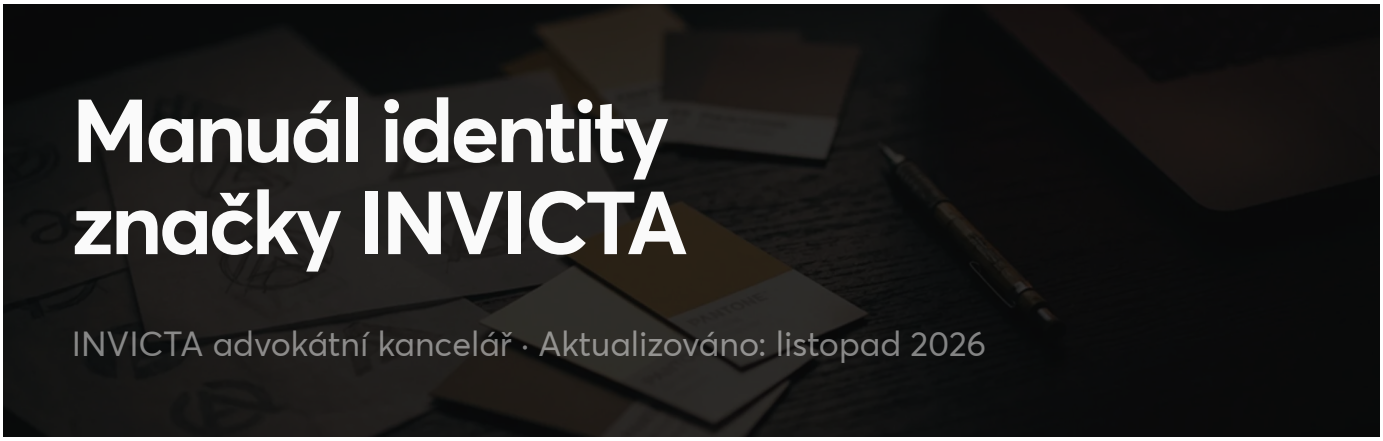


Manuál identity značky INVICTA

INVICTA advokátní kancelář · Aktualizováno: listopad 2026

OBSAH

1. Úvod
2. Osobnost značky
    2.1 Archetyp
    2.2 Tón projevu
    2.3 Pravidla psaní
    2.4 Soubory ke stažení
3. Logo a symbol
    3.1 Logo středové
    3.2 Logo levé
    3.3 Logo se sloganem v angličtině
    3.4 Symbol
    3.5 Ochranná zóna
    3.6 Minimální velikost
    3.7 Zakázané úpravy
4. Firemní barvy
    4.1 Barevná paleta
    4.2 Použití barev v designu
5. Firemní písmo
    5.1 Hierarchie
    5.2 Licence
6. Grafické prvky
    6.1 Tečka
    6.2 Mřížka
    6.3 Zlatý pruh
7. Ke stažení

Online verze manuálu: https://invicta-manual.anfilov.cz

Úvod

Tento manuál definuje pravidla pro vizuální a verbální prezentaci značky INVICTA. Obsahuje závazné standardy pro práci s logem, barevnou paletou, typografií a grafickými prvky.

INVICTA je advokátní kancelář, která svým klientům přináší jistotu odborné a vytrvalé obhajoby. Manuál pomáhá udržet tento postoj jednotně napříč všemi materiály, od vizitky a hlavičkového papíru přes web a sociální sítě po prezentace pro klienty.

Manuál je určen grafikům, tiskovým studiím, agenturám i interním pracovníkům, kteří vytvářejí jakékoliv materiály pod značkou INVICTA. Pravidla platí pro tisk i digitální formáty, pro česky i anglicky lokalizované výstupy.

Osobnost značky

Osobnost značky INVICTA je základ veškeré komunikace. Určuje, jak značka vypadá, jak zní a jak se chová ve všech kanálech. Z osobnosti vychází tón projevu, vizuální identita i způsob, jakým značka jedná se zákazníky.

Archetyp



ARCHETYP ZNAČKY

Hrdina

Kde je vůle, tam je cesta.

Hrdina věří, že může udělat svět lepší. Má kuráž a odhodlání pro svoji vizi nasadit více, než ostatní. V právní praxi to znamená stát si za klientem, vytrvat tam, kde jiní povolí, a překonávat sám sebe v nasazení i přípravě. INVICTA znamená nepřemožená — značka nese tento postoj v samotném jméně.

Statečnost · Výdrž · Boj za pravdu · Síla a vůle · Překonávání

Tón projevu

Tón projevu (tone of voice) je způsob, jakým značka INVICTA mluví. Vychází z archetypu Hrdiny a z postavení advokátní kanceláře, jejíž slovo má váhu právního stanoviska. Tón zůstává stálý, registr se přizpůsobuje kanálu a situaci, ale nikdy neopouští svůj základ.

REGISTR	JAK TO ZNÍ	JAK TO NEZNÍ
Odborný	Přesné právní termíny, konkrétní judikáty a paragrafy, jasná struktura argumentu. Klient získá výklad, který může opřít o zdroj.	Akademický jazyk pro jazyk, opisování zákona slovo od slova, zahlcení citacemi bez závěru.
Vstřícný	Srozumitelný i pro klienta bez právního vzdělání. Vysvětlení toho, co dané ustanovení znamená v praxi. Otevřenost k dotazům.	Prázdná klišé („jsme tu pro vás"), formálnost bez obsahu, vyhýbání se odpovědi „ano" nebo „ne".
Pevný	Stanovisko stojí za jednoznačným závěrem. Doporučení dostane konkrétní formu. Klient ví, co bude následovat.	Vágnost typu „bude třeba zvážit", „je to spíše komplikovanější", obhajoba před vlastní odpovědností.

Pravidla psaní

PRAVIDLO	POPIS
Oslovení	Značka INVICTA důsledně vyká. Vždy a všude: na webu, v e-mailech, v právních stanoviscích, v tiskovinách i na sociálních sítích.
Jazyk	Spisovná čeština bez hovorových výrazů. Anglické termíny (compliance, due diligence, M&A) jsou přijatelné, pokud jsou v právním oboru standardní. Při prvním použití je vhodné je doplnit krátkým vysvětlením v závorce.
Čísla a data	Čísla do deseti píšeme slovem, od 11 číslicí. Datum ve formátu 3. dubna 2026. Telefonní čísla s mezerami po trojicích: +420 123 456 789. Spisové značky a paragrafy s mezerou: § 415 občanského zákoníku.
Formátování	Nadpisy v české větné konvenci (velké první písmeno, zbytek malými). České uvozovky „takto", nikoliv anglické "takto". Pomlčka je vždy krátká (–), nikdy dlouhá (—).
Délka textu	Věty střídat: kratší pro důraz na závěr, delší pro vyložení argumentu. Průměr kolem 15 slov. Odstavce o 2 až 5 větách, nikdy stěna textu bez vizuálního oddělení.

KANÁL	POPIS
Web	Začněte tím, co klient získá, nikoliv tím, co kancelář dělá. Každá věta musí obhájit své místo na stránce. Výzvy k akci formulujte věcně: „Domluvte si konzultaci" místo „Kontaktujte nás ještě dnes!".
E-mail klientovi	První věta obsahuje důvod, proč píšete. Jeden e-mail řeší jedno téma. Citujte vlastní spisovou značku, pokud na ni navazujete. Podpis odpovídá firemní šabloně.
Sociální sítě	Kratší odstavce (1 až 3 věty). Témata: výklad aktuálních novel, anonymizované příklady z praxe, představení týmu. Hashtagy maximálně tři, relevantní k tématu.
Tiskové materiály	Formálnější tón, ale nikoli strnulý. Kontrolujte typografii: české uvozovky, krátké pomlčky, správné mezery u paragrafů. Nikdy nekombinujte fonty mimo Ubuntu.

Soubory ke stažení

Zde najdete zdrojové soubory, které vám pomohou tón projevu udržet v praxi. Najdete zde i návody a prompty pro AI nástroje.

Voice DNA

Logo a symbol

Logo středové

Středová varianta je základní verzí loga INVICTA. Symbol a wordmark jsou zarovnány na střed svislé osy, což loga staví do reprezentativní polohy. Tuto variantu používejte jako výchozí volbu všude tam, kde plocha ani kontext nevyžadují jiné zarovnání.

Vhodná je pro titulní strany prezentací, obálky složek, vizitky, plakety, razítka a velkoformátové materiály. Na čtvercových nebo vertikálně orientovaných plochách funguje lépe než levá varianta.

Ke stažení v online manuálu: SVG, PNG, JPG, WebP, PDF (RGB) a AI, EPS (CMYK).



Logo levé

Levá varianta zarovnává symbol a wordmark k levému okraji. Používá se na horizontálních plochách, kde středové zarovnání působí nevyváženě nebo kde zbývající prostor využívá jiný obsah.

Typické aplikace jsou záhlaví webových stránek, hlavičkové papíry, e-mailové podpisy a šablony dokumentů. K dispozici je i varianta se sloganem „advokátní kancelář" pro materiály určené českému publiku. Anglickou variantu se sloganem „Law Firm" najdete v samostatné podkapitole.

Ke stažení v online manuálu: SVG, PNG, JPG, WebP, PDF (RGB) a AI, EPS (CMYK).



Color



Black



Negative



Se sloganem · Color



Se sloganem · Black



Se sloganem · Negative

Logo se sloganem v angličtině

Anglická varianta levého loga obsahuje slogan „Law Firm" pro materiály určené mezinárodnímu publiku, zahraničním klientům a anglicky vedené komunikaci. Vizuální konstrukce je shodná s českou verzí, jen se mění jazyk sloganu vpravo od dělící linky.

Používejte tuto variantu důsledně tam, kde je primárním jazykem materiálu angličtina. Nemíchejte ji v rámci jednoho dokumentu s českou verzí, vyberte vždy podle převažujícího jazyka.



Symbol

Samostatný symbol je varianta loga bez wordmarku INVICTA. Tvar evokuje hlavici meče a zároveň diamantový obrys, který zdůrazňuje pevnost a hodnotu. Používá se tam, kde by wordmark byl nečitelný nebo zbytečný, protože kontext značku dostatečně identifikuje.

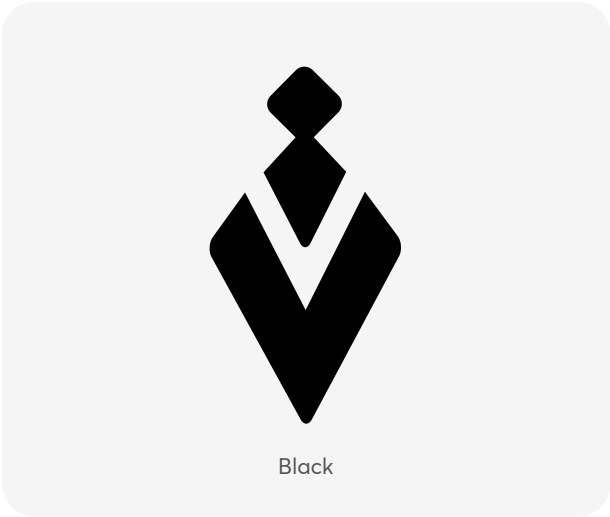
Typické použití: favicon v prohlížeči, avatar na sociálních sítích, aplikační ikona, razítko, gravírování na propisce nebo výšivka na textilu. Na těchto formátech symbol funguje jako rozpoznávací prvek bez potřeby celého slovního označení.

⚠ **Pozor:** Samostatný symbol nepoužívejte na materiálech, kde značka není identifikovatelná z kontextu. V takovém případě vždy použijte středovou nebo levou variantu s wordmarkem.

Ke stažení v online manuálu: SVG, PNG, JPG, WebP, PDF (RGB) a AI, EPS (CMYK).



Color



Black



Negative

Ochranná zóna

Ochranná zóna brání tomu, aby logo splývalo s okolním obsahem nebo se v tisku poškodilo při ořezu a laminaci. Žádný text, grafický prvek ani okraj plochy nesmí zasahovat dovnitř zóny.

Měrná jednotka ochranné zóny je písmeno „T" z nápisu INVICTA. Šířka i výška tohoto písmene definují minimální odstup od loga ze všech čtyř stran. Toto pravidlo platí pro všechny varianty loga: středovou, levou i levou se sloganem.

V tiskových podkladech zkontrolujte, že ochranná zóna nekončí v místě ořezu. U umístění poblíž okraje plochy přidejte mezi zónou a ořezem standardní spadávku.



Ochranná zóna kolem loga odpovídá šířce a výšce písmene **T** z nápisu INVICTA. Žádný text, grafika ani jiný vizuální prvek do této plochy nesmí zasahovat.

Minimální velikost

Pod minimální velikostí logo ztrácí čitelnost a tahy se v reprodukci slévají. Konkrétní hodnoty pro tisk i digitál pro každou kompoziční variantu jsou v přehledu níže.

Na plochách menších než uvedené limity používejte výhradně samostatný symbol. Speciální povrchy (reliéfní tisk, gravírování, výšivka) mohou vyžadovat jiné minimum a konzultujte je případ od případu.



Symbol

16 px · 6 mm



Logo středové

65 px · 16 mm



Logo levé

80 px · 20 mm



Logo se sloganem (levé)

180 px · 48 mm

Zakázané úpravy

Logo INVICTA se používá výhradně v dodaných souborech. Jakékoliv zásahy do jeho tvaru, barev nebo kompozice jsou nepřípustné. Níže je přehled konkrétních úprav, které se nesmí provádět:

- Deformace proporcí (roztažení nebo zúžení na jedné ose)
- Otočení nebo zkosení loga o jakýkoliv úhel
- Použití barev mimo definovanou paletu (viz kapitola Firemní barvy)
- Přidání stínů, záře (glow), gradientů nebo jiných efektů
- Přidání obrysu (outline) k symbolu nebo wordmarku
- Umístění na pozadí s nedostatečným kontrastem, kde logo splývá s podkladem
- Kombinace více instancí loga do koláží nebo opakujících se vzorů
- Překrytí loga jiným grafickým prvkem nebo textem zasahujícím do ochranné zóny
- Oddělení symbolu od wordmarku mimo povolené varianty (viz kapitola Symbol)
- Záměna českého a anglického sloganu nad rámec jazykové verze materiálu
- Změna sazby nebo proporcí sloganu vůči wordmarku

Firemní barvy

Barvy jsou jedním z nejsilnějších nástrojů pro budování rozpoznatelnosti značky. Paleta INVICTA je postavena tak, aby fungovala napříč tiskovinami, digitálními rozhraními i sociálními sítěmi bez nutnosti úprav.

Každá barva má definovanou roli. Primární tvoří dominantní plochy, sekundární doplňují výrazné akcenty, neutrální zajišťují čitelnost textu a pozadí. Následující sekce obsahují kompletní paletu s kódy pro digitál, tisk i Pantone, a doporučení pro poměry barev v designu.

Barevná paleta

Kompletní barevná paleta INVICTA. U každé barvy najdete HEX, RGB, CMYK a kód Pantone. Kliknutím na dlaždici zkopírujete HEX hodnotu do schránky.

Dark Blue

HEX	#002851
RGB	0 40 81
CMYK	100 74 14 55
PANTONE	281 C

POUŽITÍ

hlavní brand barva, dominantní plochy, wordmark, nadpisy

Light Blue

HEX	#0069b3
RGB	0 105 179
CMYK	90 52 0 0
PANTONE	2935 C

POUŽITÍ

sekundární plochy, infografika, doplňkové akcenty

Gold

HEX	#caab50
RGB	202 171 80
CMYK	13 24 72 13
PANTONE	871 C

POUŽITÍ

prémiový akcent, dělící prvky, zlatý pruh v kompozicích

Orange

HEX	#ff4000
RGB	255 64 0
CMYK	0 84 100 0
PANTONE	172 C

POUŽITÍ
zvýraznění, výzvy k akci, signál pozornosti

Platinum

HEX	#f4f5f6
RGB	244 245 246
CMYK	5 3 3 0
PANTONE	–

POUŽITÍ
pozadí, světlé plochy, oddělování bloků

Tmavá

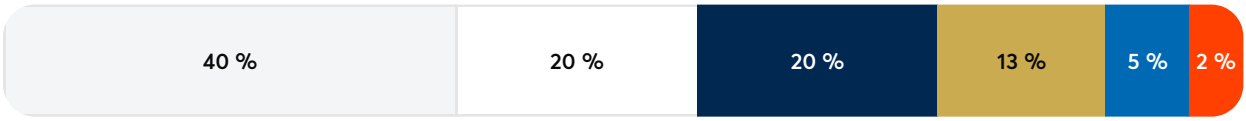
HEX	#0a0f14
RGB	10 15 20
CMYK	80 60 50 90
PANTONE	–

POUŽITÍ
text, kontrastní pozadí, tmavá témata

Použití barev v designu

Barevná paleta funguje dobře jen tehdy, když jsou barvy v rovnováze. Níže je orientační poměr pro typické brandové materiály.

Platinum ~40 % · Bílá ~20 % · Dark Blue ~20 % · Gold ~13 % · Light Blue ~5 % · Orange ~2 %



Firemní písmo

UBUNTU

Ubuntu

400 Regular · 500 Medium · 700 Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789 !@#$%&

Příliš žluťoučký kůň úpěl
ďábelské ódy – číslo 42

Czech diacritics: ě š č ř ž ý á í é ů ú ó ď ť ň

Ubuntu je firemním písmem značky INVICTA. Písmo navrhlo londýnské studio Dalton Maag pro společnost Canonical a poprvé vyšlo v roce 2010. Je to humanistický bezserifový font s mírně odchýlenými konci tahů, který v titulcích působí pevně a zároveň přístupně.

Je to jediné písmo identity. Hierarchie a důraz se budují výhradně velikostí, řezem a barvou, ne kombinováním s jinou rodinou.

Hierarchie

Kompletní typografická škála vychází z poměru Major Third (≈ 1,25) a platí pro web i tisk.

ÚROVEŇ	VELIKOST	ŘEZ	LINE-HEIGHT	TRACKING
Display	48 px	700 Bold	1.08	–1.5 px
H1	38 px	700 Bold	1.12	–1.0 px
H2	30 px	700 Bold	1.20	–0.5 px
H3	24 px	700 Bold	1.28	–0.3 px
H4	20 px	700 Bold	1.32	0
Body Large	20 px	400 Regular	1.55	0
Body	18 px	400 Regular	1.70	0
Body Small	16 px	400 Regular	1.65	0
UI	14 px	400–500	1.40	0
Overline	12 px	500 Medium	1.40	3 px, uppercase

Minimální velikost jakéhokoliv textu je **12 px**. Na titulky 32 px a vyšší laďte tracking do mírně záporných hodnot.

Licence

> ℹ **Ubuntu je volně dostupné písmo** pod licencí Ubuntu Font Licence 1.0. Můžete ho používat v komerčních i nekomerčních projektech bez poplatků. Na webu písmo hostujte na vlastním serveru, soubory pro grafické programy stáhnete z Google Fonts.

Grafické prvky

Vizuální identitu INVICTA doplňují tři grafické prvky, které rozšiřují brand do ploch a kompozic bez nutnosti opakovat logo. Každý prvek má svoji roli a kontext použití.

- **Tečka** — diamantový tvar v zlaté barvě, který akcentuje detail nebo pointu kompozice.
- **Mřížka** — zlatý strukturní vzor pro pozadí a překryvy nad fotografiemi.
- **Zlatý pruh** — horizontální linka v zlaté, která uzavírá spodní část kompozice a podpisuje materiál značkou.

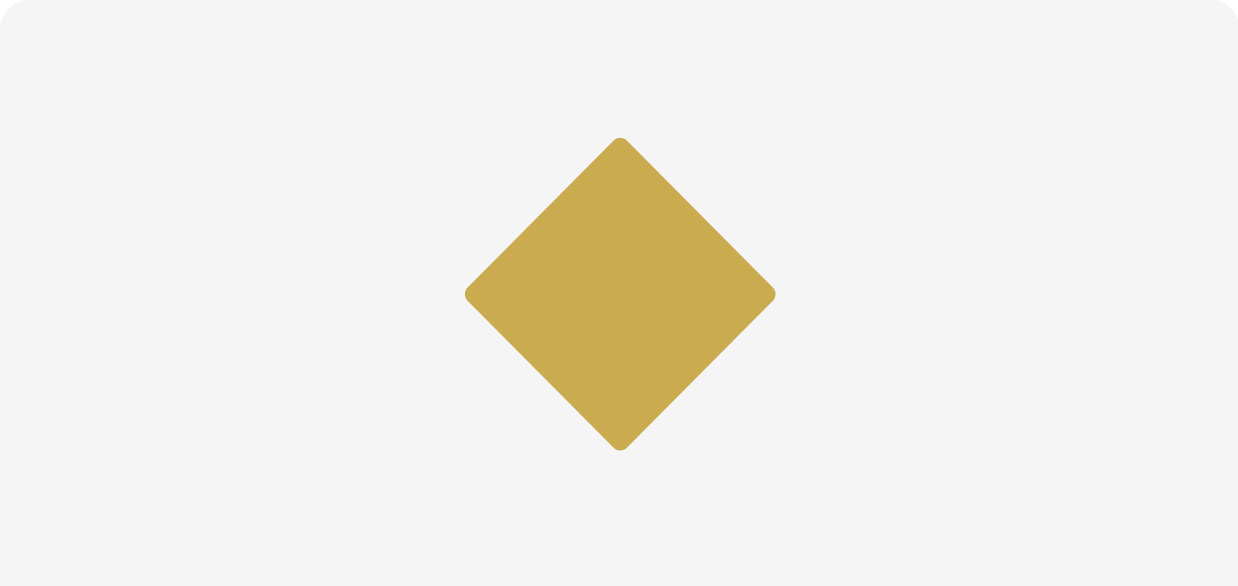
Prvky se nemíchají bez záměru. Použití každého z nich je popsané v následujících podkapitolách.

Tečka

Tečka je geometrický prvek vycházející ze symbolu INVICTA, otočený o 45° do diamantového tvaru v zlaté barvě. Slouží jako akcent, oddělovač nebo bullet point v dekorativní funkci.

Použití:

- Jako zvýraznění klíčového slova v nadpisu nebo citátu.
- Mezi položkami v horizontálních seznamech (kontaktní údaje, navigace v patičce).
- Jako dekorativní bullet v print materiálech.
- Nepoužívejte jako zástupný symbol logem, k tomu slouží samostatný symbol z kapitoly Logo.



INVICTA-DotElement-RGB

Mřížka

Mřížka je strukturní vzor v zlaté barvě, který slouží jako podkladová textura pro plochy bez fotografie nebo jako jemný překryv nad fotografií. Vzor je tvořen pravidelným geometrickým rastrem, jehož základem je tvar diamantu z firemního symbolu.

Použití:

- Jako pozadí titulních stran prezentací, billboardů, plachet, polepů.
- Jako poloprůhledný překryv nad tmavou fotografií, kde dotváří atmosféru bez rušení obsahu.
- Jako výplň ploch v print materiálech, např. obal složky, vnitřní strana hlavičkového papíru.
- Nepoužívejte přímo pod text, snižuje čitelnost. Pod textový blok přidejte poloprůhledný kryt v jedné z brand barev.

INVICTA-Grid-White

Zlatý pruh

Zlatý pruh je horizontální dekorativní linka ve tvaru lehce zkoseného polygonu, který uzavírá spodní část brandové kompozice. Funguje jako vizuální podpis značky a jako styčná linie mezi fotografií či plochou a paticí materiálu.

Použití:

- Vždy umístit do **spodní části** kompozice, nad patičku s kontaktními údaji nebo logem.
- V print materiálech (vizitky, hlavičkové papíry, plakety, obaly) uzavírá spodní okraj.
- V digitálních materiálech (web hero, prezentace, social bannery) odděluje hlavní kompozici od navigace či CTA bloku.
- Nepoužívejte v horní části, ve středu kompozice ani vícekrát na stejné ploše.
- Šířka pruhu se přizpůsobuje šířce plochy. Výška zůstává konstantní v poměru 480 : 10.

INVICTA-Gold-Strap

Ke stažení

Kompletní balíček obsahuje všechny varianty loga, grafické prvky, fonty a šablony v jednom ZIP archivu. PDF verze manuálu je určena pro offline použití a sdílení s dodavateli (tiskárny, produkční studia, webové agentury).

INVICTA-Brand-Kit.zip

ZIP · 1.3 MB · loga, symbol, grafické prvky a tone-of-voice (SVG, PDF, PNG, JPG, WebP, MD). Pro AI a EPS formáty použijte download buttony u jednotlivých log.

INVICTA-Brand-Manual.pdf

PDF · 1.7 MB · manuál k offline použití a sdílení s dodavateli

KONTAKT

simon@anfilov.cz

+420 602 26 26 33

NABÍDKA

Služby

Portfolio

ZDROJE

Články

Slovník

© 2026 Simon Anfilov, Krhanice 275, 257 42 Krhanice