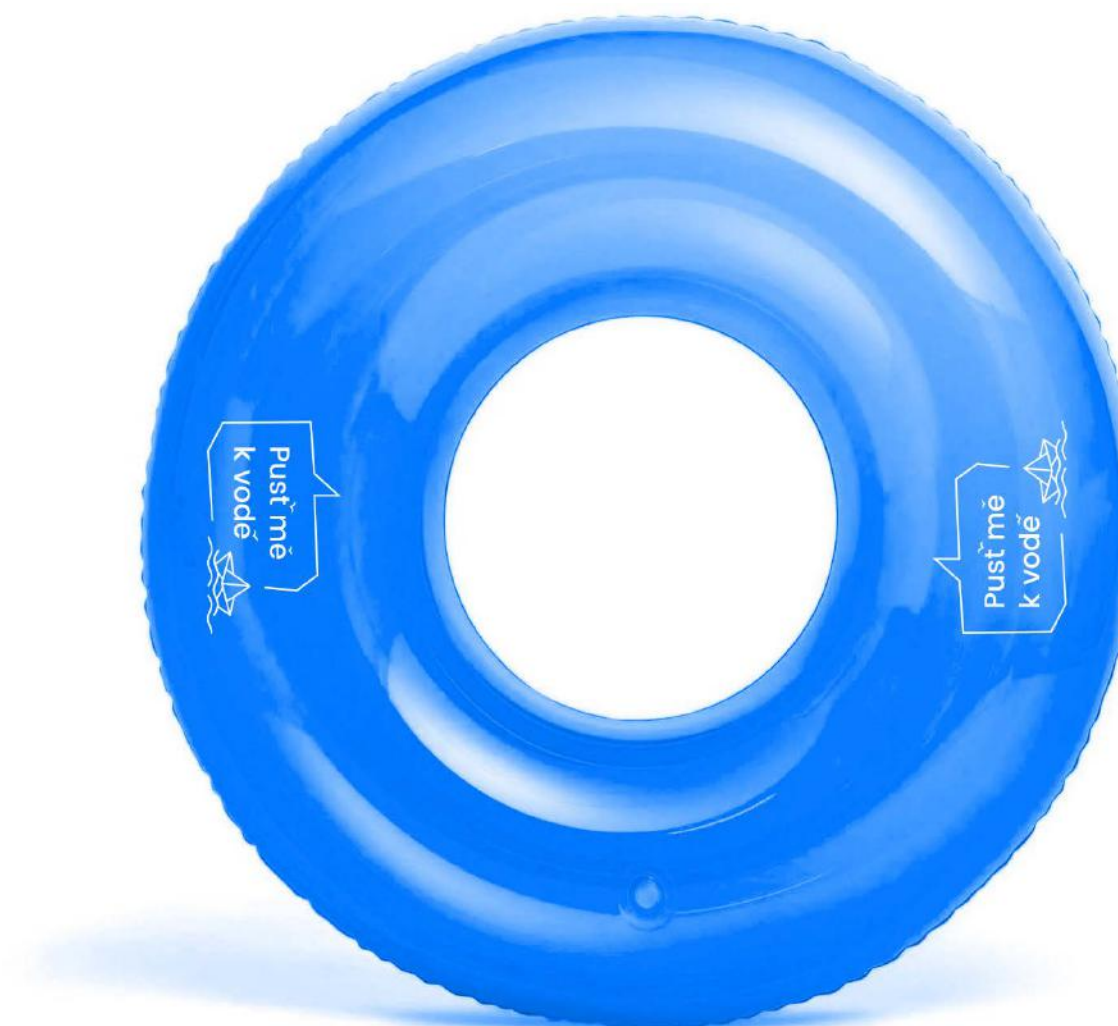
## Merchandising – ukázka použití

**Brand  
Guidelines**

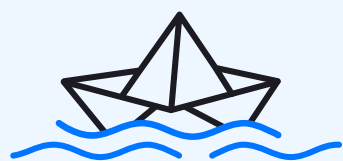
Na předmětech bude použita bublina s claimem **“Pust' mě k vodě”**.



**Nafukovací rukávky**



**Nafukovací kruh**



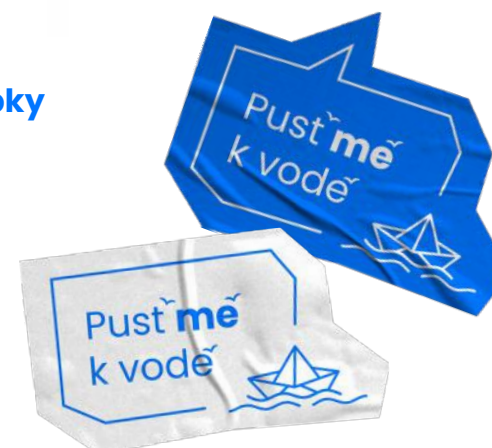
# Merchandising – ukázka použití

**Brand  
Guidelines**

**Klíčenka, která plave**

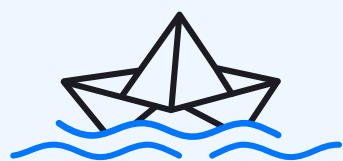


**Nálepky**



**Osuška**

**Vak na záda**

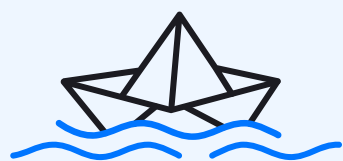


## Merchandising – ukázka použití

**Guidelines  
Merchandising**

**Tričko s potiskem**





# Adaptace sloganu/claimu

Guidelines  
Merchandising

**Slogan/claim** se může přizpůsobovat vyobrazené situaci. Zde jsou některé z příkladů.

Pust' **mě**  
k vodě

Pust' **práci**  
k vodě

Pust' **stáří**  
k vodě

Pust' **ji**  
k vodě

Pust' **je**  
k vodě

Pust' **to**  
k vodě

Pust' **mě**  
k vodě

Pust' **práci**  
k vodě

Pust' **stáří**  
k vodě

Pust' **ji**  
k vodě

Pust' **je**  
k vodě

Pust' **to**  
k vodě



# Komunikační styl a slogan

**Brand  
Guidelines**

**Komunikace** bude přátelská a plná slovních obrátů, slangu, vtipu, případně emotikon. Kampaní chceme nabudit pozitivní letní atmosféru (summer vibe) a zároveň poukážeme na denní stresové záležitosti, které mohou lidé hodit za hlavu (pustit k vodě) a užít si skvělou dovolenou u vody jen pár km od místa bydliště.

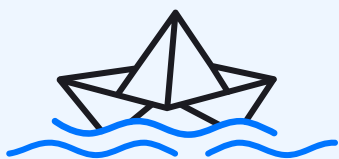
**Tone of voice** využívá hovorovou češtinu, slang, vtip a dvojsmyslné obraty. Využívá hravost českého jazyka. Není ale vulgární, nespisovný a urážlivý. Prezentované informace jsou praktické, čtivě podané a nejsou zavádějící.

Využijeme prvky letních symbolů jako je slunce, láska, voda, pohoda, zábava, krása, hudba. Vytvoříme kampaň se specificky zapamatovatelnými prvky, kde budou figurovat tváře lidí. Ukážeme atmosféru míst, kde mohou zažít lepší dovolenou než na pláži u moře.

**Slogan** "Pusť něco k vodě" bude přímou výzvou k akci pro všechny, kteří zažívají situace, kterým se nakonec zasmějí. Chceme tím ukázat, že ne všechno je tak hořké, jak se někdy může zdát. Překladem může být "jednoduše hod'te problémy za hlavu a pojd'te k vodě".

**Příklady variant sloganu:**

Pusť stáří k vodě, Pusť rodinu k vodě, Pusť holku k vodě,  
Pusť práci k vodě, Pusť gaming k vodě, Pusť váhu k vodě,  
Pusť posilku k vodě.



# Vizuální styl kampaně

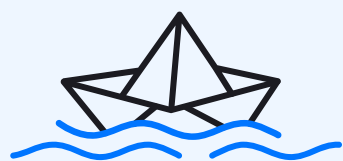
**Brand  
Guidelines**

**Vizuál kampaně** má působit hravě, odlišně, pohodově, slunečně, ulítle, má šokovat a mít vodní prvky (bublínky, kapky). Text je v bílé barvě, formát je hravější a vždy "to" co pouští k vodě, bude zvýrazněné.

**Komunikace** kampaně pracuje s celým spektrem barev, především křiklavých a výrazných barev typických pro letní atmosféru.

**Hlavním prvkem** kampaně jsou růžové brýle ve tvaru srdce, které jsou symbolem pro pozitivní pohled na svět. Chceme v lidech vzbudit optimistickou náladu. Nasazení růžových brýlí jim pomůže zapomenout na všechny povinnosti a užít si dovolenou.





# Ukázka vizuálu kampaně v praxi

Brand  
Guidelines

Logo: PUSTIT K VODĚ

**Pust stáří**  
k vodě

**Pust práci**  
k vodě

Více na [www.pustitkvode.cz](http://www.pustitkvode.cz)