



# Obsah

## 1. Úvod

1.1 O manuálu .....	4
1.2 O iQLANDII .....	4

## 2. Architektura značky

2.1 Jednotný vizuální styl skupiny iQLANDIA .....	6
2.2 Struktura skupiny a popis vnitřních vztahů .....	7
2.3 Souhrnná pravidla pro komunikaci .....	8
2.3.1 Jednotící prvek v názvu .....	8
2.3.2 Komunikační vizuál .....	8
2.3.3 Teritorialita značky .....	8

## 3. Logo a slogan

3.1 Logo iQLANDIA .....	10
3.1.1 Zobrazení základního logotypu .....	10
3.1.2 Jednotící prvek .....	11
3.1.3 Barevnost – hlavní a doplňkové barvy .....	12
3.1.4 Ochranná zóna .....	13
3.1.5 Minimální doporučená velikost .....	14
3.1.6 Příklady správného použití logotypu .....	15
3.1.7 Příklady nesprávného použití logotypu .....	16
3.2 Fonty .....	17
3.2.1 Základní písma .....	17
3.2.2 Doplňkové písmo .....	19

3.3 Slogan .....	20
3.3.1 Textace a pravidla použití .....	20
3.3.2 Ztvárnění sloganu – vertikální varianta .....	20
3.3.3 Ztvárnění – horizontální varianta .....	21

## 4. Skupina iQLANDIA

4.1 Další loga .....	23
4.1.1 Zobrazení log .....	23
4.1.2 Tvorba nového logotypu .....	24
4.2 Loga ve skupině .....	25
4.2.1 Zobrazení log ve skupině – vertikální varianta .....	25
4.2.2 Zobrazení log ve skupině – horizontální varianta ..	26
4.2.3 Minimální velikost a ochranná zóna loga ve skupině .....	29
4.2.4 Ochranná zóna skupiny log .....	30
4.3 Slogan ve skupině .....	31
4.3.1 Vertikální provedení .....	31
4.3.2 Horizontální provedení .....	32
4.3.3 Slogany pro jednotlivé značky .....	33



# 1. Úvod

## 1.1

# O manuálu

---

Manuál pro používání jednotného vizuálního stylu skupiny iQLANDIA je návod pro používání prostředků jednotného vizuálního stylu iQLANDIA. Při tvorbě, výrobě a užívání uvedených prostředků je užití tohoto manuálu povinné.

Každá osoba podílející se na aplikaci prostředků jednotného vizuálního stylu smí pracovat pouze v souladu se všemi pravidly obsaženými v manuálu. Přesné dodržování pravidel manuálu je vlastním zájmem IQLANDIA, o.p.s.

Manuál slouží jako návod k tvorbě předloh, pro některé jako zcela závazný předpis (např. merkantilní tiskoviny, tvorba loga nové značky), pro jiné jako ukázky stylu, který lze rozvíjet a aplikovat modifikovaně podle konkrétních podmínek a požadavků (např. komunikační vizuály).

Při vytváření dokumentů nebo aplikací jednotného vizuálního stylu, které tento manuál přímo neupravuje, je nutné dodržovat pravidla popsaná v kapitolách o pravidlech komunikace, logu a typografii, inspirovat se již hotovými předlohami podobného účelu a řídit se dobrým vkusem.

## 1.2

# O iQLANDII

---

Obecně prospěšná společnost IQLANDIA, o.p.s. je nástupcem Labyrint Bohemia, o.p.s. (zal. 2002), která vznikla za účelem poskytování neformálního vzdělávání formou interaktivního poznávání. Hlavní aktivitou společnosti je provozování a rozvoj science centra iQLANDIA, naučně-zábavního parku iQPARK a moderního planetária iQLANETÁRIUM. Science centrum iQLANDIA se od otevření 28. 3. 2014 profiluje jako významné evropské centrum popularizace vědy, výzkumu a přírodních věd. iQPARK, původně první science centrum v ČR (zal. 2004), se zaměřuje na oslovování mladších dětí.

### **Upozornění:**

Název provozující společnosti dle obchodního rejstříku je uváděn ve tvaru IQLANDIA, o.p.s. (velké „I“ na začátku názvu).

V případě textové citace značky reprezentující skupinu aktivit nebo samotnou expozici je název uváděn ve tvaru iQLANDIA (s malým „i“ na začátku jména).



## 2. Architektura značky

## 2.1

# Jednotný vizuální styl skupiny iQLANDIA

---

Jednotný vizuální styl je způsob prezentace značek iQLANDIA uvnitř i navenek při veškeré činnosti. Jednotný vizuální styl zdůrazňuje jednotnost skupiny iQLANDIA jako celku a zajišťuje její individualizaci celosvětově v segmentu science center a vědecko-zábavních parků. Hlavním účelem je orientovat, informovat a upoutat cílovou skupinu, zejména veřejnost a obchodní partnery. Síla obchodní značky (loga) nespočívá pouze v jeho grafickém ztvárnění, ale i v jednotném a stylovém používání. Základními prvky jednotného vizuálního stylu jsou obchodní označení, obchodní jméno a grafické ztvárnění obchodního jména. Prostředky jednotného vizuálního stylu jsou písmo, barva a způsob jejich užití. Jednotné a správné dodržování pravidel firemní identity spoluvytváří image společnosti a tím posiluje vnímání hodnot a funkcí, které společnost reprezentuje. Tyto hodnoty mají sice nepřímý, ale významný vliv na rozhodování návštěvníků a obchodních partnerů. U zaměstnanců přispívají k vytvoření pocitu sounáležitosti se společností.



**iq** LANDIA

**iq** PARK

**iq** PLANETÁRIUM

**iq** FABLAB

**iq** SHOP

**iq** PEDCEN

## 2.2

# Struktura skupiny a popis vnitřních vztahů

Značka iQLANDIA plní roli zastřešující značky pro celou skupinu značek, potažmo aktivit společnosti IQLANDIA, o.p.s. (dále „skupina iQLANDIA“).

V rámci komunikace může být značka iQLANDIA vnímána ve třech různých rolích:

- 1 jednotka s nejvyšší komunikační hodnotou zastřešující veškeré aktivity skupiny
- 2 expozice ve vlastní budově (hmotná entita)
- 3 pořadatel virtuálních činností (dočasné výstavy, putovní výstavy, externí aktivity, iQCAFÉ, Late Night apod.)

Cílem zastřešení skupiny značkou iQLANDIA je nejen významné posílení znalosti skupiny jako takové, ale také jednotlivých entit patřících do tohoto celku, s jejichž zařazením měla cílová skupina doposud obtíže (snadnější odlišení expozic/center, identifikace příbuznosti expozic a aktivit se skupinou iQLANDIA). Hlavním prvkem corporate identity iQLANDIA je vytvoření samostatné značky „iQ“, která pomůže cílové skupině bez doprovodných informací jednoznačně identifikovat kteroukoliv z entit či jakýchkoliv činností skupiny iQLANDIA a zařadit ji ve struktuře na správné místo. Prvek „iQ“ se stává povinnou součástí názvu každé značky spadající do skupiny iQLANDIA a za specifických podmínek jej lze užívat také jako samostatný prvek.

Značky skupiny iQLANDIA mohou mít rozdílné statusy – primární dělení zohledňuje, zda daná značka reprezentuje aktivitu nebo činnost disponující vlastní budovou či vlastním fyzickým prostorem. Každá z níže uvedených skupin se řídí vlastní sadou pravidel pro komunikaci. Nově vytvořená značka se řídí pravidly té skupiny, do které dle níže uvedených kritérií spadá.

HMOTNÁ ENTITA (= fyzický prostor)

**iQ** LANDIA

**iQ** PLANETÁRIUM

**iQ** PARK

**iQ** FABLAB

VIRTUÁLNÍ ENTITA (= soubor tematicky zaměřených aktivit pořádaných ve vlastních nebo externích prostorách)

**iQ** PEDCEN

**iQ** SHOP

**iQ** CAFÉ

Dále například značka aplikace, dočasné výstavy apod.

Komunikačně nadřazenou roli má značka iQLANDIA také ve vztahu k rovnocenně zařazeným expozicím typu iQPARK nebo iQPLANETÁRIUM. Značka iQLANDIA v takovém případě plní roli zastřešující a v komunikaci je uváděna na hlavní pozici pro dosažení jednoznačné identifikace místa zájmu potenciálním návštěvníkem (návštěvník je primárně navigován na skupinu iQLANDIA jako takovou, reprezentovanou značkou iQLANDIA, teprve v druhé fázi je odkazován na konkrétní entity, které spadají do centra jeho zájmu). Pro snadnou orientaci cílové skupiny návštěvníků mají veškeré expozice v rámci skupiny stanoven svůj konkrétní positioning.

**iQ** LANDIA

science centrum  
věk 8+ let – „pro ty,  
co už umějí dobře číst“

**iQ** PARK

naučně-zábavní park  
věk 3–10 let – „pro ty,  
co ještě neumějí číst  
nebo si chtějí hrát“

**iQ** PLANETÁRIUM

planetárium  
věk 3+

## 2.3

# Souhrnná pravidla pro komunikaci

---

Pravidly komunikace se řídí všechny značky skupiny iQLANDIA bez rozdílů. Další detailní pravidla lze nalézt v dalších kapitolách manuálu.

### 2.3.1 Jednotící prvek v názvu

Všechny značky skupiny iQLANDIA bez rozdílů obsahují identický prvek pro snadnou identifikaci cílové skupiny se skupinou iQLANDIA.

Identický prvek se uvádí v textové podobě ve formátu

**„iQ“**

Celý název značky

**iQ** (bez mezery) **ZBYTEKNÁZVU**

iQLANDIA

iQPARK

iQPLANETÁRIUM

iQSHOP

iQFABLAB

### 2.3.2 Komunikační vizuál

Pro posílení znalosti skupiny iQLANDIA a následně jednotlivých značek z portfolia musí komunikační vizuály dodržovat pravidlo zastřešující značky. Komunikačním vizuálem jsou myšleny veškeré formáty určené pro nadlinkovou komunikaci (ATL), tedy printová inzerce, online inzerce, outdoor apod. a vybrané formáty podlinkové komunikace (BTL), jako například plakáty, rollupy apod.

Layout jakéhokoliv komunikačního vizuálu musí povinně obsahovat následující informace:

- 1 základní logo iQLANDIA v předepsaném formátu a na povolené pozici
- 2 název výstavy / téma akce
- 3 místo a datum konání (pokud se jedná o entitu, která má své vlastní logo, uvádí se vždy v textové podobě, nikoliv vlastním logem)
- 4 call to action (výzva k akci)

Layout komunikačního vizuálu může a nemusí obsahovat anotaci k tématu.

Loga dalších značek ze skupiny mimo zastřešující značku iQLANDIA se uvádějí v rámci další doplňkové komunikace mimo hlavní komunikační vizuál (např. merkantilie, tiskoviny, výstavy apod.), případně v rámci webové prezentace a digitální aplikace skupiny iQLANDIA.

### 2.3.3 Teritorialita značky

Manuál stanovuje pro domácí použití v České republice odlišnou verzi loga nežli v zahraničí (vyjma Slovenské republiky). Konkrétní pravidla jsou uvedena v kapitole 3.





### 3. Logo a slogan

## 3.1

### Logo iQLANDIA

Hlavní logotyp skupiny je základním stavebním kamenem celého jednotného vizuálního stylu. Jeho provedení ve spojení s jednotlivým identifikačním prvkem určuje předlohu pro tvorbu dalších log ve skupině a navazuje ve zjednodušené podobě na zavedenou základní charakteristiku skupiny, evokující kvalitu, rozsáhlé vědomosti a zázemí stabilní společnosti s širokým záběrem aktivit.

#### 3.1.1 Zobrazení základního logotypu

Základní logotyp se užívá v barevném provedení. Text je vysazen písmem Purista Light, výhradně verzálkami.

Druhou variantou je logotyp používaný pro zahraniční účely s anglickým textem CZECH SCIENCE CENTER. Anglický text se pro žádné zahraniční použití nepřekládá, v každé zemi zůstává v předepsaném anglickém formátu.

Jakákoliv manipulace s grafickými prvky loga (například změna barevnosti, velikosti nebo úprava písma a textů) je zakázána.



## 3.1

### Logo iQLANDIA

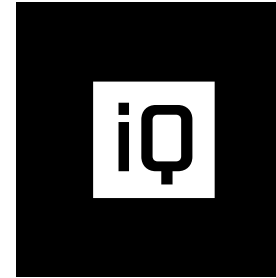
#### 3.1.2 Jednotící prvek

Dominantou každého logotypu ze skupiny iQLANDIA je společný jednotící prvek „iQ“, uváděný na začátku loga. Vizualní sjednocení všech log skupiny má za cíl posílit znalost a orientaci ve skupině jako takové.

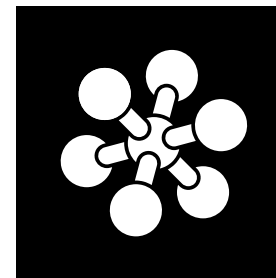
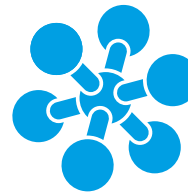
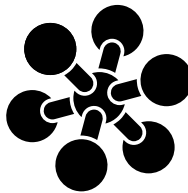
Užití jednotícího prvku je povinné v každém logu skupiny iQLANDIA.

Základní barevnost je černá a lze ji měnit dle pravidel uvedených v dalších kapitolách manuálu.

Jednotící prvek lze užívat ve výjimečných případech také samostatně, jeho užití ale podléhá individuálnímu schválení vedením marketingového oddělení skupiny iQLANDIA. Možné aplikace mohou být například na samolepkách, vybraných reklamních a upomínkových předmětech, jako razítko pro speciální účely (turistický deník apod.) nebo jako doplňkový grafický prvek na některých vizuálech, podobně jako grafický prvek atomia.



Dominantou každého logotypu ze skupiny iQLANDIA je společný jednotící prvek „iQ“.



Doplňkový grafický prvek atomia ve třech verzích barevného provedení

## 3.1

### Logo iQLANDIA

#### 3.1.3 Barevnost – hlavní a doplňkové barvy

Základní barvou je modrá barva PANTONE® 299 a černá PANTONE® Black.

Dodatkovou barvou je odstín šedé PANTONE® 430.

Převody ze systému PANTONE® do ostatních barvových systémů (zejména CMYK) jsou pro účely tohoto manuálu speciálně upraveny a je zakázáno používat převody ze vzorníku PANTONE nebo převody, které jsou součástí softwarových vzorníků grafických aplikací.



CMYK 80; 15; 0 / RGB 78; 159; 219 / Pantone 299



CMYK 0; 0; 0; 100 / RGB 0; 0; 0 / Pantone Black



CMYK 0; 0; 0; 100 / RGB 0; 0; 0 / Pantone Black



CMYK 0; 0; 0; 100 / RGB 0; 0; 0 / Pantone Black



CMYK 0; 0; 0; 0 / RGB 255; 255; 255



CMYK 0; 0; 0; 60 / RGB 134; 134; 134 / Pantone 430

Tuto doplňkovou šedivou verzi loga lze použít pouze ve specifických případech, a to při uvedení loga ve skupině log třetích subjektů (např. sponzorské aktivity, partnerství, fundraisingové aktivity apod.).

## 3.1

### Logo iQLANDIA

#### 3.1.4 Ochranná zóna

Ochranná zóna je stanovena minimální velikostí plochy v bezprostřední blízkosti logotypu, do které nesmí zasahovat text ani jiné grafické prvky, ilustrace, fotografie apod.

Minimální velikost ochranného prostoru je odvozena z grafického prvku loga – čtverce, a odpovídá 1/2 jeho šířky.



## 3.1

### Logo iQLANDIA

#### 3.1.5 Minimální doporučená velikost

Minimální velikost logotypu zaručuje jeho bezchybnou reprodukci v rozlišení, které jsou schopny zajistit běžné kancelářské tiskárny. Při každé aplikaci minimální velikosti logotypu je nutné dbát na použitou technologii zpracování tak, aby nebyla narušena dostatečná čitelnost všech prvků logotypu.

Minimální tisknutelná šíře logotypu je **15 mm**, pro zahraniční verzi je to **20 mm**.



## 3.1

### Logo iQLANDIA

#### 3.1.6 Příklady správného použití logotypu

Přehlednost a soulad grafických prvků je základem vyváženého layoutu veškerých tiskovin, proto by každý tvůrce měl pracovat s logotypem a grafikou dle svého nejlepšího uvážení a estetického cítění.

Při aplikaci logotypu na fotografii, barevné či tmavé pozadí je nutné řídit se uvedenými povolenými způsoby použití. Pro komunikační vizuály je nutné vybírat takové průvodní vizuály (fotografie, vektory, ilustrace), které v předepsaných místech disponují klidným pozadím, vhodným pro umístění daného logotypu.



Základní barevná varianta logotypu iQLANDIA je určena pro použití na bílé podkladové ploše.



Tmavší barevné plochy vyžadují použití logotypu v negativní bílé verzi. Je nutné dodržet dostatečný kontrast mezi pozadím a logem. U všech jednobarevných verzí loga je jednotlicí prvek iQ ve čtverci průhledný do podkladové plochy vizuálu.



Na fotografii se světlým klidným pozadím je vhodné použít logotyp v jednobarevné černé verzi. Je nutné dodržet dostatečný kontrast mezi pozadím a logem. Jednotlicí prvek iQ ve čtverci je průhledný do podkladové plochy vizuálu.



Světlejší barevné plochy vyžadují použití logotypu v jednobarevné černé verzi. Je nutné dodržet dostatečný kontrast mezi pozadím a logem. U všech jednobarevných verzí loga je jednotlicí prvek iQ ve čtverci průhledný do podkladové plochy vizuálu.



Pro fotografie s tmavým klidným pozadím je předepsáno použití logotypu v negativní verzi. Je nutné dodržet dostatečný kontrast mezi pozadím a logem. U všech jednobarevných verzí loga je jednotlicí prvek iQ ve čtverci průhledný do podkladové plochy vizuálu.



V případě dostatečného kontrastu mezi světlým klidným pozadím fotografie lze ve výjimečných případech použít logotyp v základní podobě. Jednotlicí prvek se v takovém případě NEPROBARUJE dle pozadí, písmena iQ zůstávají bílá.

## 3.1

### Logo iQLANDIA

#### 3.1.7 Příklady nesprávného použití logotypu

Přehlednost a soulad grafických prvků je základem vyváženého layoutu veškerých tiskovin, proto by každý tvůrce měl pracovat s logotypem a grafikou dle svého nejlepšího uvážení a estetického cítění.

Uvedené aplikace logotypu jsou v rámci jednotného vizuálního stylu nepřipustné.

Je také zakázané logotyp jakkoliv deformovat!



Tmavé plnobarevné plochy vylučují použití logotypu v černé verzi.



V případě použití logotypu v černé verzi na plnobarevné ploše je nutné dodržet průhlednost jednotlivého prvku a zobrazení barvy pozadí.



Plnobarevné plochy v příliš světlých odstínech zcela vylučují použití negativní verze logotypu z důvodu malého kontrastu a zhoršené čitelnosti.



Fotografie v částech předepsaných k umístění logotypu musí mít zcela klidné pozadí.



Fotografie v částech předepsaných k umístění logotypu musí mít zcela klidné pozadí.



Základní verzi loga iQLANDIA lze použít pouze na bílém podkladu nebo na fotografii s výrazně světlým klidným pozadím, nikoliv na světlé plnobarevné ploše.



## 3.2 Fonty

### 3.2.1 Základní písma

Jako titulkové písmo jsou pro komunikační vizuály využívány fonty Purista a Myriad Pro. Obecně platí, že kratší titulkové texty lze uvádět fontem Purista, delší titulkové texty pak fontem Myriad. Jako textové písmo komunikačních vizuálů manuál určuje využití fontů Myriad Pro v různých řezech dle typu sdělení.

Myriad Pro – Light

abcdefghijklmnopqrstuvwxy  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
ěščřžýáíéúů 123456789 ,;:-\_!?!+\*@

---

Myriad Pro – Regular

abcdefghijklmnopqrstuvwxy  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
ěščřžýáíéúů 123456789 ,;:-\_!?!+\*@

---

Myriad Pro – Bold

**abcdefghijklmnopqrstuvwxy**  
**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**ěščřžýáíéúů 123456789 ,;:-\_!?!+\*@**

## 3.2 Fonty

### 3.2.1 Základní písma

Jako titulkové písmo jsou pro komunikační vizuály využívány fonty Purista a Myriad Pro. Obecně platí, že kratší titulkové texty lze uvádět fontem Purista, delší titulkové texty pak fontem Myriad.

Jako textové písmo komunikačních vizuálů manuál určuje využití fontů Myriad Pro v různých řezech dle typu sdělení.

Purista – Light

abcdefghijklmnopqrstuvxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
ěščřžýáíéúů 123456789 ,,:-!?!+\*@

---

Purista – Medium

abcdefghijklmnopqrstuvxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
ěščřžýáíéúů 123456789 ,,:-!?!+\*@

---

Purista – SemiBold

abcdefghijklmnopqrstuvxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
ěščřžýáíéúů 123456789 ,,:-!?!+\*@

---

Purista – Bold

abcdefghijklmnopqrstuvxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
ěščřžýáíéúů 123456789 ,,:-!?!+\*@

## 3.2

# Fonty

### 3.2.2 Doplnkové písmo

V případě tvorby jiných dokumentů a výstupů z programů řady Microsoft Office je možno kombinovat font Purista jako titulkové písmo a font Calibri pro ostatní texty.

Calibri – Light

abcdefghijklmnopqrstuvxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
ěščřžýáíéúů 123456789 ,.:-\_!?!+\*@

---

Calibri – Regular

abcdefghijklmnopqrstuvxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
ěščřžýáíéúů 123456789 ,.:-\_!?!+\*@

---

Calibri – Bold

**abcdefghijklmnopqrstuvxyz**  
**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**ěščřžýáíéúů 123456789 ,.:-\_!?!+\*@**

## 3.3 Slogan

### 3.3.1 Textace a pravidla použití

Slogan značky slouží k dosažení brandu do správné kategorie služeb a ke sdělení přesvědčující informace o značce. Slogan je snadno zapamatovatelný a užívá se v přímém spojení se značkou.

Hlavní slogan pro skupinu iQLANDIA slouží také jako slogan pro hmotnou entitu iQLANDIA – používá se v obou případech v identickém znění a v předepsaném formátu (na stanovené pozici vůči logu).

V rámci komunikačních vizuálů lze použít vertikální nebo horizontální verzi.

Výjimku tvoří kategorie online komunikace, kde lze s ohledem na omezený prostor využít zkrácenou verzi sloganu ve znění „Chytrá zábava“.

### 3.3.2 Ztvárnění sloganu – vertikální varianta

Preferovanou variantou pro veškeré komunikační materiály je vertikální umístění sloganu vůči logu. Slogan je ve vertikální verzi uváděn minuskami. Rozestupy mezi logem, dělicí čarou a sloganem nemají přesnou matematickou definici, odstup loga od dělicí čáry respektuje ochrannou zónu loga dle kapitoly 3.1.4. Vnější ochranná zóna loga se sloganem se řídí rovněž identickými pravidly jako v případě ochranné zóny samotného loga. Verze loga se sloganem je užívána v přednastavené podobě a nelze ji měnit, pokud nedojde ke změně samotného sloganu.

**iQ** LANDIA

---

Chytrá zábava  
na prvním místě

**iQ** LANDIA

---

Chytrá zábava  
na prvním místě

**iQ** LANDIA

---

Chytrá zábava  
na prvním místě

**iQ** LANDIA

---

Chytrá zábava

**iQ** LANDIA

---

Chytrá zábava

**iQ** LANDIA

---

Chytrá zábava

## 3.3 Slogan

### 3.3.3 Ztvárnění – horizontální varianta

Na vizuálech, kde z kompozičních nebo prostorových důvodů není vhodné užití vertikálního provedení loga se sloganem, jej lze nahradit jeho horizontální verzí.

U online komunikace lze s ohledem na omezený prostor využít zkrácenou verzi sloganu ve znění „Chytrá zábava“.

Slogan je v horizontální verzi uváděn minuskami. Rozestupy mezi logem, dělicí čarou a sloganem nemají přesnou matematickou definici, odstup loga od dělicí čáry respektuje ochrannou zónu loga dle kapitoly 3.1.4. Vnější ochranná zóna loga se sloganem se řídí rovněž identickými pravidly jako v případě ochranné zóny samotného loga. Verze loga se sloganem je užívána v přednastavené podobě a nelze ji měnit, pokud nedojde ke změně samotného sloganu.

 | Chytrá zábava  
na prvním místě

 | Chytrá zábava

 | Chytrá zábava  
na prvním místě

 | Chytrá zábava

 | Chytrá zábava  
na prvním místě

 | Chytrá zábava



## 4. Skupina iQLANDIA

# 4.1 Další loga

## 4.1.1 Zobrazení log

Skupina iQLANDIA zahrnuje všechny existující značky obsahující jednotící prvek „iQ“. Značky se dělí na skupinu hmotných entit a skupinu virtuálních entit, z nichž každá má svoje pravidla pro zobrazování logotypu.

Loga patřící mezi hmotné entity:  
iQLANDIA, iQPARK, iQPLANETÁRIUM, iQFABLAB

Každý logotyp patřící do podskupiny hmotných entit má definovanou svou vlastní barevnost a lze jej používat pouze v předepsaných barevných variantách. Logo hmotné entity nelze nikdy použít v odstínech šedi – výjimkou je prezentace loga ve skupině partnerů v rámci blíže nespecifikovaných sponzorských aktivit.

Loga patřící mezi virtuální entity\*:  
iQSHOP, iQPEDCEN, iQVÝSTAVA, iQCAFÉ

 iQ LANDIA

 CMYK 80; 15; 0; 0 / RGB 78; 159; 219 / Pantone 299

 iQ LANDIA

 CMYK 80; 15; 0; 0 / RGB 78; 159; 219 / Pantone 299


 iQ PARK

 CMYK 60; 0; 100; 0 / RGB 140; 182; 160 / Pantone 368

 iQ PLANETÁRIUM

 CMYK 0; 40; 100; 0 / RGB 227; 165; 26 / Pantone 137

 iQ FABLAB

 CMYK 0; 100; 70; 16 / RGB 171; 15; 53 / Pantone 200

 iQ SHOP

 CMYK 0; 0; 0; 60 / RGB 134; 134; 134 / Pantone 430

 iQ PEDCEN

 CMYK 0; 0; 0; 60 / RGB 134; 134; 134 / Pantone 430

 iQ CAFÉ

 CMYK 0; 0; 0; 60 / RGB 134; 134; 134 / Pantone 430

 iQ VÝSTAVA

 CMYK 0; 0; 0; 60 / RGB 134; 134; 134 / Pantone 430

\* Logotypy ze skupiny virtuálních entit jsou jednotně prezentována v základní verzi v přesně definované barevnosti v daném odstínu šedé. V rámci komunikace je možné každé z log použít v barvě ladící s komunikačním vizuálem – „dobarvení“ loga je nutné provést předepsaným způsobem (změna barevnosti se týká pouze jednotícího prvku „iQ“, nikdy se nepřebarvuje celé logo). Logo virtuální entity nikdy nelze prezentovat v barvě náležící v základní podobě některému z log patřících do podskupiny hmotných entit, vyjma log reprezentujících prodejní nebo výdejní místa spojená s některou z hmotných entit (např. iQSHOP může být v iQLANDII prezentován v modré, v iQPARKU v zelené verzi).

## 4.1

### Další loga

#### 4.1.2 Tvorba nového logotypu

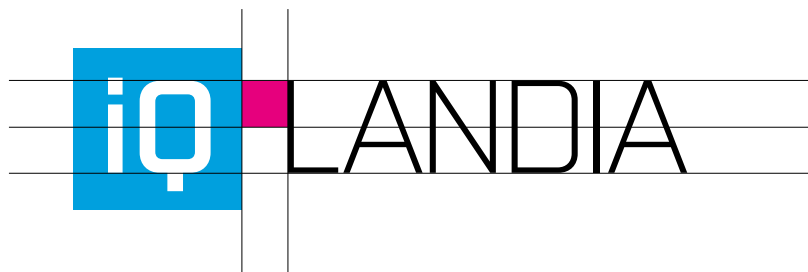
Logo se skládá z definovaného jednotícího prvku „iQ“ a textové části – při tvorbě nového logotypu skupiny iQLANDIA je nutné dodržet atributy dle definice logotypu v kapitole 3.1 Logo iQLANDIA. Dle příslušnosti k podskupině hmotných nebo virtuálních entit se tvorba nové značky řídí pravidly pro příslušný oddíl.

##### **Nové logo hmotné entity**

V případě tvorby nového loga hmotné entity je nutné definovat barevnost jednotícího prvku – lze vybírat z doporučených barev. Dva logotypy hmotných entit nemohou mít identickou barvu jednotícího prvku. Textová část je uváděna v základní podobě vždy v černé barvě.

##### **Nové logo virtuální entity**

Jakýkoliv nový logotyp patřící do podskupiny virtuálních entit má v základní podobě definovanou barevnost pouze v šedé variantě bez rozdílu.



Textová část logotypu je vytvořena pomocí písma Purista Light. Výška nápisu je totožná s dvojicí písmen iQ jednotícího prvku loga a vzdálenost prvního písmene od barevného čtverce se rovná polovině této výšky.

iQ PARK

iQ PLANETÁRIUM

Textová část nového logotypu by neměla být delší než 11 znaků – tedy delší než v logu iQPLANETÁRIUM a kratší než 4 znaky – podobně jako v logu iQPARK. Optimální délka je 6 znaků.



CMYK 0; 100; 0; 0 / RGB 196; 0; 122 / Pantone Process Magenta



CMYK 35; 35; 100; 0 / RGB 174; 154; 47 / Pantone 104



CMYK 0; 25; 80; 80 / RGB 81; 28; 70 / Pantone 449



CMYK 100; 70; 25; 0 / RGB 43; 81; 132 / Pantone 2945



CMYK 55; 65; 0; 0 / RGB 128; 138; 167 / Pantone 265



## 4.2

### Loga ve skupině

#### 4.2.1 Zobrazení log ve skupině – vertikální varianta

Skupina iQLANDIA má definované 4 základní druhy vizuálního uspořádání, a to v jedné vertikální verzi a třech typech horizontálního uspořádání.

Pravidla tohoto manuálu povolují užití skupiny log také ve specifické podobě, kdy je zastřešující hlavní logo iQLANDIA vizuálně odděleno od samotné skupiny logotypu, a to například v případě umístění na merkantilních tiskovinách. Hlavní logo iQLANDIA se tak nachází v rámci layoutu tiskoviny v jiné části nežli samotná skupina. Použití hlavního loga iQLANDIA nikdy nenahrazuje opakované použití značky hmotné entity iQLANDIA v samotné skupině – skupina obsahuje vždy minimálně 6 značek včetně všech existujících hmotných entit. Skupinu hmotných a nehmotných entit nelze nikdy použít zcela samostatně bez zastřešujícího loga iQLANDIA na dané tiskovině.

První pozice loga iQLANDIA a dalších hmotných entit je v rámci skupiny neměnná, do jejich pořadí není možné zařadit žádné z virtuálních log. U virtuálních entit lze pořadí měnit podle aktuální důležitosti. Každá taková změna proti podobě doporučené tímto manuálem podléhá bez výjimky schválení marketingového oddělení iQLANDIA, o.p.s.

Loga virtuálních entit lze v plnobarevném zobrazení skupiny uvádět jen v základní podobě v šedé barvě.

**iQ** LANDIA

**iQ** LANDIA

**iQ** PARK

**iQ** PLANETÁRIUM

**iQ** FABLAB

**iQ** SHOP

**iQ** PEDCEN

**iQ** CAFÉ

**iQ** VÝSTAVA

**iQ** LANDIA

**iQ** LANDIA

**iQ** PARK

**iQ** PLANETÁRIUM

**iQ** FABLAB

**iQ** SHOP

**iQ** PEDCEN

**iQ** CAFÉ

**iQ** VÝSTAVA

**iQ** LANDIA

**iQ** LANDIA

**iQ** PARK

**iQ** PLANETÁRIUM

**iQ** FABLAB

**iQ** SHOP

**iQ** PEDCEN

**iQ** CAFÉ

**iQ** VÝSTAVA

#### Plná verze zobrazení skupiny

Celkový počet logotypů ve skupině není omezen. Doplnit nový logotyp do skupiny lze výměnou za některé ze stávajících vyobrazených log (primárně výměna za některé z log virtuálních entit) nebo přidáním nového logotypu do příslušné podskupiny (hmotná entita mezi barevná loga, virtuální entita mezi loga šedá).

## 4.2

### Loga ve skupině

#### 4.2.2 Zobrazení log ve skupině – horizontální varianta 1

Plná verze zobrazení skupiny – minimální počet log jsou 4 značky (hmotné entity), maximální počet je omezen na 12 pozic (3 sloupce po 4 značkách). Doplnit nový logotyp do skupiny lze výměnou za některé ze stávajících vyobrazených log (primárně výměna za některé z log virtuálních entit) nebo přidáním minimálně a zároveň maximálně 4 nových logotypů (v rámci jednoho sloupce nelze kombinovat hmotné a virtuální značky).

Jakákoli manipulace s jednotlivými logy ve skupině, barevné úpravy či změny kompozice a velikosti logotypů jsou zakázány.

 LANDIA

 LANDIA

 LANDIA

 PARK

 PLANETÁRIUM

 FABLAB

 SHOP

 PEDCEN

 CAFÉ

 VÝSTAVA

 LANDIA

 PARK

 PLANETÁRIUM

 FABLAB

 SHOP

 PEDCEN

 CAFÉ

 VÝSTAVA

 LANDIA

 LANDIA

 PARK

 PLANETÁRIUM

 FABLAB

 SHOP

 PEDCEN

 CAFÉ

 VÝSTAVA

## 4.2

### Loga ve skupině

#### 4.2.2 Zobrazení log ve skupině – horizontální varianta 2

Základní verze zobrazení skupiny – tato verze zobrazuje vybrané logotypy skupiny – 4 značky hmotných entit a 2 vybrané značky virtuálních entit. Loga z podskupiny virtuálních entit lze vybírat libovolně dle zaměření materiálu, pro který jsou určena (preferované logotypy jsou IQSHOP a IQPEDCEN).

Doplnit nový logotyp do skupiny lze pouze výměnou loga z příslušné podskupiny (hmotné za hmotné, virtuální za virtuální).

Jakákoli manipulace s jednotlivými logy ve skupině, barevné úpravy či změny kompozice a velikosti logotypů jsou zakázány.

 LANDIA

 LANDIA    PLANETÁRIUM    SHOP  
 PARK    FABLAB    PEDCEN

 LANDIA

 LANDIA    PLANETÁRIUM    SHOP  
 PARK    FABLAB    PEDCEN

 LANDIA

 LANDIA    PLANETÁRIUM    SHOP  
 PARK    FABLAB    PEDCEN

## 4.2

### Loga ve skupině

#### 4.2.2 Zobrazení log ve skupině – horizontální varianta 3

Základní verze zobrazení skupiny – tato verze zobrazuje vybrané logotypy skupiny – 4 značky hmotných entit a 2 vybrané značky virtuálních entit. Loga z podskupiny virtuálních entit lze vybírat libovolně dle zaměření materiálu, pro který jsou určena (preferované logotypy jsou iQSHOP a iQPEDCEN).

Doplnit nový logotyp do skupiny lze pouze výměnou loga z příslušné podskupiny (hmotné za hmotné, virtuální za virtuální).

Jakákoli manipulace s jednotlivými logy ve skupině, barevné úpravy či změny kompozice a velikosti logotypů jsou zakázány.

**iQ** LANDIA

**iQ** LANDIA

**iQ** PARK

**iQ** PLANETÁRIUM

**iQ** FABLAB

**iQ** SHOP

**iQ** PEDCEN

**iQ** LANDIA

**iQ** LANDIA

**iQ** PARK

**iQ** PLANETÁRIUM

**iQ** FABLAB

**iQ** SHOP

**iQ** PEDCEN

**iQ** LANDIA

**iQ** LANDIA

**iQ** PARK

**iQ** PLANETÁRIUM

**iQ** FABLAB

**iQ** SHOP

**iQ** PEDCEN

## 4.2

### Loga ve skupině

#### 4.2.3 Minimální velikost a ochranná zóna loga ve skupině

Minimální velikost log ve skupině vychází z minimální velikosti základního loga iQLANDIA (z rozměrů jednotlicího prvku IQ).

Smyslem ochranné zóny je zajistit dostatečný odstup každé jednotlivé značky ve skupině tak, aby byla zajištěna její čitelnost a nedošlo k porušení pravidla o minimální velikosti loga ve skupině.

**iQ** LANDIA

**iQ** LANDIA

**iQ** PARK

**iQ** PLANETÁRIUM

**iQ** FABLAB

**iQ** SHOP

**iQ** PEDCEN

**iQ** CAFÉ

**iQ** VÝSTAVA



Ochranná zóna loga



Minimální doporučená velikost loga

## 4.2

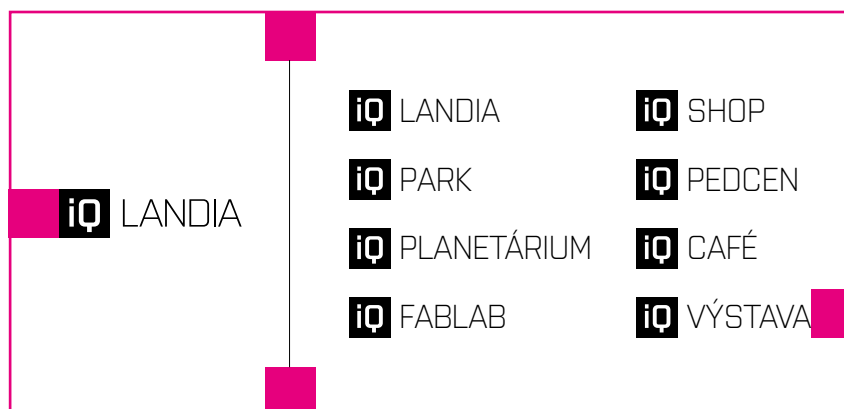
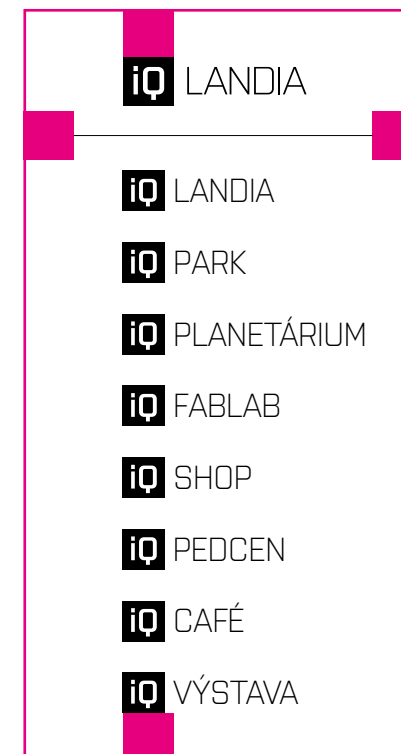
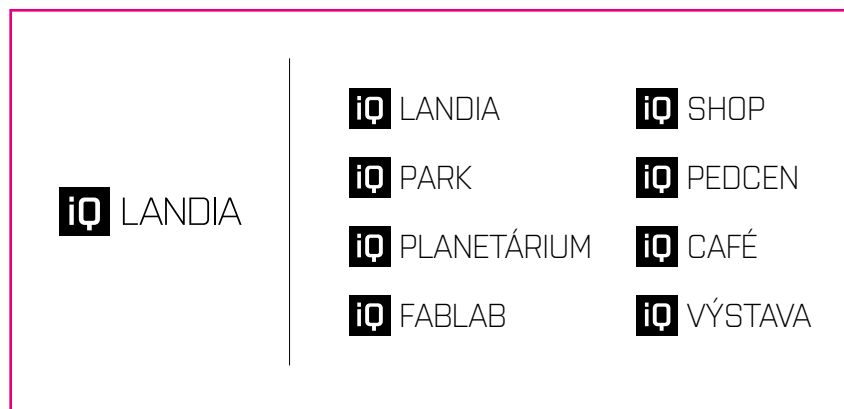
### Loga ve skupině

#### 4.2.4 Ochranná zóna skupiny log

Smyslem ochranné zóny celé skupiny je zajistit dostatečný odstup skupiny značek od všech ostatních grafických prvků, které by mohly jedinečnost opticky narušit. Ochranná zóna také slouží ke správnému umístění značky na okraji formátu papíru.

Minimální velikost ochranného prostoru je odvozena z jednotlicího grafického prvku – čtverce „iQ“ a odpovídá jeho šířce.

Jakákoli manipulace s jednotlivými logy ve skupině, barevné úpravy či změny kompozice a velikosti logotypů jsou zakázány.



## 4.3

### Slogan ve skupině

#### 4.3.1 Vertikální provedení

Hlavní slogan iQLANDIA ve znění „Chytrá zábava na prvním místě“ se v případě potřeby používá se skupinou log v předepsaném formátu (například na tiskovinách), ve specifických případech použití (online, expo apod.), kdy to situace vyžaduje, lze slogan použít zcela odděleně od skupiny, přičemž velikost a pozici je nutné zvolit individuálně s ohledem na celkovou kompozici layoutu.

**iQ** LANDIA

---

Chytrá zábava  
na prvním místě

---

**iQ** LANDIA

**iQ** PARK

**iQ** PLANETÁRIUM

**iQ** FABLAB

**iQ** SHOP

**iQ** PEDCEN

**iQ** CAFÉ

**iQ** VÝSTAVA

**iQ** LANDIA

---

Chytrá zábava  
na prvním místě

---

**iQ** LANDIA

**iQ** PARK

**iQ** PLANETÁRIUM

**iQ** FABLAB

**iQ** SHOP

**iQ** PEDCEN

**iQ** CAFÉ

**iQ** VÝSTAVA

**iQ** LANDIA

---

Chytrá zábava  
na prvním místě

---

**iQ** LANDIA

**iQ** PARK

**iQ** PLANETÁRIUM

**iQ** FABLAB

**iQ** SHOP

**iQ** PEDCEN

**iQ** CAFÉ

**iQ** VÝSTAVA

## 4.3

### Slogan ve skupině

#### 4.3.2 Horizontální provedení

Další povolené varianty umístění sloganu v rámci horizontálních verzí skupiny iQLANDIA.

**iQ** LANDIA

Chytrá zábava  
na prvním místě

**iQ** LANDIA

**iQ** PARK

**iQ** PLANETÁRIUM

**iQ** FABLAB

**iQ** SHOP

**iQ** PEDCEN

**iQ** CAFÉ

**iQ** VÝSTAVA

**iQ** LANDIA

Chytrá zábava  
na prvním místě

**iQ** LANDIA

**iQ** PARK

**iQ** PLANETÁRIUM

**iQ** FABLAB

**iQ** SHOP

**iQ** PEDCEN

**iQ** CAFÉ

**iQ** VÝSTAVA

**iQ** LANDIA

Chytrá zábava  
na prvním místě

**iQ** LANDIA

**iQ** PARK

**iQ** PLANETÁRIUM

**iQ** FABLAB

**iQ** SHOP

**iQ** PEDCEN



## 4.3

### Slogan ve skupině

#### 4.3.3 Slogany pro jednotlivé značky

Headliny dalších značek varují hlavní zastřešující slogan iQLANDIA – klíčovým slovem v opakující se textové kompozici odkazují na příslušné hmotné či virtuální entity.

iQPARK	Chytré hraní
iQPLANETÁRIUM	Chytrý vesmír
iQFABLAB	Chytrá dílna
iQSHOP	Kupuj chytrou zábavu

**iQ** PARK

Chytré hraní

**iQ** PARK | Chytré hraní

**iQ** PLANETÁRIUM

Chytrý vesmír

**iQ** PLANETÁRIUM | Chytrý vesmír

**iQ** FABLAB

Chytrá dílna

**iQ** FABLAB | Chytrá dílna

**iQ** SHOP

Kupuj chytrou zábavu

**iQ** SHOP | Kupuj chytrou  
zábavu