

MANUÁL JEDNOTNÉHO VIZUÁLNÍHO STYLU

□ společnosti
Meopta – optika, s.r.o.

EUROPEAN
OPTICS
since
1933



www.meopta.com

Oddíl A

A/01 Úvod

A/01.01 Představení společnosti

A/02 Značka a logo

A/02.01 Představení značky
 A/02.02 Základní provedení loga
 A/02.03 Provedení loga na tmavých podkladech
 A/02.04 Rozšířená verze loga
 A/02.05 Síťový rozkres
 A/02.06 Ochranná zóna
 A/02.07 Minimální velikost
 A/02.08 Nesprávné použití loga
 A/02.09 Aplikace loga na podkladové ploše

A/03 Barvy

A/03.01 Primární a sekundární barvy
 A/03.02 Barvy pozadí
 A/03.03 Primární a sekundární barvy a jejich vzájemný poměr
 A/03.04 Doplňkové barvy interní komunikace
 A/03.05 Doplňkové barvy interní komunikace a jejich vzájemný poměr

A/04 Typografie

A/04.01 Primární firemní písmo pro profesionální grafické zpracování
 Vzorník
 A/04.02 Alternativní písmo pro kancelářské aplikace
 Vzorník
 A/04.03 Jak správně psát jméno společnosti

A/05 Základní grafické prvky vizuální komunikace

A/05.01 Claim – Základní provedení
 LEPŠÍ POHLED NA SVĚT
 A/05.02 Claim – Sekundární provedení
 LEPŠÍ POHLED NA SVĚT
 A/05.03 Claim – Základní provedení
 A BETTER VIEW OF THE WORLD
 A/05.04 Claim – Sekundární provedení
 A BETTER VIEW OF THE WORLD
 A/05.05 Claim – Nevhodné grafické zpracování
 A/05.06 Česká optika od roku 1933
 European Optics since 1933
 A/05.07 Pozadí
 A/05.08 Pozadí pro materiály interní komunikace

Oddíl B

B/01 Příklady použití Základní merkantilní tiskoviny

B/01.01 Vizitky
 B/01.02 Vizitky (popis)
 B/01.03 Hlavičkový papír se vzorovou sazbou
 B/01.04 Hlavičkový papír – Základní prvky
 B/01.05 Hlavičkový papír – Titulní strana (popis)
 B/01.06 Hlavičkový papír – Další strana (popis)
 B/01.07 Dopisní papír
 B/01.08 Dopisní papír (popis)
 B/01.09 Dopisní obálky
 B/01.10 Dopisní obálky DL – (popis)

B/02 Příklady použití Ostatní merkantilní materiály

B/02.01 Poznámkový blok
 B/02.02 Poznámkový blok – Obálka přední (popis)
 B/02.03 Poznámkový blok – Vnitřní listy (popis)
 B/02.04 Poznámkový blok – Obálka zadní (popis)
 B/02.05 Samolepicí Post-IT bločky
 B/02.06 Prezentační sloha na dokumenty A4
 B/02.07 Pozvánky
 B/02.08 Multimediální aplikace
 Princip tvorby prezentací
 B/02.09 Multimediální aplikace
 Layout prezentace v programu PowerPoint

B/03 Příklady použití Další aplikace loga

B/03.01 Orientační systém – Exteriér
 B/03.02 Orientační systém – Interiér
 B/03.03 Označení osobních automobilů
 B/03.04 Označení užitkových automobilů
 B/03.05 Propagační předměty
 B/03.06 Reklamní textil – Jednoduchá trika
 B/03.07 Reklamní textil – Polokošile
 B/03.08 Pracovní oděvy

Oddíl C

**C/01 Sportovní optika
Základní principy komunikace**

- C/01.01 Claim – Základní provedení
LEPŠÍ POHLED NA SVĚT
- C/01.02 Claim – Sekundární provedení
LEPŠÍ POHLED NA SVĚT
- C/01.03 Claim – Základní provedení
A BETTER VIEW OF THE WORLD
- C/01.04 Claim – Sekundární provedení
A BETTER VIEW OF THE WORLD
- C/01.05 Claim – Nevhodné grafické zpracování
- C/01.06 Práce s fotografií a její role v rámci
vizuálního stylu
- C/01.07 Fotografie – Nevhodné zpracování
- C/01.08 Příklad použití
Produktový katalog
- C/01.09 Příklad použití
Produktové listy
- C/01.10 Příklad použití
Inzerce v tištěných médiích
- C/01.11 Příklad použití
Základní layout inzerce
- C/01.12 Příklad použití
Outdoorová reklama – City Lighty
- C/01.13 Příklad použití
Outdoorová reklama – Billboardy

Oddíl D

**D/01 Vojenské aplikace
Základní principy komunikace**

- D/01.01 Claim – Základní provedení
VÍTĚZ NAD TEMNOTOU
- D/01.02 Claim – Sekundární provedení
VÍTĚZ NAD TEMNOTOU
- D/01.03 Claim – Základní provedení
VICTORY OVER THE DARKNESS
- D/01.04 Claim – Sekundární provedení
VICTORY OVER THE DARKNESS
- D/01.05 Claim – Nevhodné grafické zpracování
- D/01.06 Práce s fotografií
- D/01.07 Fotografie – Nevhodné zpracování
- D/01.08 Příklad použití
Merkantilní tiskoviny – Vizitky
- D/01.09 Příklad použití
Merkantilní tiskoviny – Vizitky (popis)
- D/01.10 Příklad použití
Inzerce v tištěných médiích
- D/01.11 Příklad použití
Základní layout inzerce
- D/01.12 Příklad použití
Produktový katalog

Oddíl E

**E/01 Průmyslové aplikace
Základní principy komunikace**

- E/01.01 Claim
- E/01.02 Práce s fotografií
- E/01.03 Fotografie – Nevhodné zpracování
- E/01.04 Příklad použití
Info panel
- E/01.05 Příklad použití
Inzerce v tištěných médiích
- E/01.06 Příklad použití
Základní layout inzerce
- E/01.07 Příklad použití
Produktový katalog

Oddíl A

Úvod

Tento manuál stanovuje jasná pravidla pro jednotné používání loga Meopta.

Vizuální identita společnosti Meopta – optika, s.r.o. není tvořena pouze logem.
Jedná se o jedinečný grafický koncept složený z různých prvků,
které společně vytvářejí charakteristický vizuální styl.

Abychom dospěli k efektivnímu a konzistentnímu používání identity,
vybudovali silné povědomí o značce a zaručili její spolehlivou rozpoznatelnost,
musí zaměstnanci společnosti Meopta a obchodní partneři
tato pravidla dodržovat.

Za celou vizuální identitu společnosti Meopta zodpovídá
její marketingové oddělení.



A / 01.01

Představení společnosti

Společnost **Meopta**, založena roku 1933 jako Optikotechna, je nadnárodní společnost působící v oblasti výzkumu a vývoje, v konstrukční činnosti a ve výrobě optických i mechanických součástí a jejich montáží.

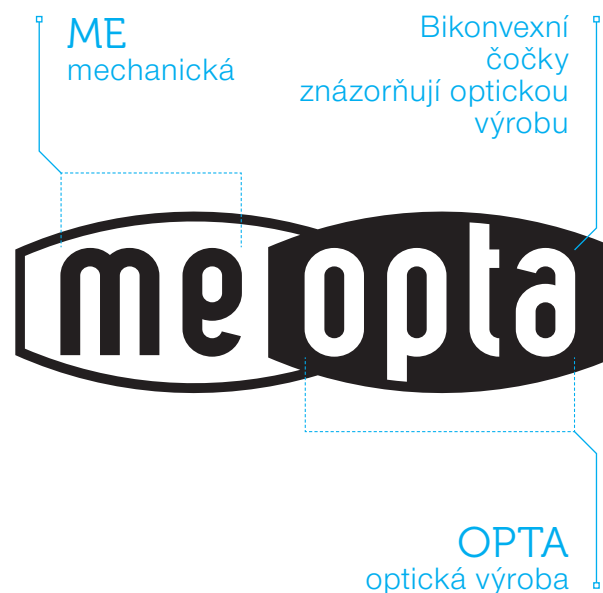
Za dlouhou dobu své existence se **Meopta** stala specialistou na optické produkty nejvyšší kvality pro průmyslové, vojenské a spotřební trhy.

Svým zákazníkům nabízí kompletní řešení jejich požadavků.

Společnost **Meopta – optika, s.r.o.** má sídlo v Pířerově v České republice, americká pobočka **Meopta U.S.A., Inc.** sídlí ve Spojených státech v New Yorku.

Značka a logo

Originální černobílý logotyp tvoří kombinace grafické a textové části.



Dnešní modernizovaná podoba loga se stále opírá o jeho původní podobu.



1947



1956



1960



1969



1970



2007

A / 02.01

Představení značky

V roce 1945 vznikl **národní podnik Meopta** – spojené závody pro jemnou mechaniku a optiku – se sídlem v Přerově.

Přibližně v té době vzniklo i logo, které akcentovalo 3 základní atributy nově vzniklé firmy:

1. slovní značka (jméno firmy) využívající zjednodušený popis činnosti – **ME** (mechanická) + **OPTA** (optická výroba) = **MEOPTA**.
2. grafické znázornění nejcharakterističtějšího bodu činnosti – optické výroby – **dvě bikonvexní čočky** přeložené přes sebe a obsahující rozloženou slovní značku.
3. grafické znázornění jednoduché charakteristiky optického oboru, totiž práce se světlem a tmou – **černobílé provedení**.

Písmo uprostřed čoček je tvořeno speciálně vytvořeným grafickým fontem, který nepatří do žádné klasické řady. Jednoduché bezpatkové písmo obsahuje některé zajímavé prvky, např. litera **E** je totožná s literou **A**, tato písmena jsou vzájemně proti sobě otočena o 180°.

V dřívějších podobách bylo logo opatřeno rámečky a písmena byla „dutá“, podle posledních úprav bylo logo maximálně zjednodušeno, aby primárně a zřetelně vyjadřovalo jen výše zmíněné atributy. Autor loga není znám.

Poslední modernizace loga proběhla v roce 2011.

A / 02.02

Základní provedení loga



Základní verze loga/ 100% černá – bílá

Základní pozitivní provedení loga **Meopta** je v elegantní černobílé kombinaci.

Tato verze je mezinárodně registrována, je proto preferovanou a nejpoužívanější verzí tohoto loga.

Definice barev najdete v kapitole **A/03 – Barvy**.



A / 02.03

Provedení
loga
na tmavých
podkladech

Tuto verzi loga Meopta používejte **pouze na tmavých podkladech** s dostatečným kontrastem mezi plochou a logem.

Tato verze loga je určena pro případy, kdy nelze, nebo není vhodné použít základní verzi.



Rozšířená verze loga/ PANTONE® 430

A/02.04

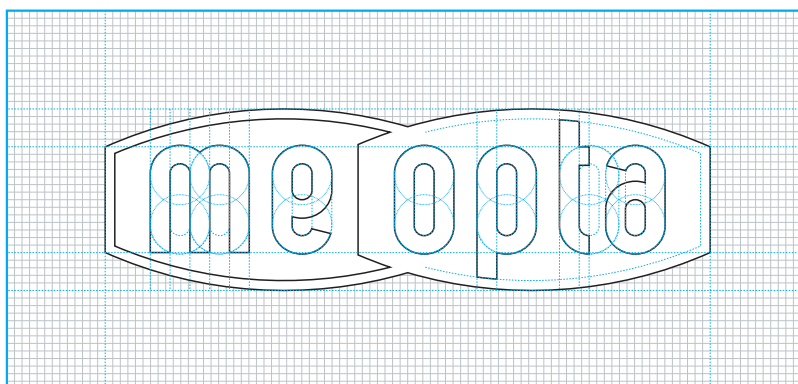
Rozšířená
verze
loga

Rozšířená verze loga je určena pro **specifické a individuální případy**, její použití je nutné konzultovat s odpovědnými osobami z marketingového oddělení společnosti Meopta.

Pokud to není nezbytné, je upřednostňováno logo v základní verzi.

A / 02.05

Síťový rozkres



Rozkres do sítě se používá, je-li nutné ověřit, zda byly správně vystavěny jednotlivé prvky loga (např. při tvorbě velkých ručně psaných nápisů). Toto schéma lze použít pouze jako kontrolní prvek, je-li logo vizuálně správné.

Tento rozkres však nepoužívejte jako předlohu pro přímou reprodukci loga nebo jako prostředek pro vlastní konstrukci loga.

K tomuto účelu slouží [předlohy v elektronické podobě](#).

A / 02.06

Ochranná
zóna

Ochranná zóna zajišťuje viditelnost loga Meopta a její správné působení.

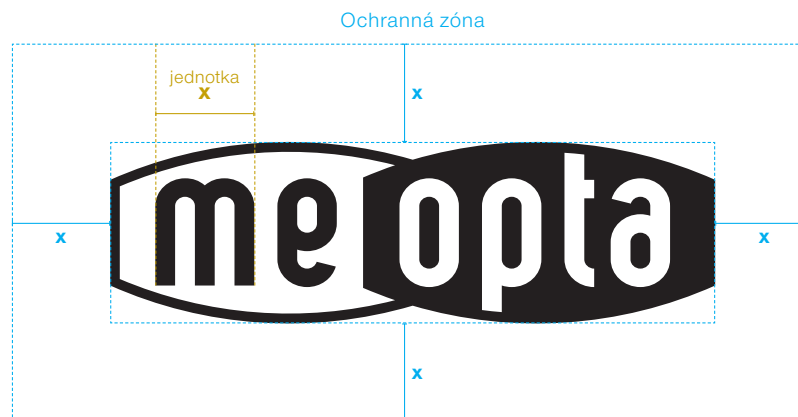
Zachováním ochranné zóny mezi logem a jinými grafickými prvky, jako jsou textový blok, obrázky, jiná loga atd., se zajišťuje, že logo nebude ničím rušeno a bude výrazně odděleno od veškerých dalších grafických prvků.

Výjimky tvoří pouze případný **claim** a **webová adresa**.

Vytvořením dostatečného prostoru kolem loga maximalizujeme jeho působení. Pokud to bude možné, ponechávejte v okolí loga i více prostoru, než kolik obsahuje ochranná zóna.

Rozměry ochranné zóny jsou stanoveny pomocí jednotky X (odvozené od litery „M“ obsažené ve značce).

Na obrázku vidíte, jak ochrannou zónu vytvářet.



Výjimka: V prostoru ochranné zóny může být uvedena webová adresa nebo claim.

A / 02.07

Minimální velikost



15 mm / 43 px

Minimální velikost byla zvolena po pečlivém uvážení a jejím cílem je zajistit, aby logo Meopta bylo stále dobře čitelné a velmi dobře identifikovatelné i v menších velikostech.

V případě méně kvalitních reprodukčních technologií (např. u sítotisku), doporučujeme použít raději větší velikost loga.

Pro použití v tiskovinách (např. při ofsetovém tisku) by neměla být šířka logotypu menší než **15 mm**.

Při použití na obrazovce (např. na internetových stránkách nebo na banneru) by neměla být šířka logotypu menší než **43 pixelů**.

Logo nesmí být zmenšováno za hranici této minimální velikosti.

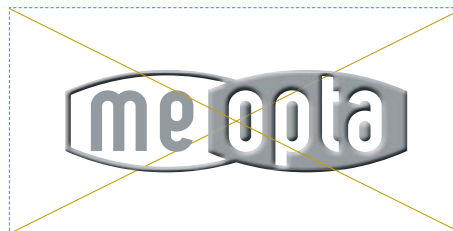
A/02.08

Nesprávné
použití
loga

Logo nepřebarvujte



Nepřidávejte logu „efekty“



Nepřidávejte logu další prvky



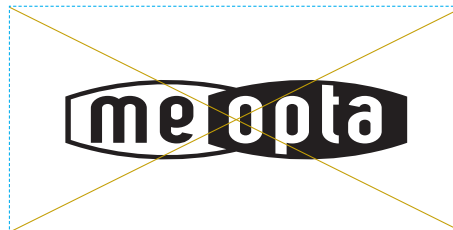
Logo nevyplňujte



Pozor na provedení loga na tmavých podkladech



Logo nedeformujte



Podoba loga Meopta je **závazně definována**.

Pro zajištění konzistentní aplikace loga Meopta není možné jej jakoliv překreslovat nebo měnit vzhled, prvky, barvy, rozměry či jiné vlastnosti.

Uvedené varianty nevyčerpávají všechny možnosti nesprávného použití, pouze ilustrují nejčastější příklady.



www.meopta.com

A / 02.09

Aplikace
loga na podkladové
ploše



Logo Meopta musí být na pozadí umístěno jasně a čitelně.

Obečným doporučením je vždy přihlédnout na celou kompozici tak, aby logo bylo dostatečně výrazné a opticky nesplývalo s okolní plochou.

Proto, kdykoliv je to možné, doporučujeme umístit logo na bílé nebo světlé pozadí, viz uvedené příklady. Specifikaci vhodných barev pozadí najdete v kapitole A / 03.02 – Barvy pozadí.

Barvy

Barvy loga / Primární paleta**Meopta BLACK****Přímá barva**

PANTONE® Process Black

Soutiskové barvy

C:0 | M:0 | Y:0 | K:100

RGB

R:0 | G:0 | B:0

HTML

#000000

Bílá**Přímá barva**

—

Soutiskové barvy (barva podkladu)

C:0 | M:0 | Y:0 | K:0

RGB

R:255 | G:255 | B:255

HTML

#FFFFFF

Doplňkové barvy / Sekundární paleta**Meopta BLUE****Přímá barva**

PANTONE® 653

Soutiskové barvy

C:100 | M:62 | Y:0 | K:20

RGB

R:26 | G:76 | B:140

HTML

#1A4C8C

Meopta BRONZE**Přímá barva**

PANTONE® 118

Soutiskové barvy

C:0 | M:18 | Y:100 | K:27

RGB

R:190 | G:164 | B:13

HTML

#BEA40D

Meopta YELLOW**Přímá barva**

PANTONE® 137

Soutiskové barvy

C:0 | M:35 | Y:90 | K:0

RGB

R:231 | G:176 | B:53

HTML

#E7B035

A / 03.01**Primární
a sekundární
barvy**

Paletu primárních barev doprovází paleta sekundárních doplňkových barev.

Doplňkové barvy se používají spolu s primárními barvami loga, aby dodaly zobrazení na vizuální zajímavosti a umožnily grafické rozlišení.

Kodifikace barev pro různé způsoby použití: Barvy **Pantone®** a **CMYK** jsou určeny pro tisk, **RGB** pro subtraktivní zobrazování a **HTML** pro použití v internetových aplikacích.

Doplňkové barvy / Barvy pozadí

**Meopta**

1. BACKGROUND

Přímá barva

PANTONE® 428

Soutiskové barvy

C:4 | M:0 | Y:0 | K:20

RGB

R:211 | G:214 | B:217

HTML

#D3D6D9

Meopta

2. DARKER BACKGROUND

Přímá barva

PANTONE® 429

Soutiskové barvy

C:5 | M:0 | Y:0 | K:32

RGB

R:186 | G:190 | B:193

HTML

#BABEC1

Meopta

3. DARK BACKGROUND

Přímá barva

PANTONE® 430

Soutiskové barvy

C:5 | M:0 | Y:0 | K:45

RGB

R:160 | G:163 | B:166

HTML

#A0A3A6

A / 03.02

Barvy
pozadí

Tato paleta určuje barvy pozadí, na které se umísťují ostatní prvky vizuálního stylu.

Barva **Meopta 1. BACKGROUND** je preferovanou a nejpoužívanější barvou pozadí. Ostatní slouží jako doplňkové barvy pro případy, je-li potřeba zvýraznit nebo odlišit nějaké sdělení.

Kodifikace barev pro různé způsoby použití: Barvy **Pantone®** a **CMYK** jsou určeny pro tisk, **RGB** pro subtraktivní zobrazování a **HTML** pro použití v internetových aplikacích.



A/03.03

Primární
a sekundární
barvy
a jejich vzájemný
poměr

Vyobrazení znázorňuje doporučený poměr
primárních a sekundárních barev.

Doplňkové barvy / Barvy interní komunikace**Meopta PURPLE**

Přímá barva

PANTONE® 2623

Soutiskové barvy

C:59 | M:100 | Y:0 | K:32

RGB

R:87 | G:24 | B:97

HTML

#571861

Meopta GREEN

Přímá barva

PANTONE® 369

Soutiskové barvy

C:59 | M:0 | Y:100 | K:7

RGB

R:134 | G:174 | B:56

HTML

#86AE38

Meopta LIGHT BLUE

Přímá barva

PANTONE® Process Blue

Soutiskové barvy

C:100 | M:10 | Y:0 | K:10

RGB

R:0 | G:137 | B:199

HTML

#0089C7

**Meopta PINK**

Přímá barva

PANTONE® 233

Soutiskové barvy

C:11 | M:100 | Y:0 | K:0

RGB

R:182 | G:0 | B:123

HTML

#B6007B

Meopta YELLOW

Přímá barva

PANTONE® 137

Soutiskové barvy

C:0 | M:35 | Y:90 | K:0

RGB

R:231 | G:176 | B:53

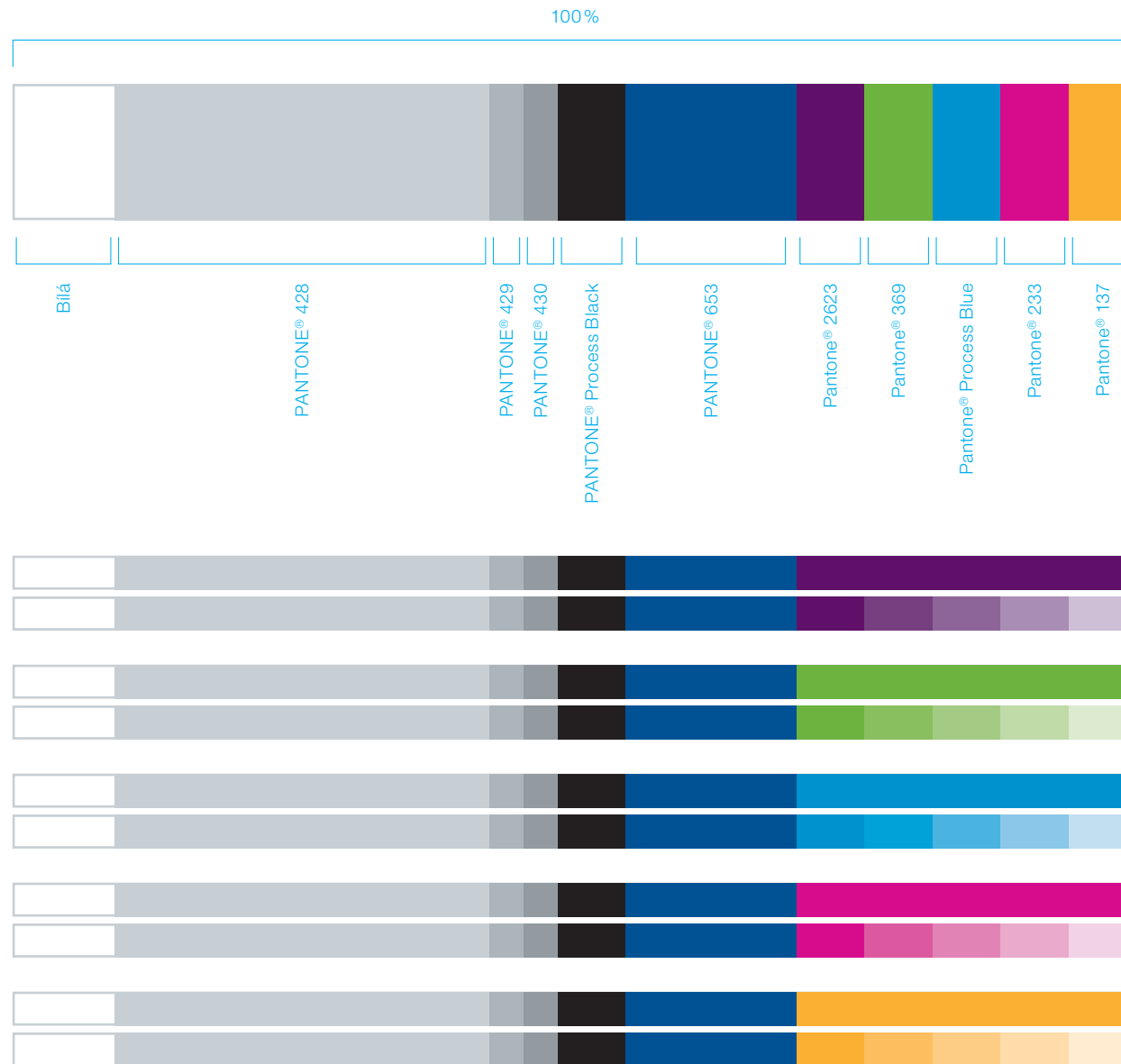
HTML

#E7B035

A / 03.04**Doplňkové
barvy
interní
komunikace**

Tato paleta barev je určena pouze pro vnitřní komunikaci.

Kodifikace barev pro různé způsoby použití:
Barvy **Pantone®** a **CMYK** jsou určeny
pro tisk, **RGB** pro subtraktivní zobrazování
a **HTML** pro použití v internetových aplikacích.



A / 03.05

Doplňkové
barvy
interní
komunikace
a jejich vzájemný
poměr

Vyobrazení znázorňuje doporučený poměr
primárních a doplňkových barev určených
pro interní komunikaci.

Typografie

Museo

Museo 100

A Á B C Č D Ď E Ě F G H I Í J K L M N Ň O Ó P Q R Ř S Š T Ť U Ú V W X Y Ý Ž Ž
a á b c č d ě e ě f g h i í j k l m n Ň o ó p q r ř s š t ť u ú v w x y ý ž ž 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Museo 300

A Á B C Č D Ď E Ě F G H I Í J K L M N Ň O Ó P Q R Ř S Š T Ť U Ú V W X Y Ý Ž Ž
a á b c č d ě e ě f g h i í j k l m n Ň o ó p q r ř s š t ť u ú v w x y ý ž ž 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Museo 500

A Á B C Č D Ď E Ě F G H I Í J K L M N Ň O Ó P Q R Ř S Š T Ť U Ú V W X Y Ý Ž Ž
a á b c č d ě e ě f g h i í j k l m n Ň o ó p q r ř s š t ť u ú v w x y ý ž ž 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Museo 700

A Á B C Č D Ď E Ě F G H I Í J K L M N Ň O Ó P Q R Ř S Š T Ť U Ú V W X Y Ý Ž Ž
a á b c č d ě e ě f g h i í j k l m n Ň o ó p q r ř s š t ť u ú v w x y ý ž ž 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

A / 04.01

Primární
firemní
písmo
pro profesionální
grafické
zpracování

Společnost Meopta používá jako primární
písmo moderní font [Museo](#).

Z celé rodiny řezů tohoto písma byly
pro jednotný styl vybrány čtyři základní řezy:
[Museo 500](#) a [Museo 700](#) pro nadpisy, hesla,
zvýraznění ap., [Museo 100](#) a [Museo 300](#)
pro běžnou sazbu.

Použitím jiného písma můžete narušit vizuální
jednotu celého systému.

Museo 500
Museo 100
velikost 8/10,5 bodů

optimální šířka sloupce
50 mm

**ALIQUAM ANTE. EXCEPTEUR SINT
OCCAECAT CUPIDATAT.**

Cras pede libero, dapibus nec,
pretium sit amet, tempor quis. Nullam
at arcu a est sollicitudin euismod.
Proin in tellus sit amet nibh dignissim
sagittis.

Museo 500
Museo 100
velikost 9/11,5 bodů

optimální šířka sloupce
60 mm

**ALIQUAM ANTE. EXCEPTEUR SINT
OCCAECAT CUPIDATAT.**

Cras pede libero, dapibus nec, pretium sit
amet, tempor quis. Nullam at arcu a est
sollicitudin euismod. Proin in tellus sit
amet nibh dignissim sagittis.

Museo 500
Museo 100
velikost 10/12,5 bodů

optimální šířka sloupce
70 mm

**ALIQUAM ANTE. EXCEPTEUR SINT
OCCAECAT CUPIDATAT.**

Cras pede libero, dapibus nec, pretium sit
amet, tempor quis. Nullam at arcu a est
sollicitudin euismod. Proin in tellus sit amet
nibh dignissim sagittis.

Museo 500
Museo 100
velikost 12/14,5 bodů

optimální šířka sloupce
80 mm

**ALIQUAM ANTE. EXCEPTEUR SINT
OCCAECAT CUPIDATAT.**

Cras pede libero, dapibus nec, pretium sit
amet, tempor quis. Nullam at arcu a est
sollicitudin euismod. Proin in tellus sit amet
nibh dignissim sagittis.

mm 0 10 20 30 40 50 60 70 80

Museo 700
Museo 300
velikost 8/10,5 bodů

optimální šířka sloupce
50 mm

**ALIQUAM ANTE. EXCEPTEUR SINT
OCCAECAT CUPIDATAT.**

Cras pede libero, dapibus nec,
pretium sit amet, tempor quis. Nullam
at arcu a est sollicitudin euismod.
Proin in tellus sit amet nibh dignissim
sagittis.

Museo 700
Museo 300
velikost 9/11,5 bodů

optimální šířka sloupce
60 mm

**ALIQUAM ANTE. EXCEPTEUR SINT
OCCAECAT CUPIDATAT.**

Cras pede libero, dapibus nec, pretium
sit amet, tempor quis. Nullam at arcu
a est sollicitudin euismod. Proin in tellus
sit amet nibh dignissim sagittis.

Museo 700
Museo 300
velikost 10/12,5 bodů

optimální šířka sloupce
70 mm

**ALIQUAM ANTE. EXCEPTEUR SINT
OCCAECAT CUPIDATAT.**

Cras pede libero, dapibus nec, pretium sit
amet, tempor quis. Nullam at arcu a est
sollicitudin euismod. Proin in tellus sit
amet nibh dignissim sagittis.

Museo 700
Museo 300
velikost 12/14,5 bodů

optimální šířka sloupce
80 mm

**ALIQUAM ANTE. EXCEPTEUR SINT
OCCAECAT CUPIDATAT.**

Cras pede libero, dapibus nec, pretium sit
amet, tempor quis. Nullam at arcu a est
sollicitudin euismod. Proin in tellus sit amet
nibh dignissim sagittis.

mm 0 10 20 30 40 50 60 70 80

Calibri

Calibri Light

A Á B C Č D Ď E É F G H I J K L M
N Ň O Ó P Q R Ř S Š T Ť
U Ú V W X Y Ý Ž Ž
a á b c č d ě é e ě f g h i j k l
m n ň o ó p q r ř s š t ť
u ú ů v w x y ý ž ž
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Calibri Regular

A Á B C Č D Ď E É F G H I J K L M
N Ň O Ó P Q R Ř S Š T Ť
U Ú V W X Y Ý Ž Ž
a á b c č d ě é e ě f g h i j k l
m n ň o ó p q r ř s š t ť
u ú ů v w x y ý ž ž
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Calibri Bold

A Á B C Č D Ď E É F G H I J K L M
N Ň O Ó P Q R Ř S Š T Ť
U Ú V W X Y Ý Ž Ž
a á b c č d ě é e ě f g h i j k l
m n ň o ó p q r ř s š t ť
u ú ů v w x y ý ž ž
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Calibri Light Italic

A Á B C Č D Ď E É F G H I J K L M
N Ň O Ó P Q R Ř S Š T Ť
U Ú V W X Y Ý Ž Ž
a á b c č d ě é e ě f g h i j k l
m n ň o ó p q r ř s š t ť
u ú ů v w x y ý ž ž
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Calibri Italic

A Á B C Č D Ď E É F G H I J K L M
N Ň O Ó P Q R Ř S Š T Ť
U Ú V W X Y Ý Ž Ž
a á b c č d ě é e ě f g h i j k l
m n ň o ó p q r ř s š t ť
u ú ů v w x y ý ž ž
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Calibri Bold Italic

A Á B C Č D Ď E É F G H I J K L M
N Ň O Ó P Q R Ř S Š T Ť
U Ú V W X Y Ý Ž Ž
a á b c č d ě é e ě f g h i j k l
m n ň o ó p q r ř s š t ť
u ú ů v w x y ý ž ž
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

A / 04.02

Alternativní
písmo
pro kancelářské
aplikace

Jako alternativní písmo pro kancelářské užití
bylo zvoleno písmo **Calibri**.

Toto písmo slouží pouze pro běžné
kancelářské aplikace.

Alternativní písmo by se nemělo objevit
na profesionálně zpracovávaných tiskovinách!

Calibri Regular
Calibri Light
Calibri Light Italic
velikost 8/10,5 bodů

optimální šířka sloupce
50 mm

ALIQUM ANTE. EXCEPTEUR SINT
OCCAECAT CUPIDATAT.

Cras pede libero, dapibus nec, pretium sit
amet, tempor quis. Nullam at arcu a est
sollicitudin euismod. Proin in tellus sit amet
nibh dignissim sagittis.

*Cras pede libero, dapibus nec, pretium sit
amet, tempor quis. Nullam at arcu a est
sollicitudin euismod. Proin in tellus sit amet
nibh dignissim sagittis.*

Calibri Regular
Calibri Light
Calibri Light Italic
velikost 9/11,5 bodů

optimální šířka sloupce
60 mm

ALIQUM ANTE. EXCEPTEUR SINT OCCAECAT
CUPIDATAT.

Cras pede libero, dapibus nec, pretium sit
amet, tempor quis. Nullam at arcu a est
sollicitudin euismod. Proin in tellus sit amet
nibh dignissim sagittis.

*Cras pede libero, dapibus nec, pretium sit
amet, tempor quis. Nullam at arcu a est
sollicitudin euismod. Proin in tellus sit amet
nibh dignissim sagittis.*

mm 0 10 20 30 40 50 60 70 80

Calibri Bold
Calibri Regular
Calibri Italic
velikost 10/12,5 bodů

optimální šířka sloupce
70 mm

ALIQUM ANTE. EXCEPTEUR SINT
OCCAECAT CUPIDATAT.

Cras pede libero, dapibus nec, pretium sit amet,
tempor quis. Nullam at arcu a est sollicitudin
euismod. Proin in tellus sit amet nibh dignissim
sagittis.

*Cras pede libero, dapibus nec, pretium sit amet,
tempor quis. Nullam at arcu a est sollicitudin
euismod. Proin in tellus sit amet nibh dignissim
sagittis.*

Calibri Bold
Calibri Regular
Calibri Italicvelikost
12/14,5 bodů

optimální šířka sloupce
80 mm

ALIQUM ANTE. EXCEPTEUR SINT OCCAECAT
CUPIDATAT.

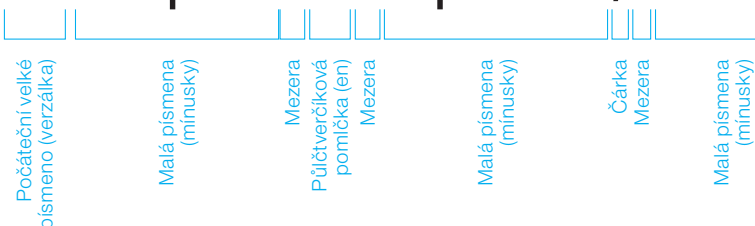
Cras pede libero, dapibus nec, pretium sit amet,
tempor quis. Nullam at arcu a est sollicitudin
euismod. Proin in tellus sit amet nibh dignissim
sagittis.

*Cras pede libero, dapibus nec, pretium sit amet,
tempor quis. Nullam at arcu a est sollicitudin
euismod. Proin in tellus sit amet nibh dignissim
sagittis.*

mm 0 10 20 30 40 50 60 70 80

Meopta – optika, s.r.o.

Meopta – optika, s.r.o.



Nesprávný zápis

Meopta - optika, s.r.o.	Meopta–optika, s.r.o.	Meopta optika, s.r.o.
Meopta - Optika, s.r.o.	Meopta–Optika, s.r.o.	MEOPTA-optika, s.r.o.
Meopta-optika, s.r.o.	Meopta - optika,s.r.o.	MEOPTA - OPTIKA, s.r.o.

A/04.03

Jak
správně
psát
jméno
společnosti

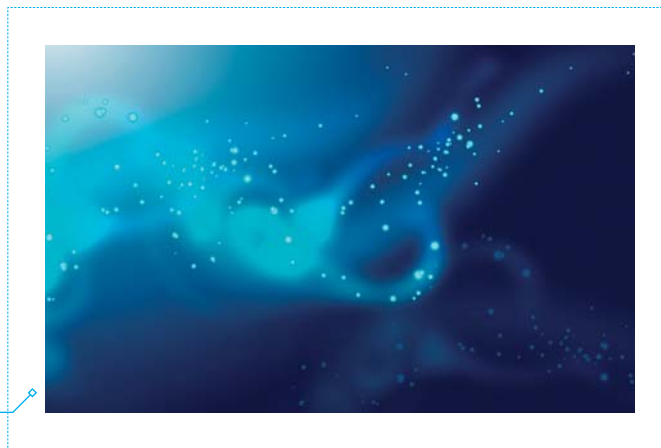
Při psaní jména společnosti je nutné respektovat standardní typografické zvyklosti – používání interpunkce a mezer.

Správný zápis jména společnosti:

Jméno „Meopta“ a slovo „optika“ jsou odděleny „en“ pomlčkou, právní forma je oddělena čárkou
(Pozn.: „s.r.o.“ psáno bez mezer – podle zápisu v Obchodním rejstříku).

Základní grafické prvky vizuální komunikace

LEPŠÍ
POHLED
NA
SVĚT



A / 05.01

Claim
Základní
provedení

—
LEPŠÍ
POHLED
NA
SVĚT

Claim „LEPŠÍ POHLED NA SVĚT“ je jedním ze základních prvků vizuálního stylu společnosti Meopta. Objevuje se na všech materiálech mediální komunikace (výjma komunikace „Meopta – Vojenské aplikace“ – viz. samostatný oddíl: D – Vojenské aplikace).

Na ukázkách je znázorněné grafické zpracování claimu. Do textu, který je vysázen **verzálkami** (velkými písmeny) písma **Museo 500**, je vložena fotografie. Stejná fotografie se objevuje také v hlavním sdělení materiálu, na kterém je claim umístěn.

Obecným doporučením pro grafické zpracování claimu je vždy přihlédnout na celou kompozici tak, aby výřez fotografie v claimu nerušil jeho čitelnost.

Pro případy, kdy nelze, nebo není vhodné použít claim v této základní verzi, je stanovena podoba claimu dvouřádkového a jednořádkového (viz. následující strana).

Dvouřádková verze claimu

LEPŠÍ POHLED
NA SVĚT

Jednořádková verze claimu

LEPŠÍ POHLED NA SVĚT

A / 05.02

Claim
Sekundární
provedení

—
LEPŠÍ
POHLED
NA
SVĚT

Tyto verze claimu jsou určeny pouze pro případy, kdy není z objektivních příčin možné použít claim v základním provedení.

Grafické zpracování těchto verzí claimu je totožné se zpracováním verze základní.

Pokud to není nezbytně nutné, je vždy **upřednostňován claim v základní verzi** (viz. předchozí strana).

A BETTER
VIEW
OF THE
WORLD



A / 05.03

Claim
Základní
provedení

—
A BETTER
VIEW
OF THE
WORLD

Pro mezinárodní komunikaci je určen claim „A BETTER VIEW OF THE WORLD“. Objevuje se na všech materiálech mezinárodní mediální komunikace (výjma komunikace „Meopta – Vojenské aplikace“ – viz. samostatný oddíl: D – Vojenské aplikace).

Na ukázkách je znázorněné grafické zpracování claimu. Do textu, který je vysázen **verzálkami** (velkými písmeny) písma Museo 500, je vložena fotografie. Stejná fotografie se objevuje také v hlavním sdělení materiálu, na kterém je claim umístěn.

Obecným doporučením pro grafické zpracování claimu je vždy přihlídnout na celou kompozici tak, aby výřez fotografie v claimu nerušil jeho čitelnost.

Pro případy, kdy nelze, nebo není vhodné použít claim v této základní verzi, je stanovena podoba claimu dvouřádkového a jednořádkového (viz. následující strana).

Dvouřádková verze claimu

A BETTER VIEW
OF THE WORLD

Jednořádková verze claimu

A BETTER VIEW OF THE WORLD

A / 05.04

Claim
Sekundární
provedení

—

A BETTER
VIEW
OF THE
WORLD

Tyto verze claimu jsou určeny pouze pro případy, kdy není z objektivních příčin možné použít claim v základním provedení.

Grafické zpracování těchto verzí claimu je totožné se zpracováním verze základní.

Pokud to není nezbytně nutné, je vždy **upřednostňován claim v základní verzi** (viz. předchozí strana).

A / 05.05

Claim

Nevhodné
grafické
zpracování

LEPŠÍ
POHLED
NA
SVĚT

Nevhodné zpracování

LEPŠÍ
POHLED
NA
SVĚT

Vhodné zpracování



A BETTE
VIEW
OF THE
WORLD

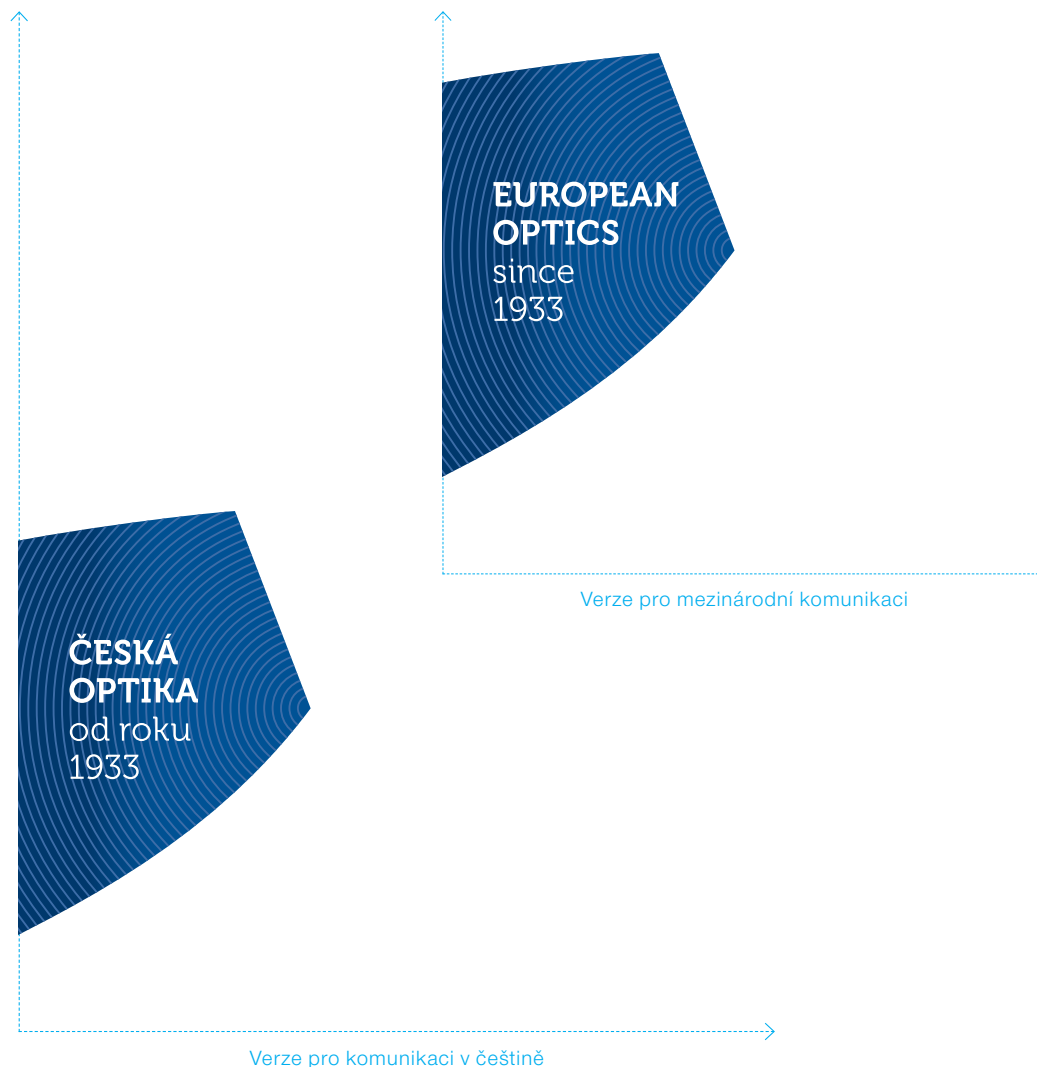
Nevhodné zpracování

A BETTER
VIEW
OF THE
WORLD

Vhodné zpracování

Na ukázkách je znázorněné nevhodné
zpracování claimu.

Výřez fotografie v claimu musí být volen vždy
tak, aby nenarušoval čitelnost claimu.



A / 05.06

Česká
optika
od roku 1933

—
European
Optics
since 1933

„Česká optika od roku 1933
(European Optics since 1933)“ tvoří další
ze základních prvků vizuálního stylu.

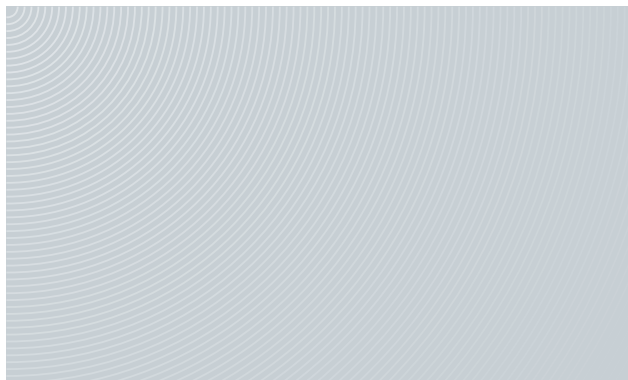
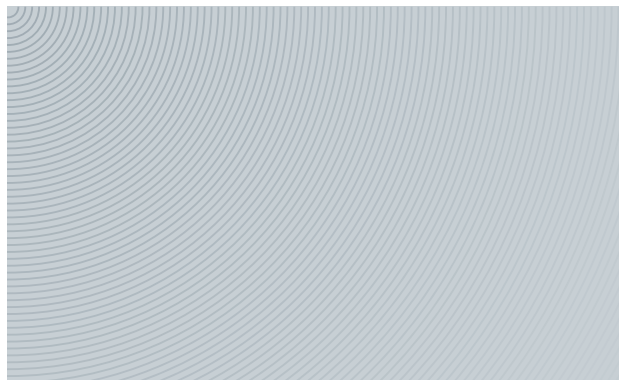
Prvek tvoří modré pole s výrazným tvarem
vyplněným soustřednými kruhy a textem.
Samotný text je vysázen primárním firemním
písmem – Museo. Pro první část textu
„Česká optika/ European Optics“ jsou použity
verzálky řezu Museo 700, pro dovětek –
od roku1933/ since 1933“ – jsou použity
mínusky řezu Museo 300.

Pokud je to možné, tento prvek umísťujte
vlevo „na spad“ (na levý okraj daného
dokumentu či materiálu).

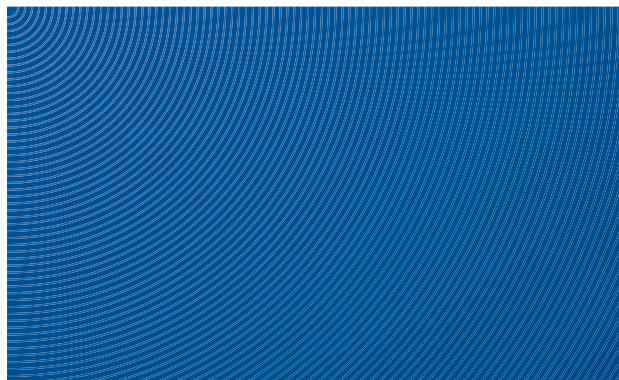
Základní pozadí – 1



Pozadí – 2 (s použitím soustředných kruhů v tmavě šedé barvě)



Pozadí – 3 (s použitím soustředných kruhů v bílé barvě)



Pozadí – 4 (soustředné kruhy v 75% barvě Meopta BLUE)

A / 05.07

Pozadí

Standardní pozadí tvoří šedá plocha (barevnost - viz. kapitola A / 03.02).

V případě potřeby, lze základní šedé pozadí, na které se umísťují ostatní prvky vizuálního stylu, ozvláštnit **soustřednými kruhy** – viz. ukázka.

Pozadí s použitím soustředných kruhů je vhodné zejména pro materiály, které jsou z velké části tvořeny pouze textovým sdělením.

Modré pozadí s použitím soustředných kruhů se používá především pro rubové strany vizitek.

Soustředné kruhy na pozadí (jejich rozměr, tloušťka a vzájemná vzdálenost) jsou voleny v závislosti na konkrétním použití, proto nelze stanovit univerzální pravidla.

Vždy je velmi důležité přihlídnout k čitelnosti a celkové vizuální působivosti výsledné kompozice.



A / 05.08

Pozadí
pro
materiály
interní
komunikace



Na ukázce:
titulní strana MeoNovin

Na ukázce:
vnitřní strana z Katalogu
zaměstnaneckých benefitů...

Pro oživení materiálů interní komunikace lze použít atypická pozadí nebo jejich různé výřezy – stejně, jako je uvedeno na ukázce.

Pozadí tvoří kompozice mnohoúhelníků inspirovaná kaleidoskopem v doplňkových barvách stanovených pro interní komunikaci. Výjimku barevnosti tvoří MeoNoviny – zde je kvůli zachování jedinečnosti každého čísla využívána široká paleta barev.

Stejně jako na předchozí straně, i v případě tvorby pozadí materiálů pro interní komunikaci, je velmi důležité přihlídnout k celkové vizuální působivosti a čitelnosti.

Oddíl B

Příklady použití

Základní merkantilní tiskoviny

B / 01.01

Vizitky



Líc



Rub

Při prezentaci společnosti Meopta představují vizitky velmi důležitou součást vizuálního stylu.

Oboustranné vizitky se tisknou na kvalitní matný křídový papír o minimální plošné hmotnosti 300 g/m². Tisk navíc doporučujeme opatřit povrchovou úpravou – lamino (mat).

Na další straně je vyobrazen a popsán okótovaný rozkres vizitky ve skutečné velikosti.

B / 01.02

Vizitky

(popis)



Líc



Rub

Vizitky mají standardní rozměr – 90 × 50 mm. Na vizitkách se používá claim ve verzi pro mezinárodní komunikaci, prvek „European Optics since 1933“ a dvojazyčné označení funkce.

Líc

Prvky

A. Logo: 30 (š) × 9 (v) mm

B. Prvek „European Optics...“: 13,5 mm (š)

Sazba

C. Jméno: Museo 500 / 10 b

D. Funkce: Museo 300 / 6,5 b

E. Název společnosti: Museo 500 / 7 b

F. Kontaktní údaje: Museo 300 / 7 b

G. Web: Museo 700 / 7 b

Rub

Claim: 30 mm (v)

A BETTER
VIEW
OF THE
WORLD



Hlavičkový papír, titulní strana



Hlavičkový papír, další strana

B / 01.04

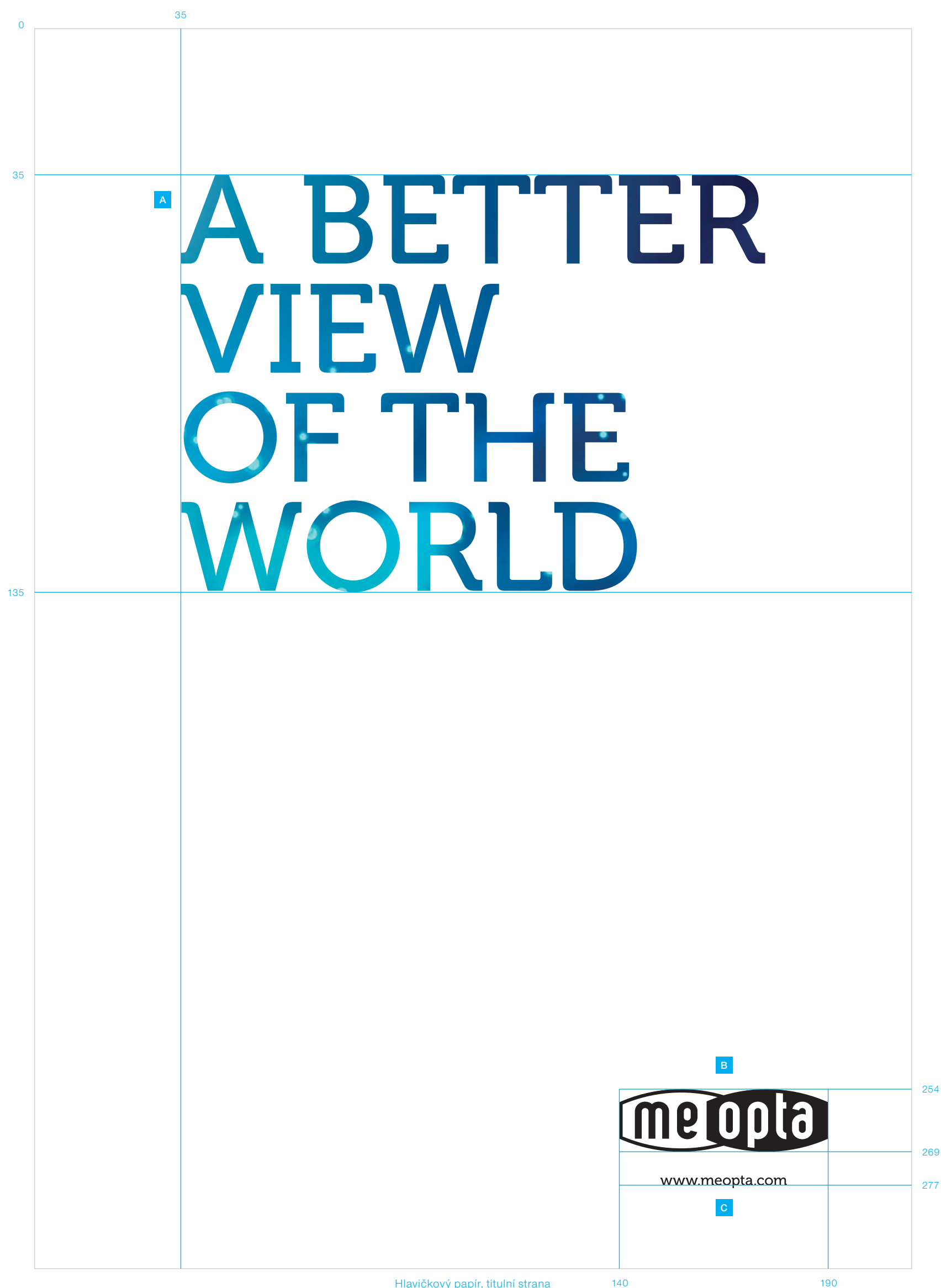
Hlavičkový
papír
—
Základní
prvky

Všechny dokumenty, které vydávají zaměstnanci společnosti Meopta, obzvláště dokumenty určeny pro externí subjekty, musí dodržovat jednotný vizuální styl.

Na ukázce je znázorněno **rozmístění základních prvků**.

Pozn.: Na hlavičkovém papíře se neobjevuje jeden ze základních prvků vizuální identity společnosti – „Česká optika od roku 1933 / European Optics since 1933 “ – z důvodů technických limitů tisku „do kraje“ běžnými stolními tiskárnami.

Na dalších stranách je vyobrazen a popsán okótovaný rozkres rozmístění základních prvků vizuální identity na hlavičkovém papíře ve skutečné velikosti.



B / 01.05

Hlavičkový
papírTitulní strana
(popis)

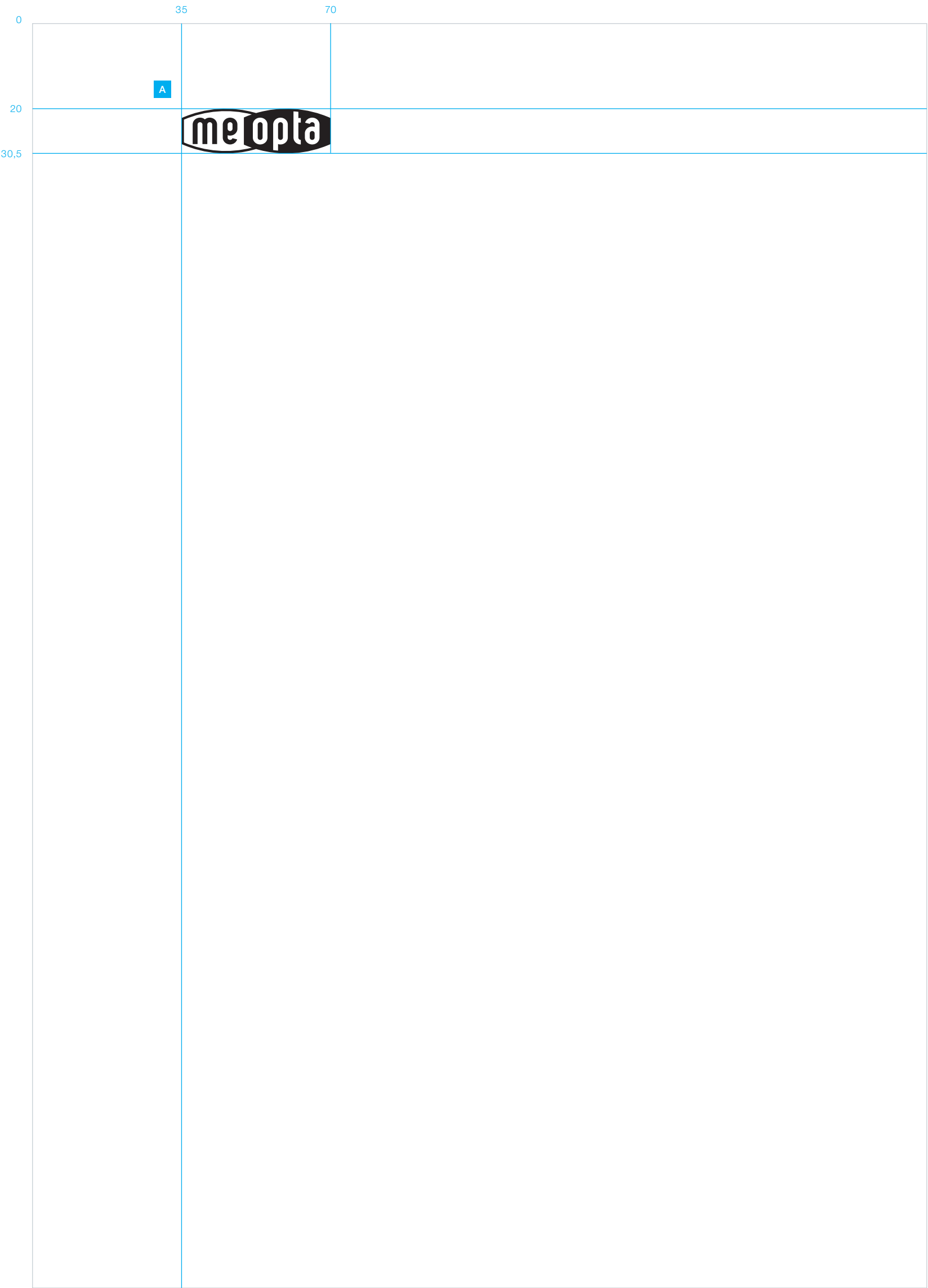
Hlavičkový papír má standardní rozměr – A4 (210 × 297 mm).

Prvky

A. Claim: 100 mm (v)

B. Logo: 50 (š) × 15 (v) mm

C. Web: Museo 500 / 10b



Hlavičkový papír, další strana

B / 01.06

Hlavičkový
papír

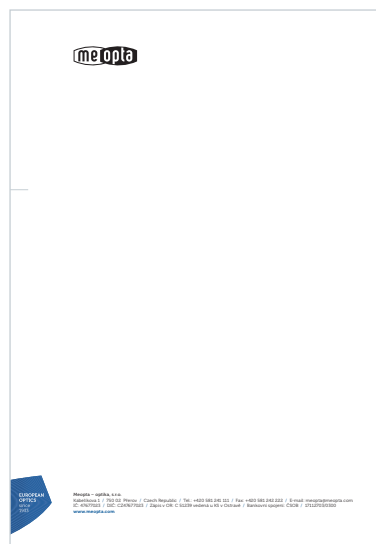
Další strana
(popis)

Hlavičkový papír má standardní rozměr – A4 (210 × 297 mm).

Prvky
A. Logo: 35 (š) × 10,5 (v) mm



Dopisní papír se vzorovým textem



Dopisní papír

B / 01.07

Dopisní papír

Všechny dokumenty, které vydávají zaměstnanci společnosti Meopta, obzvláště dokumenty určené pro externí subjekty, musí dodržovat jednotný vizuální styl.

Tento dopisní papír slouží jako **oficiální** merkantilní tiskovina pro běžnou korespondenci.

Pro dopisní papír se používá kvalitní bílý hlazený ofsetový papír o minimální plošné hmotnosti 80 g/m².

Na další straně je vyobrazen a popsán okótovaný rozkres dopisního papíru ve skutečné velikosti.



B / 01.08

Dopisní papír (popis)

Dopisní papír má standardní rozměr – A4 (210×297 mm).

Prvky
A. Logo: 35 (š)× 10,5 (v) mm
B. Prvek „European Optics since 1933“: 23 mm (š)

Sazba
C. Název společnosti: Museo 500/7 b
D. Kontaktní údaje: Museo 300/7 b
E. Web: Museo 700/7 b

Doporučená velikost sazby dopisu/ sdělení (zarovnání vlevo vč. jména autora)
F. Jméno adresáta: Calibri Bold/ 11 b, Adresa: Calibri Regular/ 11 b
G. Text dopisu (sdělení): Calibri Regular, Zvýraznění: Calibri Bold, Jiné sdělení: Calibri Italic/ 11 b

B / 01.09

Dopisní
obálka

Obálka DL s okénkem



Obálka DL bez okénka

Společnost Meopta pro běžnou korespondenci používá **standardní obálky formátu „DL“** s předtištěnými prvky, které tvoří logo, jméno společnosti, korespondenční adresa, prvek „European Optics since 1933“ a claim.

Obálky je možné použít jak s okénkem, tak bez.

Na další straně jsou vyobrazeny a popsány okótované rozkresy obálek ve skutečné velikosti.



B / 01.10

Dopisní obálka

DL (popis)

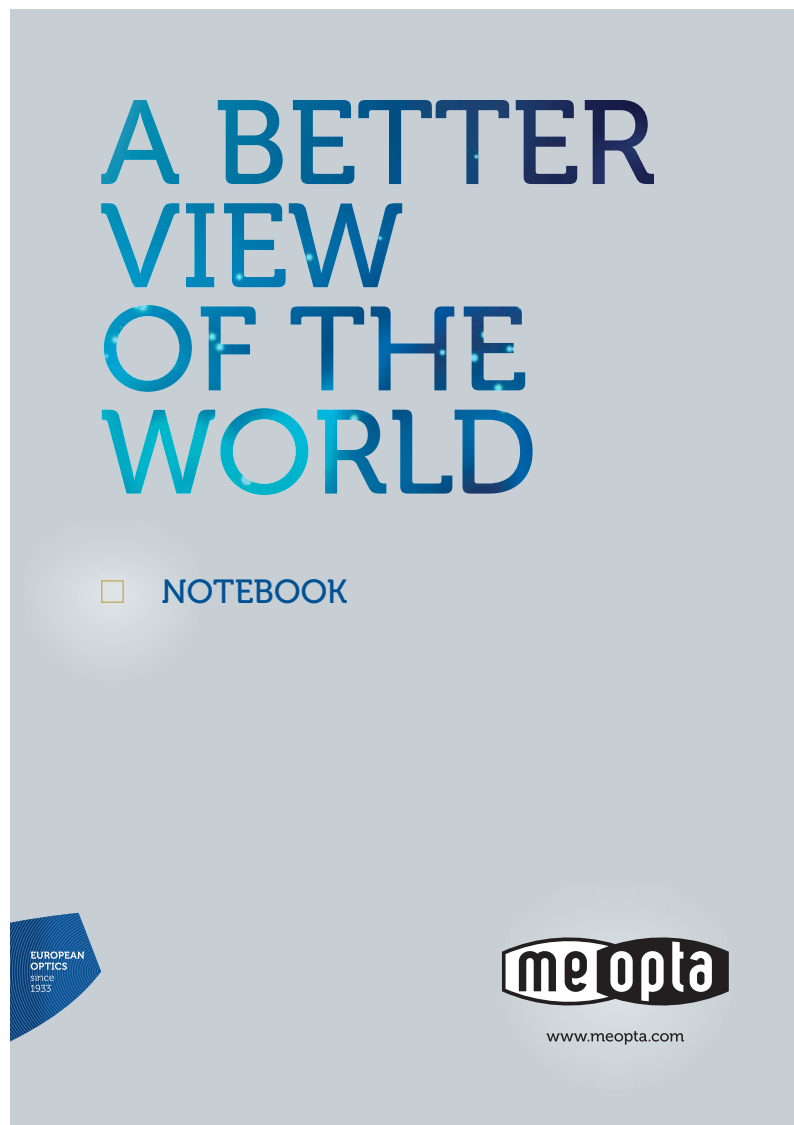
Standardní obálka o rozměru – DL (220 × 110 mm).

Prvky
A. Logo: 30 (š) × 9 (v) mm
B. Prvek „European Optics since 1933“: 17 (š) × 25 (v) mm
C. Claim: 40 mm (v)

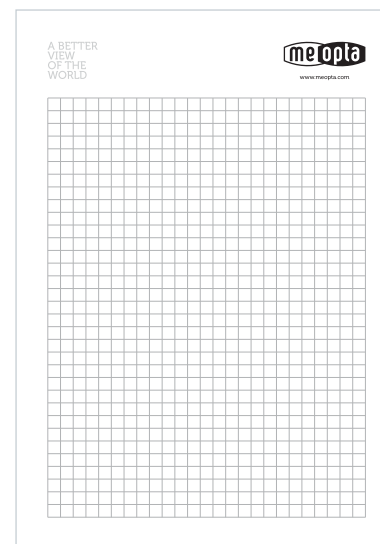
Sazba
D. Název společnosti: Museo 500 / 7,5 b
E. Kontaktní údaje: Museo 300 / 7,5 b
F. Web: Museo 700 / 7,5 b

Příklady použití

Ostatní merkantilní materiály



Obálka/titulní strana (velikost A4 – na ukázce zmenšeno na 50 %)



Vnitřní listy (zmenšeno na 24 %)



Obálka/zadní strana (zmenšeno na 24 %)

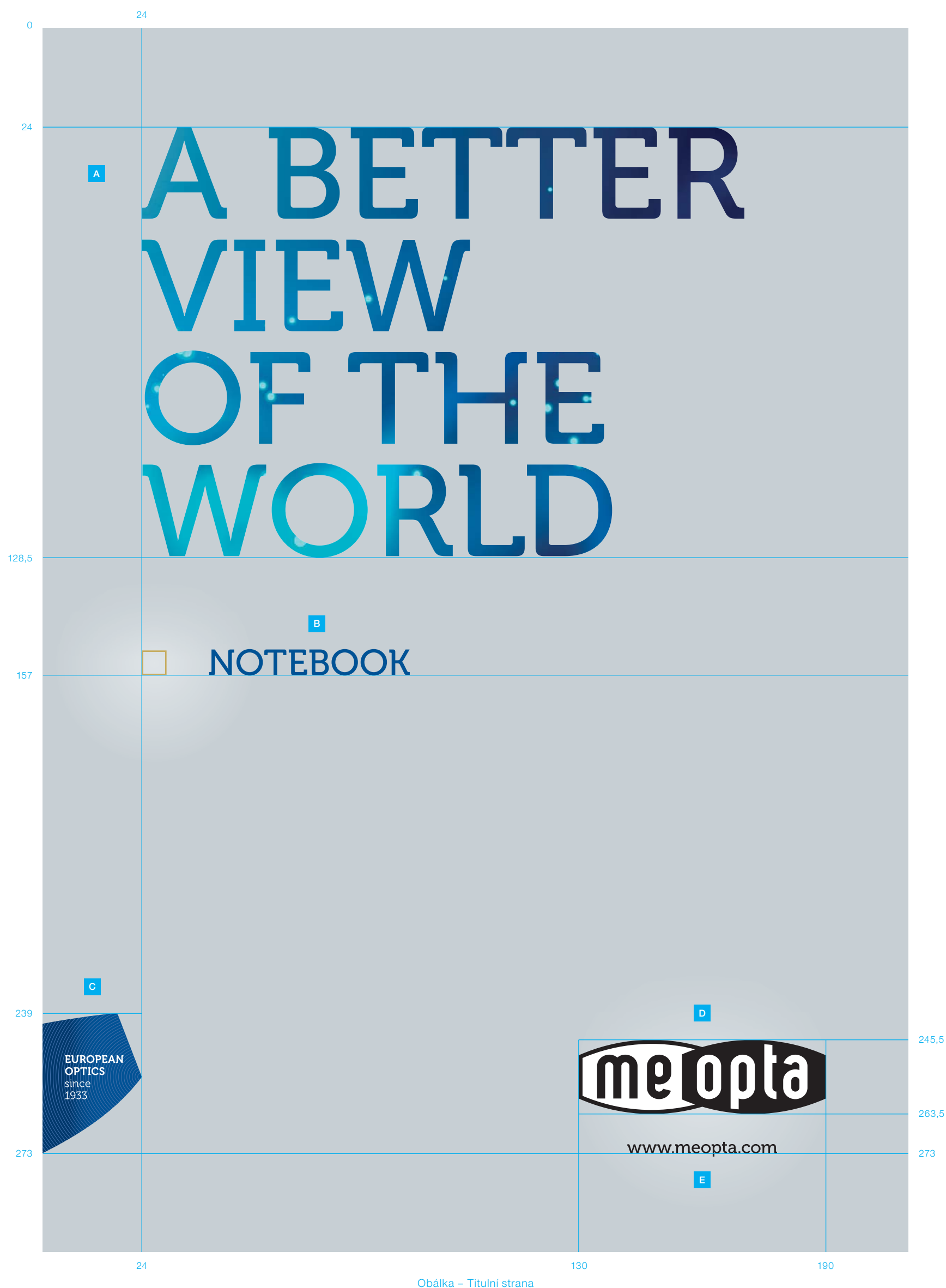
B / 02.01

Poznámkový blok

Poznámkový blok formátu A4 s vnější obálkou.

Na vnitřních listech je natištěno logo v základním provedení, webová adresa, claim a linky pro přehlednější psaní poznámek.

Na dalších stranách jsou vyobrazeny a popsány okótované rozkresy bloku ve skutečné velikosti.



B / 02.02

Poznámkový
blokObálka přední
(popis)

Poznámkový blok má standardní rozměr – A4 (210 × 297 mm).
Na blocích se používá claim ve verzi pro mezinárodní komunikaci a prvek "European Optics since 1933".

Obálka – Titulní strana / Prvky

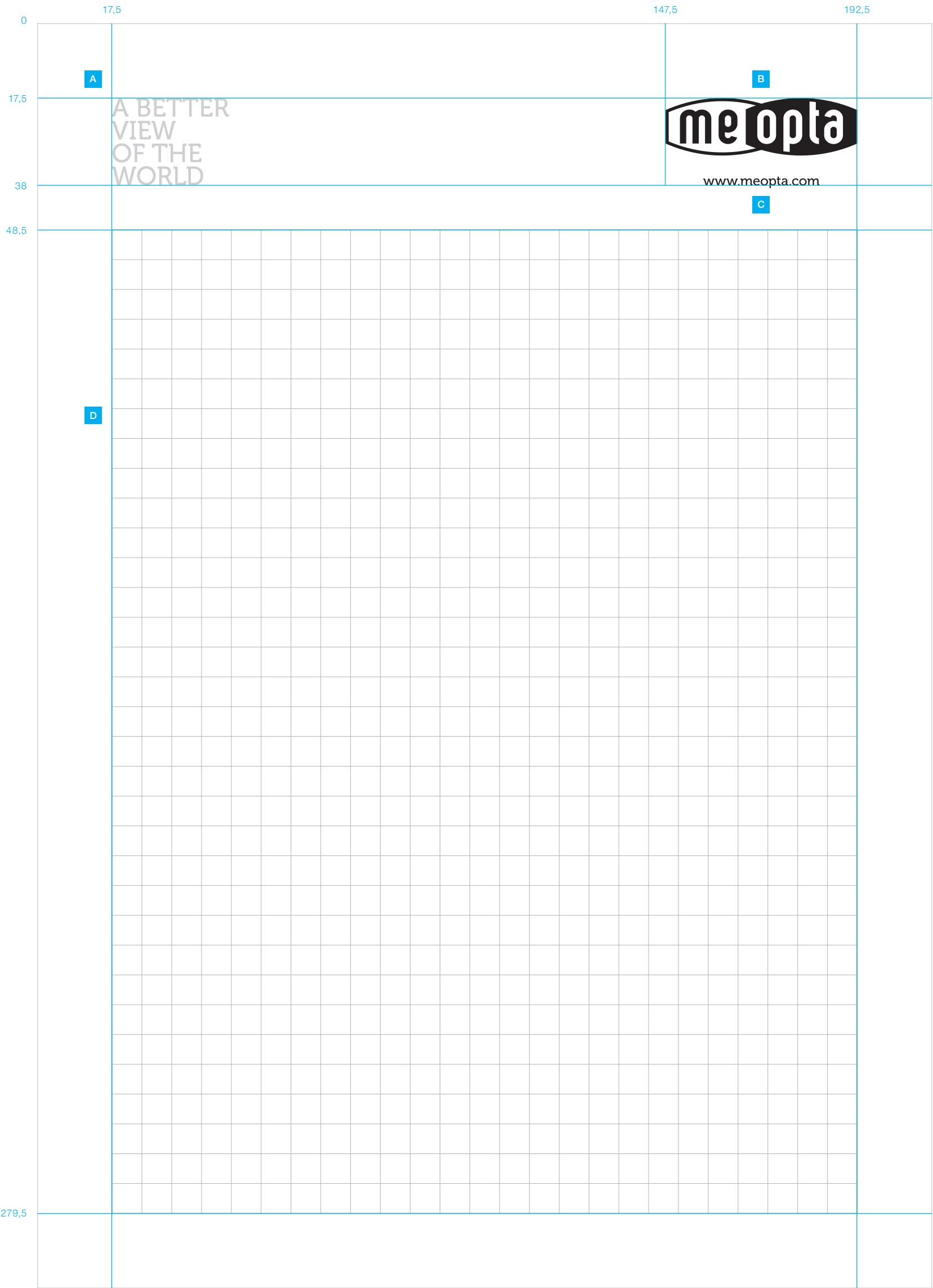
A. Claim: 104,5 mm (v)

B. Text Notebook: Museo 500 / 25 b

C. Prvek „European Optics since 1933“: 24 (š) × 34 (v) mm

D. Logo: 60 (š) × 18 (v) mm

E. Web: Museo 500 / 12 b



Vnitřní listy

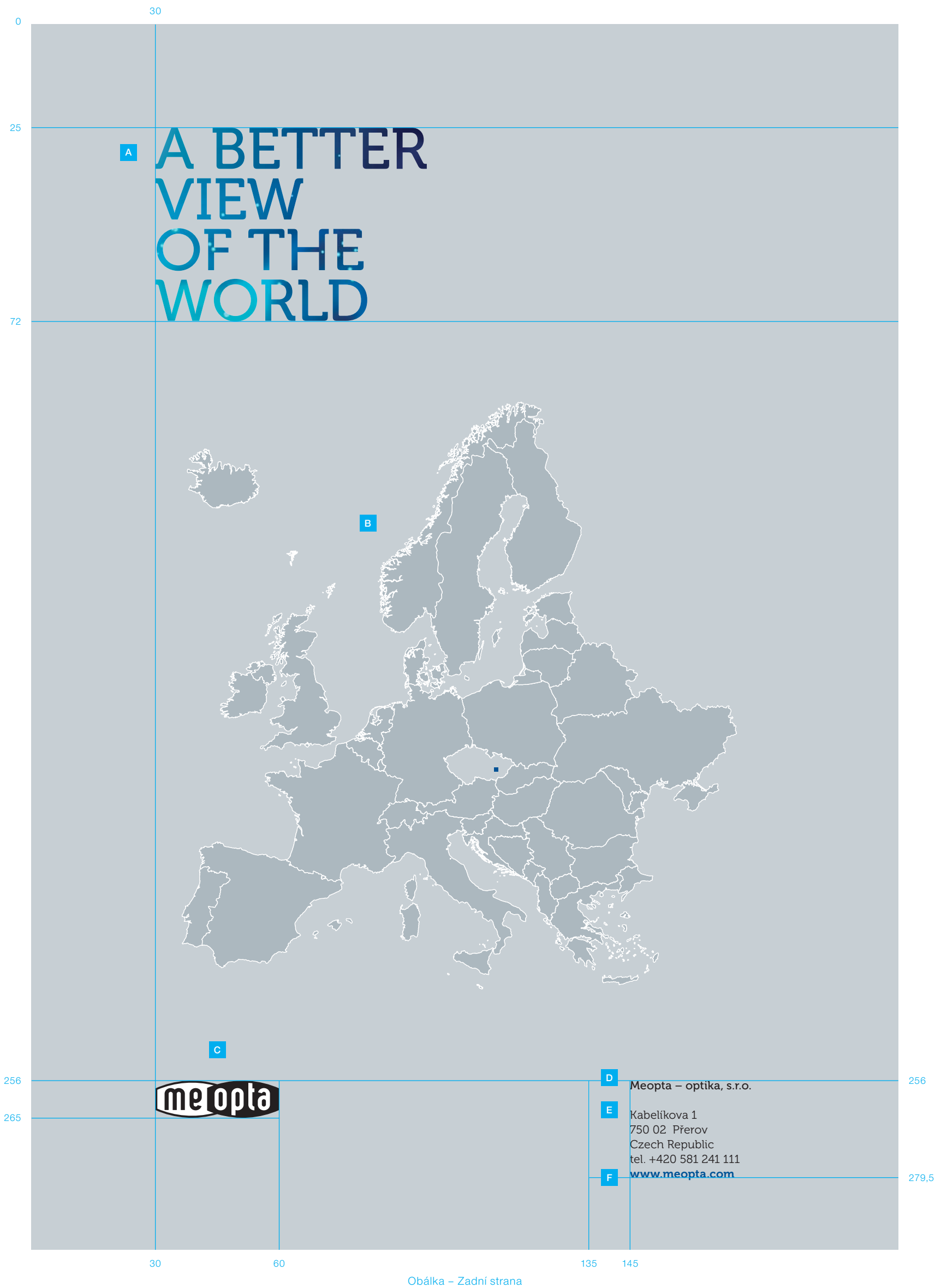
B / 02.03

Poznámkový blok

Vnitřní listy (popis)

Poznámkový blok má standardní rozměr – A4 (210 × 297 mm).
Na blocích se používá claim ve verzi pro mezinárodní komunikaci.

Vnitřní listy / Prvky
A. Claim: 20,5 mm (v)
B. Logo: 45 (š) × 13,5 (v) mm
C. Webová adresa: Museo 500/8,8 b
D. Linky vnější: tloušťka tahu 0,6; barva. tahu: 35% černá
Linky vnitřní: tloušťka tahu 0,25; barva. tahu: 35% černá
Čtverečky: 7 × 7 mm



Obálka – Zadní strana

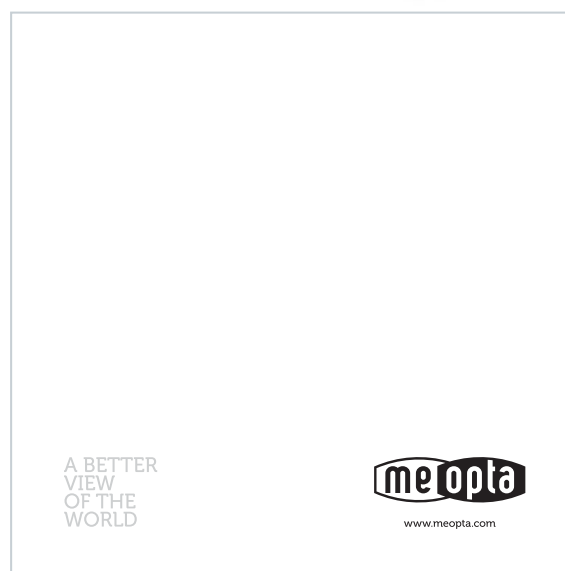
B / 02.04

Poznámkový blok

Obálka zadní (popis)

Poznámkový blok má standardní rozměr – A4 (210 × 297 mm).
Na blocích se používá claim ve verzi pro mezinárodní komunikaci.

Obálka – Zadní strana / Prvky
A. Claim: 47 mm (v)
B. Mapa: 135 (š) × 145 (v) mm
C. Logo: 30 (š) × 9 (v) mm
D. Název společnosti: Museo 500/8 b
E. Adresa: Museo 300/8 b
F. Webová adresa: Museo 700/8 b (barva Meopta BLUE)



B / 02.05

Samolepicí Post-IT bločky

Odtrhávací samolepicí POST-IT bločky.

Na jednotlivých listech je natištěno logo v základním provedení, webová adresa a claim.

Pro příjemnější psaní poznámek ap. jsou jednotlivé listy v bílé barvě.

B / 02.06

Prezentační
sloha
na dokumenty
A4



Prezentační slohy slouží ke **vkládání dokumentů formátu A4**.

Slohy jsou tištěny na kvalitní matný křídový papír o min. plošné hmotnosti 350 g/m².

Jsou opatřeny matnou laminací a lokálně zušlechťeny parciálním UV lakem.

B / 02.07

Pozvánky



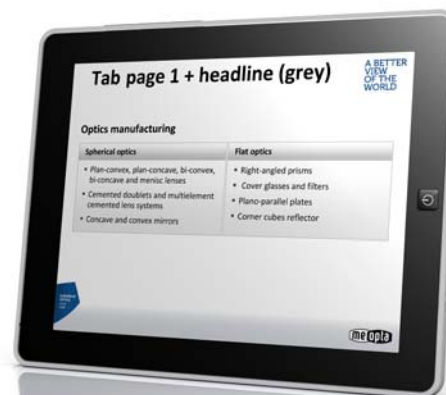
Pozvánka – Líc / formát DL (210 × 99 mm)



Pozvánka – Rub / formát DL (210 × 99 mm)

Při tvorbě pozvánek je vhodné přihlídnout a přizpůsobit grafické prvky danému účelů.

Na příkladu uvádíme jednoduchý design, kdy je kladen důraz na čitelnost, jednoduchost a věcnou informaci společně s dodržením principů vizuálního stylu společnosti.



B / 02.08

Multimediální aplikace

Princip tvorby prezentací

Při tvorbě vlastních prezentací je nutné v maximální možné míře dodržovat postupy doporučené manuálem, tj. správnost použití loga, barevnost jednotlivých prvků a pozadí, a využití stanovených fontů tak, aby byla zachována vizuální jednotka celého systému.

Pokud prezentace není zpracovávána profesionálními grafiky, doporučujeme používat alternativní firemní písmo – Calibri.

Na další straně uvádíme [příklad vhodného layoutu prezentace](#).

B / 02.09

Multimediální aplikace

Layout prezentace v programu PowerPoint

A BETTER VIEW OF THE WORLD

meopta
www.meopta.com

Presentation agenda

- Chapter 1
- Chapter 2
- Chapter 3
- Chapter 4
- Chapter 5
- Chapter 6

1 Chapter 1

4 2 lines (longer) chapter name

Fonts and colors

Subheader
All texts are always in Calibri font. This is **bold colored highlighted text**. The blue color is defined in MS Powerpoint as a Blue.

Subheader
All texts are always in Calibri font. This is **bold colored highlighted text**. The blue color is defined in MS Powerpoint as a Blue.

Subheader
All texts are always in Calibri font. This is **bold colored highlighted text**. The blue color is defined in MS Powerpoint as a Blue.

Shortly about Meopta

Company with a broad **global reach**

Meopta U.S.A., Inc.

Unique structure allows to respond to the needs of its customers quickly and effectively

Meopta facility in Prerov, Czech Republic

Total area of 135.000 m²
Manufacturing area of 58.000 m²
Over 2.700 skilled workers

Tradition since 1933

1933 The company is **established** in Prerov, Czechoslovakia by Dr. Mazurek and Ing. Beneš.

1934 The focus of production is primarily **photo enlargers and lenses**.

1946 The company is named **Meopta**.

1946-1970 **Meopta** becomes one of the **largest enlarger manufacturers** worldwide and the only cinema projector manufacturer in Central/East Europe.

1971-1988 Focus of production is aimed towards **military products** (rangefinders, periscopes, binoculars, riflescopes).

1992 **Meopta** is fully privatized and remains the **only optical enterprise in the Czech republic**.

2012 With 2.700 employees worldwide and exporting to 55 countries, **Meopta** is a major worldwide manufacturer in the field of optics.

Short text + images

Almost **80 years** long **rich tradition** of developing, manufacturing and assembling world class optical, opto-mechanical and optoelectronic products.

Production hall in Optikotechna, 1930's

Hi-tech industrial park in Meopta, 2012

Graph page

Our customers come from **55 countries**.

Switzerland 8% Israel 7% Others 2%

USA 12%

Europe Union 71%

Tab page 1 + headline (grey)

Optics manufacturing

Spherical optics	Flat optics
- Plan-convex, plan-concave, bi-convex, bi-concave and menisc lenses - Cemented doublets and multielement cemented lens systems - Concave and convex mirrors	- Right-angled prisms - Cover glasses and filters - Plano-parallel plates - Corner cubes reflector

Tab page 2

Spherical optics	Flat optics
- Plan-convex, plan-concave, bi-convex, bi-concave and menisc lenses - Cemented doublets and multielement cemented lens systems - Concave and convex mirrors	- Right-angled prisms - Cover glasses and filters - Plano-parallel plates - Corner cubes reflector

Lists with sublist + image

Milling

- Maximal dimension of work piece 800 x 500 x 450 mm
- Accuracy of machining max. IT 8
- Total number of milling machines: 56

Turning

- Diameter of the work piece 2 to 200 mm
- Length up to 300 mm
- Machining accuracy max. IT 7
- Total number of turning machines: 58

Grinding

- Round grinding
- Flat grinding
- Grinding of holes
- Accuracy

Other technologies

- Hole drilling
- Threading
- Engraving
- Gears
- Rivets

Lists with main image

Assembly technologies and system integration

- Active adjustment during online quality measurement
- Bonding, optical contacting and gluing procedures
- Clean-room and flow box assembly
- Fit mounting techniques
- Development of in-house processes for precision assembly of optical elements
- Self-centering methods

meopta
www.meopta.com

Thank you for your attention

meopta
Meopta-optika, s.r.o.
Ruhelova 1
Prerov 750 02
Czech Republic
tel. +420 581 241 111
www.meopta.com

Jednoduchý, zato efektivní způsob prezentace projektu, projektového záměru, výsledků či produktů poskytuje program PowerPoint.

Na ukázkách je uveden **příklad layoutu** takové prezentace.

Příklady použití

Další aplikace loga

PLÁN AREÁLU

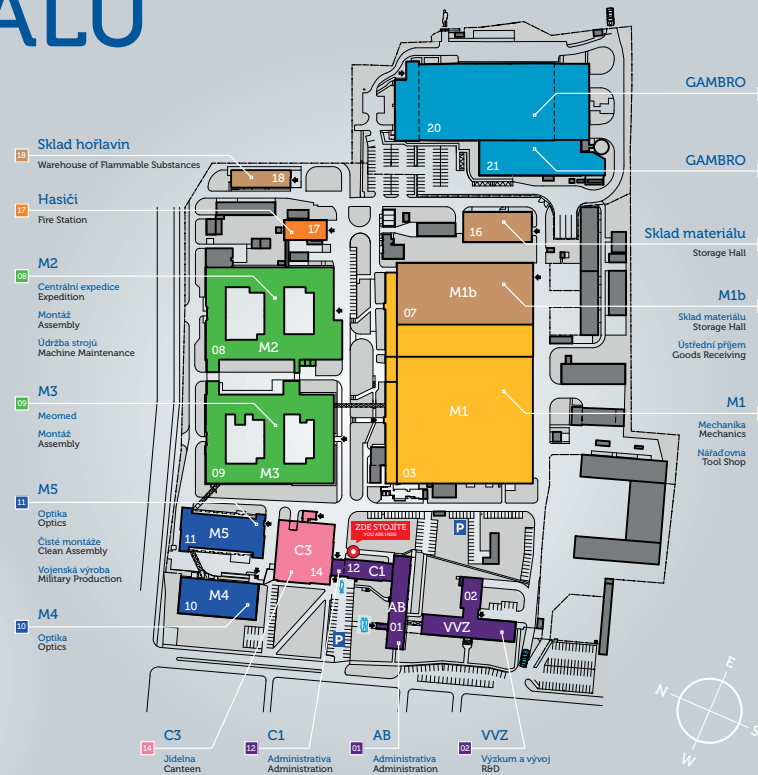
FACILITY PLAN



ČESKÁ
OPTIKA
od roku
1953

meopta

www.meopta.com



Rozměr 200 × 140 cm

B / 03.01

Orientační
systém

Exteriér

Na ukázce je znázorněn plán areálu s využitím grafických prvků charakteristických pro vizuální styl společnosti Meopta.

B / 03.02

Orientační
systém

Interiér

5. PATRO

A BETTER
VIEW
OF THE
WORLD



Rozměr 297 × 103 mm

Na ukázce je znázorněn jednoduchý princip
interiérového označování podlaží ap.



B / 03.03

Označení osobních automobilů



Při označování automobilů je důležité respektovat stejná pravidla, jako u všech ostatních aplikací.

Osobní vozy společnosti jsou označeny **logem**, **webovou adresou**, **claimem** a **prvkem „European Optics since 1933“**.

Pozn. Různé značky a typy automobilů vyžadují individuální přístup, uvádíme zde pouze obecná doporučení.



Varianta bez fotografie



Varianta s fotografií

B / 03.04

Označení
užitkových
automobilů

Při označování automobilů je důležité respektovat stejná pravidla, jako u všech ostatních aplikací.

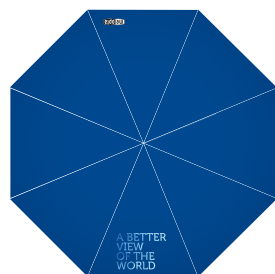
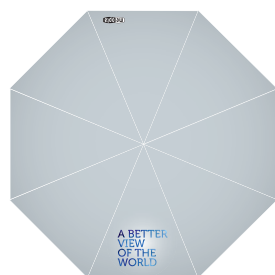
Užitkové vozy, stejně jako osobní, jsou označeny **logem**, **webovou adresou** a **claimem**, případně imageovou fotografií zpracovanou charakteristickým způsobem pro společnost Meopta.

Pozn. Různé značky a typy automobilů vyžadují individuální přístup, uvádíme zde pouze obecná doporučení.



B / 03.05

Propagační předměty



Společnost Meopta užívá ke své propagaci drobné propagační předměty. Široký sortiment těchto předmětů nabízejí specializovaní dodavatelé.

Na propagační předměty se podle jejich charakteru a možností potisků umísťuje logo v základním provedení, případně webová adresa a claim.

Konečnou podobu reklamních předmětů určuje marketingové oddělení společnosti Meopta s ohledem na účel předmětu a cílovou skupinu.



B / 03.06

Reklamní
textil



Na této straně je znázorněn **příklad aplikace** vizuálního stylu na jednoduchém triku.

Konečnou podobu reklamního textilu určuje odpovědné oddělení společnosti Meopta s ohledem na účel textilu a cílovou skupinu.

B / 03

PŘÍKLADY POUŽITÍ / Další aplikace loga

B / 03.07

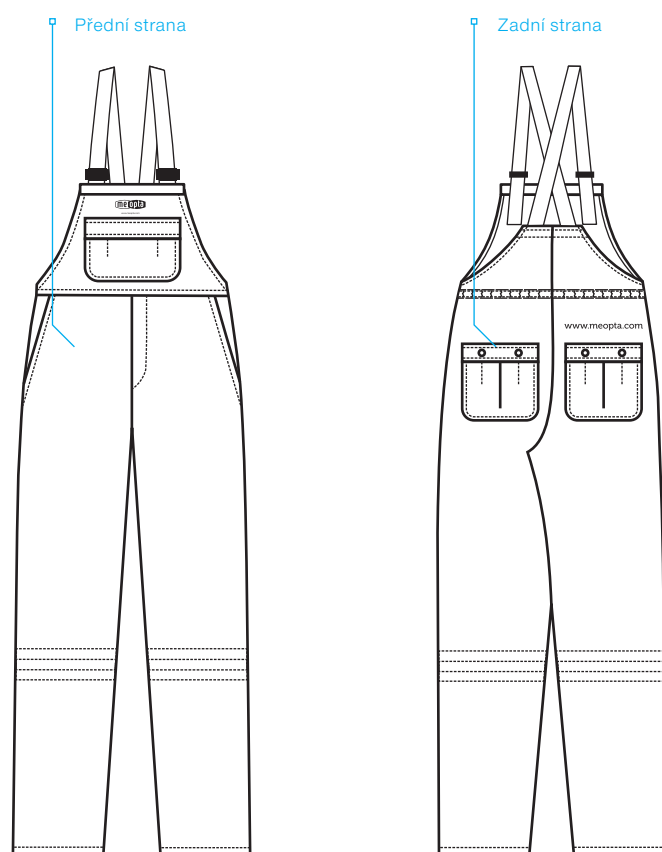
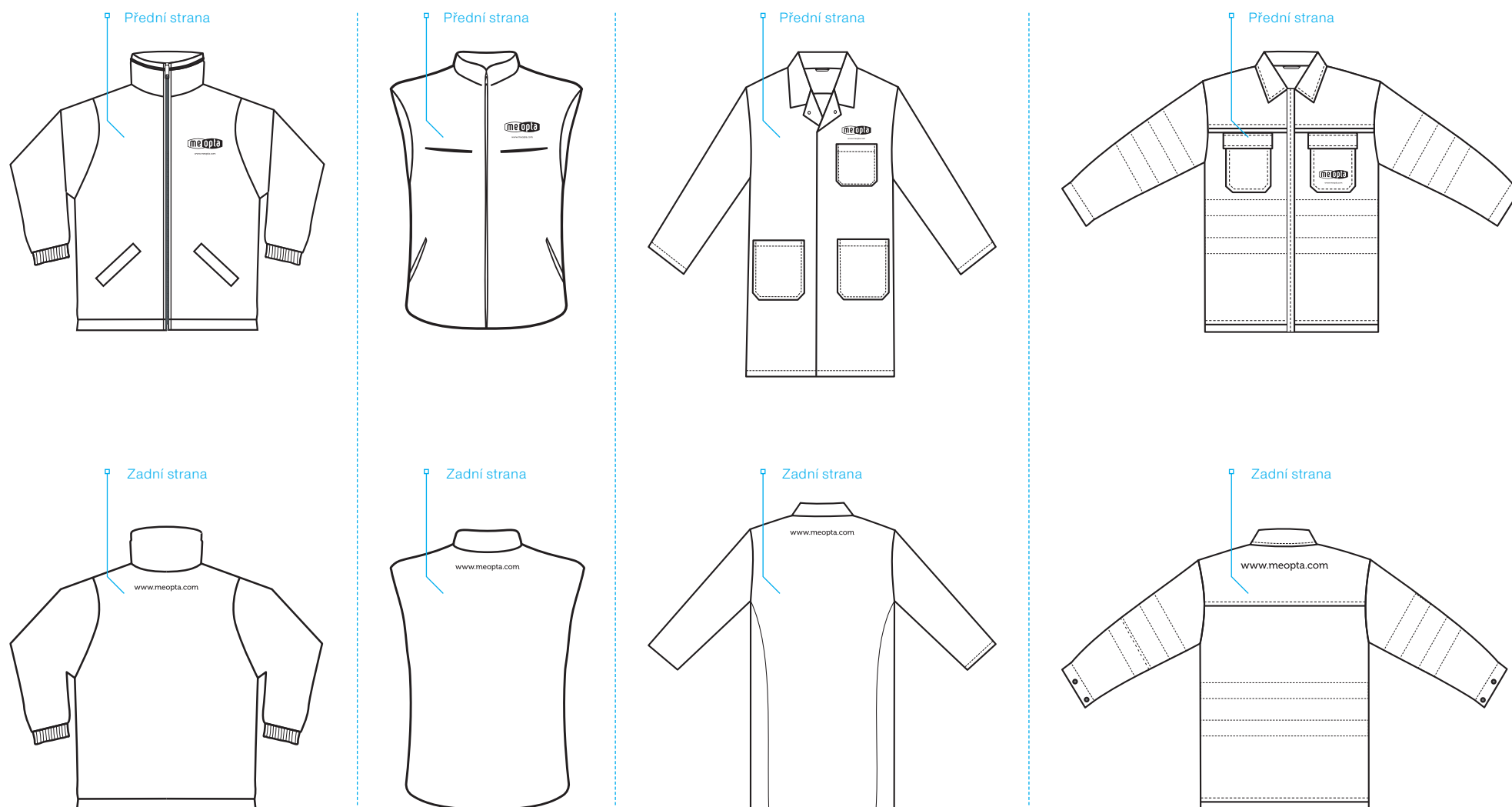
Reklamní
textil



Na této straně je znázorněn [příklad aplikace](#) loga na polokošili.

Konečnou podobu textilu určuje odpovědné oddělení společnosti Meopta s ohledem na účel a cílovou skupinu.

Princip umístění loga na pracovních oděvech



Barva oděvu / Verze loga, webové adresy



Oddíl C

Sportovní optika

Základní principy komunikace
pro prezentaci Sportovní optiky

LEPŠÍ POHLED NA SVĚT



LEPŠÍ POHLED NA SVĚT



LEPŠÍ POHLED NA SVĚT



C / 01.01

Claim
Základní
provedení

—
LEPŠÍ
POHLED
NA
SVĚT

Jedním ze základních prvků vizuálního stylu je claim „**LEPŠÍ POHLED NA SVĚT**“. Objevuje se na všech materiálech mediální komunikace Sportovní optiky.

Na ukázkách je znázorněné grafické zpracování claimu. Do textu, který je vysázen **verzálkami** (velkými písmeny) písma **Museo 500**, je vložena fotografie. Stejná fotografie se objevuje také v hlavním sdělení materiálu, na kterém je claim umístěn.

Obecným doporučením pro grafické zpracování claimu je vždy přihlédnout na celou kompozici tak, aby výřez fotografie v claimu nerušil jeho čitelnost.

Pro případy, kdy nelze, nebo není vhodné použít claim v této základní verzi, je stanovena podoba claimu dvouřádkového a jednořádkového (viz. následující strana).

Dvouřádková verze claimu

LEPŠÍ POHLED
NA SVĚT

Jednořádková verze claimu

LEPŠÍ POHLED NA SVĚT

C / 01.02

Claim
Sekundární
provedení

—
LEPŠÍ
POHLED
NA
SVĚT

Tyto verze claimu jsou určeny pouze pro případy, kdy není z objektivních příčin možné použít claim v základním provedení.

Grafické zpracování těchto verzí claimu je totožné se zpracováním verze základní.

Pokud to není nezbytně nutné, je vždy **upřednostňován claim v základní verzi** (viz. předchozí strana).

A BETTER VIEW OF THE WORLD



A BETTER VIEW OF THE WORLD



A BETTER VIEW OF THE WORLD



C / 01.03

Claim
Základní
provedení
—
A BETTER
VIEW
OF THE
WORLD

Jedním ze základních prvků vizuálního stylu je claim „A BETTER VIEW OF THE WORLD“. Objevuje se na všech materiálech mediální komunikace Sportovní optiky.

Na ukázkách je znázorněné grafické zpracování claimu. Do textu, který je vysázen **verzálkami** (velkými písmeny) písma Museo 500, je vložena fotografie. Stejná fotografie se objevuje také v hlavním sdělení materiálu, na kterém je claim umístěn.

Obečným doporučením pro grafické zpracování claimu je vždy přihlédnout na celou kompozici tak, aby výřez fotografie v claimu nerušil jeho čitelnost.

Pro případy, kdy nelze, nebo není vhodné použít claim v této základní verzi, je stanovena podoba claimu dvouřádkového a jednořádkového (viz. následující strana).

Dvouřádková verze claimu

A BETTER VIEW
OF THE WORLD

Jednořádková verze claimu

A BETTER VIEW OF THE WORLD

C / 01.04

Claim
Sekundární
provedení

—

A BETTER
VIEW
OF THE
WORLD

Tyto verze claimu jsou určeny pouze pro případy, kdy není z objektivních příčin možné použít claim v základním provedení.

Grafické zpracování těchto verzí claimu je totožné se zpracováním verze základní.

Pokud to není nezbytně nutné, je vždy **upřednostňován claim v základní verzi** (viz. předchozí strana).



LEPŠÍ
POHLED
NA
SVĚT

Nevhodné zpracování

LEPŠÍ
POHLED
NA
SVĚT

Vhodné zpracování



A BETTER
VIEW
OF THE
WORLD

Nevhodné zpracování

A BETTER
VIEW
OF THE
WORLD

Vhodné zpracování

C / 01.05

Claim

Nevhodné
grafické
zpracování

Na ukázkách je znázorněné nevhodné zpracování claimu.

Výřez fotografie v claimu musí být volen vždy tak, aby nenarušoval čitelnost claimu.

C / 01.06

Práce s fotografií a její role v rámci vizuálního stylu

Umístění fotografie v celkové kompozici marketingových materiálů je zvolena tak, aby nezapadla do řady konkurenčních designů a pomohla společnosti podtrhnout její individualitu a vyspělost.

Na ukázce je znázorněna práce s fotografií – fotografie je umístěna do soustředných kruhů, s cílem ilustrovat podstatu, filosofii i zaměření společnosti.

Systém tvoří originální fotografie v centrálním kruhu, a její zopakování v různých výřezech v dalších kruzích s použitím gaussovského rozostření. Pro míru rozostření nelze stanovit jasná pravidla, ta je individuální pro každou fotografii v závislosti na její velikosti a kvalitě. Vždy je velmi důležité přihlídnout k celkové vizuální působivosti výsledného snímku.

Příklady použití jsou uvedeny v následujících kapitolách.





Nevhodné použití



Vhodné použití



Nevhodné použití



Vhodné použití

C / 01.07

Fotografie

Nevhodné
zpracování

Na ukázkách je znázorněn nevhodný výřez fotografie v soustředných kruzích současně s absencí gaussovského rozostření fotografie v kruzích vnějších.

Parciální UV lak



Obálka –
Titulní strana/ formát A4 (210 × 297 mm)



Příklad grafického řešení vnitřních dvoustran/ formát 2× A4 (2× 210 × 297 mm)

C / 01.08

Příklad
použití

Produktový
katalog

Na příkladu aplikace vizuálního stylu je uveden katalog „Sportovní optika“ platný pro rok 2013.

Produktové katalogy patří k nejdůležitějším tiskovinám společnosti Meopta, proto společnost Meopta věnuje tvorbě těchto materiálů velkou pozornost a neustále tyto materiály inovuje.

Jednotný koncept všech katalogů podporuje vizuální nezaměnitelnost s konkurenčními materiály.

Všechny katalogy Meopta mají standardní rozměr A4 (210 × 297 mm).

Jsou tištěny na kvalitní matný křídový papír, který dodává tiskovinám příjemný sametově matný vzhled. Obálky jsou chráněny matnou laminací a lokálně zušlechťeny parciálním UV lakem.

RIFLESCOPES Ballistic Hunting Turret

NEW

A BETTER VIEW OF THE WORLD

Ballistic Hunting Turret
Der neue ballistische Drehknopf
Balistické točítko

Better, more Accurate Ranging at Extended Distances

The new MeoStar Ballistic Hunting Turret (BHT) is designed to help shooters establish reliable, accurate aiming points at multiple distances. Multiple holdover points are specially calibrated for your weapon in conjunction with our simple, web-based ballistic calculator. Additionally, the BHT is a self-assembled unit which fits to the top of your elevation adjustment on our most popular MeoStar riflescopes.

Der neue ballistische Drehknopf

Der neue ballistische Drehknopf für Zielfernrohre MeoStar (BHT) hilft dem Schützen zuverlässig und genau den Zielpunkt auf der Scheibe in verschiedenen Entfernungen einzustellen. Er erlaubt das Einstellen des Zielpunkts für 3 verschiedene Entfernungen entweder beim Einschießen der Waffe oder mithilfe eines speziell entwickelten Ballistikalkulators der auf den Webseiten der Sportoptik von Meopta abgerufen werden kann. Der ballistische Drehknopf ist für die meist verkaufte Zielfernrohrserie Meopta – MeoStar – entworfen worden und gibt Ihnen die Sicherheit einer hochgenauen Treffpunktlage.

Přesný zásah na dosah

Nové balistické točítko pro puškohledy MeoStar (BHT) pomáhá střelci spolehlivě a přesně nastavit bod zásahu terče v různých vzdálenostech. Umožňuje nastavit polohu záměrného bodu pro 3 různé vzdálenosti, buď při nábělu zbraně nebo pomocí speciálně vyvinutého balistického kalkulatoru na webových stránkách sportovní optiky Meopta. Balistické točítko je navrženo pro nejprodávanejší puškohledy Meopta MeoStar a dodá vám jistotu přesného zásahu.

EUROPEAN OPTICS SINCE 1933

Meopta – optika, s.r.o.
Kabelkova 1 / 750 02 Píseň / Czech Republic
tel. +420 581 241 111

meopta

www.meopta.com

Formát A4 (210 × 297 mm)

C / 01.09

Příklad
použitíProduktové
listy

Jednotný koncept je rozpracován i do dalších materiálů.

Na příkladu je uveden **layout** technického listu produktu, který svým vzhledem a obsahem plně koresponduje s ostatními marketingovými materiály.

Produktové / technické listy mají standardní rozměr A4 (210 × 297 mm).

Příklad použití

Inzerce v tištěných médiích

Inzerci tvoří jednoduchá kompozice
prvků vizuální identity charakteristická
pro společnost Meopta.

Cílem grafického zpracování je **originalita** a **nezaměnitelnost** s jiným, podobně orientovaným výrobcem.



Základní layout inzerce
(formát A4)Základní layout inzerce
s prostorem pro kontakty obchodního partnera (formát A4)

C/01.11

Příklad
použitíZákladní
layout
inzerce

Na ukázce princip tvorby inzerce zaměřené na prezentaci vybraného produktu z oblasti sportovní optiky.



City Light – imageové řešení



City Light – imageové řešení s prostorem pro kontakty obchodního partnera



City Light – produktové řešení



City Light – produktové řešení s prostorem pro kontakty obchodního partnera

C / 01.12

Příklad použití

Outdoorová reklama – City Lighty

Při tvorbě outdoorové reklamy je nutné respektovat stejná pravidla, jako u všech ostatních materiálů.

Na ukázce je znázorněn příklad aplikace vizuálního stylu na **City Light plakátech**, které představují moderní a elegantní formu venkovní reklamy.

Na vyobrazení jsou znázorněny dvě varianty řešení – imageové a produktové řešení. V případě potřeby lze plakáty doplnit také kontaktními údaji obchodního partnera. Pro zachování jednotného stylu je prostor pro kontakty partnera vymezen **v dolním levém rohu**.

Pro tisk se používá translucentní bílý papír odolný povětrnostním vlivům a UV záření.



Billboard – imageové řešení



Billboard – imageové řešení s prostorem pro kontakty obchodního partnera



Billboard – produktové řešení



Billboard – produktové řešení s prostorem pro kontakty obchodního

C/01.13

Příklad
použití

Outdoorová
reklama –
Billboardy

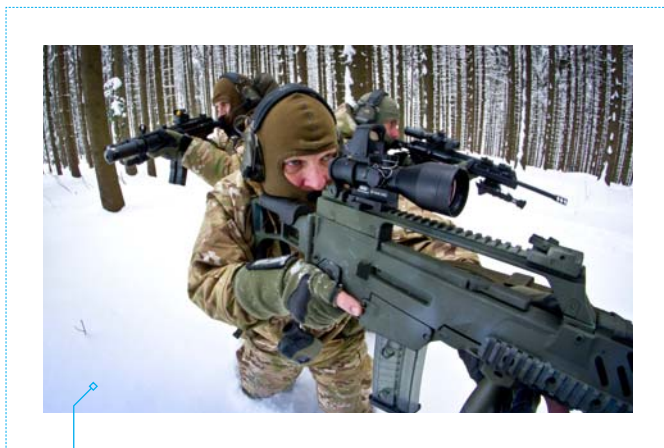
Na příkladu je znázorněna aplikace vizuálního stylu na **billboardech**, které představují univerzální formu venkovní reklamy.

Na vyobrazení jsou znázorněny dvě varianty řešení – imageové a produktové řešení. V případě potřeby lze billboardy doplnit také kontaktními údaji obchodního partnera. Pro zachování jednotného stylu je prostor pro kontakty partnera vymezen v **dolním levém rohu**.

Oddíl D

Vojenské aplikace

Základní principy komunikace
pro prezentaci vývoje a výroby
speciálních dalekohledů a zaměřovací optiky
pro vojenské a bezpečnostní složky



VÍTĚZ NAD TEMNOTOU

D / 01.01

Claim
Základní
provedení
—
VÍTĚZ
NAD
TEMNOTOU

Součástí jednotného vizuálního stylu jsou také pravidla pro prezentaci divize společnosti Meopta specializující se na výrobu a vývoj optiky pro vojenské a bezpečnostní složky.

Jedním ze základních prvků vizuálního stylu je claim „VÍTĚZ NAD TEMNOTOU“.

Na ukázkách je znázorněné grafické zpracování. Do textu, který je vysázen **verzálkami** (velkými písmeny) písma **Museo 500**, je vložena fotografie. Stejná fotografie se objevuje také v hlavním sdělení materiálu, na kterém je claim umístěn.

Obečným doporučením pro grafické zpracování claimu je vždy přihlídnout na celou kompozici tak, aby výřez fotografie v claimu nerušil jeho čitelnost.

D / 01.02

Claim

Sekundární
provedení

—
VÍTĚZ
NAD
TEMNOTOU

Dvouřádková verze claimu



VÍTĚZ
NAD TEMNOTOU

Jednořádková verze claimu

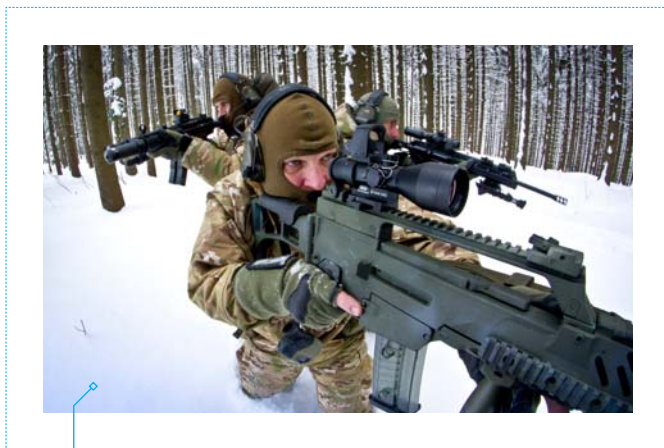


VÍTĚZ NAD TEMNOTOU

Tyto verze claimu jsou určeny pouze pro případy, kdy není z objektivních příčin možné použít claim v základním provedení.

Grafické zpracování těchto verzí claimu je totožné se zpracováním verze základní.

Pokud to není nezbytně nutné, je vždy **upřednostňován claim v základní verzi** (viz. předchozí strana).



VICTORY
OVER
THE
DARKNESS

D / 01.03

Claim
Základní
provedení
—
VICTORY
OVER
THE
DARKNESS

Pro mezinárodní komunikaci je určen claim „VICTORY OVER THE DARKNESS“.

Na ukázkách je znázorněné grafické zpracování. Do textu, který je vysázen **verzálkami** (velkými písmeny) písma **Museo 500**, je vložena fotografie. Stejná fotografie se objevuje také v hlavním sdělení materiálu, na kterém je claim umístěn.

Obečným doporučením pro grafické zpracování claimu je vždy přihlídnout na celou kompozici tak, aby výřez fotografie v claimu nerušil jeho čitelnost.

D / 01.04

Claim

Sekundární provedení

—
VICTORY
OVER
THE
DARKNESS

Dvouřádková verze claimu



VICTORY
OVER THE DARKNESS

Jednořádková verze claimu



VICTORY OVER THE DARKNESS

Tyto verze claimu jsou určeny pouze pro případy, kdy není z objektivních příčin možné použít claim v základním provedení.

Grafické zpracování těchto verzí claimu je totožné se zpracováním verze základní.

Pokud to není nezbytně nutné, je vždy **upřednostňován claim v základní verzi** (viz. předchozí strana).

D / 01.05

Claim

Nevhodné
grafické
zpracování

VÍTĚZ
NAD
TEMNOTOU

Nevhodné zpracování

VÍTĚZ
NAD
TEMNOTOU

Vhodné zpracování



VICTORY
OVER
THE
DARKNESS

Nevhodné zpracování

VICTORY
OVER
THE
DARKNESS

Vhodné zpracování

Na ukázkách je znázorněné nevhodné
zpracování claimu.

Výřez fotografie v claimu musí být volen vždy
tak, aby nenarušoval čitelnost claimu.



D / 01.06

Práce s fotografií

Na ukázce je znázorněna práce s fotografií – spolu s obrazovými prvky jsou v kompozici umístěny geometrické tvary v podobě trojúhelníků různé tonality a průhlednosti. Princip rytmu (opakování trojúhelníků) je volen tak, aby upoutala pozornost nejdůležitější část obrazu – hlavní motiv.

Hlavní motiv přináší nejvíce informací a nejvíce esteticky působí. Trojúhelníková mozaika neurčuje hlavní myšlenku, ale vhodně ji doplňuje, dokresluje nejdůležitější prvky kompozice.

Trojúhelníky byly zvoleny jako symbol **dokonalé přesnosti** a **excelentních vlastností**, jaké elitní značkový výrobce optiky vkládá do svých produktů.

Pro grafický systém trojúhelníků nelze stanovit jasná pravidla, ta jsou individuální pro každou fotografii. Vždy je velmi důležité přihlídnout k celkové vizuální působivosti výsledného obrazu.

Tato metoda grafického zprostředkování pomáhá společnosti podtrhnout její **individualitu**, **vyspělost** a výrazně se odlišit od konkurence.

Příklady použití jsou uvedeny na následujících stranách.

D / 01.07

Fotografie

Nevhodné zpracování



Nevhodné použití



Vhodné použití

Na ukázkách je znázorněna nevhodná práce s fotografií.

D / 01.08

Příklad
použití

Merkantilní
tiskoviny –
Vizitky



Líc



Rub

Při prezentaci společnosti Meopta představují vizitky velmi důležitou součást vizuálního stylu. Stejný vizuální koncept je zachován i pro „Vojenské aplikace“.

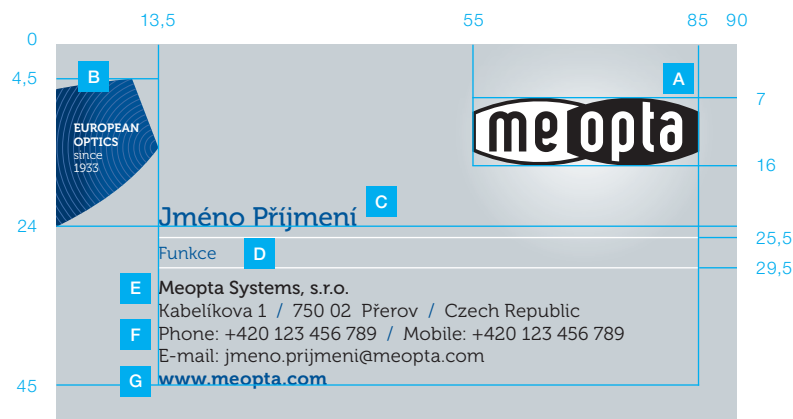
Oboustranné vizitky se tisknou na kvalitní matný křídový papír o minimální plošné hmotnosti 300 g/m². Tisk navíc doporučujeme opatřit povrchovou úpravou – lamino (mat).

Na další straně je vyobrazen a popsán okótovaný rozkres vizitky ve skutečné velikosti.

D / 01.09

Příklad
použitíMerkantilní
tiskoviny –
Vizitky

(popis)



Líc



Rub

Vizitky Meopta – Vojenské aplikace mají standardní rozměr – 90 × 50 mm.

Na vizitkách se používá claim ve verzi pro mezinárodní komunikaci a prvek „European Optics since 1933“.

Líc

Prvky

A. Logo: 30 (š) × 9 (v) mm

B. Prvek „European Optics...“: 13,5 mm (š)

Sazba

C. Jméno: Museo 500 / 10 b

D. Funkce: Museo 300 / 6,5 b

E. Název společnosti: Museo 500 / 7 b

F. Kontaktní údaje: Museo 300 / 7 b

G. Web: Museo 700 / 7 b

Rub

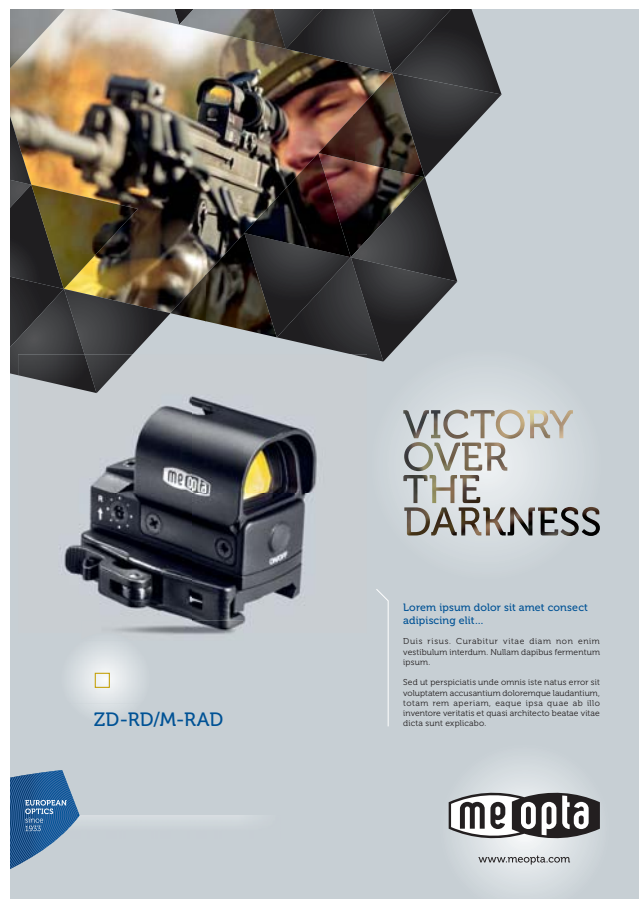
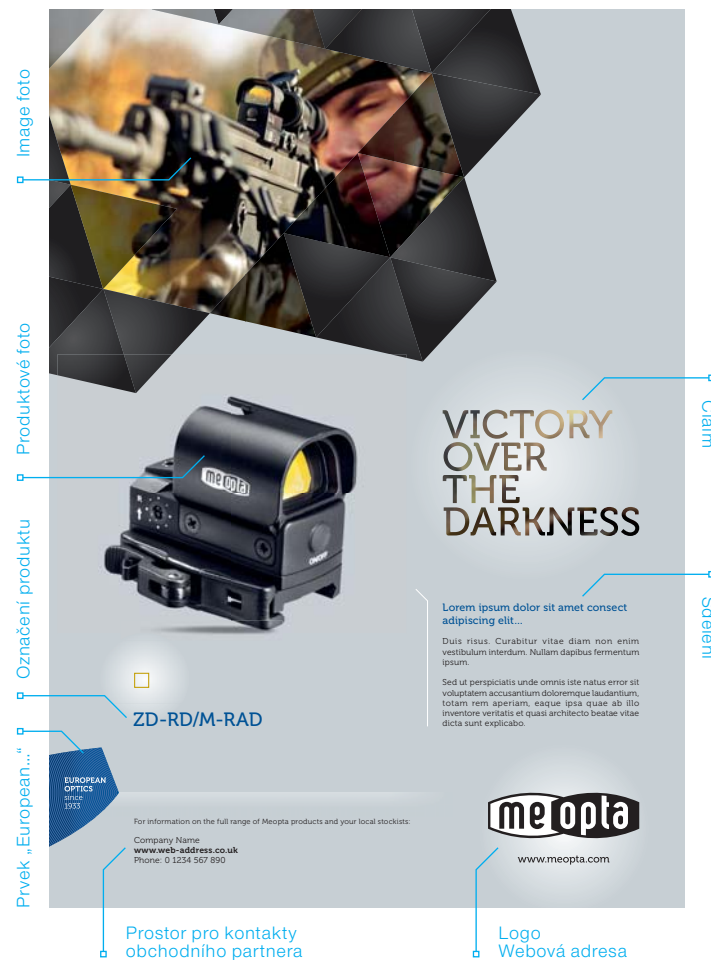
Claim: 30 mm (v)

D/01.10

Příklad
použitíInzerce
v tištěných
médiích

Inzerce tvoří jednoduchá kompozice prvků vizuální identity charakteristická pro komunikaci „Meopta – Vojenské aplikace“.

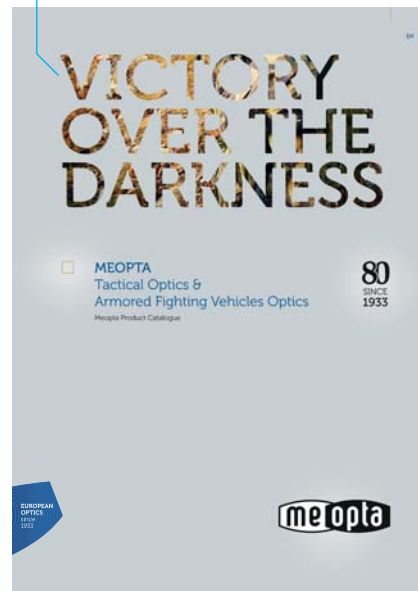
Cílem grafického zpracování je **originalita** a **nezaměnitelnost** s jiným, podobně orientovaným výrobcem.

Základní layout inzerce
(formát A4)Základní layout inzerce
s prostorem pro kontakty obchodního partnera (formát A4)

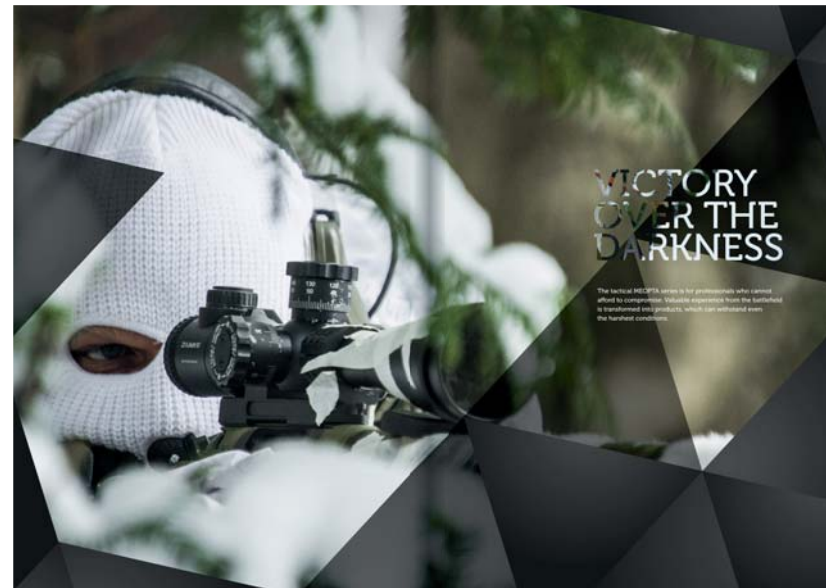
D/01.11

Příklad
použitíZákladní
layout
inzerceNa ukázce princip tvorby layoutu inzerce
zaměřené na prezentaci vybraného produktu.

Parciální UV lak



Obálka –
Titulní strana / formát A4 (210 × 297 mm)



Příklad grafického řešení vnitřních dvoustran / formát 2 × A4 (2 × 210 × 297 mm)

D / 01.12

Příklad použití

Produktový katalog

Na příkladu aplikace vizuálního stylu Vojenských aplikací je uveden katalog „Taktická optika & optika pro bojová vozidla“ platný pro rok 2013.

Produktové katalogy patří k nejdůležitějším tiskovinám společnosti Meopta, proto společnost Meopta věnuje tvorbě těchto materiálů velkou pozornost a neustále tyto materiály inovuje.

Jednotný koncept všech katalogů podporuje vizuální nezaměnitelnost s konkurenčními materiály.

Vizuální styl Vojenských aplikací využívá společně s imageovými a produktovými fotografiemi také geometrické tvary, které jsou voleny tak, aby upoutala pozornost nejdůležitější částí obrazu – hlavní motiv, který přináší nejvíce informací a nejvíce esteticky působí. Více – viz. kapitola C/01.05: Práce s fotografií.

Všechny katalogy Meopta mají standardní rozměr A4 (210 × 297 mm).

Jsou tištěny na kvalitní matný křídový papír, který dodává tiskovinám příjemný sametově matný vzhled. Obálky jsou chráněny matnou laminací a lokálně zušlechťeny parciálním UV lakem.

Oddíl E

Průmyslové aplikace

Základní principy komunikace
pro prezentaci výroby a vývoje
vysoce přesných optických dílů, subsystémů a celků
od jejich vývoje až po sériovou výrobu

Verze pro komunikaci v češtině

Verze pro mezinárodní komunikaci

Základní verze claimu

LEPŠÍ
POHLED
NA
SVĚT

A BETTER
VIEW
OF THE
WORLD

Dvouřádková verze claimu

LEPŠÍ POHLED
NA SVĚT

A BETTER VIEW
OF THE WORLD

Jednořádková verze claimu

LEPŠÍ POHLED NA SVĚT

A BETTER VIEW OF THE WORLD

E / 01.01

Claim

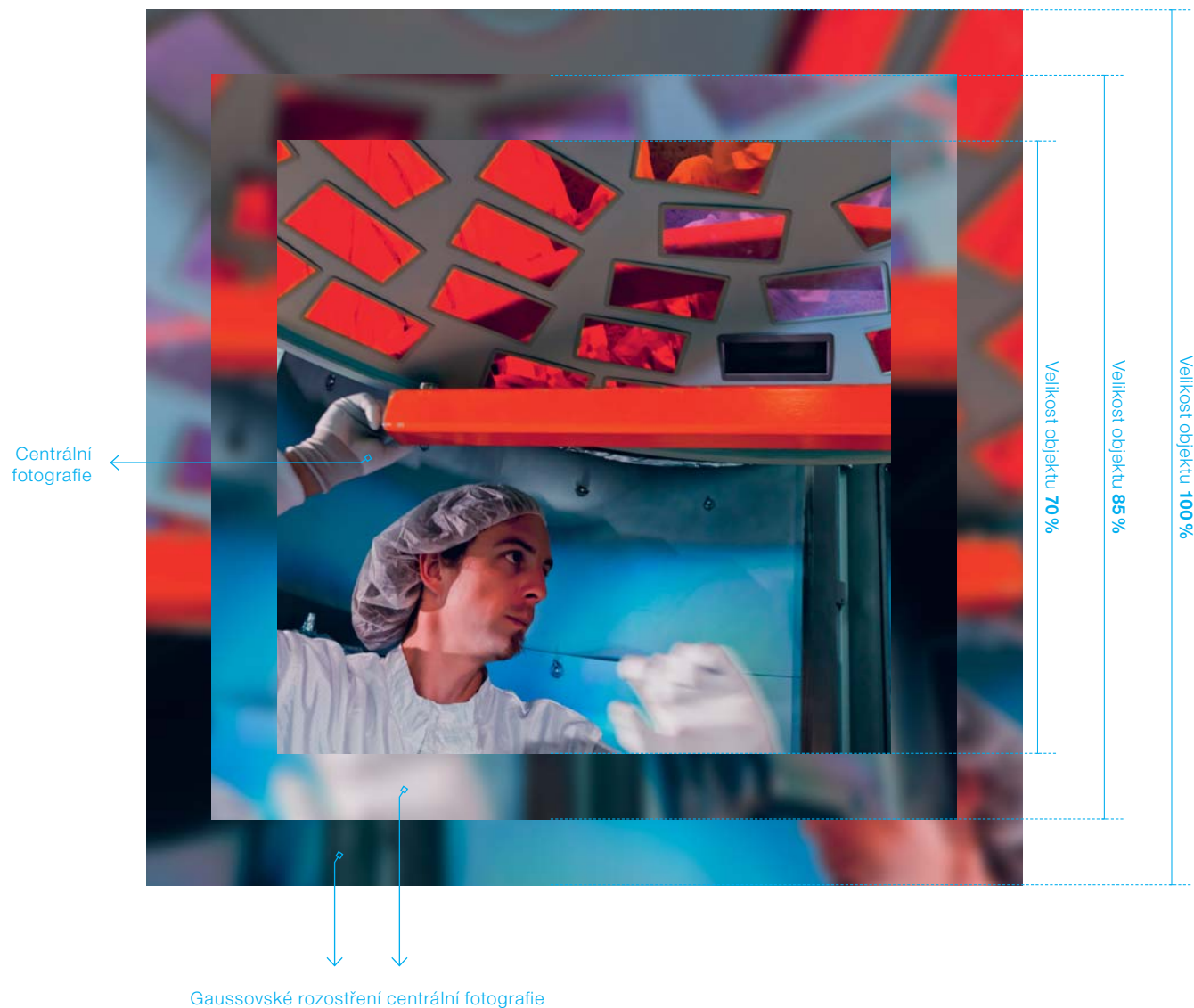
Pro prezentaci „Meopta – Průmyslové aplikace“ se používá základní claim „LEPŠÍ POHLED NA SVĚT (A BETTER VIEW OF THE WORLD)“.

Na ukázkách je znázorněné grafické zpracování claimu. Do textu, který je vysázen **verzálkami** (velkými písmeny) písma **Museo 500**, je vložena fotografie.

Obecným doporučením pro grafické zpracování claimu je vždy přihlídnout na celou kompozici tak, aby výřez fotografie v claimu nerušil jeho čitelnost.

E / 01.02

Práce s fotografií



Na ukázce je znázorněn systém práce s fotografií – fotografie je umístěna do soustředných, pravoúhlých geometrických tvarů.

V centrálním čtverci či obdélníku je umístěna originální fotografie a je zopakována v různých výřezech v dalších obvodových objektech s použitím gaussovského rozostření. Pro míru rozostření nelze stanovit jasná pravidla, ta je individuální pro každou fotografii v závislosti na její velikosti a kvalitě.

Vždy je velmi důležité přihlídnout k celkové vizuální působivosti výsledného obrazu.

Příklady použití jsou uvedeny na dalších stranách.



Nevhodné použití



Vhodné použití



Nevhodné použití



Vhodné použití

E / 01.03

Fotografie

Nevhodné zpracování

Na ukázkách je znázorněna nevhodná práce s fotografií.

E / 01.04

Příklad
použití

Info
panel



Na příkladu aplikace vizuálního stylu
Průmyslových aplikací je uveden info panel.

E / 01.05

Příklad
použitíInzerce
v tištěných
médiích

Inzerce tvoří jednoduchá kompozice prvků vizuální identity charakteristická pro komunikaci „Meopta – Průmyslové aplikace“.

Cílem grafického zpracování je **originalita** a **nezaměnitelnost** s jiným, podobně orientovaným výrobcem.

Základní layout inzerce
(formát A4)


**A BETTER
VIEW
OF THE
WORLD**

**LOREM IPSUM
DOLOR SIT AMET
CONSECTETUER**

- Evelique vene plationsed
- Connihicilis et ventium escium
- Vimporrestiae omnienime
- Niscla idipsam, odipsusam eicatat
- Iscidisqui omnis
- Dolut repraer restiis aligent
- Etute natet esci ipsaped issequi
- Sum quid expeliatis

meopta
www.meopta.com

EUROPEAN OPTICS since 1933

Základní layout inzerce
s prostorem pro kontakty obchodního partnera (formát A4)


**A BETTER
VIEW
OF THE
WORLD**

**LOREM IPSUM
DOLOR SIT AMET
CONSECTETUER**

- Evelique vene plationsed
- Connihicilis et ventium escium
- Vimporrestiae omnienime
- Niscla idipsam, odipsusam eicatat
- Iscidisqui omnis
- Dolut repraer restiis aligent
- Etute natet esci ipsaped issequi
- Sum quid expeliatis

meopta
www.meopta.com

EUROPEAN OPTICS since 1933

For information on the full range of Meopta products and your local stockists:
Company Name
www.web-address.co.uk
Phone: 0 1234 567 890

Image foto

Claim

Headline

Ilustrační foto

Prvek „European...“

Prostor pro kontakty obchodního partnera

Sdělení

Logo Webová adresa

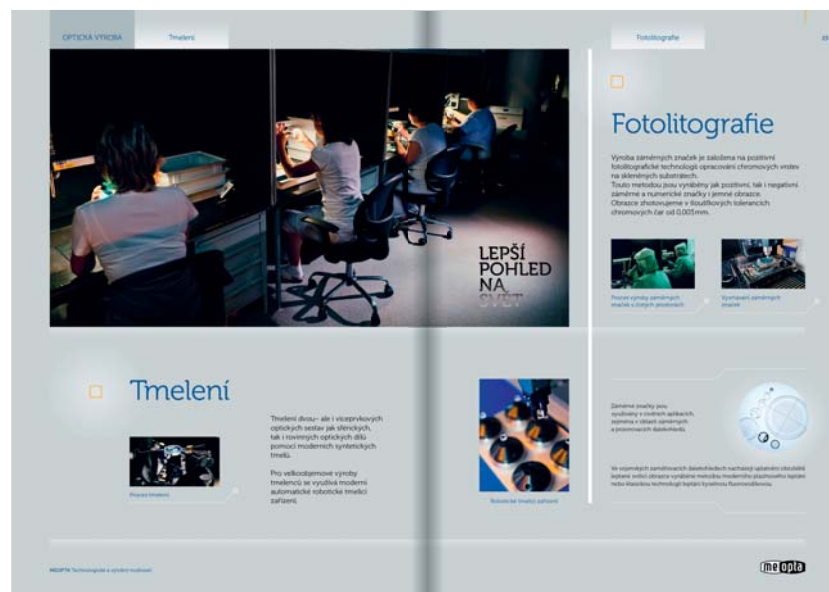
E/01.06

Příklad
použitíZákladní
layout
inzerce

Na ukázce je uveden základní layout inzerce.



Obálka –
Titulní strana/ formát A4 (210 × 297 mm)



Příklad grafického řešení vnitřních dvoustran/ formát 2× A4 (2× 210 × 297 mm)

E / 01.07

Příklad
použití

Produktový
katalog

Na příkladu aplikace vizuálního stylu Průmyslových aplikací je uveden produktový katalog „Technologické a výrobní možnosti“ platný pro rok 2013.

Produktové katalogy patří k nejdůležitějším tiskovinám společnosti Meopta, proto společnost Meopta věnuje tvorbě těchto materiálů velkou pozornost a neustále tyto materiály inovuje.

Jednotný koncept všech katalogů podporuje vizuální nezaměnitelnost s konkurenčními materiály.

Všechny katalogy Meopta mají standardní rozměr A4 (210 × 297 mm).

Jsou tištěny na kvalitní matný křídový papír, který dodává tiskovinám příjemný sametově matný vzhled. Obálky jsou chráněny matnou laminací a lokálně zušlechťeny parciálním UV lakem.

MANUÁL JEDNOTNÉHO VIZUÁLNÍHO STYLU

společnosti
Meopta – optika, s.r.o.

© Meopta – optika, s.r.o., 2014
Kabelíkova 1 / CZ-750 02 Přerov
meopta@meopta.com
www.meopta.com

© YASCHA design s.r.o., 2014
Denisova 277/16 / CZ-779 00 Olomouc
yascha@yascha.cz
www.yascha.cz