



Tommy
Chef

**MANUÁL JEDNOTNÉHO
VIZUÁLNÍHO STYLU**

OBSAH

ÚVOD.....	1
FILOSOFIE LOGA	2
VARIANTY LOGA.....	3
ZAKÁZANÉ VARIANTY LOGA	4
OCHRANNÁ ZÓNA	5
MINIMÁLNÍ VELIKOST	6
FIREMNÍ BARVY	7
HLAVNÍ DESIGNOVÉ PÍSMO.....	8
HLAVNÍ FIREMNÍ PÍSMO	9
ZNAČKOVÝ PRVEK.....	10
KUCHAŘSKÝ RONDON	11
UBROUSEK.....	12
DŘEVĚNÉ PRKÉNKO	13
KUCHAŘSKÉ NOŽE	14
DEGUSTAČNÍ MENU.....	15
DÁRKOVÝ POUKAZ.....	16
VIZITKA	17
OBÁLKA	18



ÚVOD

Tento manuál slouží jako praktický průvodce pro práci s vizuální identitou firmy. Jeho hlavním cílem je zajistit konzistenci a jednotnost napříč všemi grafickými výstupy, a tím podpořit snadnou a jasnou rozpoznatelnost značky v očích veřejnosti.

Najdete zde podrobné informace o novém firemním logu - jeho konceptu, pravidlech použití a doporučeních pro různé situace. Manuál rovněž obsahuje definované firemní barvy a typografii, které budou využívány napříč všemi komunikačními kanály, včetně tištěných materiálů a online prostředí.

Součástí dokumentu jsou také ukázky designových řešení pro firemní dokumenty, marketingové materiály a další propagační nástroje.



FILOSOFIE LOGA

Logo svým vizuálním sdělením spojuje přátelskou osobnost, důvěru a vášně pro gastronomii. Jeho design vychází z jednoduchých a snadno rozpoznatelných prvků, které dohromady tvoří zapamatovatelnou identitu.

Dominantní částí loga je stylizovaná silueta kuchaře, která obsahuje výrazný knír a plnovous spolu s typickou kuchařskou čepicí evokují tradiční řemeslné hodnoty a zároveň působí moderně a hravě. Tento motiv zdůrazňuje osobní přístup, který je klíčovou hodnotou značky.

Textová část loga využívá elegantní, rukopisné písmo, které působí přátelsky, přirozeně a osobně. Spojení slova Chef s vidličkou místo písmene „f“ vytváří detail, který podtrhuje zaměření značky na kulinářství.



Tommy
Chef



VARIANTY LOGA

Logo je vytvořeno ve 3 základních barevných variantách, což jsou i základní firemní barvy.

Varianta loga v černé barvě je určena pro použití na světlém podkladu, nyní je vyobrazena na čistém bílém pozadí.

Varianta loga v bílé barvě je určena pro použití na tmavém podkladu, nyní je vyobrazena na černém pozadí.

Varianta v bílé barvě je alternativou mezi prvními dvěma variantami a je taktéž určena pro použití na tmavém podkladu, nyní je vyobrazena na černém pozadí.





ZAKÁZANÉ VARIANTY LOGA

Je důležité používat logo ve schválených variantách uvedených v tomto manuálu. Zejména je zakázáno měnit jeho proporce, tedy deformovat ho roztažením či zúžením. Dále není dovoleno logo otáčet, naklánět nebo jinak vychylovat z jeho původní osy.

Použití barev mimo oficiální firemní paletu je rovněž nepřipustné, stejně jako barevné experimenty, kdy jednotlivé části loga nesou odlišné barvy.



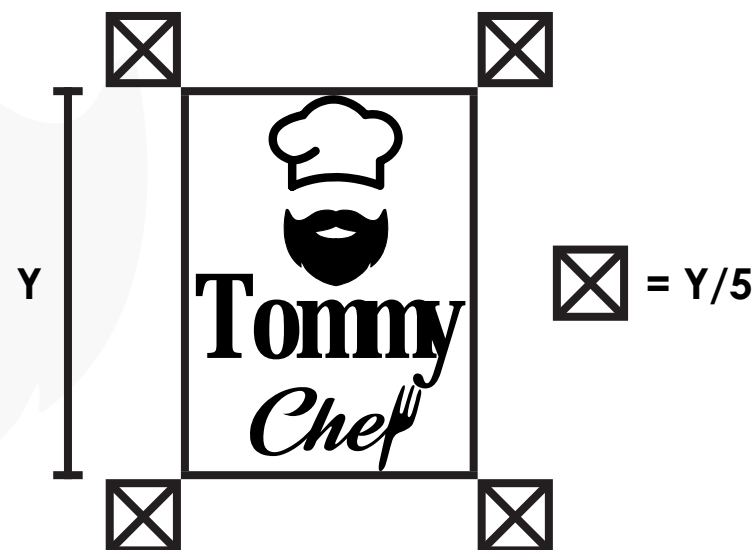
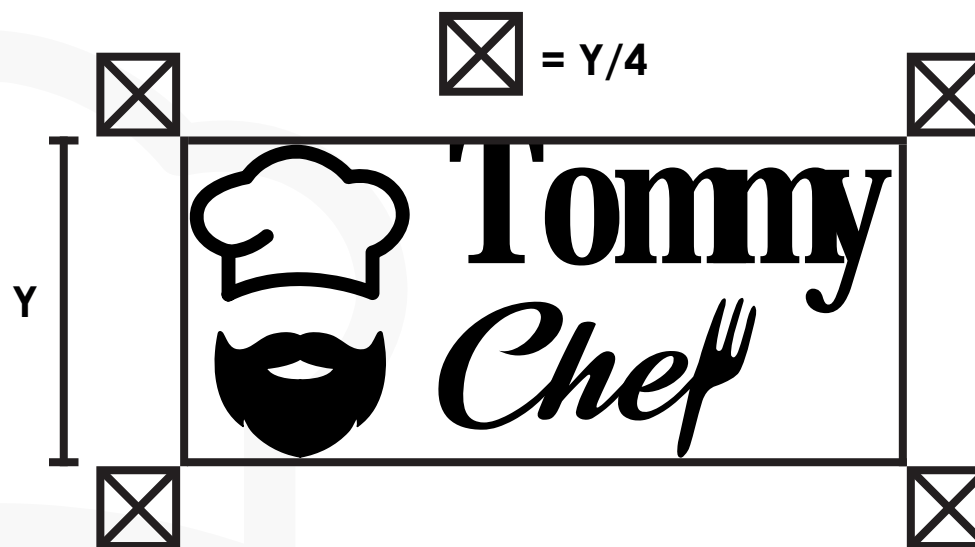


OCHRANNÁ ZÓNA

Pro zachování čitelnosti a vizuální čistoty loga je třeba dodržovat minimální ochrannou zónu. Do tohoto prostoru nesmí zasahovat žádné texty, grafika ani jiné vizuální prvky.

Ochranná zóna u loga na šířku je definována jako plocha o šířce $Y/4$ ze všech stran loga, kde Y představuje celkovou výšku loga.

U varianty loga na výšku je ochranná zóna definována jako plocha o šířce $Y/5$ ze všech stran loga, kde Y představuje celkovou výšku loga.





MINIMÁLNÍ VELIKOST

Pro zajištění čitelnosti a zachování vizuální kvality loga byla definována minimální doporučená velikost pro obě základní varianty loga.

Pro variantu loga na šířku je minimální doporučená šířka stanovena na 35 mm a pro variantu loga na výšku na 25 mm.

Při použití loga v menších velikostech než jsou tyto doporučené hodnoty hrozí ztráta čitelnosti textu i rozpoznatelnosti jednotlivých prvků loga.

V případech, kdy je nutné aplikovat logo ve velmi malém rozměru, například jako favicon na webové stránce nebo profilový obrázek na sociálních sítích, je doporučeno využít pouze značkový prvek. Tento prvek je i v malém formátu dobře čitelný a plně zachovává vizuální identitu značky.





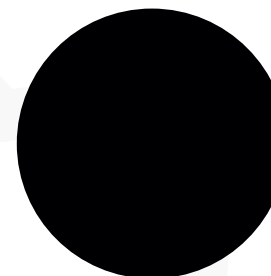
FIREMNÍ BARVY

Barevná paleta je založena na čtyřech základních barvách - černé, bílé, šedé a jedné doplňkové neutrální barvě. První tři vycházejí přímo z barevných variant loga a tvoří základní pilíře vizuální identity. Čtvrtá, doplňková barva, slouží k oživení a zvýraznění vybraných prvků, například na webu nebo v propagačních materiálech.

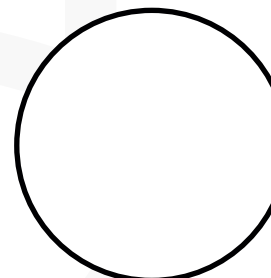
Tyto neutrální tóny podtrhují jednoduchost, eleganci a nadčasovost značky. Kombinace a použití těchto barev zajišťuje vysokou flexibilitu a snadnou čitelnost na různých typech materiálů i v různých prostředích.



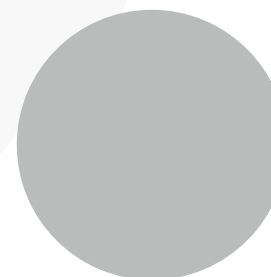
RGB	CMYK
R = 230	C = 12%
G = 221	M = 12%
B = 201	Y = 24%
	K = 0%



RGB	CMYK
R = 0	C = 91%
G = 0	M = 79%
B = 0	Y = 62%
	K = 97%



RGB	CMYK
R = 255	C = 0%
G = 255	M = 0%
B = 255	Y = 0%
	K = 0%



RGB	CMYK
R = 196	C = 26%
G = 196	M = 19%
B = 196	Y = 20%
	K = 2%



HLAVNÍ DESIGNOVÉ PÍSMO

Písmo Roomster, které je použito na texty v logu je plně lokalizované, ale neobsahuje číslice a je dostupné pouze v jednom řezu.

Toto písmo je hlavně kvůli svému elegantnímu rukopisnému vzhledu a absenci čísel používáno výhradně pro psaní slov spojených s logem.

Díky své výraznosti a specifičnosti si lidé snáží spojí design se značkou.

ROOSTER

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

P Q R S T U V W X Y Z

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

o p q r s t u v w x y z

Á Ě Í Ó Ů Ÿ Ě Ď Ě Ň Ŕ Š Ť Ž Ů

á é í ó ů ŷ ě ě ě ň ň š ť ž ů



HLAVNÍ FIREMNÍ PÍSMO

Primárním fontem pro nadpisy na digitálních i tiskových materiálech je písmo Century Gothic, které díky své neutralitě, čitelnosti, kompletní lokalizaci a čtyřem dostupným řezům vytváří ideální kontrast k výraznému logu.

Pro texty a delší obsahové celky je využíván font Trebuchet MS. Tento bezpatkový font nabízí rovněž plnou lokalizaci, čtyři základní řezy a velmi dobrou čitelnost napříč médii. Svou užší kresbou a nižší výchozí tloušťkou působí jemněji než Century Gothic, a proto je vhodný pro delší odstavce, popisky či doprovodné texty. Ačkoli si s nadpisovým písmem vizuálně rozumí, přináší potřebnou typografickou rovnováhu.

CENTURY GOTHIC

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

P G R Ř S Š T Ť U V W X Y Z Ž

a á b c č d d' e f g h i í j k l m n ñ

o p q r ř s š t ť u ú ů v w x y z ž

TREBUCHET MS

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

P G R Ř S Š T Ť U V W X Y Z Ž

a á b c č d d' e f g h i í j k l m n ñ

o p q r ř s š t ť u ú ů v w x y z ž



ZNAČKOVÝ PRVEK

Grafický symbol je nedílnou součástí loga značky, ale v určitých případech je však možné tento prvek použít samostatně, a to zejména tam, kde není prostor pro plnou verzi loga, ale je potřeba zachovat vizuální návaznost na značku.

Samostatné použití symbolu je vhodné například pro favicon webových stránek, profilové obrázky na sociálních sítích, vodotisk na fotografiích, nebo jako značka na drobných propagačních předmětech.

Při samostatném použití je nutné zachovat původní podobu symbolu - nesmí docházet k jeho úpravám, deformacím, změnám barev kromě definovaných barevných variant loga, ani doplňování textu.





KUCHAŘSKÝ RONDON

Aplikace loga na profesionální kuchařský rondon. Logo je umístěno na levé straně hrudi, což podporuje osobní branding a dodává vizuální identitě značky autenticitu a důvěryhodnost při přímém kontaktu se zákazníkem.





UBROUSEK

Ukázka využití loga na ubrousku jako součásti stolního servisu. Tento způsob aplikace posiluje vizuální identitu během samotného zážitku a dodává servírování osobitý, detailně promyšlený charakter. Skvělé pro privátní večere a degustační menu.





DŘEVĚNÉ PRKÉNKO

Gravírované logo na dřevěném prkénku představuje stylový a praktický způsob, jak vtisknout značce osobitý charakter i při samotné přípravě jídla. Tento brandingový prvek přirozeně ladí s kuchařským prostředím a podtrhuje preciznost i důraz na detail.





KUCHAŘSKÉ NOŽE

Gravírované logo na čepelích kuchařských nožů reprezentuje značku přímo v ruce šéfkuchaře. Tento detailní prvek podtrhuje profesionalitu a posiluje důvěryhodnost značky při každé kulinářské přípravě. Stylový a funkční doplněk pro prezentaci preciznosti a osobního přístupu.

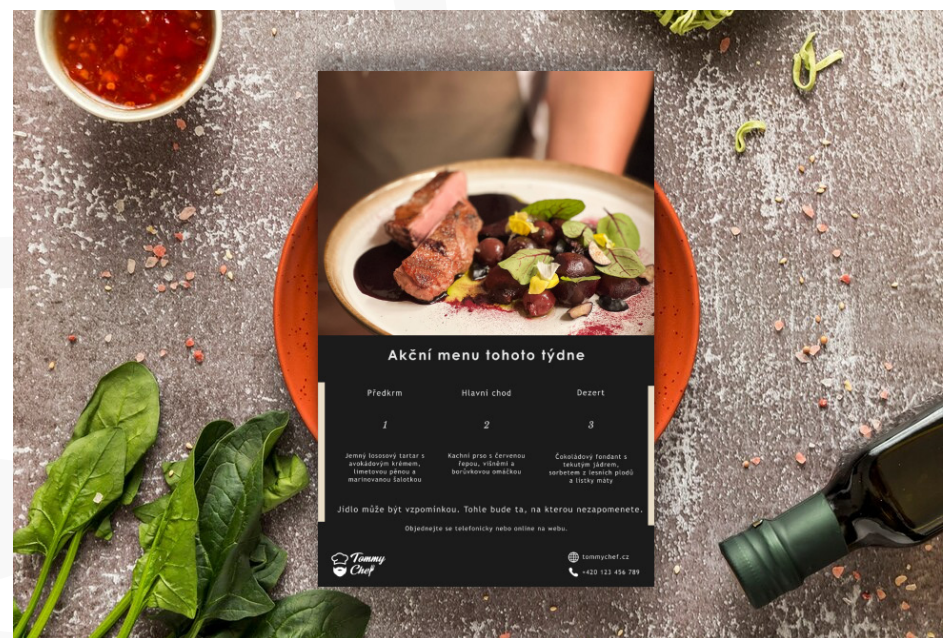




DEGUSTAČNÍ MENU

Tento grafický materiál slouží jako propagační leták s ukázkovým tříchodovým menu, určený k předání potenciálním klientům. Není určen k umístění na stůl jako součást servisu, ale prezentuje styl vaření, estetiku servírování i atmosféru služby.

Součástí je také kontaktní údaj pro snadné objednání zážitku s privátním kuchařem. Cílem je vzbudit zájem a nabídnout představu o jedinečném gastronomickém večeru.





DÁRKOVÝ POUKAZ

Dárkový poukaz na degustační menu představuje elegantní formu propagace služeb privátního kuchaře. Je určen k osobnímu předání jako zážitek pro dva - ideální jako dárek k výjimečným příležitostem.

Design vychází z vizuální identity značky a kombinuje atraktivní gastronomickou fotografii s grafikou a přehlednými informacemi.





VIZITKA

Vizitka značky představuje elegantní a profesionální způsob, jak zanechat kontakt a první dojem.

Design kombinuje minimalistickou typografii s výrazným logem a kontrastní černobílou barevností, která odpovídá vizuálnímu stylu značky.

Ideální pro osobní předání při setkání s klienty nebo při spolupráci s partnery.





OBÁLKA

Firemní obálka s logem a kontaktními údaji slouží k elegantnímu a profesionálnímu předání tištěných materiálů, dárkových poukazů nebo poděkování klientům.

ednoduchý, přehledný design v souladu s vizuálním stylem značky posiluje důvěryhodnost a osobní přístup i v drobných detailech.



