

Západočeská univerzita v Plzni
Fakulta designu a umění Ladislava Sutnara

Diplomová práce

2020

Klára Plicová

Západočeská univerzita v Plzni
Fakulta designu a umění Ladislava Sutnara

Diplomová práce

Vizuální identita existujícího subjektu

Značka Oliver Braun

Klára Plicová

2020

Západočeská univerzita v Plzni
Fakulta designu a umění Ladislava Sutnara

Katedra designu
Studijní program Design
Studijní obor Ilustrace a grafický design
Specializace Grafický design

Diplomová práce

Vizuální identita existujícího subjektu

Značka Oliver Braun

Klára Plicová

Vedoucí práce: Doc. MgA. Kristýna Fišerová
Katedra designu
Fakulta designu a umění Ladislava Sutnara
Západočeské univerzity v Plzni

2020

ZÁPADOČESKÁ UNIVERZITA V PLZNI
Fakulta designu a umění Ladislava Sutnara
Akademický rok: 2018/2019

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE (projektu, uměleckého díla, uměleckého výkonu)

Jméno a příjmení: **BcA. Klára PLICOVÁ**
Osobní číslo: **D17N0044P**
Studijní program: **N8208 Design**
Studijní obor: **Ilustrace a grafický design, specializace Grafický design**
Téma práce: **Vizuální identita existujícího subjektu**
Zadávající katedra: **Katedra designu**

Zásady pro vypracování

Vizuální identita založena na zpracování mnou zvoleného existujícího subjektu.
Finální zpracování funkční makety grafického manuálu.

a) Tvůrčí záměr:

Zvolené téma mi umožní shrnout dosavadní zkušenosti získané v průběhu mého studia na vysoké škole.

b) Způsob realizace:

K přípravě grafiky bude využito grafických editorů balíku Adobe.

c) Cíle:

Vytvořit kvalitní a současnou vizuální identitu, která se stane jednoduchým nástrojem pro prezentaci vybraného subjektu.

d) Předpokládaný charakter výstupu:

Vytvoření funkční makety grafického manuálu, který bude mimo jiné obsahovat grafické zpracování loga, tiskovin a dalších propagačních materiálů.

e) Rozsah průvodní zprávy:

Výstup bude doprovázen průvodní zprávou o minimálním rozsahu 3 normostran.

Rozsah teoretické části: **min. 3 normostrany textu**
Rozsah praktické části: **vyplyne ze zpracování DP**
Forma zpracování diplomové práce: **tištěná**

Seznam doporučené literatury:

KLEIN, Naomi. *Bez loga*. Praha: Argo, 2005. ISBN: 80-7203-671-8.
HOLLIS, Richard. *Stručná historie grafického designu*. Praha: Rubato, 2014. ISBN: 978-80-87705-27-8.
OLINS, Wally. *O značkách*. Praha: Argo, 2009. ISBN: 978-80-257-0158-4.
KOLESÁR, Zdeno. *Kapitoly z dějin designu*. Praha: UMPRUM, 2009. ISBN: 978-80-86863-28-3.
POULIN, Richard. *Jazyk grafického designu: ilustrovaná příručka vysvětlující hlavní principy designu*. Praha: Slovart, 2012. ISBN: 978-80-7391-552-0.

Vedoucí diplomové práce: **Doc. MgA. Kristýna Fišerová**
Katedra designu

Datum zadání diplomové práce: **31. května 2019**
Termín odevzdání diplomové práce: **30. dubna 2020**



v z. Mgr. Jindřich Lukavský, Ph.D.
proděkan pro studijní a pedagogické záležitosti

L.S.

Doc. akademický malíř Josef Mištera
děkan

Doc. akademický malíř František Steker
vedoucí katedry

Prohlašuji, že jsem umělecké dílo vypracovala samostatně
a nejedná se o plagiát.

2020

Podpis autorky

Ráda bych tímto vyjádřila své velké poděkování Kristýně Fišerové a panu profesorovi Rostislavovi Vaňkovi za podporu, cenné rady a energii v časech dobrých i zlých. Také děkuji svým milým rodičům, Dominikovi a Oliverovi, bez nichž by tato práce nemohla vzniknout.

Obsah

1 Mé dosavadní dílo v kontextu specializace	8
2 Téma a důvod jeho volby, cíl práce	9
2.1 Téma	9
2.2 Cíl práce	9
3 Proces přípravy	10
3.1 Současný stav značky	10
3.2 Rešerše	10
3.3 Pozitivní příklad	11
4 Proces tvorby	12
4.1 Logo	12
4.2 Identita	13
4.3 Barevnost	13
4.4 Písmo	14
4.5 Merkantilní tiskoviny	14
4.6 Online prezentace	15
4.7 Logomanuál	15
4.8 Web	16
4.9 Doplnující předměty	16
5 Technologická specifika	17
6 Přínos práce pro daný obor	18
7 Použitá literatura	19
8 Resume	20
9 Seznam obrazových příloh	21

1 Mé dosavadní dílo v kontextu specializace

Mé první zkušenosti s grafickým designem jsem získala na Střední uměleckoprůmyslové škole v Bechyni. Zde jsem studovala obor Propagační výtvarnictví, osvojila jsem si zde grafické programy, ale hlavně jsem získala zkušenosti s tradičními grafickými technikami.

Po dokončení střední školy jsem se i nadále rozhodla pokračovat v oboru grafického designu, tentokrát na Fakultě designu a umění v Plzni, pod vedením doc. akad. mal. Františka Stekera. Poprvé tady jsem začala vnímat grafický design jako komplexní obor, kde výsledek nestojí jen na řemeslném zpracování, ale jedná se o proces, kdy je nejdříve potřeba provést rešerši tématu a následně veškeré informace převést do vizuálního a funkčního výsledku.

Tento proces se v mém případě postupně urychloval díky pracovním příležitostem, které jsem získala během roku, mezi bakalářským a magisterským studiem a to hlavně v organizaci Czechdesign, kde jsem absolvovala skoro roční stáž a nyní tam pracuji na pozici Art Director. Tuto zkušenost považuji za jednu z nejlepších v rámci mého studia. I s faktem, že jsem se poté vrátila ke studiu a vnímala ho úplně z jiného úhlu – více jsem si cenila předávání si zkušeností se spolužáky, časového rozpětí na zadání, samotných témat, ale především možnosti konzultace s vedoucími ateliéru doc. MgA. Kristýnou Fišerovou a prof. akad. mal. Rostislavem Vaňkem.

2 Téma a důvod jeho volby, cíl práce

2.1 Téma

Jako téma své diplomové práce jsem si vybrala vizuální identitu existujícího subjektu, konkrétně pro značku Oliver Braun, pod kterou spadá několik dalších firem, které se věnují především uměleckému štukatérství a dalším řemeslům i jejich výuce.

Vizuální identitu považuji za skvělý způsob, jakým zakončit své studium. Vzhledem k její komplexitě a množství grafických výstupů, které je třeba připravit tak, aby byly funkční pro interní záležitosti firmy i čitelné pro širokou veřejnost. V mém případě je přínosem i fakt, že se nejedná o smyšlenou značku, ale o skutečného klienta, se kterým jsem celý proces konzultovala.

2.2 Cíl práce

Oliver Braun je mladá, rychle rostoucí firma a i přesto, že se díky svému řemeslu vrací často zpět v čase, je třeba se prezentovat vizuální identitou, která odpovídá 21. století.

Cílem bylo vizuálně odprezentovat skutečnost, že se firma zabývá obory, které mají blízko k historii, ale zároveň do nich přináší nová řešení. Tradiční řemesla se snaží vracet do povědomí široké veřejnosti, spolupracuje se studenty, vytváří sdílené ateliéry apod.

S tím souvisí fakt, že se objevila potřeba od sebe jednotlivé aktivity oddělit a vytvořit tak jednotlivé a samostatné subjekty pod zastřešující značkou Oliver Braun. Mým úkolem bylo tedy vymyslet systém, jakým způsobem je sjednotit.

3 Proces přípravy

3.1 Současný stav značky

Původní záměr firmy byl, zaměřit se především na obnovu kulturních a historických objektů, z toho důvodu se momentálně prezentuje pod názvem Umělecké štukatéřství Oliver Braun.

S tím úzce souvisí i současná podoba loga¹. Jedná se o historizující logo ve tvaru erbu. Snaha vizualizovat historické slohy od renesance po kubismus je evidentní a mimo jiné čitelnosti nepomáhá ani zbytečná komplikovanost ve formě použití několika druhů barev a přechodů. Logo přináší hned několik nevýhod a postrádá tak kvality silné značky.

Důležitým faktem je, že se firma prezentuje jen logem, bez jakéhokoli vizuálního stylu. Proto není definovaná jednotná barevnost, písmo, umístění logotypu apod. Veškerá prezentace firmy a především merkantilní tiskoviny nejsou jednotné – působí roztržštěně, neprofesionálně a není možné jejich rychlé rozpoznání.

3.2 Rešerše

Pro správné pochopení značky bylo nutné si definovat, co značka znamená, ke komu bude do budoucna komunikovat a jakým způsobem se chce prezentovat. Tyto informace jsem získala především z intenzivní spolupráce s firmou Oliver Braun, s tím souviselo i průběžné upravování zadání, které se změnilo od redesignu původní značky, po úplně nové vizuální pojetí.

¹Příloha č. 1: Současné logo firmy Umělecké štukatéřství Oliver Braun

Nedílnou součástí byla i úvodní rešerše konkurence², nepřekvapila mě kvalita, která měla často mnoho společného s logem Uměleckého štukatérství Oliver Braun. Podobné firmy se zaměřují na kvalitu své práce, klienti je znají a často nemají tendence zlepšovat svou vizuální prezentaci. Grafický design a umělecké štukatérství jsou dva odlišné obory, ale přesto mě k tomu napadá přísloví: „Kovářova kobyla...“ Pokud má značka složitou a vizuálně nejednotnou komunikaci, může v klientovi vzbudit nedůvěru.

Správně nastavená vizuální identita často pomůže firmě s komunikací s klientem, ale zároveň může výrazně ulehčit práci jejím zaměstnancům, v tomto případě hlavně s firemními dokumenty a propagací firmy.

3.3 Pozitivní příklad

Pozitivní příklad jsem našla u nadnárodní francouzské skupiny řemeslníků Ateliers de France³. Mají velmi nenápadnou grafiku a svou prezentaci staví hlavně na kvalitních fotkách a videích. Mají skvěle zpracovaný web, kde se klient dozví vše o možnostech případné spolupráce.

² Příloha č. 2: Ukázky prezentace konkurence v čechách i v zahraničí

³ Příloha č. 3: Pozitivní příklad

4 Proces tvorby

4.1 Logo

Původní zadání bylo redesignovat logo a propojit jednotlivé firmy do jednotné vizuální identity. Pro tento přístup bylo nutné zachovat tvar erbu a do určité míry i prvky uměleckých stylů, iniciály zakladatele, barevnost apod. Hledala jsem proto novou formu loga a udělala jsem několik skic⁴, které se mnou klient konzultoval. Návrhy mi pomohly přesvědčit sebe i klienta, že je třeba se posunout v celkovém vnímání firmy i samotné vizuální identity dál.

Při tvorbě nového loga a vizuálního stylu jsem chtěla zachovat určitou dekorativnost v současné a jednoduché formě. Protože se firma zabývá hlavně uměleckým štukatérstvím, inspirovala jsem se jím. Inspirovala jsem se hlavně procesem, kdy vznikají dekorativní prvky, jako jsou profily říms, stropní rozety, fabiony apod., ale i principy, které jsou nezbytné pro výrobu forem – pozitiv a negativ, opakování, zrcadlení...⁵

Můj návrh loga⁶ je složený z těchto prvků, které dohromady tvoří iniciály zakladatele firmy. Nové logo působí minimalistickým dojmem, absence komplikovaných tvarů a barev umožní snadné odlišení od ostatních značek v oboru a je základem pro kvalitní a funkční identitu, která ho vizuálně doplňuje.

Varianty pro jednotlivé firmy⁷, pod značkou Oliver Braun, se liší doplňujícím textem a hlavně použitím specifické barvy podkladu.

⁴ Příloha č. 4: Skicování původního konceptu

⁵ Příloha č. 5: Principy a inspirace

⁶ Příloha č. 6: Logo značky Oliver Braun

⁷ Příloha č. 7: Loga přidružených firem značky Oliver Braun

4.2 Identita

Nová vizuální identita značky Oliver Braun je postavená na tvarech, které jsou součástí loga. V rámci prezentace je možné s nimi v mřížce (gridu) libovolně posouvat, měnit velikost a vytvářet stylizované obrazce, které připomínají atributy jednotlivých firem⁸. Je to doplňující grafika, které je možné využít v doprovodných materiálech, v tištěné i online podobě⁹. Mřížku samotnou lze použít také jako doplňující prvek vizuálního stylu.

Součástí prezentace je i použití slepotisku¹⁰, k němu mě inspiroval samotný proces a materiály z oblasti uměleckého štukatérství. Momentálně je využito na vizitkách, do budoucna by se měl uplatnit i v dalších prezentačních tiskovinách.

4.3 Barevnost

Vzhledem k jednoduchému použití loga jsem zvolila jeho černou podobu, s možností využití negativní varianty v bílé barvě. Ovšem zásadní roli hraje barva ve vizuálním stylu jednotlivých firem. Ke každé z nich je definovaná doplňková barva¹¹, která napomáhá od sebe jednotlivé subjekty odlišit. Jedná se hlavně o online prostředí, tištěnou podobu a dále tam, kde je to technicky možné a smysluplné. Například firemní dokumenty, jako faktura, objednávka aj., zůstávají v bílé barvě.

⁸ Příloha č. 8: Práce s tvary a mřížkou

⁹ Příloha č. 9: Ukázka vizuálního stylu

¹⁰ Příloha č. 10: Použití slepotisku

¹¹ Příloha č. 11: Ukázka barevnosti na vizitkách

4.4 Písmo

Hlavním fontem pro značku Oliver Braun je písmo Silka¹² od španělské písmolijny Atipo. Svým čistým a geometrickým designem jemně doplňuje dekorativní prvky vizuální identity. Použití písma v merkantilních tiskovinách je předem daná manuálem a připravenými šablonami. V případě, že není možné použít primární písmo, je nahrazeno písmem Arial.

4.5 Merkantilní tiskoviny

Nejčastějším médiem, kde vizuální styl komunikujeme, jsou v tomto případě stále merkantilní tiskoviny. Proto je potřeba je navrhnout tak, aby byly jednotné a okolí mohlo vždy jasně rozpoznat, že se jedná o produkt stejné firmy. S tiskovinami do kontaktu přijdou především samotní zaměstnanci, kterým bezesporu ulehčí práci, pokud budou navrženy správným a funkčním způsobem.

V případě merkantií jako jsou například firemní dokumenty¹³, které si tisknou sami zaměstnanci, je použita klasická bílá barva. V ostatních případech je doporučeno využít barevnosti, která od sebe odlišuje jednotlivé firmy. Jsou to především obálky¹⁴, vizitky, speciální hlavičkový papír¹⁵, desky apod.

¹² Příloha č. 12: Písmo Silka

¹³ Příloha č. 13: Firemní dokumenty

¹⁴ Příloha č. 14: Obálky

¹⁵ Příloha č. 15: Speciální hlavičkový papír

4.6 Online prezentace

Online prezentace se stává čím dál víc součástí běžného fungování většiny firem. Proto je potřeba navrhnout, jakým způsobem s identitou pracovat na běžně používaných sociálních sítích, jako je Facebook¹⁶, či Instagram¹⁷. Právě zde vizuální styl může zasáhnout nejvíc lidí a navíc se v online prostředí naskytuje více možností, jak s identitou pracovat. Ukázky těchto principů jsou součástí manuálu, včetně práce s fotkou a textem.

4.7 Logomanuál

Hlavním výstupem mé diplomové práce je manuál značky. Umožňuje do něj nahlédnout především těm, kteří s vizuálním stylem budou pracovat. Pravidla stanovené manuálem je důležité dodržovat, kvůli udržování jednotné prezentace firmy.

Najdeme zde ukázky¹⁸, jakým způsobem pracovat s logem a vizuálním stylem, definici barev, či jaké použít písmo. Naopak zde nenajdeme podrobné konstrukce merkantilních tiskovin. Většina z nich je totiž již připravena a definována připravenou šablonou, takže není nutné je specifikovat manuálem. Manuál je situován na výšku a má rozměry 17x23 cm.

¹⁶ Příloha č. 16: Facebook

¹⁷ Příloha č. 17: Instagram

¹⁸ Příloha č. 18: Ukázky z grafického manuálu

4.8 Web

V rámci vizuálního stylu je potřeba se prezentovat i kvalitním webem, kde potenciální klient najde důležité informace a kontakty o každé z firem. Zatím vznikl jen návrh¹⁹, konkrétně pro firmu Spektro ateliér. Celý web se bude do budoucna rozšiřovat o stránky pro ostatní firmy a hlavně pro značku Oliver Braun.

4.9 Doplnující předměty

Díky doplňujícím předmětům se celkový dojem z vizuální identity sjednotí. Ať už jsou to nezbytné věci jako pracovní oděv²⁰, či propagační plachta²¹, nebo méně potřebné jako jsou tašky, hrnek²², placky aj.²³, kde využívám hlavně barev a dominujících tvarů.

¹⁹ Příloha č. 19: Návrh webu

²⁰ Příloha č. 20: Pracovní oděv

²¹ Příloha č. 21: Propagační plachta

²² Příloha č. 22: Tašky a hrnek

²³ Příloha č. 23: Placky, tužky, tubus

5 Technologická specifika

Veškeré návrhy k mé diplomové práci byly vytvořeny pomocí aplikace Adobe Creative Cloud. Vzhledem k malému nákladu bude většina materiálů pro prezentaci mé práce vytištěna pomocí digitálního tisku. Na vizitkách je využita technologie sleporažby. Barevná paleta vizuální identity je definovaná barevností vybraných papírů Keaykolour od značky Arjowiggins Creative Papers.

6 Přínos práce pro daný obor

Za hlavní přínos vidím skutečnost, že má práce byla konzultována se skutečným klientem, ačkoli se díky tomu objevila různá omezení, díky kterým jsem se při tvorbě nemohla vždycky rozhodovat svobodně.

Nicméně si této spolupráce vážím, protože jsme společně začali projekt, ze kterého mají obě strany radost a mají chuť dále spolupracovat a práci tak dotáhnout do úplného konce. Samotný design pak může být inspirací pro další řemeslné firmy, které své vlastní prezentaci nevěnují tolik pozornosti.

Nevýhodu mé práce vidím v závislosti barevné palety na konkrétních papírech, které nemusí být vždy snadné získat a do budoucna se může stát, že se jejich výroba ukončí.

7 Použitá literatura

Knižní a periodická literatura

1. KLEIN, Naomi. Bez loga. Praha: Argo, 2005. ISBN: 80-7203-671-8.
2. HOLLIS, Richard. Stručná historie grafického designu. Praha: Rubato, 2014. ISBN 978-80-87705-27-8.
3. KOLESÁR, Zdeno. Kapitoly z dějin designu. Praha: UMPRUM, 2009. ISBN: 978-80-86863-28-3.
4. POULIN, Richard. Jazyk grafického designu: ilustrovaná příručka vysvětlující hlavní principy designu. Praha: Slovart, 2012. ISBN: 978-80-7391-552-0.
5. KOČIČKA, Pavel, BLAŽEK, Filip. Praktická typografie. Praha: Computer Press, 2000. ISBN 80-7226-385-4.

8 Resume

My diploma thesis deals with the new visual identity of the Oliver Braun brand. Oliver Braun is company mainly focused on traditional crafts, especially on plastering and restoration of architectural objects. He teaches these crafts and also owns shared studios for artists and craftsmen.

The new logo is inspired by craftsmanship, based on the architecture and the manufactory process of wall cornices or ceiling rosettes. The shapes that are contained in the logo are also used in the visual style. Abstract shapes are based on these original figures that complement visual identity. Individual colours separates all the individual subjects which appear under the Oliver Braun company.

The new visual identity was consulted with the client and at the end of 2020 it should be gradually applied to all presentation and internal materials used by the company.

9 Seznam příloh

Příloha č. 1: Současné logo firmy Umělecké štukatéřství Oliver Braun

Příloha č. 2: Ukázky prezentace konkurence v čechách i v zahraničí

Příloha č. 3: Pozitivní příklad

Příloha č. 4: Skicování původního konceptu

Příloha č. 5: Principy a inspirace

Příloha č. 6: Logo značky Oliver Braun

Příloha č. 7: Loga přidružených firem značky Oliver Braun

Příloha č. 8: Práce s tvary a mřížkou

Příloha č. 9: Ukázka vizuálního stylu

Příloha č. 10: Použití slepotisku

Příloha č. 11: Ukázka barevnosti na vizitkách

Příloha č. 12: Písmo Silka

Příloha č. 13: Firemní dokumenty

Příloha č. 14: Obálky

Příloha č. 15: Speciální hlavičkový papír

Příloha č. 16: Facebook

Příloha č. 17: Instagram

Příloha č. 18: Ukázky z grafického manuálu

Příloha č. 19: Návrh webu

Příloha č. 20: Pracovní oděv

Příloha č. 21: Propagační plachta

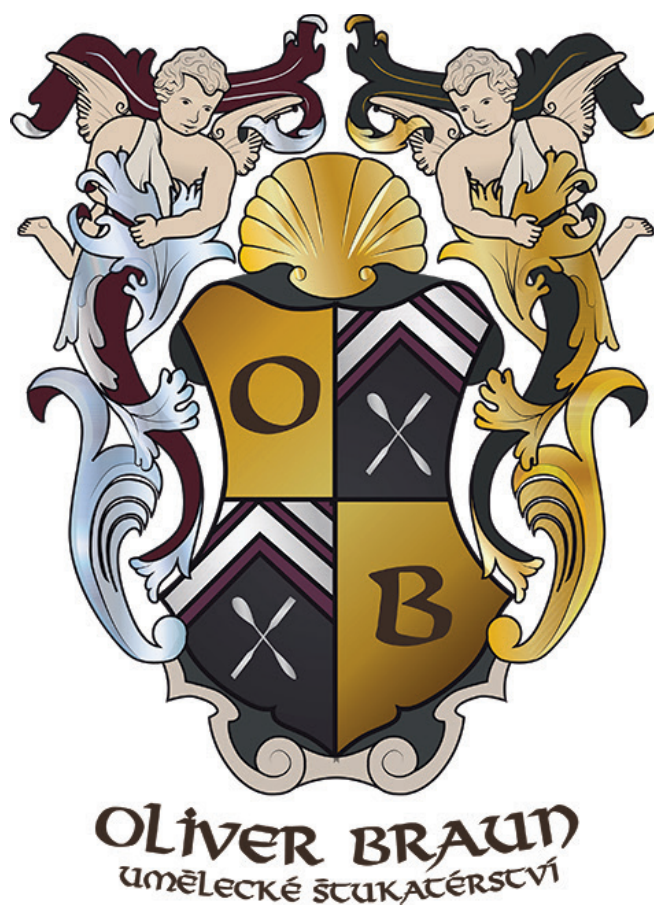
Příloha č. 22: Tašky a hrnek

Příloha č. 23: Placky, tužky, tubus

9 Seznam obrazových příloh

Příloha č. 1:

Současné logo firmy Umělecké štukatéřství Oliver Braun

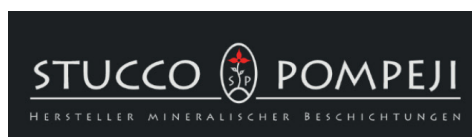


Zdroje:

<https://www.oliverbraun.cz/>

Příloha č. 2:

Ukázky prezentace konkurence v českých i v zahraničí



Zdroje:

<http://www.terrigena-art.cz/>

<https://www.akantart.cz/>

<https://www.stucco-pompeji.de/>

<https://www.renoart-restaurovani.cz/>

<http://www.atelierybarta.cz/>

<https://www.bolek-stukaterstvi.cz/>

<http://www.pracom.cz/>

<https://www.redeko.cz/>

<https://www.slukas.cz/>

<http://www.stukaterske-prace.cz/>

Příloha č. 3: Pozitivní příklad



Donner vie aux plus beaux lieux du monde

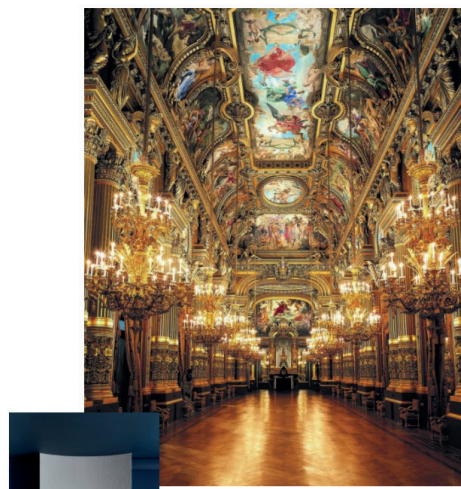
Peinture, peinture décorative, dorure, cuir de cordoue

L'Atelier Mériquet-Carrère, créé en 1960 par Paul Mériquet, réalise et restaure les plus beaux décors de peinture et dorure du monde. Il est l'héritier des traditions du XVIII^e siècle.

Décor marbre ou bois en trompe l'œil,

églises, boutiques de luxe ou appartements de rêve.

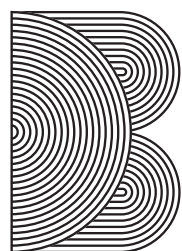
Ses références sont aussi bien des monuments historiques publics tels que le château de Fontainebleau, le château de Versailles, l'hôtel Matignon, l'opéra



Zdroje:
<https://ateliersdefrance.com/>

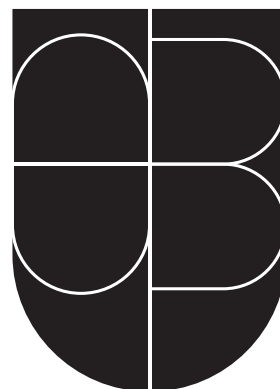
Příloha č. 4:

Skicování původního konceptu



**OLIVER
BRAUN**

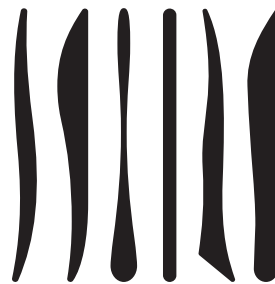
Umělecké
štukatéřství



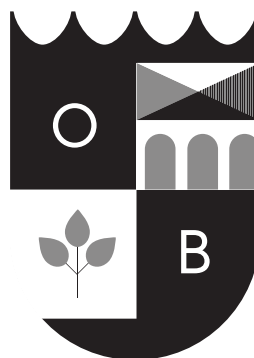
**OLIVER
BRAUN**

Zdroje:

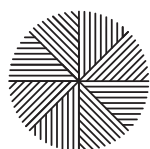
Vlastní tvorba



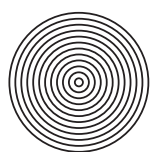
OLIVER BRAUN



OLIVER
BRAUN
PROGRAM
VZDĚLÁVÁNÍ



OLIVER
BRAUN
UMĚLECKÉ
ŠTUKATÉRSTVÍ



OLIVER
BRAUN
SPEKTRO
ATELIÉR

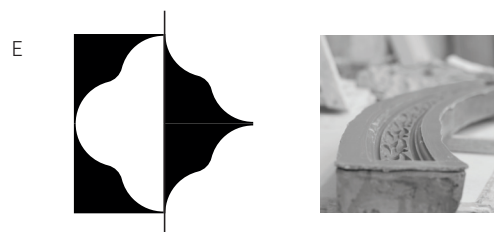
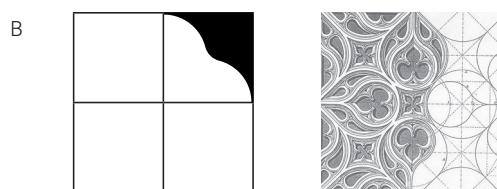
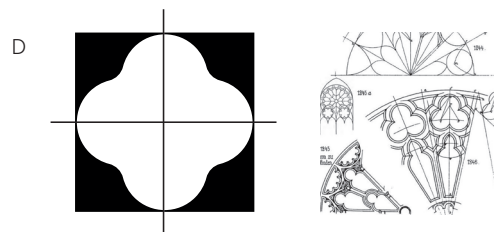


OLIVER
BRAUN
DESIGN
INTERIÉRU



Zdroje:
Vlastní tvorba

Příloha č. 5: Principy a inspirace

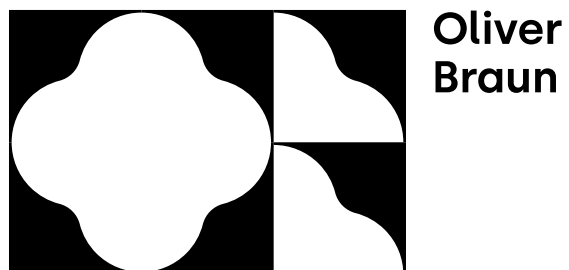


- A základní profily
- B práce s mřížkou
- C štukové profily
- D opakování/zrcadlení
- E pozitiv/negativ
- F štuková zrcadla

Zdroje:
Vlastní tvorba

Příloha č. 6:

Logo značky Oliver Braun

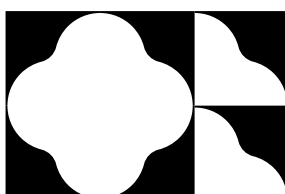


Zdroje:

Vlastní tvorba

Příloha č. 7:

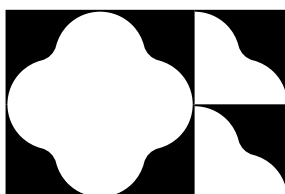
Loga přidružených firem značky Oliver Braun



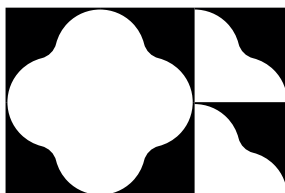
**Oliver Braun
Umělecké
štukatéřství**



**Oliver Braun
Spektro
ateliér**



**Oliver Braun
Akademie
řemesel**



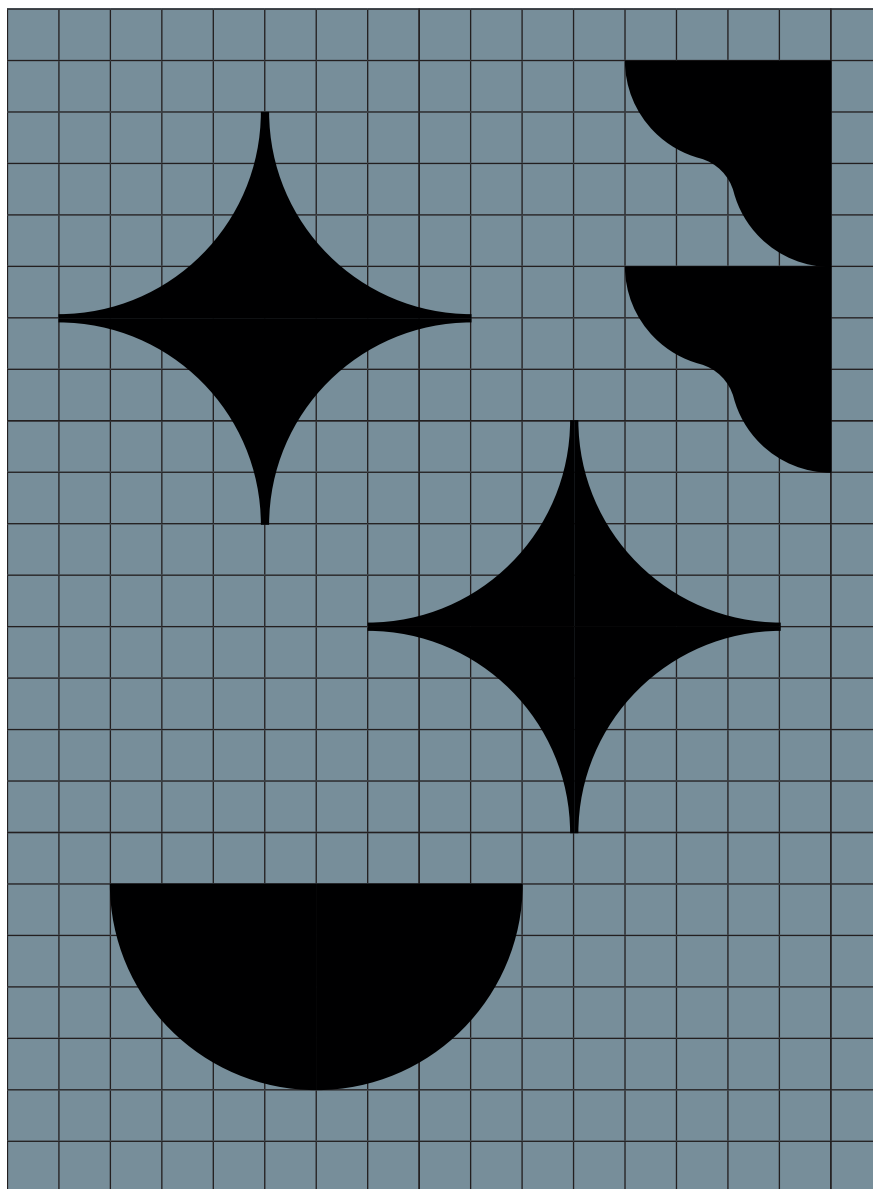
**Oliver Braun
Výzdoby
interiérů**

Zdroje:

Vlastní tvorba

Příloha č. 8:

Práce s tvary a mřížkou



Zdroje:

Vlastní tvorba

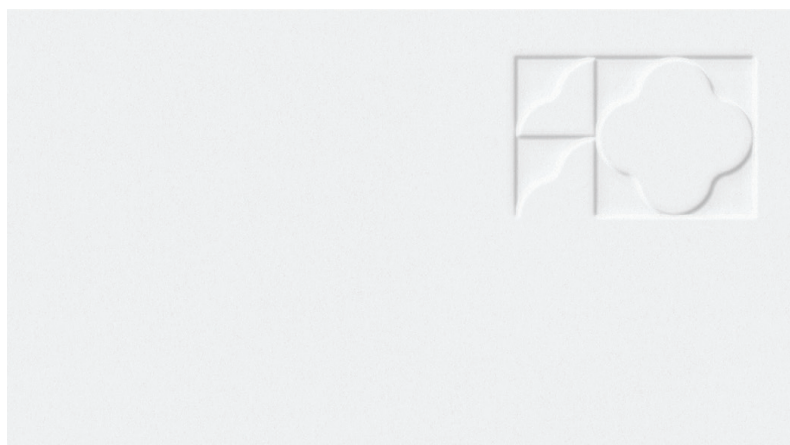
Příloha č. 9: Ukázka vizuálního stylu



Zdroje:
Vlastní tvorba

Příloha č. 10:

Použití slepotisku



Zdroje:

Vlastní tvorba

Příloha č. 11:

Ukázka barevnosti na vizitkách



Zdroje:

Vlastní tvorba

Příloha č. 12:

Písmo Silka

Silka Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890

*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890*

Silka Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890

*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890*

Silka Medium

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890**

***ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890***

Silka Semi Bold

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890**

***ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890***

Zdroje:

Vlastní tvorba

Příloha č. 13:

Firemní dokumenty



Dodavatel:
Oliver Braun s.r.o.
 V zápatí 1143/20
 141 00 Praha 4
 Česká republika
 IČ: 07052766
 DIČ: CZ07052766
 Tel.: 730-175-249

Odběratel:
ANDRIYOREL s.r.o.
 Chudemská 1059/30
 102 00 Praha
 Česká republika
 IČ: 07225911
 DIČ: CZ07225911
 Tel.: 768-765-909

Datum objednávky:
01. 01. 2020
 Forma úhrady:
Příkazem



Dodavatel:
Oliver Braun s.r.o.
 V zápatí 1143/20
 141 00 Praha 4
 Česká republika
 IČ: 07052766
 DIČ: CZ07052766

Odběratel:
Bella Pietra s.r.o.
 Felklůva 2014
 252 63 Roztoky
 Česká republika
 IČ: 07225911
 DIČ: CZ07225911

Datum vystavení:
24. 01. 2020

Platnost nabídky:
07. 02. 2020

Cenová nabídka

2020/18

Označení dodávky

Objednáváme u vás zednické práce na akci N zámeček Hochperk a rekonstrukce provozovny vyplácena převodem na základě předloženíh



Dodavatel:
Oliver Braun s.r.o.
 V zápatí 1143/20
 141 00 Praha 4
 Česká republika
 IČ: 07052766
 DIČ: CZ07052766

Fakturační adresa:
Bella Pietra s.r.o.
 Felklůva 2014
 252 63 Roztoky
 Česká republika
 IČ: 07225911
 DIČ: CZ07225911

Datum zdan. příně:
24. 01. 2020

Datum vystavení:
24. 01. 2020

Faktura

2020001

Celková cena včetně DPH
58 546,09 Kč

Základ	Daň
250,00 Kč	1 250,00 Kč
00,00 Kč	00,00 Kč

Bankovní účet:
647135002/5500

Variabilní symbol:
20200001

Konsterní symbol:
0308

Částka k úhradě:
58 546,09 Kč

Provozovna:
 Hornoměřcholuřská 659/44
 102 00 Praha 15

Oliverbraun.cz
 730-175-249
 info@oliverbraun.cz

Celkem k úhradě:
58 546,09 Kč

Provozovna:
 Hornoměřcholuřská 659/44
 102 00 Praha 15

Oliverbraun.cz
 730-175-249
 info@oliverbraun.cz

Zboží zůstává až do úplného uhrzení majetkem dodavatele. Při zpožděné úhradě Vám budeme účtovat penále ve výši 0,05 % za každý zpožděný den prodlení.

Příloha č. 14:

Obálky



Zdroje:

Vlastní tvorba

Příloha č. 15:

Speciální hlavičkový papír

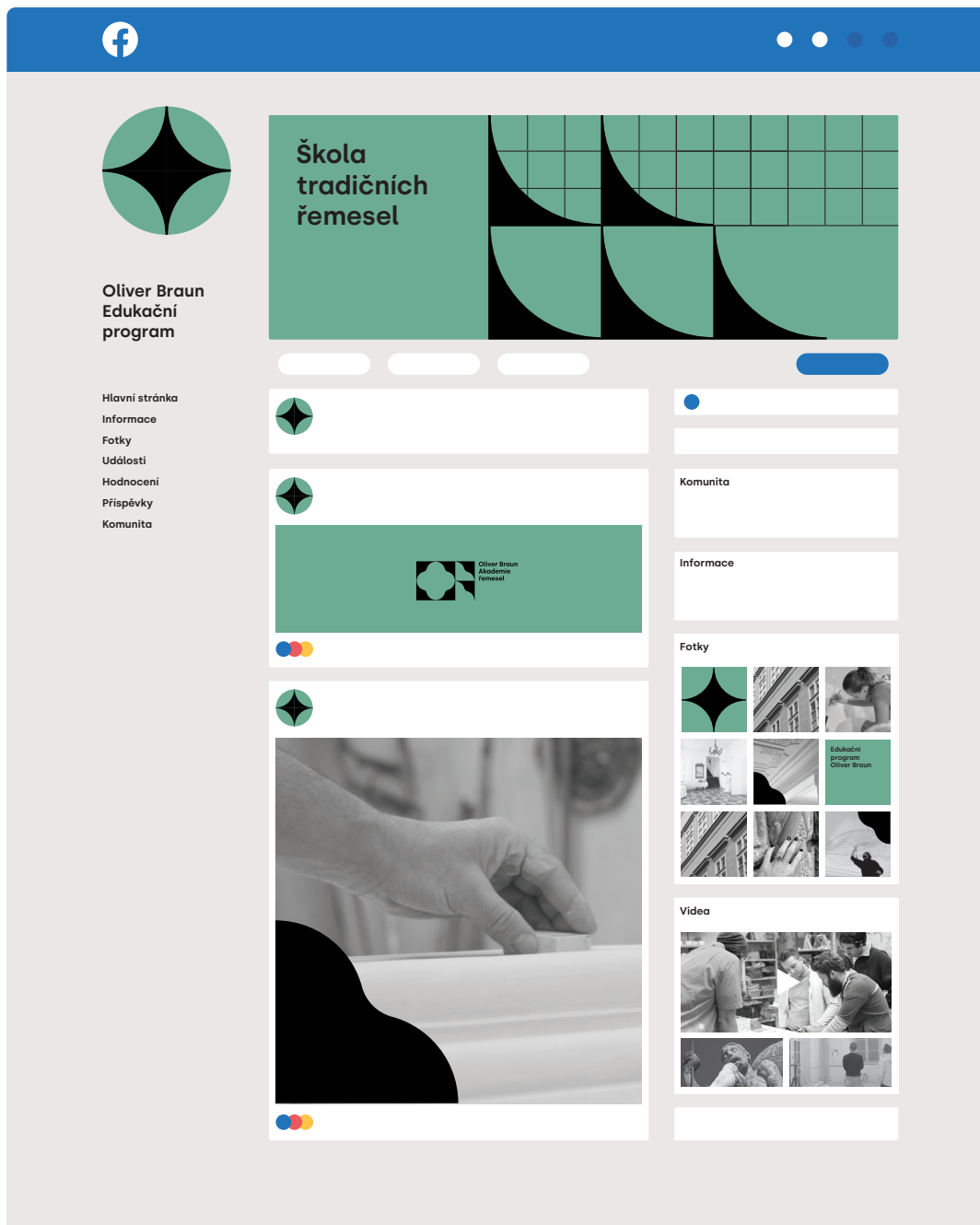


Zdroje:

Vlastní tvorba

Příloha č. 16:

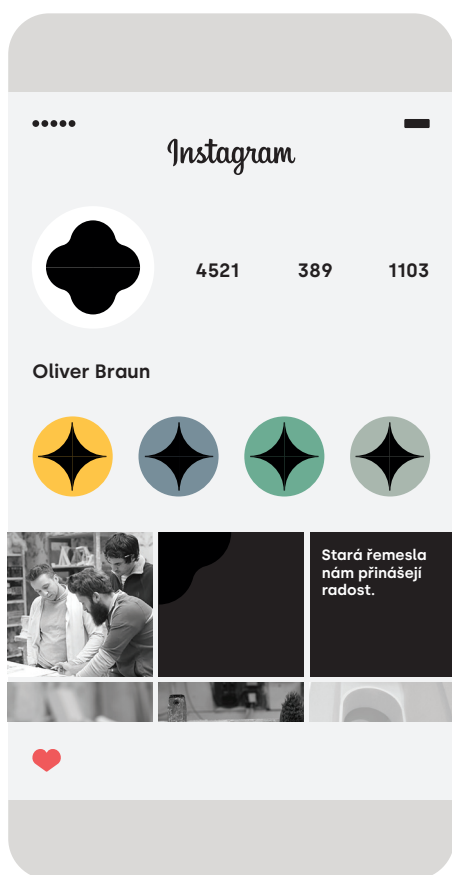
Facebook



Zdroje:

Vlastní tvorba

Příloha č. 17:
Instagram



Zdroje:
Vlastní tvorba

Příloha č. 18:

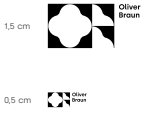
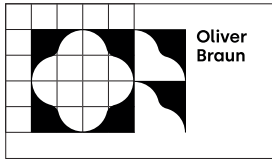
Ukázky z grafického manuálu

1.5 logo
Ochranná zóna

Ochranná zóna pro základní i doplňkovou verzi loga je definovaná velikostí jedné čtvrtiny stylizovaného písmene O. Smyslem je zajistit dostatečný odstup od kraje plochy a všech ostatních grafických prvků, které by mohly opticky narušit a omezit čitelnost loga.

1.6 logo
Minimální velikost

Minimální velikost určuje mezní velikost loga a zaručuje tak dobrou viditelnost symbolu a především čitelnost textu. Použití menší velikosti není doporučeno.



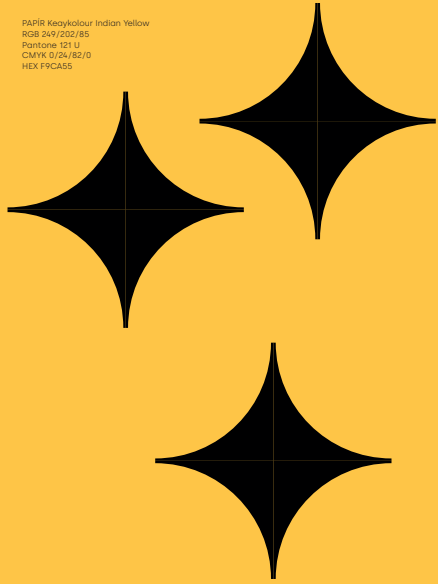

1.0 logo
2.0 identita
3.0 barva
4.0 písmo
5.0 tiskoviny
6.0 online
7.0 promo

40

3.3 barva
Spektrum ateliér

Spektrum ateliér využívá černou podobu loga a grafických prvků. Jako doplňková barva, která slouží k odlišení firmy od ostatních, je červená. Používá se jako barva podkladová, v tiskárně i online komunikaci.

PAPÍR Keedycolour Indian Yellow
RGB 249/202/85
Pantone 121 U
CMYK 0/24/82/0
HEX F9CA55



1.0 logo
2.0 identita
3.0 barva
4.0 písmo
5.0 tiskoviny
6.0 online
7.0 promo

40

Zdroje:

Vlastní tvorba

Příloha č. 18:

Ukázky z grafického manuálu

7.1 promo
Označení automobilů


Doporučená ukázka, jakým způsobem je možné pracovat s poletem a barevností aut pro jednotlivé subjekty pod značkou Oliver Braun. Polep je třeba připravit každému autu na míru.



1.0 logo
2.0 identita
3.0 barva
4.0 písmo
5.0 tiskoviny
6.0 online
7.0 promo

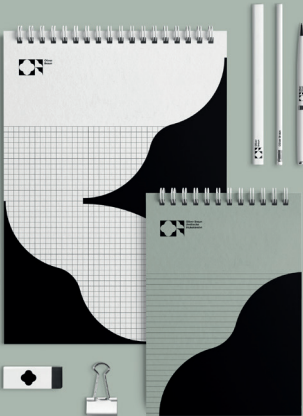
41

7.7 promo
Taška



1.0 logo
2.0 identita
3.0 barva
4.0 písmo
5.0 tiskoviny
6.0 online
7.0 promo

7.8 promo
Bloky a tužky



41

Zdroje:

Vlastní tvorba

Příloha č. 19:

Návrh webu



Oliver Braun
Spectro
atelier

O nás Kontakt Oliver Braun English

Spektrum atelier

Remeslné ateliéry s uměleckým přesahem. Jedná se o možnost využít ateliér ke své vlastní tvorbě v kombinaci s prací pro firmu značky Oliver Braun.

Štukatéri
Restaurátoři
Sochaři
Malíři
Keramici
Designéři
Štukatéri
Restaurátoři
Sochaři
Malíři
Keramici
Designéři

Spectro atelier → Pragovka

Ehendios dem expedit es re prepe peltatpe sa corum repre, officae cabore volupid maxim repellit volupitatis que nus sandi voloremque cus et es ei eius ullectortas et volupta tuscid quiscium il lum vent dem neceat.

Mais. Annet nesci ad mdae conet volorum nense sa nictur somet quo volases ullique pili, con parito volupta turengui vidēbis exerspiciat, cus aut ammen impexpellar diti, silibeoque ero molonrepe etur? Que ma dolut ut qui quis diti que secabor esequi dolum lunt aut adion eosande cum aut officae eoque reni dolorit artur, come vid moluptatur simolori diti a silivelli, quodis ande nost endae ipsant. Ne nosamus sa digni quise exalabo reprovi dalticil lum verum re audione cepitas moluptatur, quam callab int. Occoe volset que officus os plia ent, odi re dolupta tinvents molestsed quibus audi non restatit et doloreh enlenemposti qui noerit di volorum magnis quid ut eoa exerum facillam vid quodi la silimnis di doluptatur sention conecabo. Nem quo conem fuga. Et pro event re esti out exematat mli es dils dorum hri landae. Nam loqui non est, cus dca preperram velassit am, con nos doluptatur autotum a culparumtem qui quam, qui quae officae.

Pragovka



Ateliéry



Galerie



Kontakt
info@spectroatelier.cz
+420 987 008 543

Kalbena 923
190 00 Praha 9

f i y

Zdroje:

Vlastní tvorba

Příloha č. 20:
Pracovní oděv



Zdroje:
Vlastní tvorba

Příloha č. 21:
Propagační plachta



Zdroje:
Vlastní tvorba

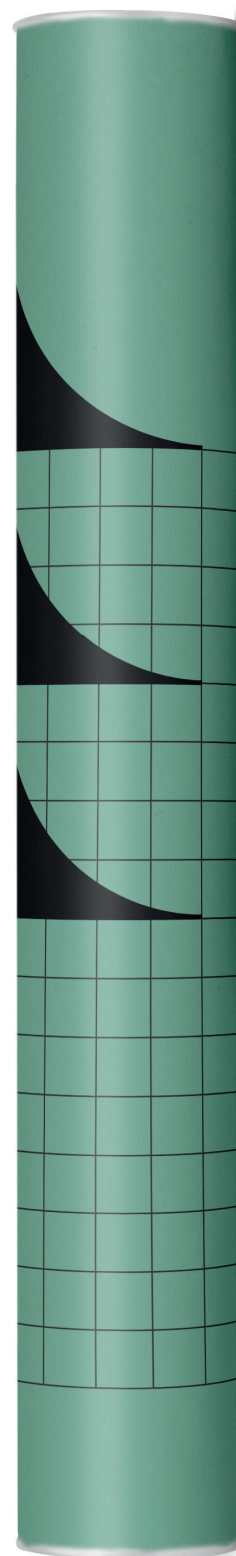
Příloha č. 22:
Tašky a hrnek



Zdroje:
Vlastní tvorba

Příloha č. 23:

Placky, tužky a tubus



Zdroje:

Vlastní tvorba

