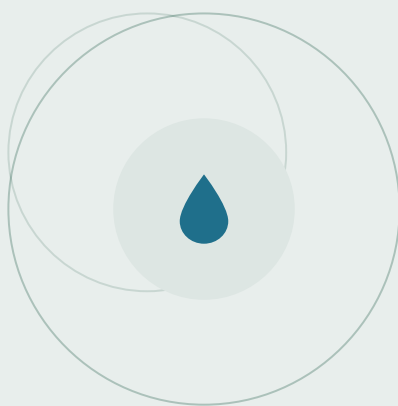




Voda ze studánky

Brand Book

Kvalitní přírodní voda ze studánky v lese — stáčená každý den, aby
k vám dorazila čerstvá.

Verze 0.1 (návrh) · 10. září 2026

Vize a positioning

Vize v jedné větě

Přinášet zákazníkům vodu tak čerstvou, jako by si ji právě nabrali vlastníma rukama — stočenou v den, kdy odchází k nim domů.

Proč je to jinde těžké najít

Většina balené vody se stáčí ve velkých dávkách a týdny až měsíce čeká ve skladu. My stáčíme každý den jen tolik, kolik ten den skutečně odchází k zákazníkům — voda tak nikdy není „stará“.

Positioning

Přírodní, nefiltrovaná voda z lesní studánky pro domácnosti a firmy, které chtějí přesně vědět, odkud jejich voda pochází a jak je čerstvá.

Klíčové hodnoty



Čerstvost jako pravidlo

Stáčíme denně, žádné dlouhé skladování — láhev odchází v den stočení.



Přírodní původ bez zásahů

Voda ze studánky v lese, bez úprav nad rámec toho, co vyžaduje zákon.



Transparentnost

Datum stočení je vždy viditelné na etiketě — nejen datum spotřeby.

Kdo je náš zákazník

Domácnosti se zájmem o původ vody

Rodiny, které si vybírají podle toho, odkud voda skutečně pochází, ne jen podle ceny na pultě.

Kanceláře a firmy s pitným režimem

Firmy, které chtějí pravidelný rozvoz čerstvé vody místo anonymních balení z velkoobchodu.

Restaurace a kavárny

Provozy, které chtějí hostům nabídnout lokální alternativu s jasným původem.

Tón komunikace

„Klidný, věcný hlas člověka od studánky — ne prodejce balené vody.“

Ano – takto to zní

- „Stočeno dnes ráno, přímo ze studánky.“
- „Tohle je datum stočení — přesně víte, jak čerstvá je vaše voda.“

Ne – takto ne

- „Nejčistší voda na světě!“
- „Jediná pravá přírodní voda!“

Pravidlo	Projev v praxi
Datum místo slibů	Místo obecných tvrzení uvádíme konkrétní datum stočení.
Věcnost před emocí	Žádné přehnané přívlastky — fakt o denní čerstvosti mluví sám za sebe.

Logo

Soubor s logem nebyl přiložen – vlož ho do brand_data / --logo.

Konstrukce: Doporučení pro designéra: jednoduchý symbol připomínající pramínek nebo kapku vody, vedle něj wordmark „Voda ze studánky“ v tmavé neutrální barvě.

Ochranná zóna: Volný prostor minimálně ve výšce symbolu na všech stranách loga.

Minimální velikost: Minimální šířka na obrazovce: 100 px. Minimální šířka při tisku: 25 mm.

Nedělej:

- Neměnit barvy loga mimo schválenou paletu.
- Nepřidávat stíny, přechody ani 3D efekty.
- Nedeformovat poměr stran symbolu ani wordmarku.

Barevná paleta

PRIMÁRNÍ



Studánková zelená

#1E5945



Pramenitá modrá

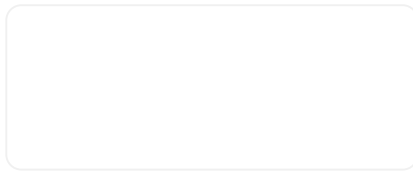
#1F6F8B

SEKUNDÁRNÍ / NEUTRÁLNÍ



Kůra

#3A342C



Bílá

#FFFFFF

Studánková zelená je hlavní barva — logo, tlačítka, nadpisy a podbarvení stránek (barva lesa kolem pramene). Pramenitá modrá je barva vody samotné — používá se cíleně jen na ikonu kapky (na titulní straně i u hodnot), aby zůstala výjimečná a nesplynula se zelenou. Kůra je pro běžný text tam, kde by čistá černá působila příliš tvrdě. Návrh k potvrzení — přesné odstíny doladit podle reálného loga, až vznikne.

Typografie

NADPISY

Čerstvá každý den, přímo ze studánky

BĚŽNÝ TEXT

Stácíme jen tolik, kolik ten den odchází k zákazníkům. Datum stočení je vždy na etiketě.

Font: Inter. Inter je volně dostupný, čitelný i v malých velikostech a funguje stejně dobře na etiketě jako na webu nebo faktuře.

Vizuální styl

Tvary a povrchy

Jemně zaoblené tvary, ploché barvy, žádné umělé odlesky ani přechody — stejná čistota jako u samotné vody.

Fotografie / vizuál

Přirozené světlo, les a studánka v pozadí, žádná stylizovaná reklamní produkce.

Ikonografie

Tenké linky v jednotné tloušťce napříč celým materiálem.

Balení a produktové portfolio

Balení odráží stejný princip jako produkt samotný — jednoduchost a čerstvost, ne zbytečný obal.

Skleněná vratná láhev

Základní balení pro domácnosti i firmy — vratný systém snižuje odpad i náklady při pravidelném rozvozu.

Datum stočení na etiketě

Každá láhev nese viditelné datum, kdy byla stočena — ne jen datum minimální trvanlivosti.

Velkoobjemové balení pro firmy

Pro kanceláře a restaurace větší nádoby s pravidelným rozvozem.

Co je zakázáno

Vyhýbáme se zdravotním tvrzením, která by musela být vědecky doložena (např. „léčí“, „detoxikuje“), a přímým srovnáním s konkrétními konkurenčními značkami — jde o legislativní i důvěryhodnostní riziko.

Vizuální zákazy

- Žádné stock fotky lahví jiných značek.
- Žádné agresivní výprodejové grafiky (CAPS LOCK, blikající prvky).

Textové / verbální zákazy

- Žádné zdravotní sliby bez důkazu („léčí“, „detoxikuje“).
- Žádné srovnávání s konkrétními konkurenčními značkami jménem.

Kde všude se značka objeví

Vizitka

Bílé pozadí, logo uprostřed, kontakt v Kůře pod ním.

E-mailový podpis

Logo vlevo, jméno tučně, pozice ve Studánkové zelené, kontakt pod tím.

Avatar na sociálních sítích

Samostatný symbol na Ranní mlze, oříznutý do kruhu.

Otevřené otázky

Toto je živý dokument — doplňujte ho, jak se značka vyvíjí.

- Přesné odstíny barev jsou návrh k potvrzení — doladit podle reálného loga, až vznikne.
- Logo zatím neexistuje — sekce Logo obsahuje jen doporučení pro designéra.
- Tmavý režim / alternativní verze loga zatím nejsou řešeny.