

Brand Guidelines

Elevator Pitch - česká verze

ADVACAM vyvíjí a vyrábí kamery schopné zobrazit a rozlišit každou jednotlivou částici mnoha různých druhů záření. Patentované metody této české firmy se používají mimo jiné pro monitorování kosmického počasí na palubě Mezinárodní vesmírné stanice, pro ověřování pravosti uměleckých děl, pro nedestruktivní testování leteckých dílů, pro elektronovou mikroskopii a také například pro zefektivňování léčby rakoviny. Smyslem ADVACAMu je doslova „zobrazovat neviditelné“.

Technologie pixelových detektorů vznikla původně na půdě Evropské organizace pro jaderný výzkum CERN, kde se vědci i pomocí podobných zařízení snaží pochopit podstatu hmoty. Zakladatelé ADVACAMu se na tomto výzkumu už od 90. let významně podíleli a nyní tuto přelomovou technologii úspěšně převádějí do praktických aplikací každodenního života.

ADVACAM vznikl v roce 2013 jako spin-off Ústavu technické a experimentální fyziky ČVUT a kolaborace Medipix v CERNu.

The Creator
The Magician

“ IF IT CAN BE IMAGINED,
IT CAN BE CREATED ”

BRAND VOICE
Inspirational
Daring
Provocative

BRAND MESSAGE
See potential everywhere and uncover originality with liberated imagination

CREATOR BRANDS
LEGO Apple Adobe
TESLA Disney dyson

COLOUR PALETTE EXAMPLE

BRAND SLOGAN SAMPLE
Imaging the Unseen

Elevator Pitch - anglická verze

ADVACAM develops and manufactures cameras capable of detecting and distinguishing every individual particle of various types of radiation. This Czech company's patented methods are used for a wide range of applications, including monitoring space weather aboard the International Space Station, verifying the authenticity of artwork, non-destructive testing of aircraft components, electron microscopy, and even improving cancer treatment. ADVACAM's mission is literally "Imaging the Unseen."

Pixel detector technology was originally developed at the European Organization for Nuclear Research (CERN), where scientists use similar devices to seek to understand the fundamental nature of matter. The founders of ADVACAM have been significantly involved in this research since the 1990s, and they are now successfully transferring this groundbreaking technology into practical applications in everyday life.

ADVACAM was founded in 2013 as a spin-off of the Institute of Technical and Experimental Physics at the Czech Technical University (CTU) and the Medipix collaboration at CERN.

The Creator

The Magician

“ IF IT CAN BE IMAGINED,
IT CAN BE CREATED ”

BRAND VOICE

Inspirational
Daring
Provocative

BRAND MESSAGE

See potential everywhere and uncover originality with liberated imagination

CREATOR BRANDS

LEGO Apple Adobe
TESLA Disney dyson

COLOUR PALETTE EXAMPLE

BRAND SLOGAN SAMPLE

Imaging the Unseen

Logo



Primární logo

Primární logo je typografické, obsahuje název firmy a claim „Imaging the Unseen“, který je nedílnou součástí identity. V logu je využit font Bank Gothic Light pro nápis ADVACAM a font Avenir Regular pro claim. ADVACAM se vždy píše kapitálkami, a to i v těle textu, nebo v patičce s kontakty.

Dále pracujeme s malým logem, které je ztvárněno naším A vepsaným do čtverce s oblými rohy. Tuto variantu používáme tam, kde není možné umístit typografické logo, kvůli jeho rozměrům.

Malé logo je také ve variantě s nápisem ADVACAM, to se však nehodí pro výstupy s příliš malým rozměrem, kde by nápis nebyl vidět. Je tedy vhodné pro tisk i digitální použití ve střední velikosti.

Typografické logo



Malé logo s nápisem ADVACAM



Malé logo samostatné



Primární logo

Nápis ADVACAM v logu je tvořen fontem Bank Gothic Light, písmeno A má naši firemní červenou barvu, zbytek slova je proveden v syté černé. Firemní barva ADVACAM Black, kterou najdete v sekci Barvy, je světlejší a používá se například jako podklad pro malé čtvercové logo.

Claim Imaging the Unseen používá písmo Avenir Book v šedé barvě, která je kvůli kontrastu o něco tmavší, než naše firemní ADVACAM Gray.

Typografické logo

ADVACAM
Imaging the Unseen

BANK GOTHIC LIGHT

Avenir Book

ADVACAM Red

255, 28, 38
0, 97, 89, 0
#FF1C26

Rich Black

0, 0, 0
60, 40, 40, 100
#000000

Claim Gray

150, 151, 154
44, 35, 34, 1
#96979A

Varianty loga

Pracujeme s dvěma barevnými variantami, které se drží firemních barev, černé písmo pro světlý podklad, bílý negativ pro tmavé podklady, nejčastěji umístěný na výplň barvy ADVACAM Black.

Je nutné používat logo v daných barvách a dále ho neupravovat, neměnit šířku ani výšku písma a nedělat další změny. Toto logo umísťujeme na všechen tištěný materiál.

Je možné využít primární logo i bez claimu „Imaging the Unseen“, nejčastěji na digitálním formátu – například na webu, nebo v LinkedIn postu. Stále je ale třeba zachovat barevnost a správný kontrast s pozadím.

Světlé varianty



ADVACAM
Imaging the Unseen



ADVACAM

Tmavé varianty



ADVACAM
Imaging the Unseen



ADVACAM

Písma



Hlavní písmo

Naším hlavním písmem je font Nunito Sans. Je to jednoduché, čitelné, bezpatkové písmo, které používáme napříč propagačními materiály. Je vhodné pro psaní nadpisů, i pro použití v odstavci textu. Využíváme jeho řezy Light, Regular a Bold, přičemž Bold je zpravidla na psaní nadpisů, Light a Regular pak na odstavce textu.

Písmo je dostupné ke stažení na webu Google Fonts a je open-source pod licencí Open Font License.

Nunito Sans

a b c d e f g h i j k l m n o p r s t u v x y z light regular **bold**
 A B C D E F G H I J K L M N O P R S T U V X Y Z
 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 ě š č ř ž ý á í é ě ú ů

a b c d e f g h i j k l m n o p r s t u v x y z
A B C D E F G H I J K L M N O P R S T U V X Y Z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 ě š č ř ž ý á í é ě ú ů

Nadpis

Alibusam eaquam et facerum il ium remquam, voluptus. Apiciae ctotatisi il molupta diostotata nus et quam as experro blaccus ciatiea periatur? Quia verum sim qui tem re pratur mos aut porumquis simus int intemporio eum ipisquassi dit audam ipsus, ut hariatem haria pos utem dollupt atquata sam debis venimin cume doloreiciis imosten estium utatem quis quatur, odiorro officim usdanti orrovit volorum dolorrore, santus rae nonsequ idebis molum essitiur?
 At vero ium ipsunt, sapis pa de vollatquis sandici psaeptatur sit ea sit ipisi sim voluptaque mod quae.

regular

Ne dellaborior autaspere, optatemquodi volut molupta tatur? Quid quiatur? Ignit adi dolupta secaborum iunt ommo cuptaspis et aut a num laut ulpa voluptio occus nemporro blati nonsenem exerspit quos modit quam solendit aribus essim rerspid eum doleniet aut quiatis voluptia simperum dus cume nonserum nihilic tet, quaepti isquasped quassit am eici con preperum ende non cus, nestiandant dolorporatur reicum volor se seri dollitaquam, sitaspidel is voluptur ma quibusaperum eosa et offictur? Qui demqui verferis abo. Nam vercil ipsunt et hicae omnitium autemqui cus am aut officiis incturitat.

light

<https://fonts.google.com/specimen/Nunito+Sans>

Doplňkové písmo

Naším doplňkovým písmem je font Avenir. Jde o osobité bezpatkové písmo, které využíváme hlavně na názvy nebo loga produktů, příkladem může být typografická část loga TraXEngine. Pracujeme s jeho řezy Light, Book, Roman, Medium a Heavy. Písmo se nepoužíváme pro psaní větších bloků textu, stává se pak nečitelným, nejlépe tedy funguje v tučných nadpisech v řezu Heavy.

Písmo je dostupné na našem interním úložišti.

Avenir

a b c d e f g h i j k l m n o p r s t u v x y z light roman medium **heavy**
 A B C D E F G H I J K L M N O P R S T U V X Y Z
 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

a b c d e f g h i j k l m n o p r s t u v x y z
 A B C D E F G H I J K L M N O P R S T U V X Y Z
 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Nadpis

Alibusam eaquam et facerum il ium remquam, voluptus.

Apiciae ctotatisi il molupta diostotata nus et quam as experro blaccus ciatia periat? Quia verum sim qui tem re pratur mos aut porumquis simus int intemporio eum ipisquassi dit audam ipsus, ut hariatem haria pos utem dollupt atquata sam debis venimin cume doloreiciis imosten estium utatem quis quatur, odiorro officim usdanti orrovit volorum dolorrore, santus rae nonsequ idebis molum essitiur?

At vero ium ipsunt, sapis pa de vollatquis sandici psaeptatur sit ea sit ipisi sim voluptaque mod quae.

roman

Ne dellaborior autaspere, optatemquodi volut molupta tatur? Quid quiatur? Ignit adi dolupta secaborum iunt ommo cuptaspis et aut a num laut ulpa voluptio occus nemporro blati nonsenem exerspit quos modit quam solendit aribus essim rerspid eum doleniet aut quiatis voluptia simperum dus cume nonserum nihilic tet, quaepti isquasped quassit am eici con preperum ende non cus, nestiandant dolorporatur reicum volor se seri dollitaquam, sitaspidel is voluptur ma quibusaperum eosa et officitur? Qui demqui verferis abo. Nam vercil ipsunt et hicae omnitium autemqui cus am aut officiis incturitat.

light

Barvy



Primární barvy

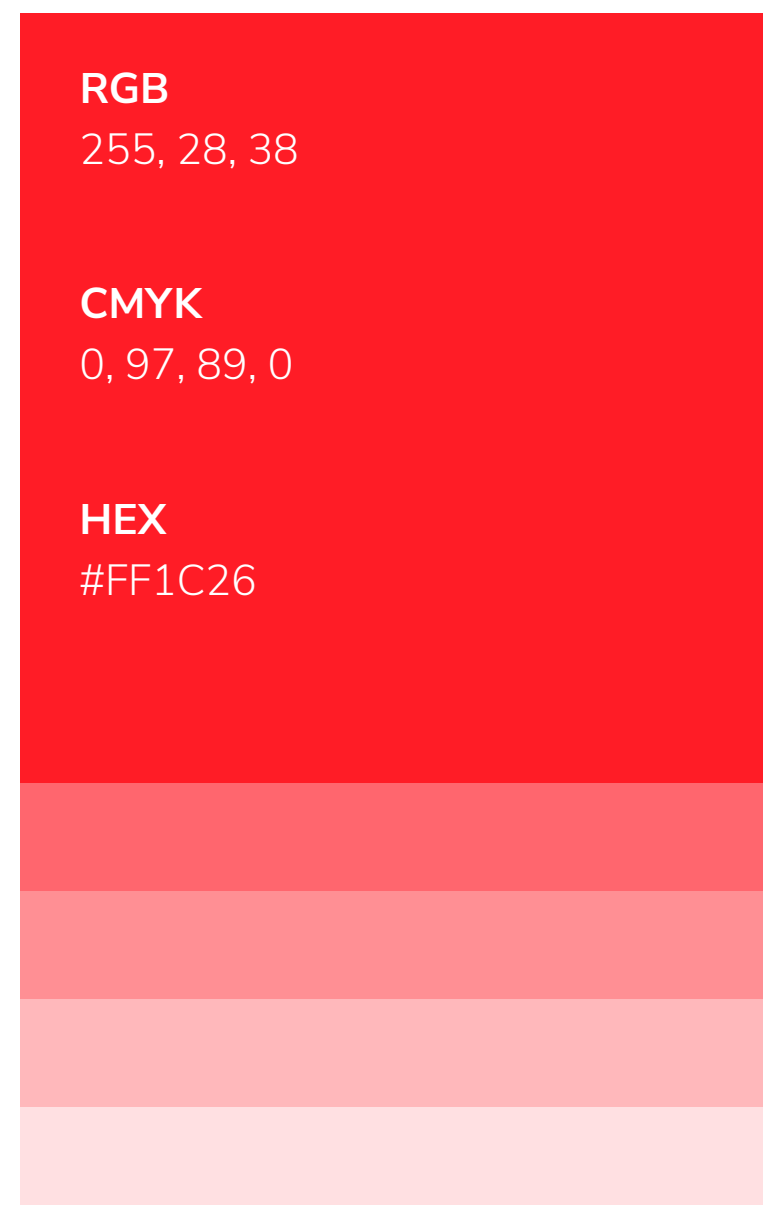
Firemní identita pracuje s třemi charakteristickými barvami našeho vizuálu, je to barva černá, červená a šedá. Tato výrazná barevná paleta podporuje vnímání naší firmy jako vizionářské, odvážné a kreativní. Červená barva symbolizuje pokrok, černá barva jí dodává důvěryhodnost a ukotvuje naši identitu jako technologického inovátora.

Primární barvy využíváme na všech grafických materiálech, tyto barvy dominují i našemu logu a je to základní poznávací znak našeho brandu.

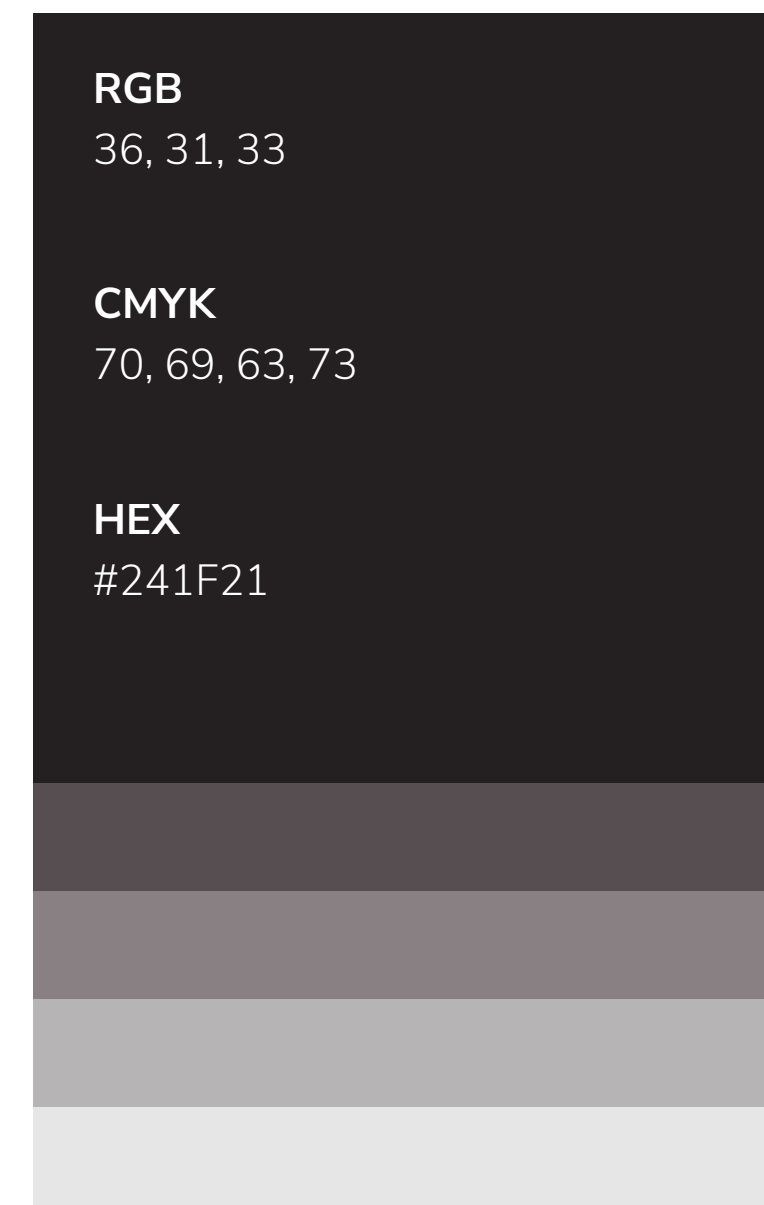
Při práci s digitálními formáty, které budou uživatelé zobrazovat na notebooku, mobilu a na televizi pracujeme v barevném prostředí RGB. Při práci s tiskovinami a fyzickými propagačními materiály používáme barvy CMYK, které jsou v důsledku tisku o něco méně syté. Ve výrobě používáme standardizované vzorníky RAL a PANTONE.

Dále používáme sadu triadických barev, které vůči sobě nejsou tak kontrastní jako černá a červená. Pomocí těchto barev například označujeme propagační materiály podle témat: modrá – space, zelená – imaging, oranžová – XRD, fialová – EDU. Jsou to doplňkové barvy, které lze využívat k oživení a změkčení naší primární barevné palety.

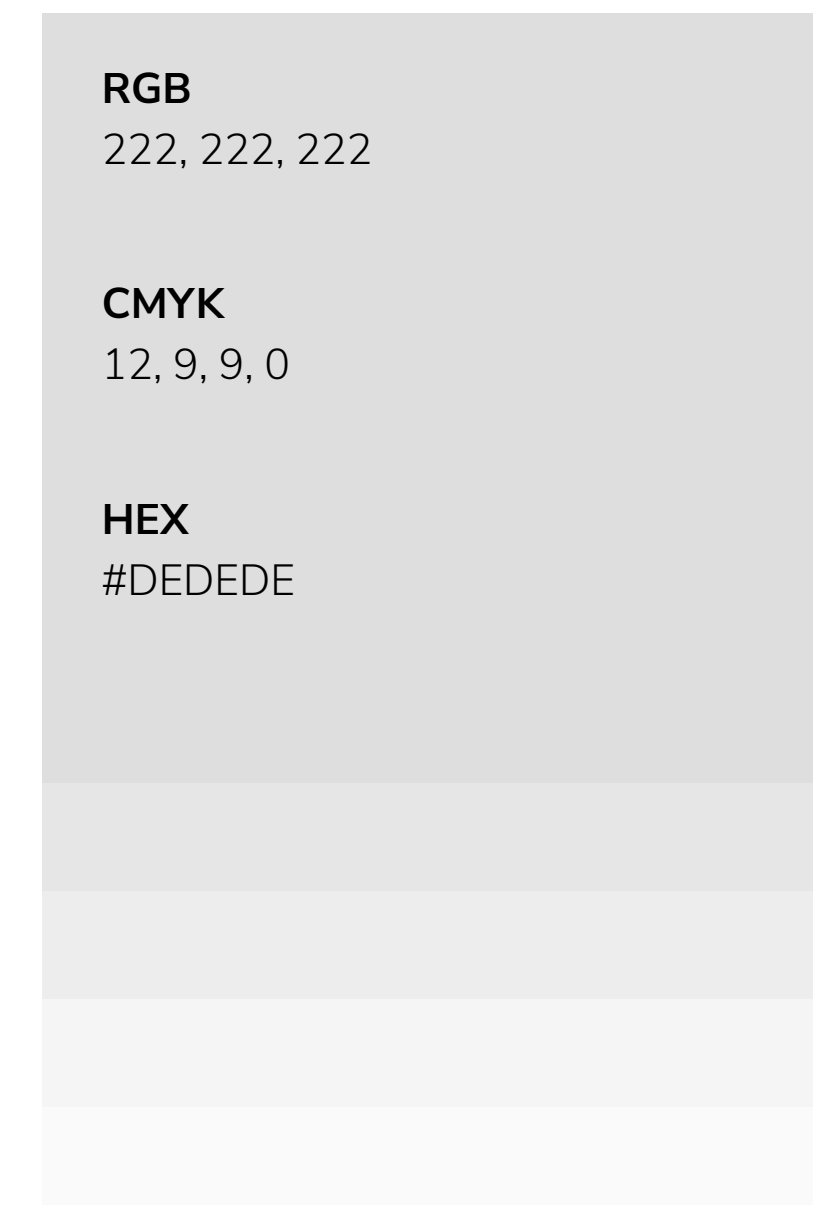
ADVACAM Red



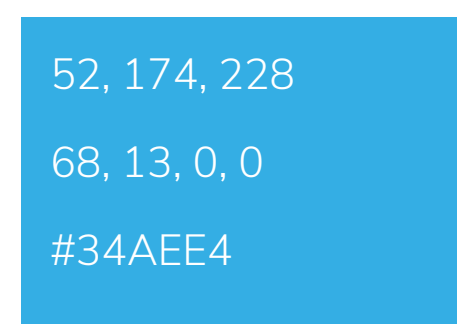
ADVACAM Black



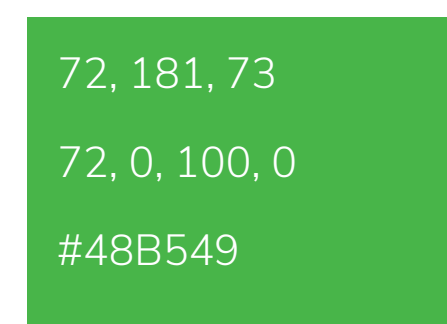
ADVACAM Gray



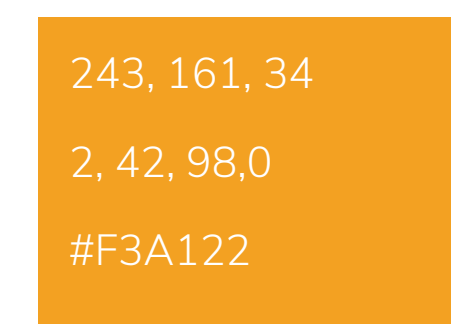
SPACE



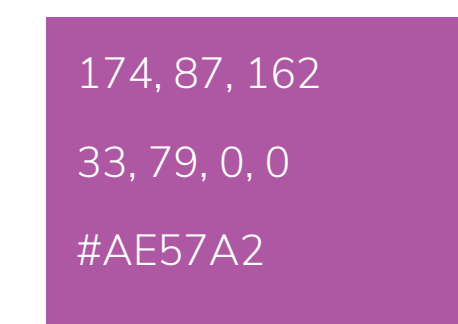
IMAGING



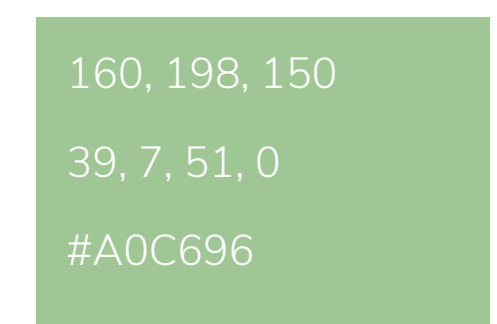
XRD



EDU



MEDICAL

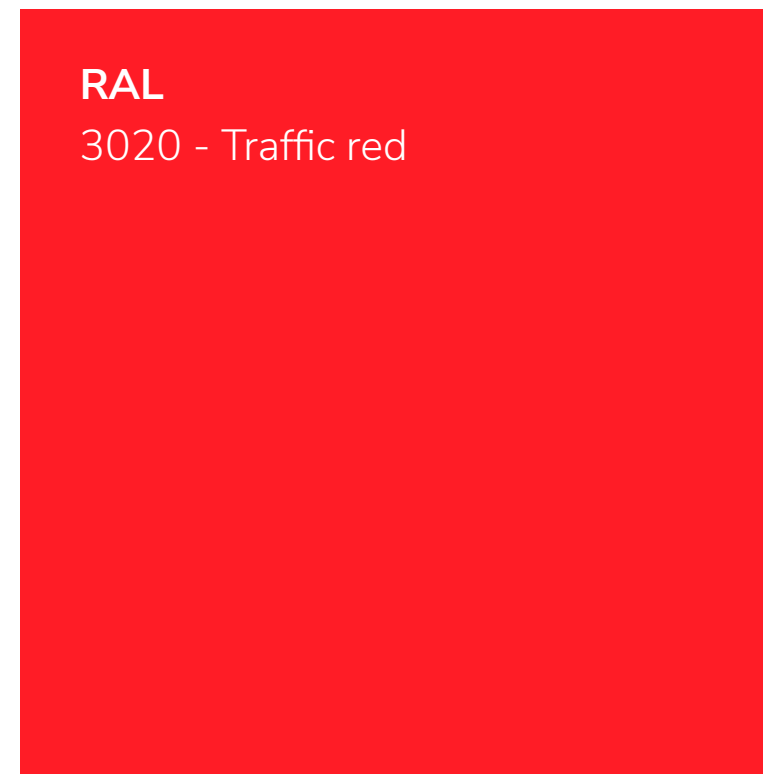


Barvy RAL pro výrobu

Pro účely výroby jsou naše barvy definovány i ve vzorníku RAL, tyto vzorníky jsou standardizované pro průmyslový design a používají se při zadávání potisku reklamních předmětů a obecně ve výrobě. Barevná škála těchto vzorníků není tak rozsáhlá, jako je barevnost RGB a CMYK, zvolené barvy RAL jsou tedy co nejbližšími odstíny k primárním barvám definovaným v RGB a CMYK.

Například barevný vzorník RAL Classic má pouze 25 odstínů modré. Proto je vždy před zadáním větších objednávek nutné udělat kontrolu, nechat vytisknout vzorek a ověřit barevnou správnost.

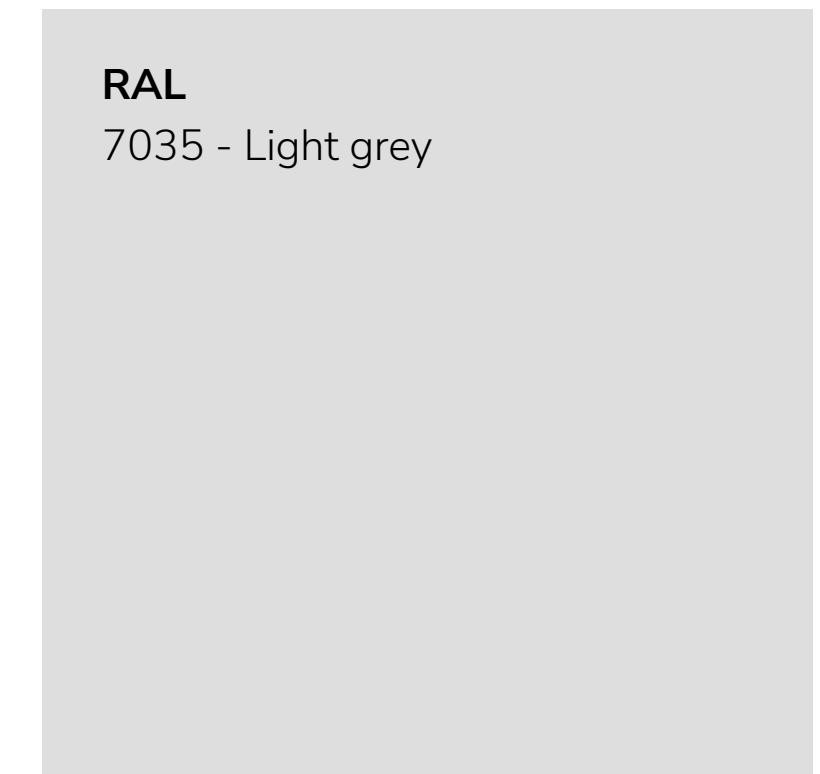
ADVACAM Red



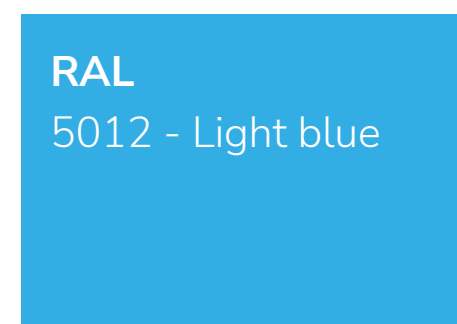
ADVACAM Black



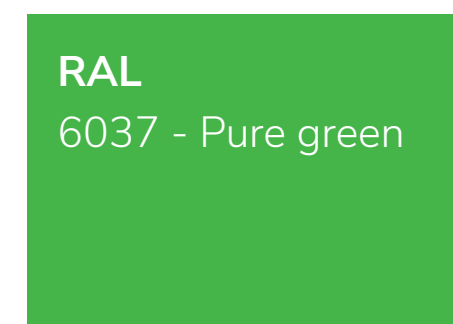
ADVACAM Gray



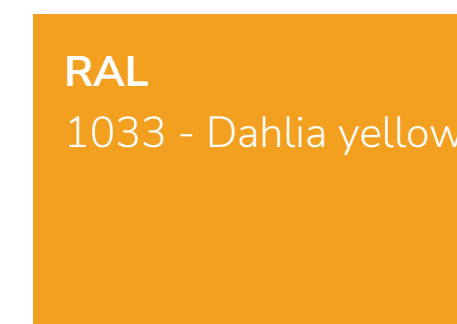
SPACE



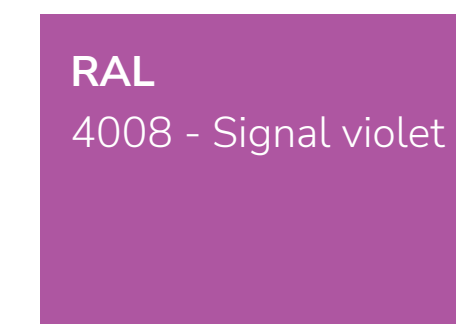
IMAGING



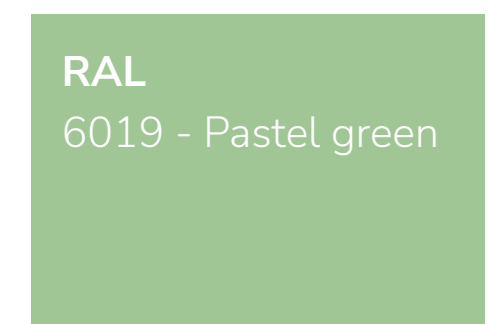
XRD



EDU



MEDICAL





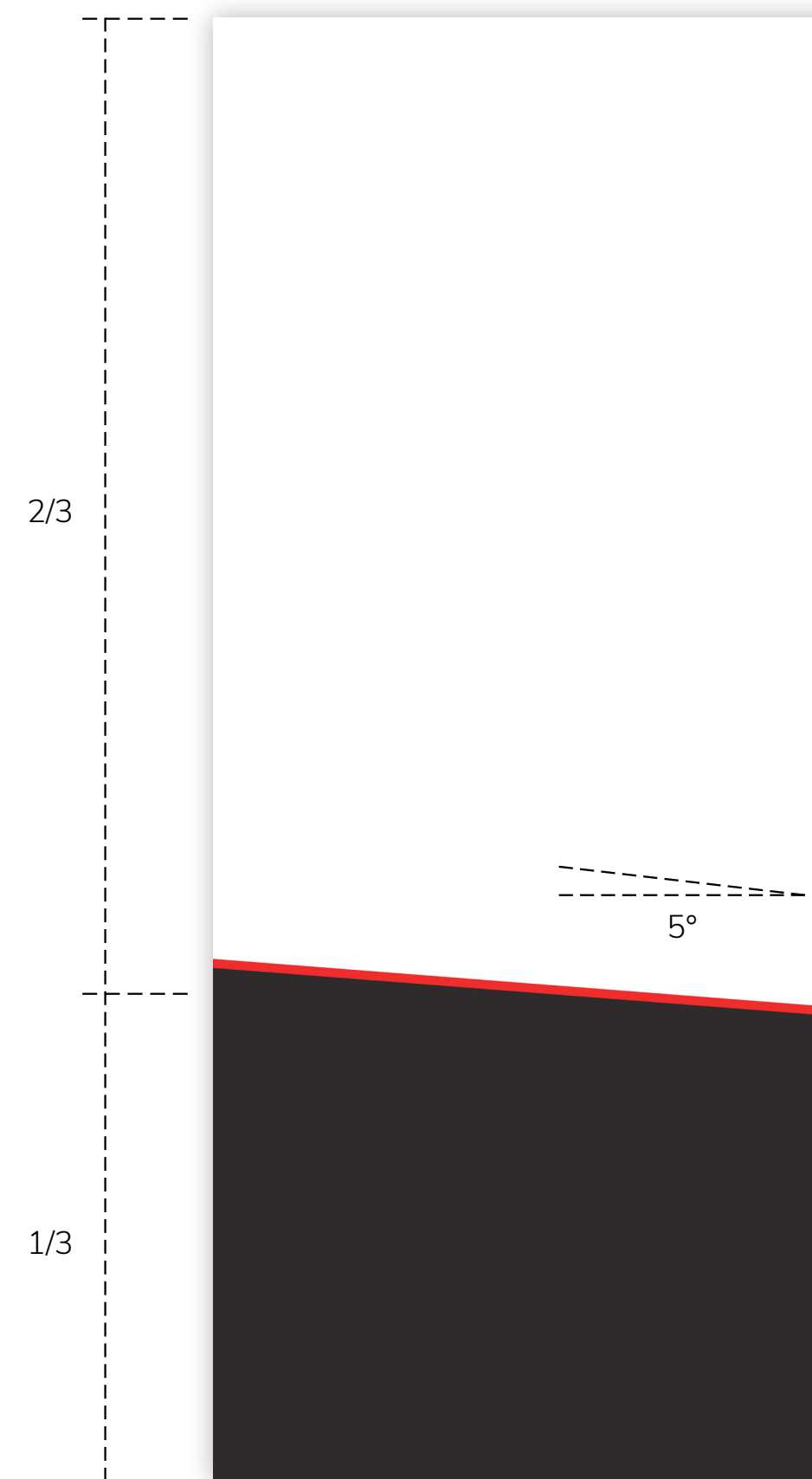
Grafické prvky a názvy

Gilotinka

Při tvorbě propagačních materiálů používáme grafický prvek “gilotinky”, kterou nejčastěji umísťujeme na roll-upy, letáky a digitální výstupy v podobě LinkedIn postů. Tento prostředek je vhodné použít, když je potřeba vizuálně oddělit dvě části grafiky: titulek postu a nad ním obrázek, nebo třeba oddělení samotného těla roll-upu od firemního kontaktu a loga.

Linka gilotinky se nachází vždy na úrovni spodní třetiny grafiky, její sklon pro vertikální formát činí 5°, pro formát horizontální pak 2°. V případě horizontálního formátu je třeba přizpůsobit sklon dlouhé straně. Její tloušťka je 1,5% délky kratší strany formátu.

Pod gilotinkou nejčastěji používáme výplň naší barvou ADVACAM Black, je ale možné nechat výplň čistě bílou.



Názvy produktů

Při psaní názvů produktů platí několik pravidel, zde je pár ukázek, jak správně psát názvy našich detektorů a softwaru. Názvy produktů se píší fontem Avenir Medium a Avenir Medium Oblique.

Je důležité dodržovat psaní přípony PIX v kapitálkách, to platí pro všechny detektory i software (např. WidePIX, PIXet). Pro detektory dále platí pravidlo psaní PIX kurzívou v případě, že se jedná o logotyp názvu, tzn. název figuruje samostatně například na vrchní straně detektoru. V těle textu, nebo na webu je možné psát název bez kurzívy.

Dalším znakem je červené X, které se také píše v logotypu názvu, pokud je používán samostatně. To platí i pro software, tedy například TraXEngine se píše také s červeným X. Výjimkou je opět psaní těchto názvů v souvislém textu, tam je zachováno pouze odlišení kapitálek.

MINIPIX

MiniPIX cameras are miniaturized and low power radiation cameras with particle tracking and imaging detector. The compact size allows the camera to be inserted into pipes or confined spaces and take advantage of size and also integration potential.

ADVAPIX

AdvaPIX cameras are designed with special emphasis on performance and versatility. Performance with high Hit/Frame rates makes AdvaPIX multipurpose and very fast modular camera system for various applications and configurations possibilities.

Názvy produktů

Produktová řada bude rozlišovat různé konfigurace produktů, příkladem může být MiniPIX MAGIC Flex Pro. Na ukázce je zobrazeno dělení názvu do jednotlivých částí, každá část je psána specifickým řezem písma, aby se jednotlivá označení dala odlišit.

MiniPIX MAGIC Flex Pro

1 2 3 4

- | | | |
|---|----------------------|----------------------|
| 1 | Řada detektoru | Názvosloví detektorů |
| 2 | Model v rámci řady | KAPITÁLKY |
| 3 | Konstrukční označení | Standardní řez |
| 4 | Stupeň prémiovosti | Standardní řez |

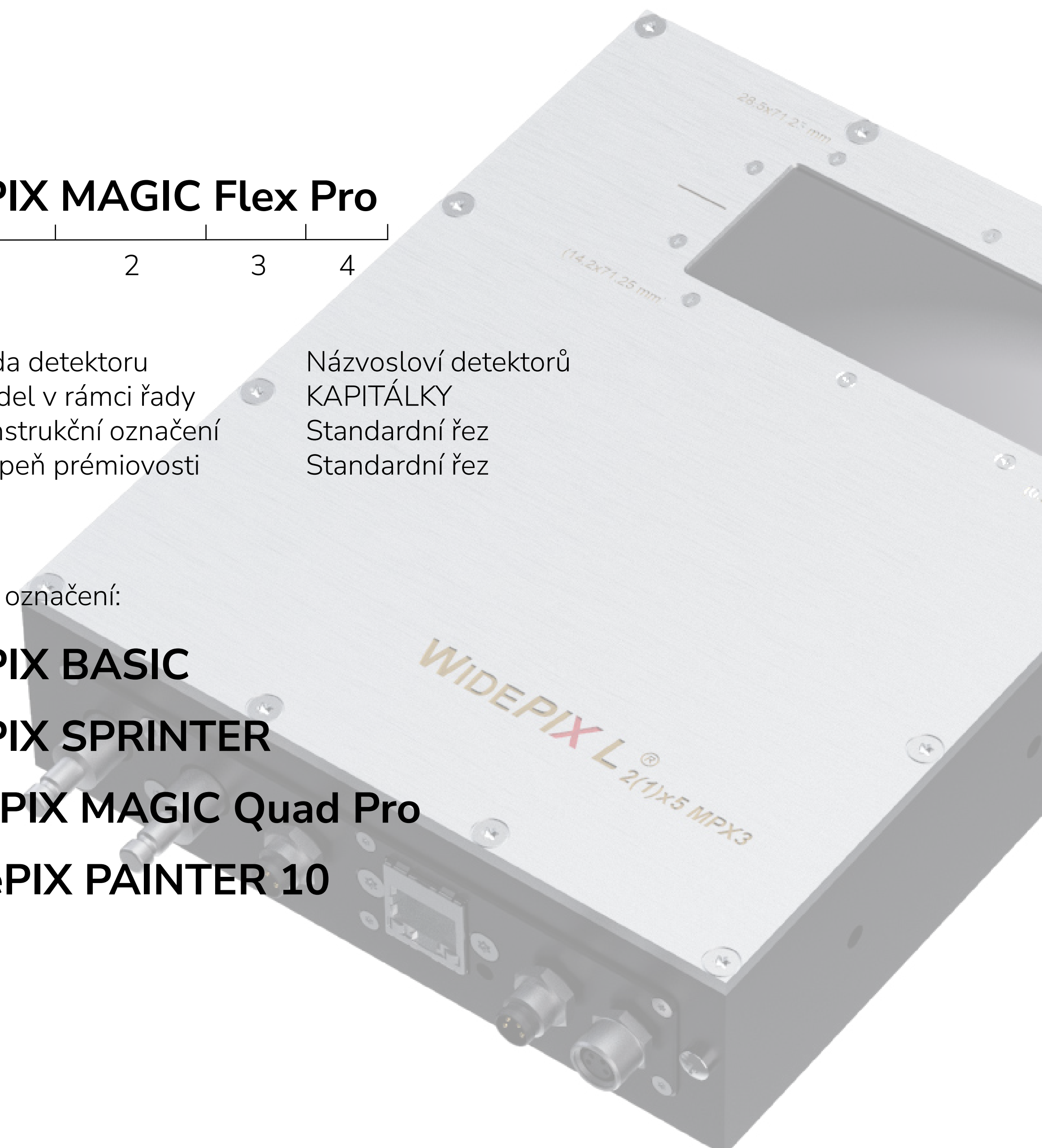
Příklady označení:

MiniPIX BASIC

MiniPIX SPRINTER

AdvaPIX MAGIC Quad Pro

WidePIX PAINTER 10



Vizuál aplikačních letáků

Pro tvorbu aplikačních letáků používáme jednotný vizuální styl, jehož středem je AI generovaný obrázek člověka z oboru, který se upřeně dívá směrem ke čtenáři, zpravidla mu nad nataženou rukou levituje náš detektor, případně nad rukou druhou levituje tematický předmět. Stylově se odkazujeme na identitu tvůrce a kouzelníka, levitující detektor, upřený pohled a futuristické pozadí pracují s pozorností čtenáře a nastíní mu obsah letáku.

Barevně je přední strana letáku řešena tmavým pozadím, vlevo nahoře je výrazný proužek s označením aplikace, které se leták týká. Zbytek letáku je laděn do firemních barev.

Označení podle aplikace, v doplňkových barvách

Velké logo

Vědec na letáku se dívá přímo

Nad rukou levituje detektor, nad druhou v některých letáčích tematický předmět

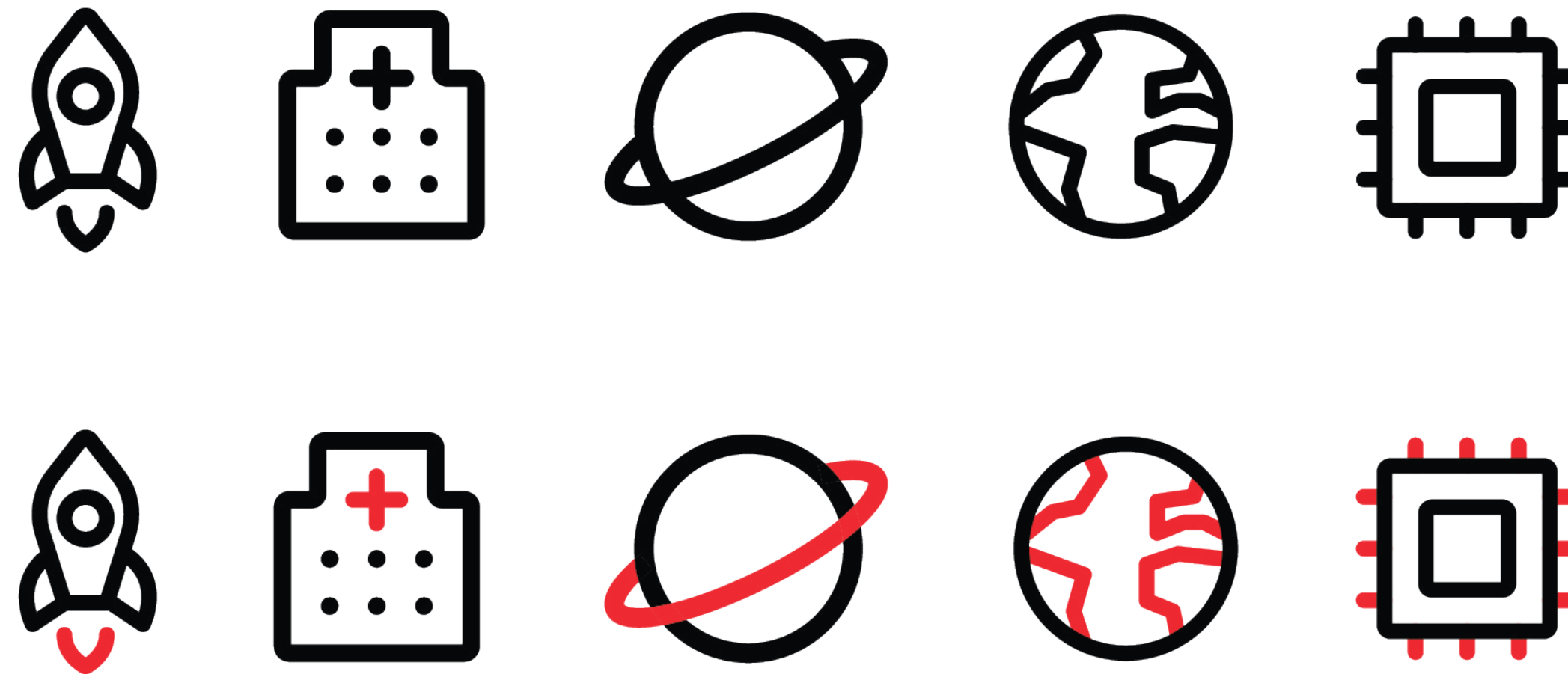
Krátký nadpis - hook, pak jedna až dvě tematické věty



Sada ikonek

Do prezentací a propagačních materiálů lze použít tematické ikonky podle různých aplikací a okruhů. Používáme ikonky ze sady Iconoir, která obsahuje více než 1000 různých ikon.

Piktogramy mohou být buď jednobarevné, nebo s červeným doplňkem, dle firemních barev. Celá sada je uvedena pod open-source licencí.



Jednotlivé ikony jsou ke stažení na webu Iconoir, nebo na firemním úložišti. Pro vývojáře jsou ikonky volně dostupné v git repository.

[Iconoir - Web](#)

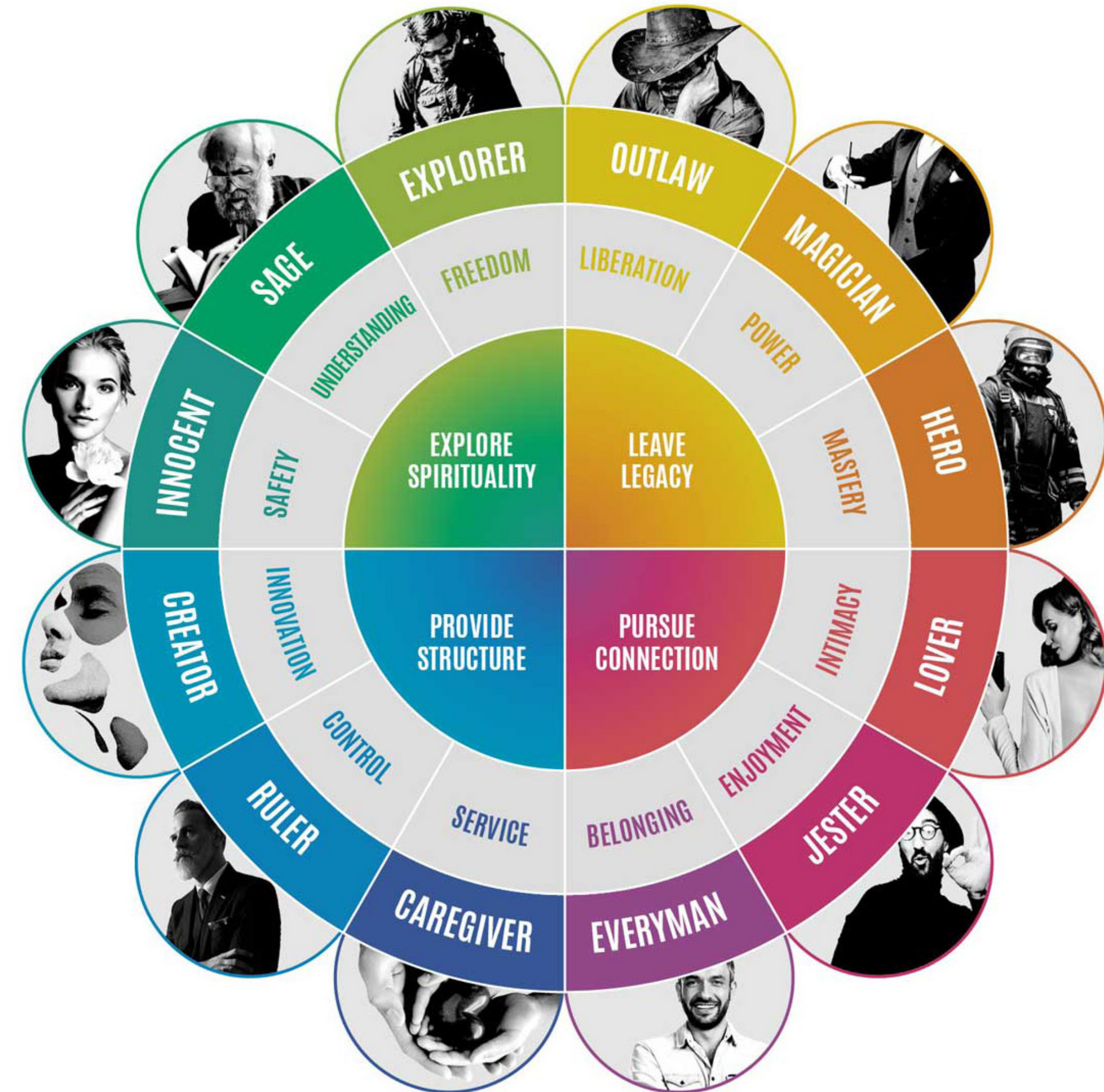
[Iconoir - GitHub](#)

Jaký je Brand Archetyp ADVACAMu

Značka ADVACAM spojuje charakter **Kouzelníka** a **Tvůrce**.

Z hlavních rysů Kouzelníka je pro firmu typická hlavně schopnost měnit a transformovat svět kolem sebe. Měnit neviditelné ve viditelné a tím doslova stavět na hlavu zavedené standardy v řadě oborů od medicíny po vesmír. Průlomová zobrazovací technologie odhaluje dříve skryté detaily. Tato „magická“ transformativní síla se spojuje s hlavním rysem Tvůrce. Tím je touha po pokroku, novosti a originalitě. V případě ADVACAMu to dokazuje řada technologických patentů a řešení na míru.

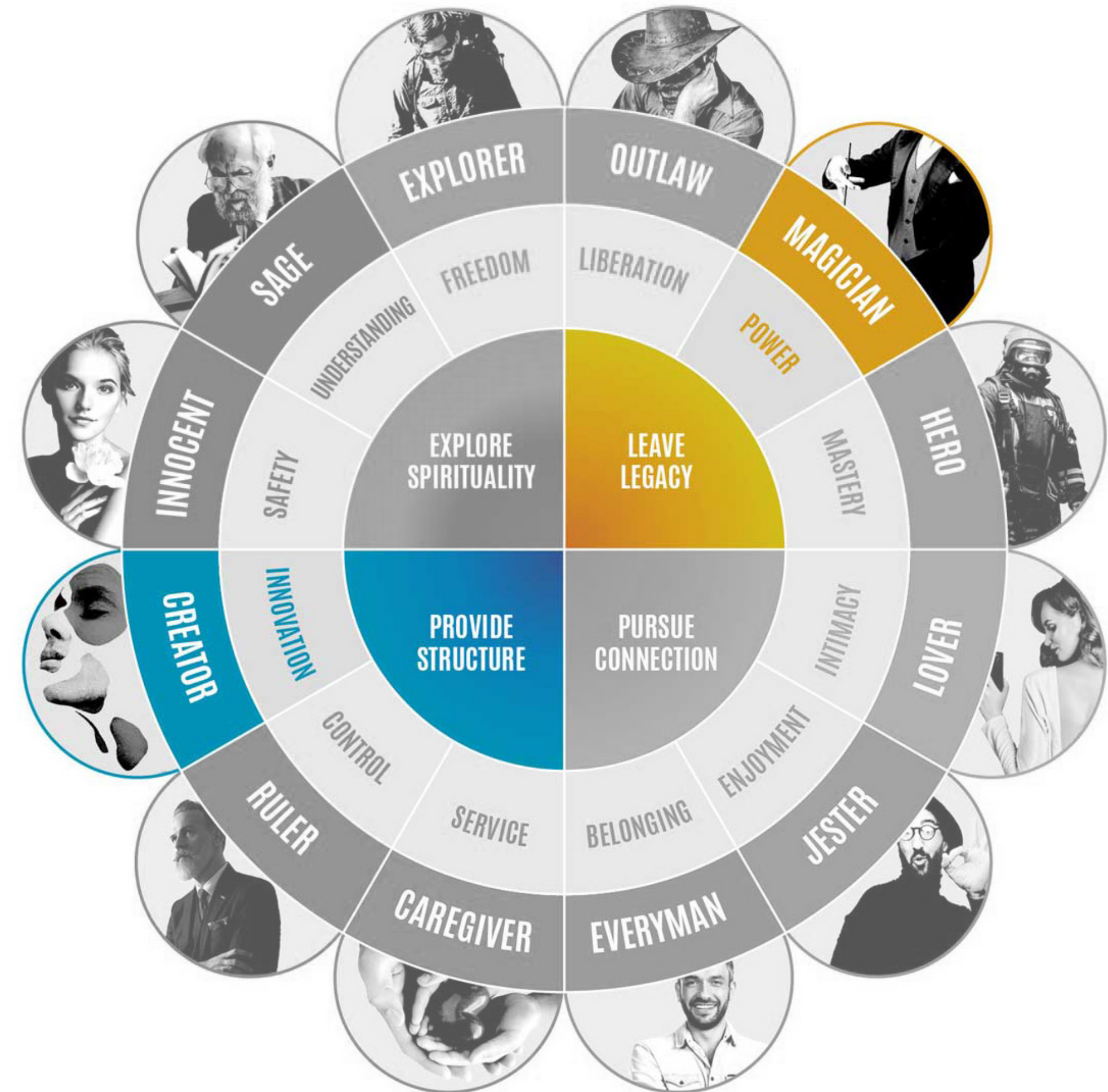
Firma s odkazem na Tvůrce posouvá hranice možného a vyrábí spolehlivé průmyslově uplatnitelné produkty, které předčí očekávání zákazníka.



Archetypy Kouzelníka a Tvůrce ve vizuální a verbální identitě ADVACAMu

Základními vizuálními prvky ADVACAMu jsou ostré futuristické tvary a barvy jako tmavě šedá, bílá a červená, což jsou barvy typické pro tvůrce s jeho fokusem na funkčnost a účelnost. Tyto základní barvy se doplňují s pestrou sekundární paletou veselých jasných barev Kouzelníka. Ty symbolizují širokou škálu aplikací a oborů, které jsou transformovány technologií ADVACAMu. Vizuály ADVACAMu často obsahují futuristická prostředí a postavy spojené s prvky nadpřirozena jako je například levitace detektoru nebo vzorku nad jejich dlaní.

Tón hlasu je sebevědomý a hravý.



Archetypy Kouzelníka a Tvůrce ve vizuální a verbální identitě ADVACAMu

Proč mít marketingový archetyp bandu?

Vhodné zvolení marketingového archetypu napomáhá definovat čitelnou a vnitřně koherentní identitu značky. Ta pak zřetelněji rezonuje u zákazníků a odlišuje se od konkurence. Tento nástroj může být využíván následujícími způsoby:

Průvodce marketingovou strategií

Správně nastavený archetyp slouží jako šablona pro tón, styl i obsah marketingové komunikace obsažené v propagačních materiálech. Smyslem archetypu je usměrnit styl materiálů napříč formáty tak, aby konzistentním způsobem oslovovaly cílové publikum a opakovaně se odkazovaly na nejdůležitější firemní hodnoty.

The Creator
The Magician

“ IF IT CAN BE IMAGINED,
IT CAN BE CREATED ”

BRAND VOICE
Inspirational
Daring
Provocative

BRAND MESSAGE
See potential everywhere and uncover originality with liberated imagination

CREATOR BRANDS
LEGO Apple Adobe
TESLA Disney dyson

COLOUR PALETTE EXAMPLE

BRAND SLOGAN SAMPLE
Imaging the Unseen

Archetypy Kouzelníka a Tvůrce ve vizuální a verbální identitě ADVACAMu

Silnější propojení se zákazníkem

Předvídatelný a čitelný styl vtělený do některého z archetypů značku polidšťuje a tím ji přibližuje zákazníkovi. Ten ví, s čím si má značku implicitně spojovat a co od ní má očekávat. Emoční propojení s archetypem zvyšuje zapamatovatelnost značky a její oblíbenost.

Vnitřní soulad

Definice vizuální a komunikační strategie pomocí metody archetypů vnáší do společnosti široce pochopitelný rámec, který kotví její identitu, misi, firemní kulturu. Archetyp jako metafora firemní filosofie zjednodušuje zaměstnancům pochopení firmy a identifikaci s ní.

Vývoj produktu

K archetypu je možno přihlídnout vždy, když ve společnosti vzniká jakýkoli nový produkt nebo design. Archetyp jako výchozí „pocit“, který dává pro každou dílčí kreativitu základní vodítko.

The Creator

The Magician

“ IF IT CAN BE IMAGINED,
IT CAN BE CREATED ”

BRAND VOICE

- Inspirational
- Daring
- Provocative

BRAND MESSAGE

See potential everywhere and uncover originality with liberated imagination

CREATOR BRANDS

LEGO Apple Adobe

TESLA DISNEY dyson

COLOUR PALETTE EXAMPLE

BRAND SLOGAN SAMPLE

















Imaging the Unseen

Odkazy na šablony

Na úložišti oddělení Communications najdete šablony na firemní prezentace, hlavičkový papír, předávací protokol a mnoho dalšího. Najdete zde i naše loga v křivkách, webových formátech, logomanuál a ostatní firemní grafiku.

- [Šablony dokumentů](#)
 - [Powerpoint prezentace](#)
 - [Hlavičkový papír CZ](#)
 - [Hlavičkový papír EN](#)
 - [Handover protocol](#)
- [Firemní loga](#)
- [Podpis do emailu](#)
- [Jmenovka na konference](#)
- [Štítek produktu na konference](#)
- [Cedulky na dveře](#)

ADVACAM > Šablony loga a firemní podklady

 Název	Změněno	Autor změny	Velikost souboru	+ Přidat sloupec
 Analýza segmentů	30.03.2023	ADVACAM SharePoint Syr	4 položky	
 Cedulky na dveře	17. července	Patrik Bloudek, ADVACAM	2 položky	
 Ceník	30.03.2023	ADVACAM SharePoint Syr	1 položka	
 Fonty	30.03.2023	Martin Tyburec, ADVACAM	2 položky	
 Grafika	22.08.2023	Martin Tyburec, ADVACAM	19 položek	
 Jmenovka - konference	1. března	Patrik Bloudek, ADVACAM	2 položky	
 Loga	30.03.2023	ADVACAM SharePoint Syr	5 položek	
 Logomanuál	30.03.2023	ADVACAM SharePoint Syr	2 položky	
 podpis email	3. května	Martin Tyburec, ADVACAM	5 položek	
 Prezentace firmy	4. ledna	Martin Tyburec, ADVACAM	9 položek	
 QR Kody	06.09.2023	Martin Tyburec, ADVACAM	13 položek	
 Reference	30.03.2023	ADVACAM SharePoint Syr	2 položky	
 SEO	30.03.2023	ADVACAM SharePoint Syr	14 položek	
 Socials rámečky	30.03.2023	Martin Tyburec, ADVACAM	4 položky	
 Šablony dokumentů	9. ledna	Martin Tyburec, ADVACAM	10 položek	