



GRINITY

BRAND BOOK  
GUIDELINES







# GRINITY

## BRAND BOOK

Jednotný vizuální styl je prostředek komunikace společnosti s veřejností, obchodními partnery a v neposlední řadě se zaměstnanci společnosti. Usnadňuje identifikaci a snaží se vyjádřit charakter, hodnoty a ambice společnosti.

Grinity Brand book guideline definuje vizuální elementy a vysvětluje, jak je žádoucí je využívat v souladu s korporátní identitou společnosti. Správné použití tohoto brandu vytváří jednotnou a stabilní prezentaci, která vyvolává pocit důvěryhodnosti a spoluvytváří kvalitu identity.

Identifikace	04
Princip brand identity	06
Logotyp brandu	09
Pravidla komunikace	20
Barevná paleta	23
Písma a typografie	27
Brand prvky	30
Ikonografie	34
MS Office dokumenty	38
Tiskové aplikace	47
Digitální aplikace	54

# IDENTIFIKACE SOUBORŮ V BRAND BOOK GUIDELINES

## Specifikace

Pro soubory v příloze manuálu byl určen systém, podle kterého se soubory popisují. V názvu souboru jsou uvedeny všechny základní informace, jako název společnosti, rozměr, barva atd.

Příklad názvu

**Grinity\_logo\_print\_bila.ai**

Soubory v příloze manuálu jsou uloženy v různých formátech s odlišnými koncovkami v názvech souborů. V pravé části této strany jsou koncovky vypsány i s jejich významy a místy použití.

Datová příloha manuálu je uložena na Intranetu jako součást manuálu. Dále je uložena na webu grinity.com odkud je možné kdykoliv stáhnout zdrojové soubory.

## Typy souborů

- .ai** - Vektorový formát souboru – křivky (soubor určen k profesionální úpravě grafiky a její tvorbě)
- .eps** - Vektorový formát souboru – křivky (soubor určen k profesionální úpravě grafiky a její tvorbě) použité v MS Office dokumentech
- .pdf** - Postscriptový formát souboru (tiskový formát, běžný formát pro prezentace a úřední komunikaci)
- .png** - Rastrový formát souboru – průhledné pozadí (formát pro web a online prezentaci)
- .jpg** - Rastrový formát souboru (formát pro web nebo prezentaci)
- .docx** - Šablona pro akcidenční tiskoviny v MS Word
- .xlsx** - Šablona pro tabulkový editor MS Excel
- .pptx** - Šablona pro tvorbu PowerPointové prezentace

## Označení souborů

**Horizontální** - Vodorovný formát

**Vertikální** - Svislý formát

**CMYK** - Barva určena pro tiskové použití

**RGB** - Barva určena pro digitální použití

**Pantone** - Barva přímá, určená pro tiskové použití

**Black** - Jednobarevná varianta / Černá

**White** - Jednobarevná varianta / Bílá



PRINCIP BRAND  
IDENTITY



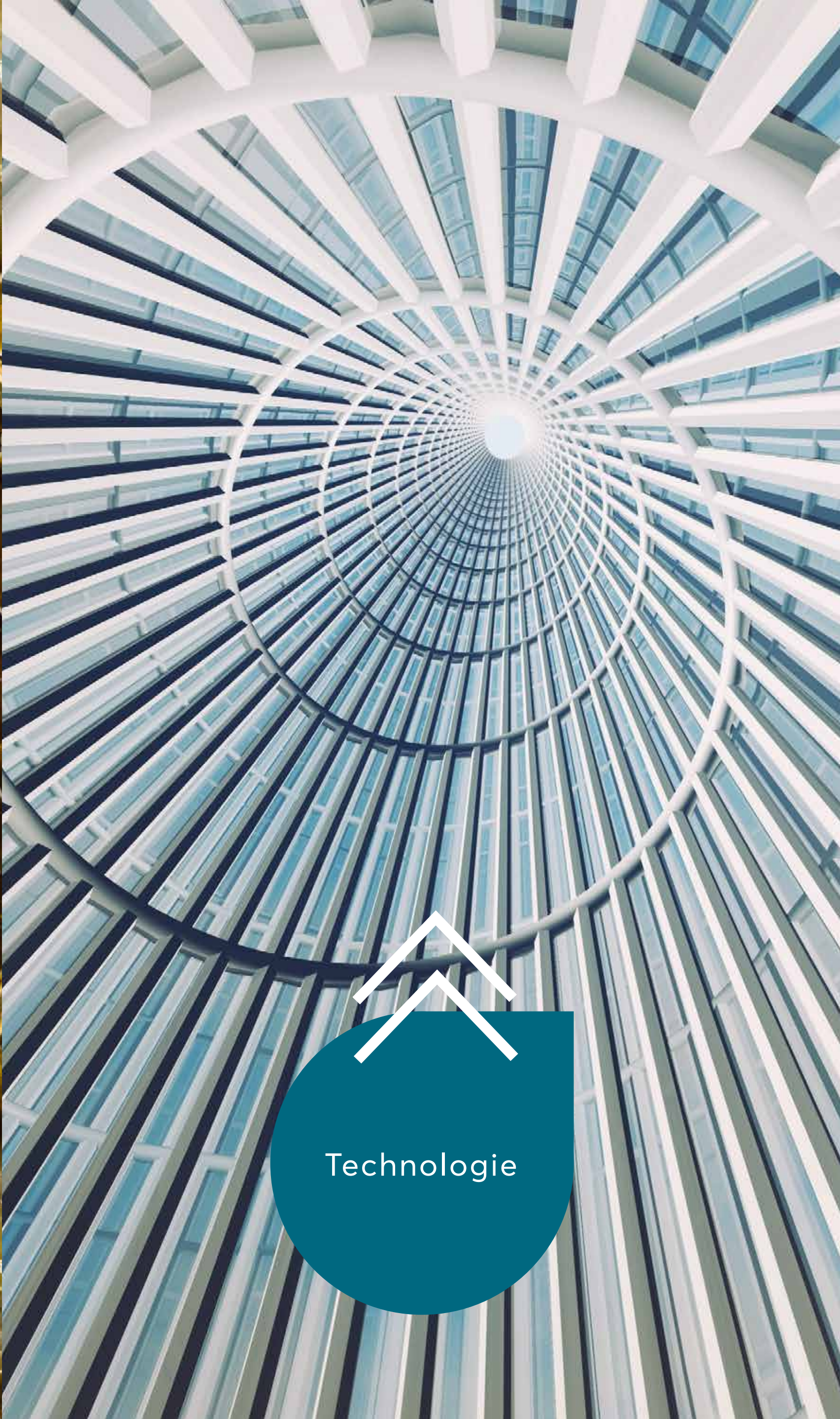
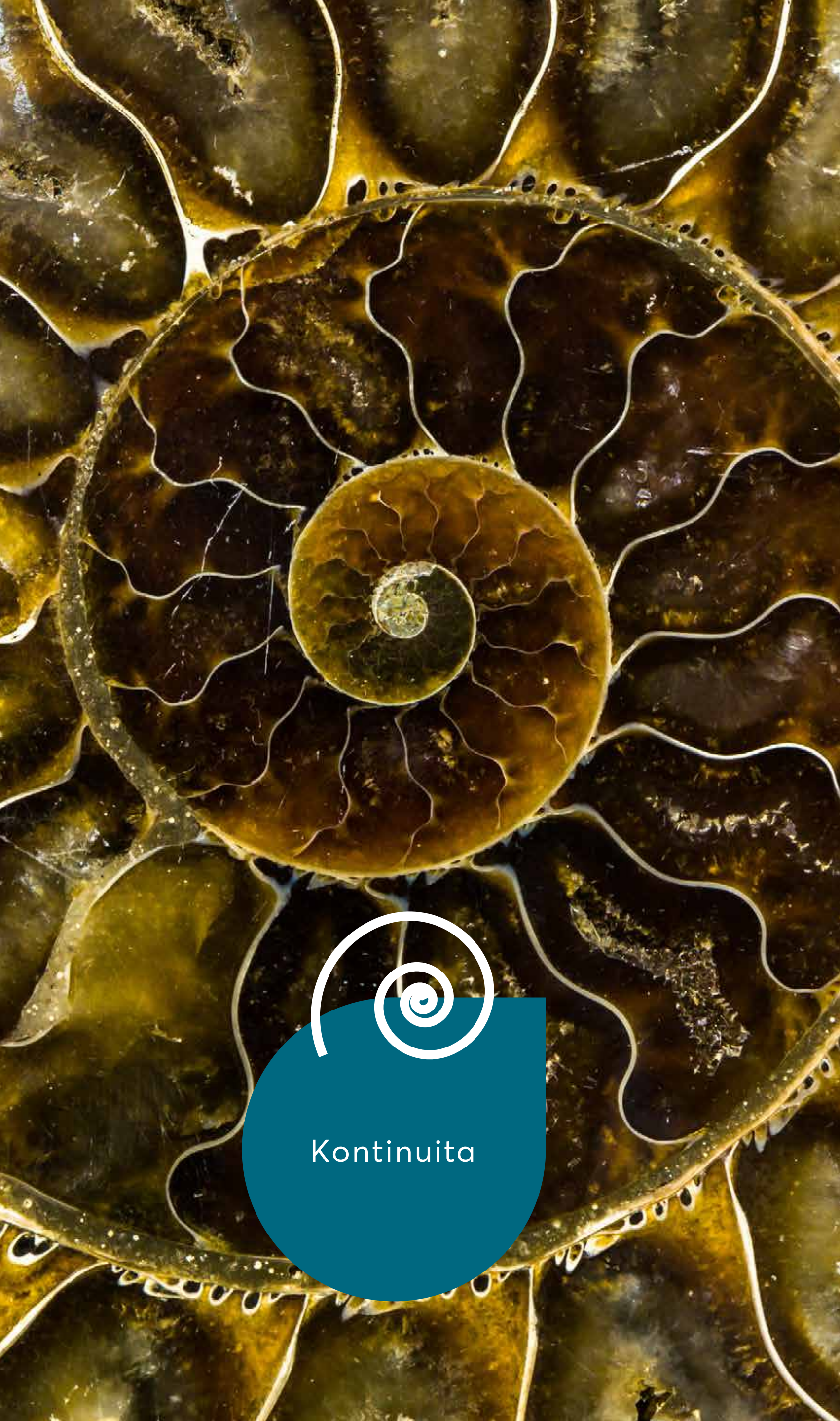
# PRINCIP IDENTITY

Když něco realizujeme, píšeme nebo říkáme, představujeme tak osobnost společnosti Grinity. Je proto důležité, aby naše komunikace napříč všemi kanály vyjadřovala naše vize a hodnoty.

Spojení kontinuity, technologie a udržitelnosti, demonstruje základní myšlenky, které jsou propsané v jedinečnosti brand identity.







Kontinuita

Technologie

Udržitelnost



# LOGO JAKO ZÁKLAD BRANDU

Hlavním stavebním kamenem firemní identity společnosti je logo. Logo Grinity je vizuálně definováno dvěma částmi. Tedy kombinací jasně rozpoznatelného symbolu v podobě litery G a moderní typografie jasně sdělující název společnosti.

## Symbol

Spojení udržitelnosti, technologie a kontinuity symbolu G demonstruje jedinečný temperament brandu. Duktus na písmene G je definovaný dvěma tloušťkami. Střed symbolu G je tahově výraznější nežli zbytek spirály. Dvojitý duktus má za cíl lepší čitelnost celého logotypu.

## Typografie

Typografie má jasně definovaný duktus tahu a velikostní řez. Text je použitý typem verzálek, který dodá logotypu seběvedomí společnosti.



UDRŽITELNOST

+



PÍSMENO G

+



SPIRÁLA



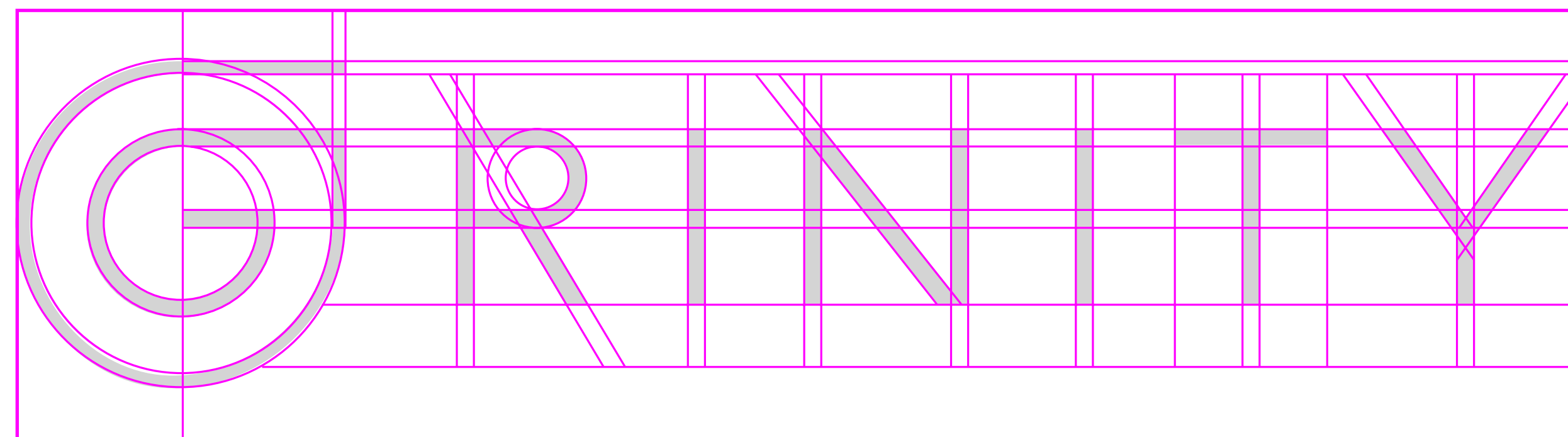
LOGOTYP  
BRANDU



# KONSTRUKCE ZÁKLADNÍHO LOGA

Každé logo by mělo mít svou konstrukci a řád. V následující konstrukci je demonstrováno, jak je logo geometricky sestaveno. Každý prvek a každá litera v něm má svůj jasně definovaný prostor a pozici.

Tlouška vnitřního písmene G má oproti zbytku spirály širší duktus. Je to konstruováno za účelem zvýraznění litery G. Zbytek duktusu tahu se rovná šířce ostatních písmen v logu.



Logotyp brandu

GRINITY

GRINITY | BUILT ASSET  
CONSULTANCY

GRINITY

GRINITY | BUILT ASSET  
CONSULTANCY



# POUŽITÍ LOGA

Logo se musí objevit ve všech veřejných materiálech, ať už v podobě celého loga, textu, symbolu spirály nebo jakékoliv kombinace.

Při běžném použití brandu Grinity lze použít jeden ze dvou připravených logotypů. Jedná se o logo klasické nebo s claimem. Jednotlivé varianty mají doporučené použití dle informačního charakteru nebo dle technického předpokladu.

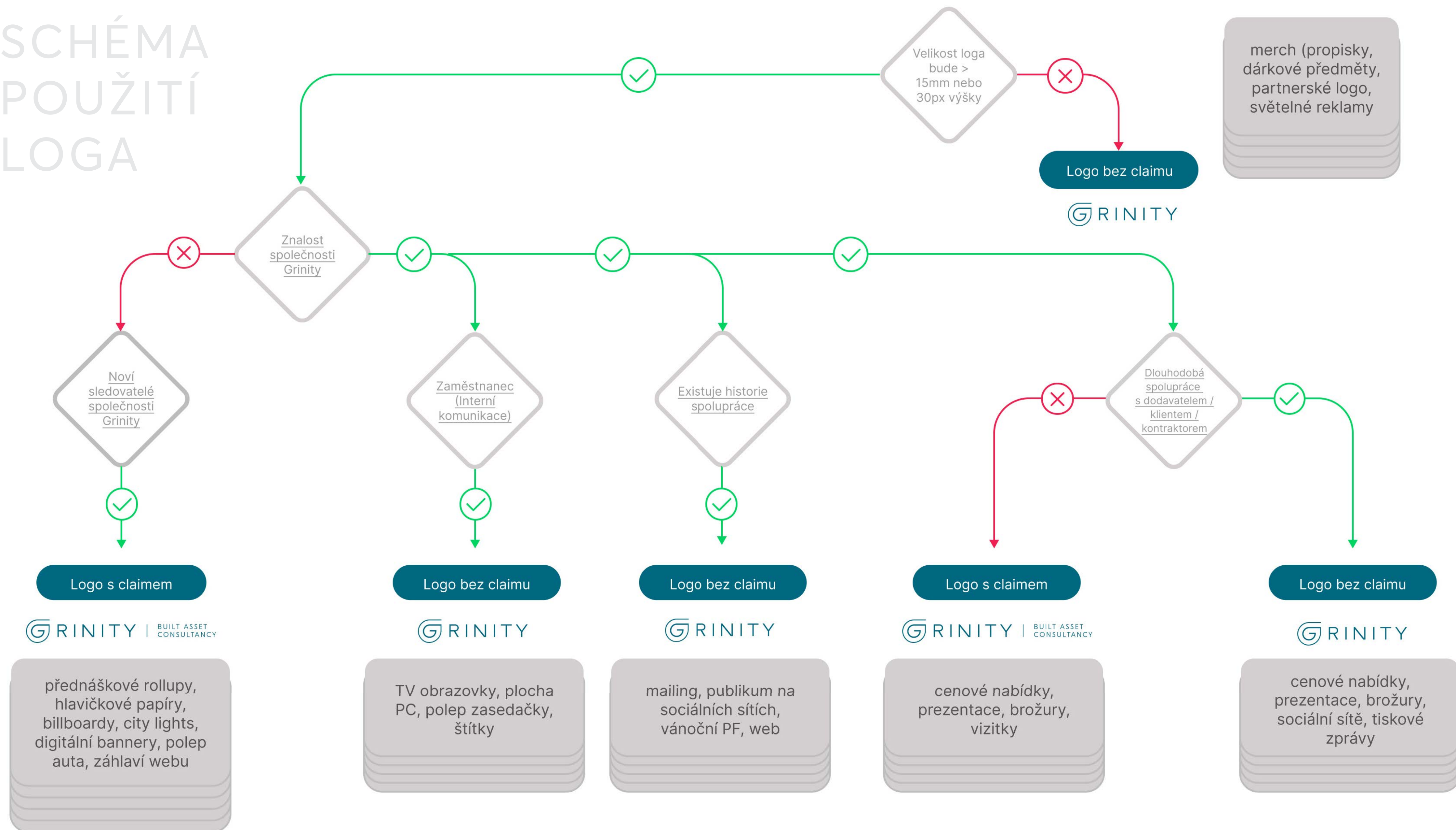
Logo s claimem je nežádoucí používat při tisku nebo výrobě malých, uměle svícených nebo nečitelných plochách. Může jít třeba o reklamní propisky, nálepky, žetony atd.

Logo s claimem je doporučeno použít na materiálech nebo mediatypech, kde cílové publikum společnost nezná nebo není seznámeno se segmentem podnikání společnosti Grinity. Příkladem může být akvizice nových zákazníků skrze tiskoviny, CL billboardy, dárkové předměty nebo cenové nabídky.

Samotný název lze použít pouze v ojedinělých případech, tedy na materiálech, kde nebude dostatek místa využít kompletní logo, nebo v kombinaci se symbolem, ať už v zakompované v obrázku nebo bez.

Následuje schéma, kde je vysvětleno na jakých mediatypech se má jistý druh loga vyskytovat.

# SCHÉMA POUŽITÍ LOGA





# POUŽITÍ SYMBOLU SPIRÁLY

Symbol spirály je ústředním elementem vizuální komunikace. Proto lze tento symbol aplikovat na celé řadě formátů. Zásadní je, aby její aplikace působila v obraze výrazně až dominantně. Je žádoucí, aby prvek zabíral alespoň 50% plochy. Může se jednat o barevnou výplň, bílou výplň, texturu nebo obrázek.

Spirála může být zarovnaná na střed nebo kraj spádu. V tištěných materiálech je doporučeno ukončit spirálu mimo obraz. Respektive symbol má takovou pozici, aby byl překrytý okrajem nebo řezem spádu. Symbol nesmí být převeden do outline a vždy musí mít plnobarevnou variantu bez barevného přechodu. Pro udržení dominance symbolu je zakázané spirálu radikálně zmenšit a tím násobně zvětšit počet zatočení.

Pro stavbu brandu je doporučeno spirálu kombinovat tak, aby na stejné kreativě byl uveden i název společnosti. Aplikace spirály nebo pouze symbolu je možné využít i samostatně, ideálně však v místech, kde je v dohledové vzdálenosti definovaný název. Název může mít několik forem - ať už v podobě názvu, webové stránky nebo e-mailu. Tímto je zajištěno, že se brand správně propíše do povědomí publika.

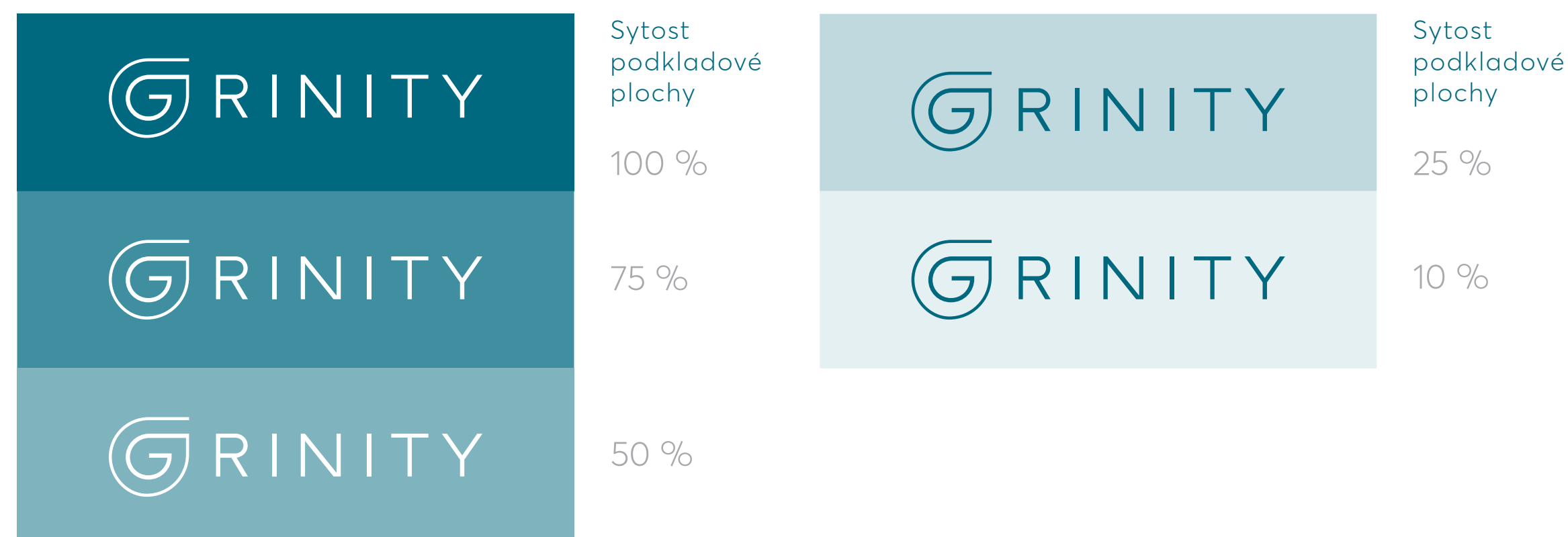


# LOGOTYP NA PODKLADOVÝCH PLOCHÁCH

Na podkladové ploše lze logo nebo symbol Grinity používat pouze tak, aby byla vždy zachována jejich bezproblémová čitelnost. Příklady na této straně znázorňují, která podkladová plocha je vhodná pro různé barevné verze logotypu. Na barevný podklad o vysoké sytosti je umístěná varianta loga v inverzní variantě, tedy bílé. Naopak na podklad o nízké sytosti se umísťuje varianta s primární barevností. Podkladová plocha nedovoluje použít barvy a fotografie podobné barvám značky.

Pro aplikaci v rámci fotografie je možné využít několik variant. Pokud není kladen důraz na fotografii, doporučuje se užít rozostření fotografie (filtr Gaussovské rozostření). V případě fotografie je možné, v místech, kde je správný kontrast mezi světelnou a barevnou sytostí fotky a logotypu umístit symbol hierarchicky před fotografií. Pokud fotografie tuto světelnou či barevnou sytost nedovoluje, je třeba umístit gradient nebo barevný podklad pod logotyp. Alternativně je možné v kompozici využít frame.

V pravém sloupci jsou ukázána pravidla pro aplikaci značky. Na tmavém podkladu se sytostí do 50% se používá inverzní varianta loga. Pro světlé podklady naopak aplikujeme primární barevnost loga. Ve všech zmíněných případech je rozhodující čitelnost brandu a rozpoznatelnost jednotlivých barev.



Aplikace rozostření fotografie



Aplikace podkladu



Aplikace framu



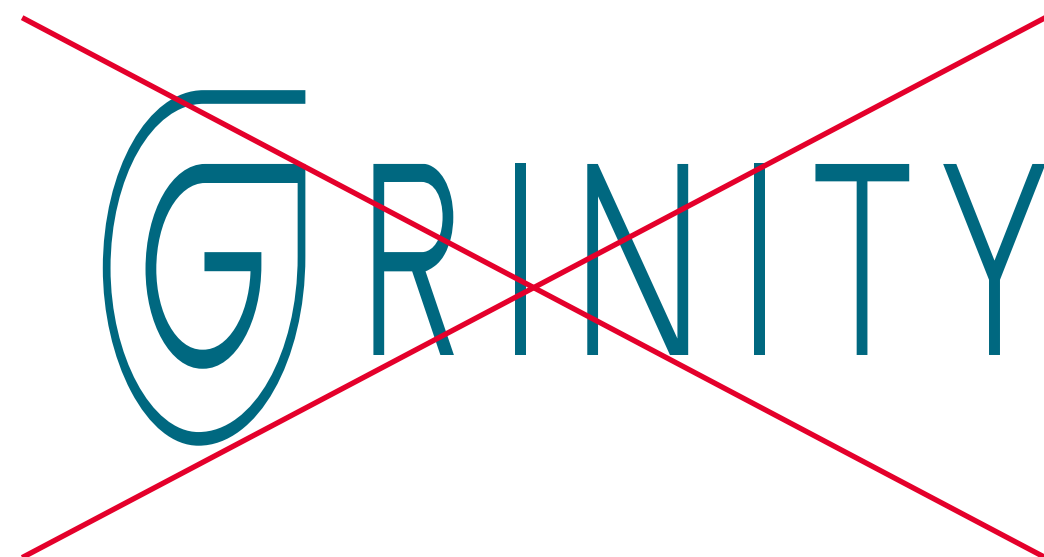
# ZAKÁZANÉ VARIANTY LOGA

Aby brand Grinity působil konzistentně, je potřeba se vyhnout nesprávnému používání logotypu. Následující ukázky samozřejmě nevyčerpávají všechny možnosti, které mohou narušovat estetické vnímání loga a tím nesplňují požadavky tohoto manuálu. Stejná pravidla platí pro horizontální i vertikální variantu a stejně tak i pro samotný symbol.

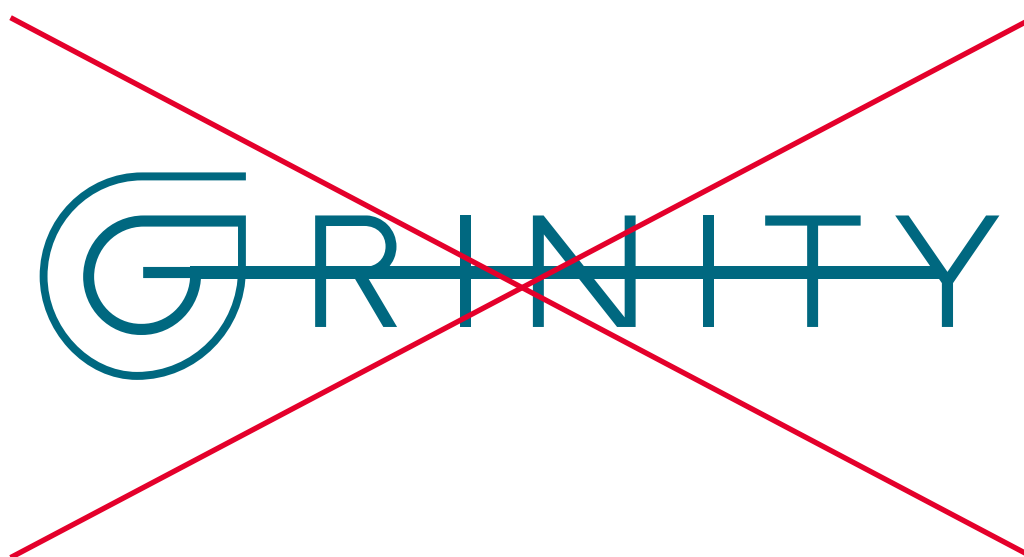
## Seznam zakázaných variant

- 01 - Deformace loga
- 02 - Jakékoli dokreslování loga
- 03 - Otáčení loga do nesmyslných pozic
- 04 - Stínování nebo ohraničení loga
- 05 - Rozdělování slov nebo zásah do typografie
- 06 - Změna mezery mezi samotnými písmeny loga
- 07 - Zrcadlení a zábrana čitelnosti
- 08 - Jakékoli přidávání ploch/tvarů/jiných textů
- 09 - Změna opacity nebo přidání gradientu loga
- 10 - Žádné rámy textury ani členité nebo kontrastní fotky v pozadí

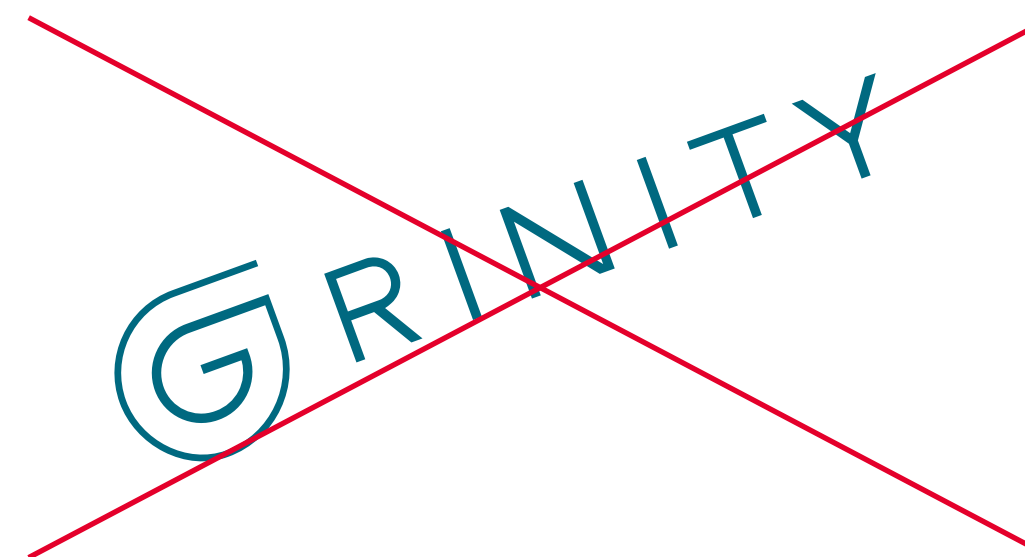
Deformování loga



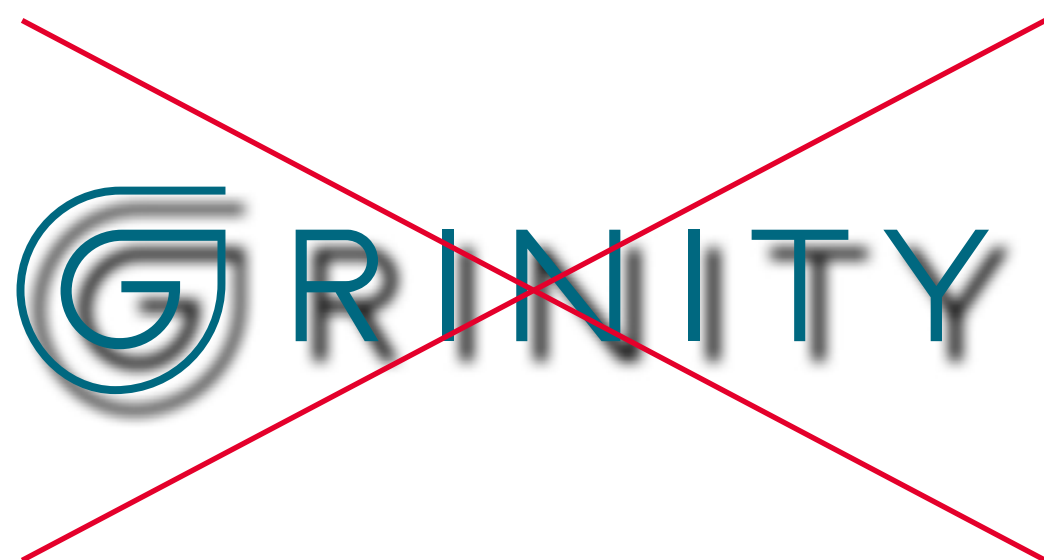
Dokreslování loga



Pootočená varianta



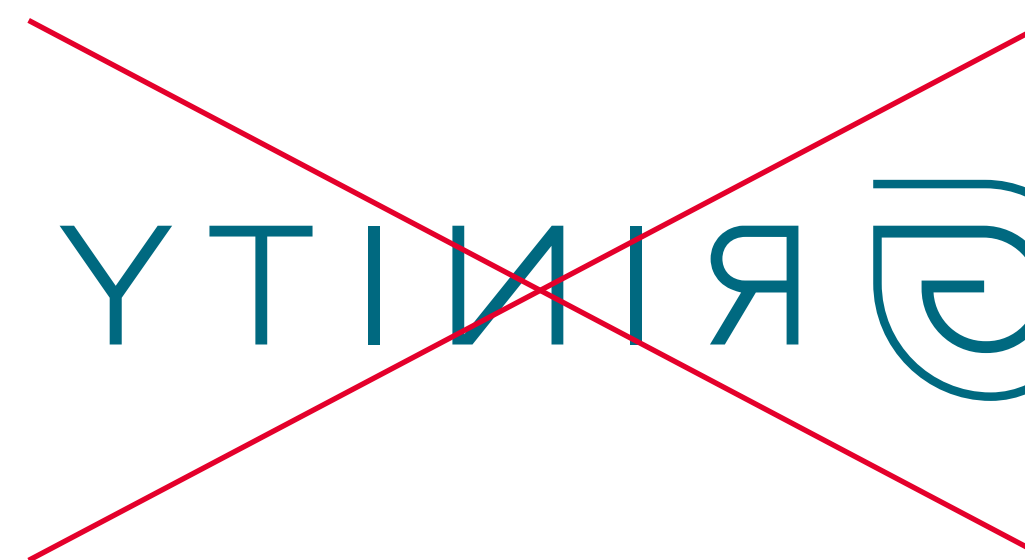
Stínování



Zásah do typografie



Zrcadlení



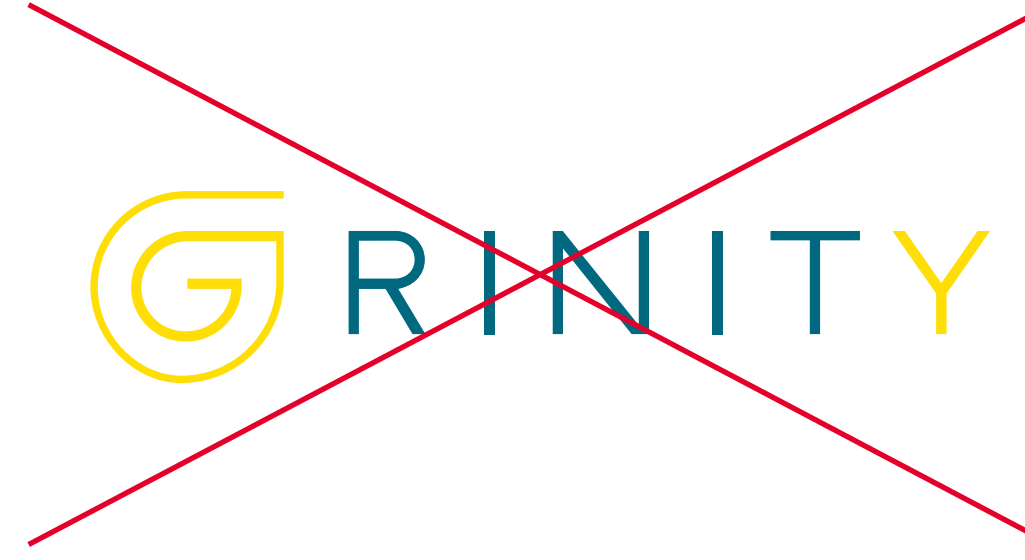
Změna opacity loga



Textura v pozadí loga



Přebarvování



## MINIMÁLNÍ VELIKOST

Každé logo má svou minimální hranici použitelnosti. Jedná se o nejmenší možný rozměr, který zaručuje její čitelnost a technologické zpracování. Používat značku v menších velikostech není povoleno, protože tak může dojít k výrazně zhoršenému grafickému vyznění. Aby bylo pokryto tiskové i digitální spektrum, jsou definované dva rozměry.

V rámci brandu Grinity jsou definovány dvě varianty loga, kde má každá z nich jiné minimální hranice. Varianta s claimem má kvůli svému textovému dodatku vyšší hranici čitelnosti.

### Tisková výroba

Minimální použitelná výška loga v tištěných materiálech je 7 mm. Logo s claimem má minimální výšku definovanou na 12 mm.

### Digitální prostor

V digitální prostoru, je nutné dodržovat minimální výšku 50 px. Logo s claimem musí dodržovat minimálně 70 px výšky.





## OCHRANNÁ ZÓNA LOGA

Ochranná zóna vymezuje velikost prostoru kolem loga, do kterého nesmí být umístěny žádné jiné grafické nebo typografické prvky. Jedná se o nejmenší možnou vzdálenost od dalších prvků, značek partnerů, motivů, případně o vzdálenost od okraje plochy, na kterou je značka aplikována.

Dodržování ochranné zóny je nezbytné pro rozpoznatelnost značky a její čitelnost. Ochrannou zónu loga definuje litera G, která je implementována v symbolu spirály. Tato poměrová jednotka je neměnná v rámci jednotkových převodů a lze ji aplikovat na jakoukoliv stranu loga. Vztahuje se na veškeré aplikace značky.





# PRAVIDLA KOMUNIKACE



# PRAVIDLA KOMUNIKACE ZNAČKY

V rámci veškeré komunikace je potřeba být konzistentní napříč všemi komunikačními kanály a vyjadřovat jednotně vizi společnosti. Tím pak podporovat význam a osobitost značky.

Preferujeme přirozenost komunikace, proto se snažíme vyhýbat zbytečně složitým výrazům, případně technickým termínům, pokud je to jen trochu možné.

Přejeme si, aby naše tone of voice působilo inovativně a otevřeně. Dále je podstatné klást důraz na týmovost a spolupráci, protože to vychází z filozofie společnosti.

Veškerá komunikace probíhá slušně, přátelsky, nikoliv však ve familiérním duchu. Není žádoucí využívat v nepřiměřené míře emotikony. Emotikony mohou komunikaci posunout do příliš hravé formy.

Komunikace na sociálních sítích probíhá v jednom jazyce a to anglickém.

Název společnosti Grinity je ve všech případech definován jako rod střední. Slovo Grinity se vždy píše s velkým počátečním písmenem. Nikdy nezapisujeme kapitálkami, verzálkami nebo mínuskami.

Texty podléhající brandu Grinity se přednostně zarovnávají vlevo. Zarovnání do bloku je v dokumentech Grinity výrazně nedoporučeno. Je doporučeno texty psát normální formou, tedy bez verzálek, které je povoleno používat jen ve výjimečných případech. Toto pravidlo platí pro nadpisový i beznadpisový text. Tedy v situacích, kde je zvýraznění textu nezbytné nebo nedovoluje využít tučnější řez nebo podtržení. Písmo se v žádném případě nedeformuje, neboť tím zhoršujeme čitelnost.

Je zakázané definovat prostrky mezi písmeny na negativní hodnoty. Ideální je naopak definovat plusovou hodnotu cca 20-40 em. Dále je zakázané kombinovat kondenzovaná nebo jiná písma nežli ta, která jsou uvedena v brand manualu.

~~Udržitelnost rozvoje~~

Deformované písmo

~~Udržitelnost rozvoje~~

Prostrky mezi písmeny v negativních hodnotách



# ZÁKLADNÍ PRINCIP TYPOGRAFIE

Každý text, který vytváříme v digitální nebo tiskové podobě, má svá typografická pravidla. Pokud ale budete připravovat text na plakáty, do zpravodaje či pozvánek, řiďte se typografickými příručkami. Nejzákladnější pravidla jsou shrnuta na této stránce.

Chybná sazba obsahuje jednoznakové předložky a spojky na konci řádků, což je v tiskových materiálech nepřijatelné. V digitálním prostoru, tedy konkrétně na webu je automatická textová skladba tolerovaná. Neodsakuje se první řádek, nenechává se jedna věta na řádku. Slova se nesmí dělit pomlčkou v rámci nového řádku. Na konci nadpisu či titulku se nepíše tečka. Dále je zakázáno v sazbě nechávat dvojitou mezeru.

Potřebujeme-li zapsat odrážkový seznam, textové spojení zapíšeme s velkými písmeny na začátku a bez tečky na konci. U jedné odrážky může být i více vět.

Zakázaná sazba je i v případě příliš úzkého sloupce a volby „obtékání rámečku“ textem. Je zakázáno jakýmkoliv způsobem deformovat písmo nebo snižovat prostrky mezi písmeny na negativní hodnotu.



# BARVY BRAND IDENTITY





BLUE SAPPHIRE



TURQUESA VIVO



MIDNIGHT GREEN



GRIS CELESTE





# BAREVNÁ PALETA

<p>BLUE SAPPHIRE</p> <p>Grinity primární barva</p> <p>Hex: #006880 RGB: 0 104 128 CMYK: 100 12 21 44 Pantone: Pantone 315 RAL: 5021</p>	<p>MIDNIGHT GREEN EAGLE GREEN</p> <p>Grinity sekundární barva</p> <p>Hex: #003D4C RGB: 0 61 76 CMYK: 100 19 25 74 Pantone: Pantone 548 RAL: 5020</p>	<p>Doplňková barva #1</p> <p>TURQUESA SUAVE</p> <p>Hex: #A8C0C7 RGB: 168 192 199 CMYK: 45 15 23 0 Pantone: Pantone 551 RAL: 6034</p>	<p>Doplňková barva #2</p> <p>DARK JUNGLE GREEN</p> <p>Hex: #05252D RGB: 5 37 45 CMYK: 100 35 38 90 Pantone: Pantone 5463 RAL: 5008</p>
		<p>Doplňková barva #3</p> <p>GRIS CELESTE</p> <p>Hex: #D4DEE3 RGB: 212 222 227 CMYK: 23 10 11 0 Pantone: Pantone 642 RAL: 7035</p>	

# BAREVNÉ VARIANTY LOGA

Základní barevná paleta je inspirována krajinou kolem nás. Každá z vybraných barev má jednoznačný charakter a spojení všech pak posiluje jednotnost vizuálního stylu. Pro dobře fungující brand není potřeba mnoho barev. Proto u Grinity vsázíme na omezenou paletu barev, tedy primární, sekundární a doplňkové.

Pro udržení jedinečnosti brandu je důležité dodržovat hierarchii barev. Ve většině případů používáme primární barvu. V případě, že je primární barva již použita nebo je ohrožena její viditelnost, využijeme barvu sekundární. Až poté je možné využít barvy doplňkové, které mají pouze dokreslovat jednu ze dvou hlavních barev. U nadefinovaných barev je žádoucí nepoužívat pro konečnou interpretaci transparentnost jinou nežli 100%. Dále je zakázáno používat barevné přechody. Barvu je tedy nutné používat vždy v plné sytosti.

V černobílém tisku nebo v případech, kdy není z technických důvodů možné reprodukovat značku barevně, je žádoucí používat černobílé provedení značky.

Význam barev pro jejich užití je následující. Digitální použití je zastoupeno hodnotou RGB nebo HEX. Obě varianty jsou ve výstupu interpretovány stejně.

Barevné zobrazení CMYK používáme pro tiskové výstupy a budeme se s touto hodnotou setkávat v rámci tisku nejčastěji. RGB je barevné zobrazení použité v digitálním nebo nízkopočtově nákladovém tisku.

Barevné zobrazení Pantone je určeno pro tisk offsetových, výrobních nebo sítotiskových materiálů. Pantone má nejpřesněji definovaný odstín v podobě přímých barev, které jsou definovány Pantone číslem.

Barvy pro užití v MS dodržují primární a sekundární barevnost, ale celá paleta je popsána v části MS Office.

RAL je celosvětově uznávaný standard pro stupnici průmyslových barevných odstínů, které definují barvy pro výrobu interiérových či exteriérových nátěrových hmot.



PÍSMĀ A TYPOGRAFIE  
BRAND IDENTITY

# PRIMÁRNÍ PÍSMO

Písmo zvolené pro Grinity brand identitu a její používání je Averta. Toto písmo je díky geometrické architektuře, čistým výkrojům a kontrastním tahům ideální pro doplnění loga nebo symbolu Grinity. Font obsahuje 8 variant řezu a plně českou lokalizaci.

## PÍSMO AVERTA

Light / Regular / SemiBold / Bold

**A a**

Doporučené řezy jsou však zejména light, regular, semibold a bold. Pro Office dokumenty je zejména kvůli hladké cloudové konverzi a plné funkci zvoleno substituční písmo Calibri. Více je popsáno na straně č. 39, který definuje základní použití Office dokumentů.

Glyph : A Á B C Č D Ď E É Ě F G H I J K L M N  
 Ň O Ó P Q R Ř S Š T Ť U V W X Y Ý Z Ž  
 a á b c č d d' e é ě f g h i j k l m n  
 ñ ñ o ó p q r ř s š t ť u v w x y ý z ž

Symbol : 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 ~ ! @ #  
 \$ % ^ & \* ( ) - \_ = + , >



# SUBSTITUČNÍ PÍSMSA

Substituční písmo je písmo, které se již nemusí znovu instalovat a má ho každý v počítači mezi základní nabídkou písem. Pro využití Grinity brand identity, je zvoleno substituční písmo Calibri, které má podporu všech platforem Windows, MacOS, Linux i Android.

PÍSMO VERDANA

Regular / Bold

**Aa**

Písmo je použito ve všech Office dokumentech, ale také v e-mailových podpisech nebo firemní komunikaci. Jde tedy o mediatypy, kde není povoleno načítat externí fonty.

Glyph : A Á B C Č D Ď E É Ě F G H I J K L M N  
 Ň O Ó P Q R Ř S Š T Ť U V W X Y Ý Z Ž  
 a á b c č d d' e é ě f g h i j k l m n  
 ñ n o ó p q r ř s š t ť u v w x y ý z ž

Symbol : 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 ~ ! @ #  
 \$ % ^ & \* ( ) - \_ = + , >

BRAND PRVKY



# BRAND PRVKY

## Obrázky

Použití obrázku může mít mnoho podob a přílišným svázáním by mohlo dojít ke ztrátě kreativity při realizaci. Pro základní práci s obrázky jsou doporučené dva základní způsoby aplikace. Volba způsobu není přímo definovaná a je potřeba zvážit vždy individuálně, dle samotného charakteru výstupu a fotografie jako takové. Jde o referenční obrázek nebo brandovou kompozici.

## Referenční obrázek

Referenční obrázek je hlavním prvkem vizualizace, kde samotná aplikace uplatňuje potenciál vrstvení. Lze jej aplikovat jako na níže uvedeném příkladě. Tento styl dodává obrázku dominantní propojení realizace a brandu.

## Brandová kompozice

Pro posílení jedinečnosti brandu maskujeme fotku symbolem Grinity kapky. Stejně jako předchozí aplikace je tato realizace demonstrována na další straně.

## Symbol

Symbol je jeden z elementů, který zajišťuje jasnou identifikaci brandu Grinity. Definice a použití je popsáno v sekci "Logotyp brandu".

## CTA elementy

Zkratka CTA pochází z anglických slov Call-to-action. V našem případě jsou tyto elementy navrženy tak, aby publikum nabádalo ke konverzi nebo interakci.

V materiálech používáme zmíněné elementy ve tvaru kapky, šipky nebo tlačítka. Avšak kapka posiluje vizuální jazyk a rozpoznatelnost společnosti Grinity nejlépe.

## Profilový obrázek

Profilový obrázek je inspirovaný symbolem Grinity. Dvě základní varianty jsou demonstrovány na následující straně. Jednoduchost profilovky nám dovoluje více perspektiv. Změnou pozadí může společnost Grinity dát najevo svojí podporu k tématům rezonujícím společností.

## Frame

Frame má za úkol sjednotit rozdílnost sdíleného obsahu a propsat jedinečnost brandu Grinity. Zároveň je podstatné, aby se sdělení formou příspěvku na daném mediálním prostoru odlišilo, protože vstupní specifikace elementů je pro všechny publikující stejná. Pro úspěšnou konverzi je žádoucí oproti ostatním vizuálně a brandově dominovat. Frame má dále zabezpečit správnou čitelnost obsahu, zejména loga, případně doplňkového perexu. S framem se nejčastěji setkáme například u příspěvku na sociálních sítích.

## Textura

Textura je prvek, který má za úkol být nevýrazným, ale důležitým prvkem. Naopak je žádoucí, aby textura jen dokreslovala obsah. Používá se často v předělu nebo v prázdných místech.



Referenční obrázek



Brandová kompozice



Symbol





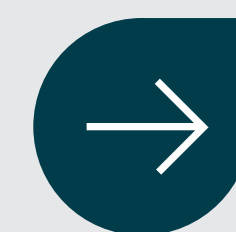
Profilový obrázek



Textury



CTA elementy



Frame



IKONOGRAFIE



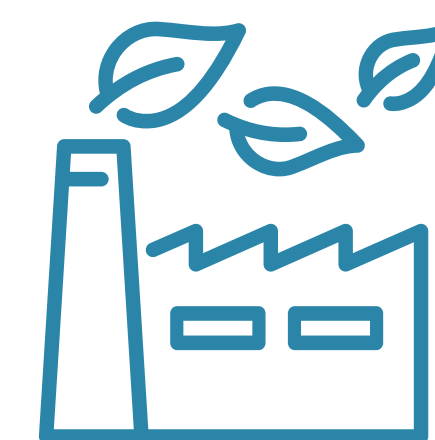
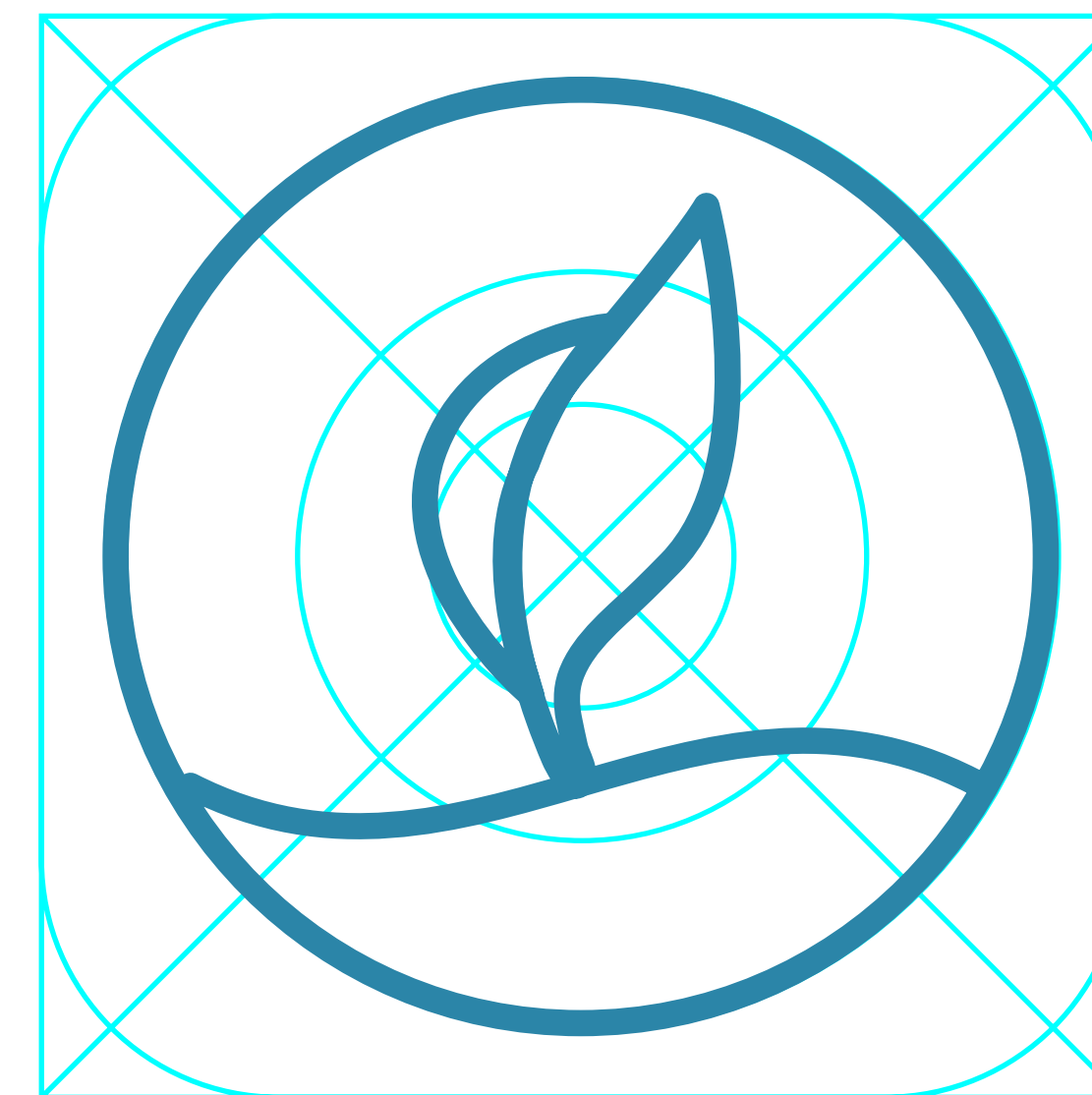
## ZÁKLADNÍ PRINCIP PRÁCE S IKONAMI

Ucelený soubor ikon vizuálně dotváří jednotnou identitu společnosti Grinity. Ikony jsou stejně jako konstrukce loga vytvořeny outline technikou s oblým zakončením.

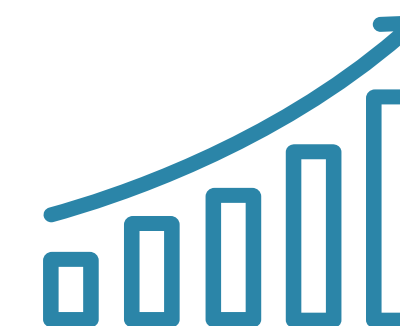
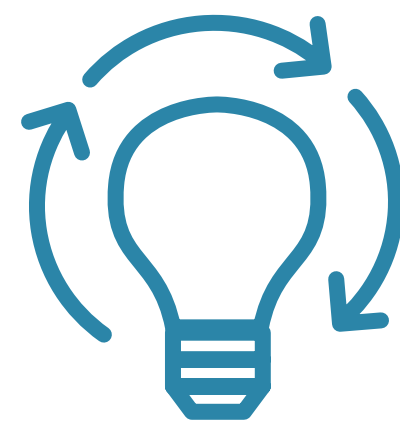
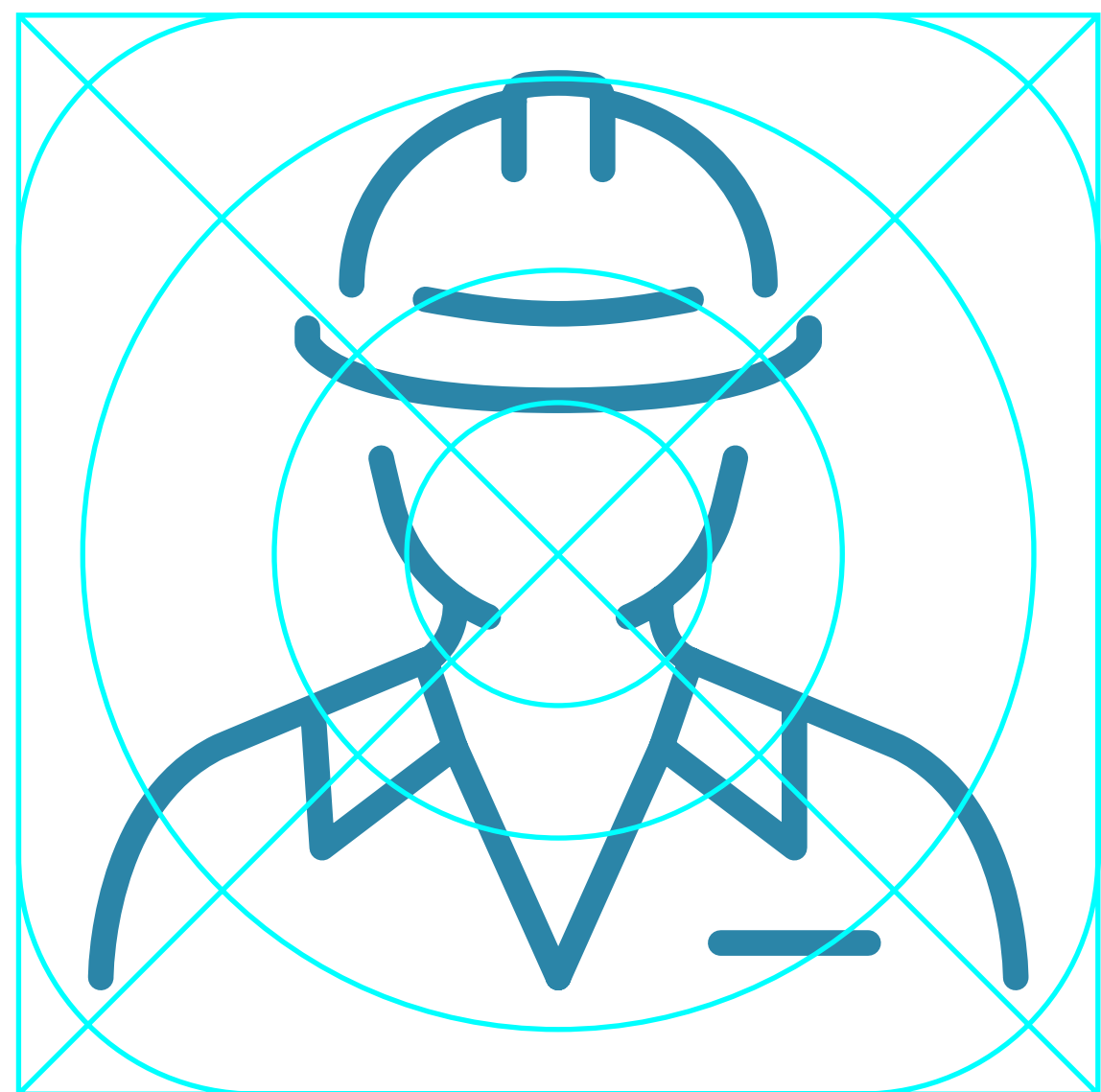
Ikonografie je vytvořena tak, aby reprezentovala základní principy, filozofii nebo segment, se kterým se při prezentaci Grinity lze setkat. V budoucnu je možné soubor rozšířit o další potřebné ikony, ale je nutné, aby stylově nevybočovaly z nastaveného vizuálu. Konkrétně jde o jednoduché liniové konstrukce s radiálním zakončením.

Ikony je doporučeno používat s doplňkovým perexem, který má za úkol pouze nasměrovat a doplňkový text dopřesnit. Žádoucí je, aby byly ikony použité vždy nejméně v dvojnásobné velikosti, nežli nadpis perexu. Ikony lze použít na světlém i tmavém pozadí, vždy však v inverzní kombinaci. Ikony jsou připraveny tak, aby fungovaly jednotlivě.

Ikony je doporučeno vytvářet speciálně pro předem definovaný význam. Styl není žádoucí kombinovat s ikonami, které jsou stylem podobné, např. stáhnuté z fotobanky.

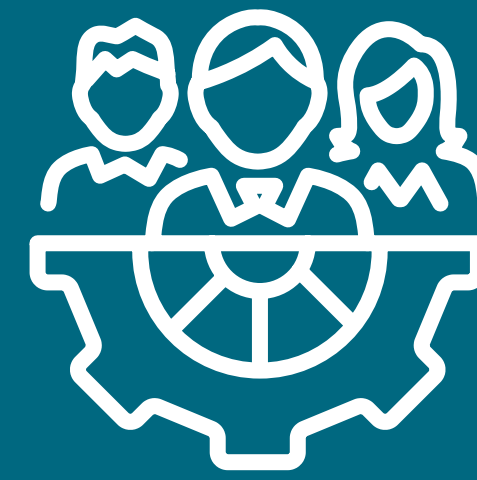


# UKÁZKA IKONOGRAFIE

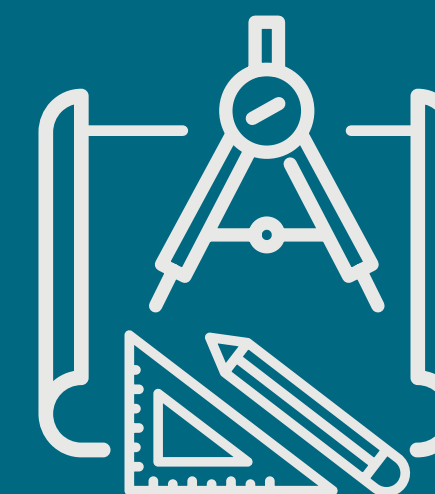




# UKÁZKA IKONOGRAFIE



Stop





MICROSOFT  
DOKUMENTY



# DEFINICE DOKUMENTŮ MS OFFICE

## Microsoft Office dokumenty

V rámci brand identity jsou nadefinovány klíčové aspekty dokumentů. Jedná se o dokumenty aplikací Microsoft Powerpoint, Word a Excel. V rámci zmíněných aplikací je záměrem co nejvíce sjednotit vzhled a stylovou definici.

## Vzhled šablon

V rámci konzistence a identifikace je vzhled šablon MS Office co možná nejvíce unifikovaný. Přesto nemohou MS aplikace využívat identický vzhled a to z povahy výstupu. Dokumenty používají podobnou úvodní stranu napříč aplikacemi MS Word a Excel. Aplikace Powerpoint má oproti zmíněným aplikacím nepatrně odlišnou úvodní stranu. V rámci aplikací MS Word a MS Excel jsou definovány 2 varianty, které se odlišují pouze úvodním obrázkem. Na následující straně jsou obě varianty vyobrazeny.

## Font

Pro bezproblémovou funkci všech kancelářských aplikací z rodiny Microsoft jsou šablony definovány substitučním písmem Calibri v řezech light, regular a bold. Substituční písmo je písmo, které se již nemusí znovu instalovat a má ho každý v počítači mezi základní nabídkou písem. Velikost písma je v rámci jednotlivých dokumentů jasně definována, nicméně se napříč jednotlivými dokumenty liší. Konkrétní definice se uvádějí na následujících stránkách.

## Odrážky

Odrážky jsou v rámci dokumentů nadefinované.



## Okraje

Pro dokumenty v MS Word a Excel jsou nadefinované hodnoty okraje po všech stranách. Tento okraj neboli padding má za úkol separovat spád a tisknutelné plochy v rámci kancelářských tiskáren, a je proto nežadoucí do něj jakýmkoli způsobem zasahovat.

## Nadpisy

Nadpisy mají předem jasně definovanou formu. Pro pohodlnější použití jsou v nadpisech nadefinované zkratky, respektive obecná slova "Nadpis, číslované" zkrácená jako "Nad, cis". Pro rozlišení nově přidaných od systémových nadpisů, je na konci názvu vždy přidána zkratka GNT. Jednotlivé dokumenty mají rozdílnou velikost a v některých případech i vlastnosti v návaznosti na použitý dokument. Velikosti jsou nadefinovány na následujících stránkách.

## Barva

Dokumenty mají vytvořenou speciální barevnou paletu, která je demonstrována na následujících stránkách v tématu barevná paleta v MS Office.



# Titulní strany

Word a Excel cover varianta 1



GRINITY Grinity s.r.o. grinity.com  
Olivova 948/6 grinity@grinity.com  
110 00 Praha 1 +420 226 207 800  
Czech Republic IČO: 04607228

Date: 03.06.2022



**NÁZEV Firmy 123 PROJEKTU - TDD BUDOVA XYZ**  
Doplňující text pod názvem jedna  
Doplňující text podnázvem dva

Firma 123, s.r.o.  
Ulice 1357/65, 462 12  
Město, Země

Word a Excel cover varianta 2



GRINITY Grinity s.r.o. grinity.com  
Olivova 948/6 grinity@grinity.com  
110 00 Praha 1 +420 226 207 800  
Czech Republic IČO: 04607228

Date: 03.06.2022

**NÁZEV Firmy 123 PROJEKTU - TDD BUDOVA XYZ**  
Doplňující text pod názvem jedna  
Doplňující text podnázvem dva

Firma 123, s.r.o.  
Ulice 1357/65, 462 12  
Město, Země

Powerpoint varianta 1



**Název projektu – TDD**  
Doplňující text

GRINITY | BUILT ASSET CONSULTANCY

Powerpoint varianta 2



GRINITY

**Název projektu – TDD**  
Doplňující text



# BAREVNÁ PALETA MS OFFICE

V Office dokumentech je implementovaná paleta barev Grinity. Pro snadnou duplikaci palet stačí importovat soubor Grinity\_barevna\_paleta.thmx do Microsoft dokumentu. Barevná paleta obsahuje celkově 60 barev. Na MS Office paletě lze definovat 10 barev. Ostatní barvy (50) se generují automaticky aplikací Microsoft. Každá barva je definovaná pro určitý typ elementů. Z barevné palety Grinity jsou v paletě použity pouze dvě barvy - primární a sekundární Grinity barva. Tyto dvě barvy splňují dostatečnou kontrastní hranici, kde viditelnost vyhovuje výstupním požadavkům. Grinity barvy jsou použity na odkazy a označení položek. Použití ostatních barev z Grinity palety nelze použít kvůli nedostatečnému kontrastu

Aby nedocházelo k duplikaci automaticky generovaných barevných odstínů, jsou barvy definovány dle níže uvedených kategorií. První kategorie obsahuje záměrně dvě neutrální barvy. Aplikace Microsoft pro generování tabulek, rejstříků nebo polí využívá jako podkladové právě tyto dva definované odstíny. Druhá skupina barev je definovaná sekundární barevností Grinity. Třetí skupina je definovaná primární Grinity barvou. Čtvrtá skupina je definovaná obecnou barvenou škálou, která slouží pro zvýraznění obsahu. Označování je definováno jako pozitivní, negativní a dvě zvýrazňovací. Důležité je dodržovat přesné pořadí barevných motivů. V opačném případě dojde k nečitelnosti výstupů



# ŠABLONA MS POWERPOINT

V rámci Powerpoint šablony je připraveno schéma vzorových slidů, kde jsou nadefinovány barvy, písma a další potřebný obsah. Pro udržení konzistence je žádoucí šablonu neměnit. Náměty je ideální diskutovat s marketingově pověřeným člověkem, který úpravu provede na sdílené verzi.

Šablona má nadefinované snímky do 7 základních oddílů. Jmenovitě jde o Úvodní slidy, Předělové slidy, Grinity\_slidy, Multimédiální\_slidy, Textové slidy, Referenční slidy a Close slidy. Editor prezentace má možnost si zvolit jakýkoliv motiv, který si ze vzorových slidů vybere. Prezentace kromě úvodního a závěrečného slidu musí obsahovat čísla stránek.

V textových slidech je povolen maximálně dvousloupcový textový layout. Použité vektory jsou připravené pro rychlé přebarvení nebo jinou lehkou editaci ve formě vektoru. Překryvy obrázků se realizují pomocí barevných přechodů, které jsou definovány v multimediálním slidu.

V prezentacích nelze nadefinovat velikosti písma, protože velikost textového pole se flexibilně mění s množstvím textu. Lze však definovat základní přepočty. U slidů, kde jsou normální texty, je potřeba, aby nadpis byl 2x větší nežli normální text. U pole s odrážkami musí být alespoň o 1/4 větší.

## Seznam vzorových slidů:

**Úvodní\_slidy** - Na úvodním slidu je žádoucí vyplnit minimálně titulek, který definuje téma prezentace

**Předělové\_slidy** - Předělový slide otevírá téma následných slidů

**Grinity\_slidy** - Nezbytné informace a storytelling společnosti

**Multimédiální\_slidy** - Grafické elementy, ikony a ostatní prvky pro vizuální zpestření prezentace

**Textove\_slidy** - Template pro editaci textu

**Reference\_slidy** - Slidy prezentující realizované projekty

**Close\_slidy** - Závěrečné slidy



# ŠABLONA MS WORD

Šablona dokumentů MS Word je rozčleněna na úvodní, obsahovou a exekutivní část. Úvodní část je analogická k úvodním stranám šablony pro MS Excel. Ostatní části obsahují automaticky generovaná pole, která se propisují napříč celou šablonou. Automatická pole se dají měnit pro všechny výskyty v dokumentu libovolně na jakémkoliv místě. Níže je specifikováno, kde se automatické pole v rámci dokumentu propisuje.

V záhlaví každé stránky se propisují základní údaje, tedy název projektu, název společnosti vlastníci projekt a adresa projektu. Tyto údaje slouží jako hlavní identifikátor na úvodní stránce. Na poslední stránce se kromě uvedených údajů vyskytuje pole vyplňující autora a status projektu. Oba tyto údaje se kromě poslední stránky nepropisují na jiná místa.

## Styly

Dokument má modifikovaný obsah stylů. V dokumentu jsou nastaveny jen nezbytně používané styly. Ostatní styly, které nejsou v dokumentu přímo použity, jsou z výchozí šablony odstraněny. Názvy stylů jsou pro lepší přehlednost seřazeny dle níže uvedeného seznamu. Názvy jsou upraveny dle zkratky typu, číslování a barevnosti. Na konci názvu je přidán prefix pro odlišení od systémových stylů.

## Seznam nadpisů v šabloně MS Word

Nadpis 1,Nad_1_cis_GNT	Normalni_seda	Odkaz – jemný	Citát	Obsah 2
Nadpis 2,Nad_2_cis_GNT	Nad_1_necis_GNT	Appendix_nad_cis_za_GNT	Výrazný citát	Obsah 3
Nadpis 3,Nad_3_cis_GNT	Nad_2_necis_GNT	Appendix_nad_cis_GNT	Podnadpis	Obsah 4
Nadpis 4,Nad_4_cis_GNT	Nad_3_necis_GNT	Zdůraznění	Odstavec se seznamem	Obsah 5
Nadpis 5,Nad_5_cis_GNT	Nad_4_necis_GNT	Zdůraznění – intenzivní	Standardní písmo odstavce	Hypertextový odkaz
Normální,Normální_GNT	Název	Zdůraznění – jemné	Nadpis obsahu	Tabulka
Bez mezer,Normální_Bez_mezer_G	Odkaz – intenzivní	Silné	Obsah 1	Tabulka_text

## Základní schéma tabulky

Kromě textových stylů jsou definována základní barevná schémata pro editaci tabulek. Tabulky mohou mít mnoho podob, proto je v rámci šablony nadefinována jen tabulka základní. Respektive je definován výchozí styl tabulky, kde jsou popsány základní atributy vzhledu. Vzorovou tabulku lze najít pod názvem tabulka\_bez\_odsazeni\_GNT. Navigační část tabulky je podbarvena primární Grinity barvou. V této barevné kombinaci je žádoucí používat text pouze v bílé barvě. Ostatní buňky jsou definovány bílou nebo šedou a to dle uvážení autora.

Description		Source / Remark			
No. of Building(s)	6 (4 office buildings, 1 restaurant, 1 guardhouse)				
Type of Building(s)	Office, restaurant				
Building A					
Year of Construction	12/2000			Occupancy permit	
<b>A</b>	Building - Building Structure				
<b>1</b>	Substructure and Superstructure				
<b>2</b>	Building Envelope				

### Brand prvky v záhlaví a zápatí

V zájmu posilování brandu je logo použito vždy v zápatí i záhlaví dokumentu. V záhlaví je použito logo včetně claimu, zatímco v zápatí bez. Je předpoklad, že se dokumenty budou častěji využívat v digitální podobě, kde kvůli nastavenému zoomu, bude zobrazena jen část dokumentu. Není důležité jestli vrchní nebo spodní, vždy však bude propsán brand Grinity. Obdobně může dvojí Grinity brand fungovat při překrytí jinými dokumenty v tištěné formě. Pro lepší orientaci čtenáře, je povinné v záhlaví uvádět údaje o aktuálním a celkovém počtu stránek.

### Mřížka

Pro tvorbu složitějších layoutů je v dokumentu na několika místech aplikována tabulková mřížka, do které je přesně dosazený obsah. Je nutné tuto mřížku dodržovat a v žádném případě do ní nezasahovat, protože by došlo k rozhození celého tabulkového systému.

### Okraje

Pro snadnou tiskovou realizaci jsou v dokumentech jasně definované okraje před spadávkovou oblastí. Tak je zabezpečeno, že v tisku nebude žádná část dokumentu chybět. Druhou nespornou výhodou okraje bude lepší čitelnost a vizuální orientace, protože obsah nebude vtěsnán na okraj vytištěného dokumentu. Velikosti těchto okrajů jsou definovány následovně: horní okraj ke spádu: 20 mm, levý okraj ke spádu: 18 mm, pravý okraj ke spádu: 17,5 mm, spodní okraj ke spádu: 13 mm.



# ŠABLONA MS EXCEL

Šablona dokumentů MS Excel je rozčleněna na úvodní (Cover), autorskou (Autori) a exekutivní listy. Úvodní, tedy coverová část, je totožná se šablonou MS Word. V listech je zajištěno automatické generování základních projektových údajů, které se propiisují v horní části dokumentu. Údaje jsou generované z úvodního listu, kde je lze editovat.

## Styly

Dokument obsahuje nově nadefinované styly. Oproti Word dokumentu je názvosloví stylů nepatrně odlišné. Z Word šablony jsou přebrány zkratky dle typu a číslování nadpisů. Oproti šabloně Word se nepoužívá prefix \_GNT, a to zejména kvůli počtu nadpisů v aplikaci, kde nemůže dojít k záměně se systémovými. Níže jsou definovány nadpisové styly včetně velikosti, barvy písma a pozadí.

## Seznam nadpisů v šabloně MS Excel

	Velikost fontu v bodech	Barva písma	Barva pozadí		Velikost fontu v bodech	Barva písma	Barva pozadí
Normální	10	0-0-0	Automatická	Zvýraznění řádku 1	12	255-255-255	0-64-75
Normální_zelená	10	0-104-128	Automatická	Zvýraznění řádku 2	12	255-255-255	0-104-128
Vysvětlující popis	10 - kurzíva	0-0-0		Zvýraznění řádku 3	11	255-255-255	0-155-183
Odkaz	10	0-104-128	Automatická	Zvýraznění řádku 4	10	0-100-117	179-240-255
<b>Nadpis 1</b>	22	0-104-128	Automatická	Zvýraznění řádku 5	9	255-255-255	90-105-107
<b>Nadpis 2</b>	18	0-104-128	Automatická	Zvýraznění řádku 6	8	0-77-96	174-186-187
<b>Nadpis 3</b>	16	0-104-128	Automatická	Negativní označení	10	50-0-0	255-0-0
<b>Nadpis 4</b>	14	38-38-38	Automatická	Pozitivní označení	10	28-42-12	146-208-80
<b>Nadpis 4_zelena</b>	14	0-104-128	Automatická	Upozornění 1	10	59-58-0	255-255-0
<b>Nadpis 5</b>	12	0-0-0	Automatická	Upozornění 2	10	50-38-0	255-192-0
				Upozornění 3	10	0-42-41	0-230-225
				Upozornění 4	10	235-222-246	112-48-160

## Brand v záhlaví a zápatí

V zájmu posilování brandu, je stejně jako u dokumentů MS Word logo použito vždy v záhlaví i zápatí dokumentu. Ovšem oproti Wordu, záhlaví ani zápatí není v dokumentu vidět. Přidá se až v samotném exportu. V záhlaví je použito logo včetně claimu, zatímco v zápatí bez. Předpokládá se, že se dokumenty budou častěji využívat v digitální podobě, kde bude kvůli nastavenému zoomu zobrazena jen část dokumentu. Bez ohledu na to, zda se jedná o vrchní či spodní část, v obou případech bude propsán brand Grinity. Obdobně může dvojitý logotyp Grinity fungovat při překrytí jinými dokumenty v tištěné formě. Loga v záhlaví a zápatí jednotlivých listů mají definovanou fixní velikost, aby nedocházelo u dokumentu s více listy k rozdílnosti velikostí loga na jednotlivých listech. Pro lepší orientaci čtenáře, je povinné v záhlaví uvádět údaje o aktuálním a celkovém počtu stránek.

## Okraje

Pro tiskovou realizaci jsou v dokumentech jasně definované okraje před spadávkovou oblastí. Je tak zabezpečeno, že v tisku nebude chybět žádná část dokumentu. Okraje dále vizuálně pomáhají s čitelností dokumentu. Obsah totiž přímo nezasahuje na okraj vytištěného dokumentu. Velikosti okrajů jsou definovány následovně: horní okraj ke spádu: 16 px, levý okraj ke spádu: 19 px, pravý okraj ke spádu: 19 px, spodní okraj ke spádu: 44 px.

## Tabulky

Styl tabulek je v rámci aplikace MS Excel jasně definován hierarchií barev. Pruh prvního řádku, tedy záhlaví buňky, využívá sekundární barvu Grinity. Následná hierarchie buněk je odstupňována dle světelné intenzity. Na obrázku jsou definovány všechny barvy dle šablony Excel.

Pro lepší čitelnost dat v tabulkovém editoru Excel je použita rozdílná barevnost pro vertikální a horizontální řádkování. Vertikální řádky jsou tmavší než horizontální, a tím se opticky lépe oddělují sloupce a řádky.

## Barevná hierarchie označení

Kód	Položka zvýraznění 1	CELKEM
	Položka zvýraznění 2	0 Kč
1	Položka zvýraznění 3	0 Kč
1.2	Bourací práce	Negativní stav
2	Stavební práce	Upozornění 1
2.2	Podhledy	Upozornění 2
2.3	Povrchy stěn	Pozitivní stav
2.6	Zateplení	Upozornění 3
2.7	Malířské práce	Upozornění 4
	Zvýraznění 3	Zvýraznění 3
	Zvýraznění 4	
	Zvýraznění 5	
	Zvýraznění 6	



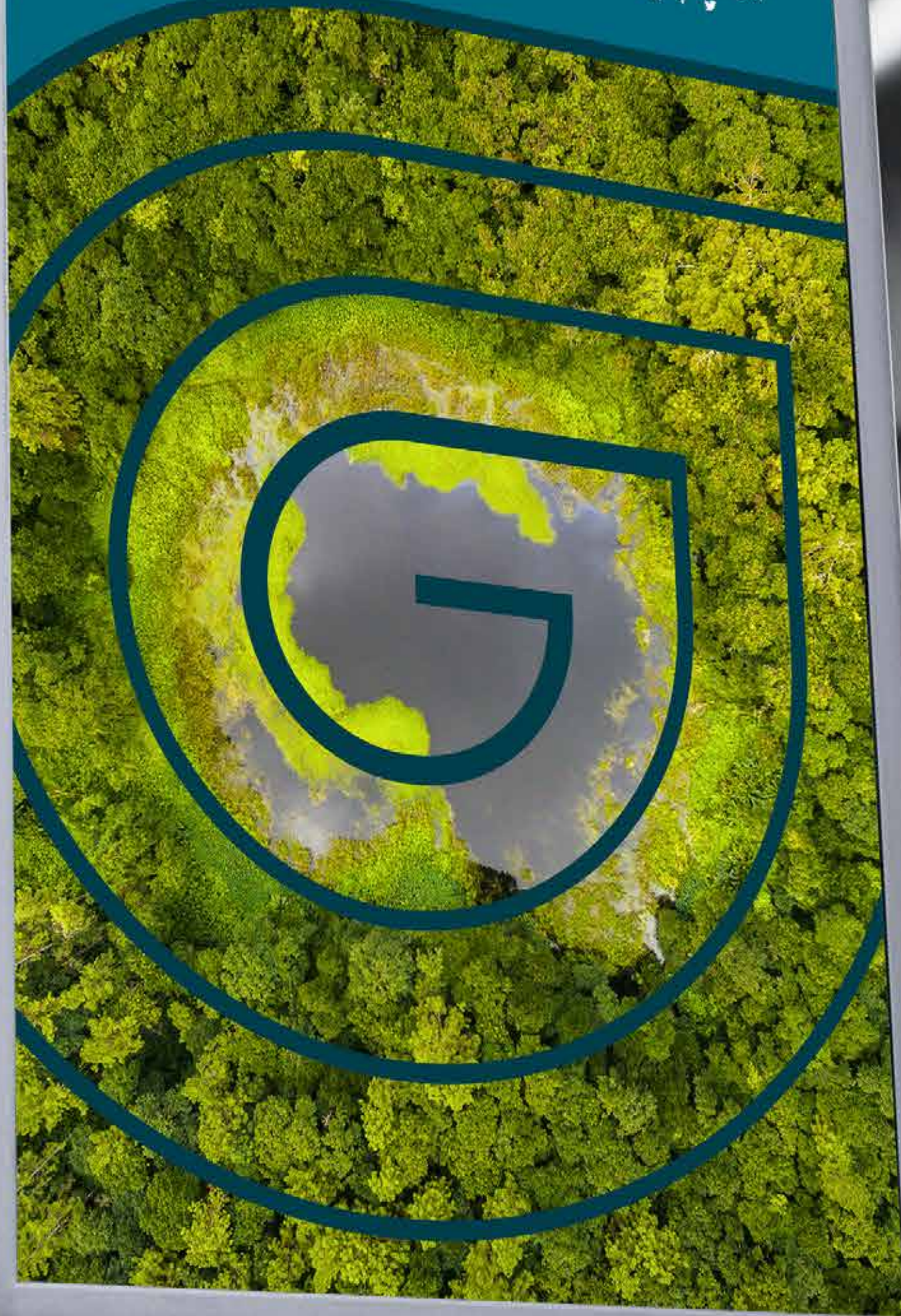


TISKOVÉ APLIKACE



GRINITY | BUILT ASSET  
CONSULTANCY

Grinity.com  
in f t







## OUR JOURNEY TO NET ZERO

Climate change is the biggest challenge facing the world. Each year, the devastating effects of the manmade climate crisis are being felt, more and more, by people all around the world. We must all do everything in our power to limit the rise in global temperatures.

At Grinity, we recognize our responsibility to eliminate carbon and other greenhouse gas emissions in our operations. That is why we have set an ambitious target to becoming a net zero company by 2035 and we have set specific goals accomplish this over the coming years.

 GRINITY | BUILT ASSET  
CONSULTANCY

grinity.com  
grinity@grinity.com  
+420 226 207 800  
IČO: 04607228

grinity s.r.o.  
Olívova 948/6  
110 00 Praha 1  
Czech Republic



 GRINITY | BUILT ASSET  
CONSULTANCY

Pavel Čermák  
CEO | Jednatel

grinity.com  
+420 602 613 215  
pavel.cermak@grinity.com

Olívova 948/6  
110 00 Praha 1  
Czech Republic









GRINITY









Consultancy  
with passion

 GRINITY





DIGITÁLNÍ APLIKACE





**Grinity**  
Built Asset Consultancy  
226 followers

## Atrium Flora



**Jakub Pavelka**  
Sector Leader

**Pavel Hykel**  
Project Manager

47 · 21 Comments

Like Comment Share

**Grinity**  
Built Asset Consultancy  
226 followers

## #consultancywithpassion




47 · 21 Comments

Like Comment Share

**Grinity**  
Built Asset Consultancy  
226 followers

## Sustainability Reporting Today and Tomorrow

10th November KPMG, Prague 8



**Lenka Matějčková**  
Sector Leader Sustainability

47 · 21 Comments

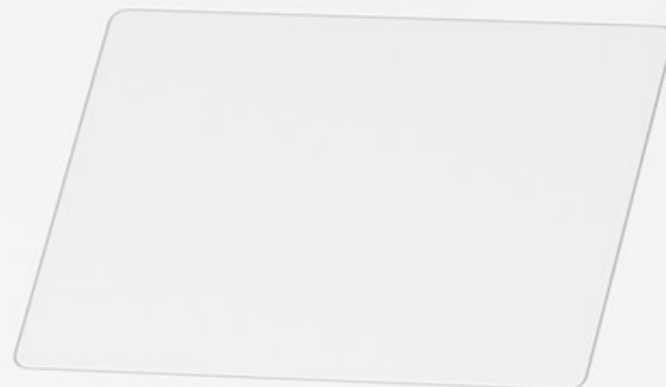
Like Comment Share





Udržitelné centrum  
v historickém prostředí.

Dozvědět se více →





NÁZEV 123 PROJEKTU - TDD BUDOVA XYZ  
Firma 123, Ulice 1357/65, 462 12 Město, Země  
Případně jiné informace

## EXECUTIVE SUMMARY

Description
No. of Building(s)
Type of Building
Building

Firma 123, s.r.o.  
Ulice 1357/65, 462 12  
Město, Země

**NÁZEV Firmy 123 PROJEKTU - TDD BUDOVA XYZ**  
Doplňující text pod názvem jedna  
Doplňující text pod názvem dva



Date: 03.06.2022

Grinity s.r.o.  
Olivova 948/6  
110 00 Praha 1  
Czech Republic

grinity.com  
grinity@grinity.com  
+420 226 207 800  
ICO: 04607228

Nadpis 1 -  
Normální text

### 1.1 Nadpis

Normální text.

- dd
- sjkdh





## New Message

From

To

Subject

### **Jana Pokorná**

Marketing & Communications Manager

### **Grinity s.r.o.**

Olivova 9486 | 110 00 Praha 1 | Czech Republic

M: +420 721 431 638 | T: +420 226 207 800

[jana.pokorna@grinity.com](mailto:jana.pokorna@grinity.com)

[www.grinity.com](http://www.grinity.com)

 GRINITY





 GRINITY

 [/wearegrinity](#)

 [/company/wearegrinity](#)

 [/wearegrinity](#)

[grinity.com](#)