

# Pravidla pro užívání destinační značky Czech Republic

Metodický postup

srpen 2020

# Co najdu v tomto metodickém postupu?

Metodický postup představuje destinační značku Czech Republic a pravidla, jak ji správně používat, aby sloužila k vytváření jednotného obrazu destinace.



K čemu metodický postup?

- V metodickém postupu jsou představeny základní principy, na jejichž základech je budována destinační značka Czech Republic. Za účelem skutečně jednotné propagace České republiky je popsána podoba destinační značky (logo, typografie, barevnost) a pravidla, jak destinační značku využívat.
- Metodický postup stanovuje způsob, jak doložit požadavky vyplývající z Kategorizace DMO.



Komu je určen?

- Metodický postup je určen pro všechny jednotlivce a subjekty, kteří se pohybují v prostředí cestovního ruchu. Primárními uživateli metodického postupu jsou pak Organizace destinačního managementu (DMO).



Jak ho používat?

- Vlastníkem metodického postupu je agentura CzechTourism. Použití metodického postupu není omezeno a jeho použití je bezplatné.



Co v metodickém postupu najdu?

Část  
1

Vymezení  
pojmu  
destinační  
značka

Část  
2

Popis podoby  
destinační  
značky

Část  
3

Pravidla pro  
využívání loga  
a způsob  
naplnění  
požadavků

# Jaké jsou základní principy budování destinační značky Česká republika?

## 1. Odlišitelnost a konkurenceschopnost na evropských i mimoevropských trzích

→ Koordinace marketingových aktivit v zahraničí vůči B2C i B2B cílovým skupinám

## 2. Provázanost na národní úrovni

→ Metodické vedení a koordinace marketingových aktivit prostřednictvím spolupráce s regionálními koordinátory CzT v krajích

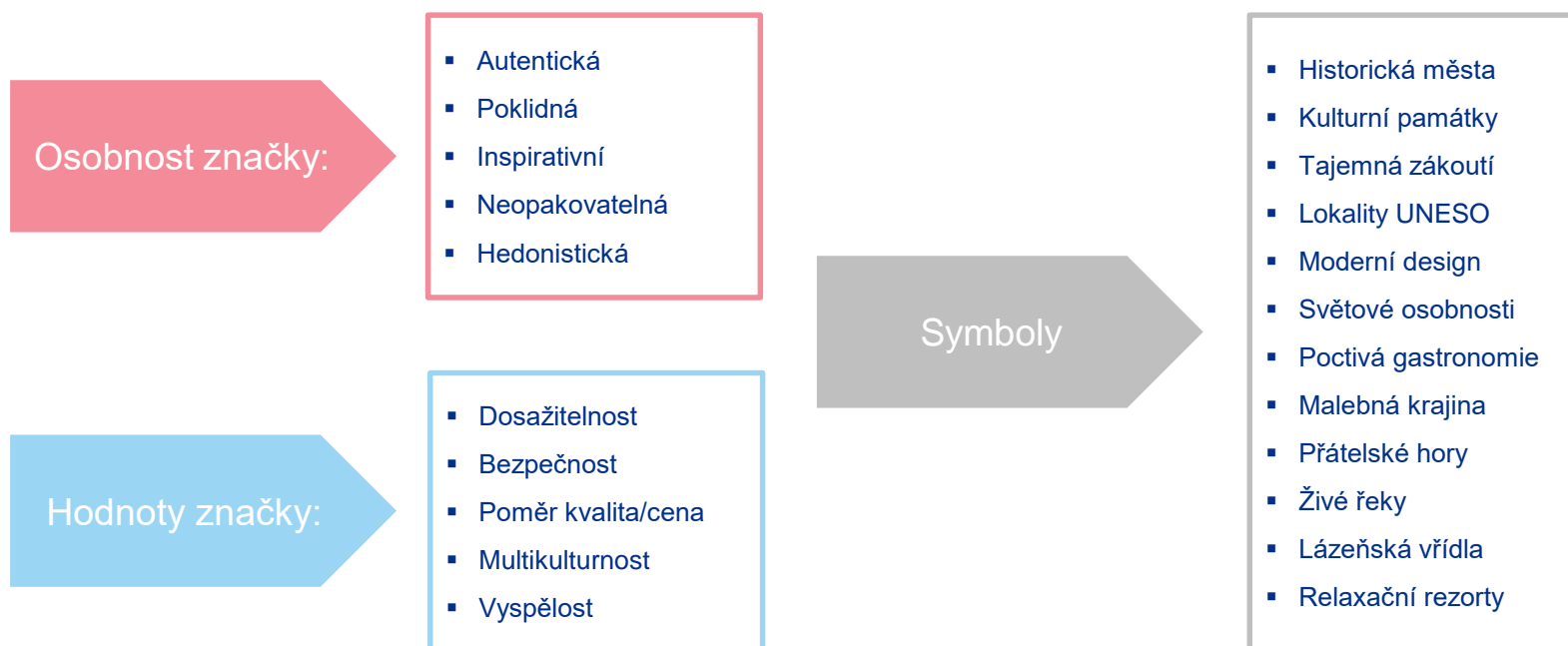
## 3. Flexibilita

→ Pozitivně vnímaná emociální hodnota konceptu CR umožňující provázanost s regionálními destinacemi i s ostatními resorty nad rámec cestovního ruchu.

# Co si představit pod pojmem destinační značka?

Destinační značka je unikátní symbol (grafický a/nebo textový), který vytváří jednotný obraz destinace a odlišuje jí od ostatních destinací. Je nositelem příslibu nezapomenutelného zážitku spojeného s jedinečností destinace.

- Destinační značka je tvořena slovním spojením Czech Republic.
- Značka je ztvárněna unikátním vizuálním stylem.
- Nosným prvkem značkové strategie je princip storytellingu, který zachytí zážitek, atmosféru, emoce a pocit autenticity.



# Jaká je podoba destinační značky České republiky?

Destinační značka České republiky je tvořena:

- Logem
- Typografií
- Barevností

Základní jazyková forma značky pro příjezdový turismus je v anglickém jazyce: **Czech Republic**

Anglická mutace značky je využívána jako primární na všech trzích, kde je využívána latinka.

## CzechRepublic

LOGO MŮŽE BÝT VYUŽÍVÁNO PODLE BAREVNOSTI PODKLADU:



Barevně inverzně a reverzně

Černobíle inverzně a reverzně

Jednobarevně inverzně a reverzně

CzechRepublic

CzechRepublic

CzechRepublic

CzechRepublic

CzechRepublic

CzechRepublic

CzechRepublic

CzechRepublic

# Jak je destinační značka využívána v dalších jazycích?

## Ostatní jazykové mutace mimo angličtinu:

- Francouzština
- Němčina
- Čínština
- Japonština
- Španělština
- Italština
- Polština
- Ruština
- Ukrajinština

Républiquetchèque

チェコ共和国

RepublikaCzeska

TschechischeRepublik

RepúblicaCheca

ЧешскаяРеспублика

捷克共和国

RepubblicaCeca

ЧеськаРеспубліка

# Jaká jsou základní pravidla pro užívání loga?

- Logo Czech Republic je umístěno na všech výstupech (tištěných i online) využívaných pro prezentaci destinace v zahraničí.
- Použití loga se řídí Brand manuálem. Pravidla najdete v online brand manuálu <http://www.brand.czechtourism.cz>.

## DŮVODY PROČ VYUŽÍVAT JEDNOTNÝ BRANDING DESTINACE:

- Snadná identifikace a odlišitelnost destinace
- Vytváření jednotné pověsti destinace
- Jednotná propagace České republiky v oblasti cestovního ruchu
- Dosahování synergických efektů zahraniční prezentace

## Upozornění

- Pravidla pro užívání loga se vztahují pouze na nové tištěné výstupy, které vzniknou až v době účinnosti tohoto metodického postupu a po získání certifikace Kategorizace DMO.
- Tištěné výstupy, které byly vytvořeny před účinností tohoto metodického postupu, mohou být nadále využívány pro marketingové aktivity DMO.
- Veškeré on-line výstupy, které neodpovídají požadavkům tohoto metodického postupu, musí být upraveny v souladu s tímto metodickým postupem v nejkratší možné době.

# Způsob prokázání požadavků Kategorizace DMO?

V každé žádosti o certifikaci Kategorizace DMO se žadatel zaváže k plnění požadavků vyplývajících z tohoto metodického postupu formou čestného prohlášení dle vzoru uvedeného v příloze č. 7 Implementačního manuálu. Tento závazek zahrnuje minimální požadavky na jednotný branding při realizaci marketingových aktivit cílených na příjezdový cestovní ruch.

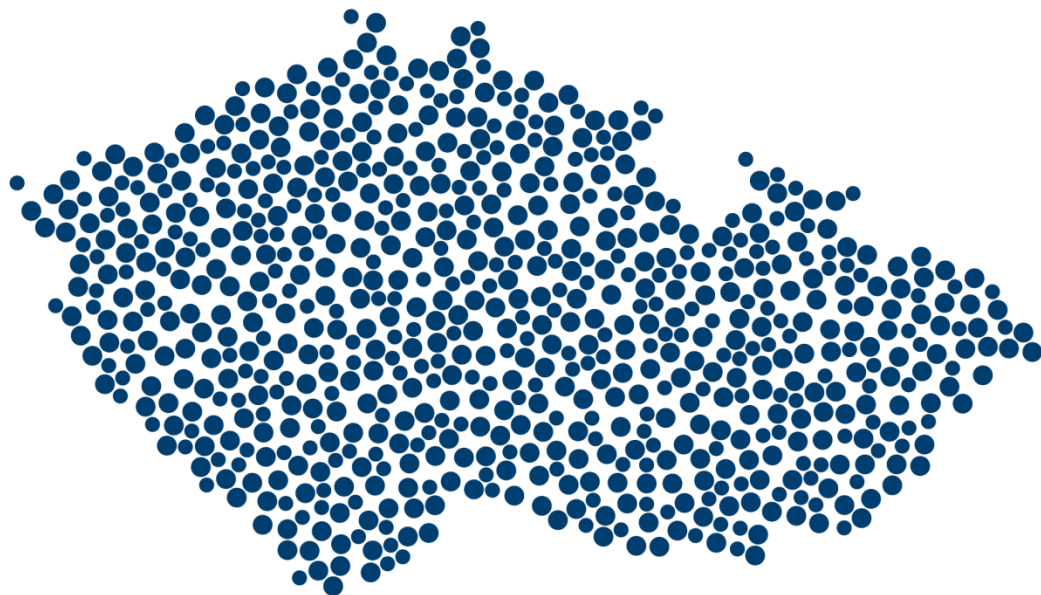
## Jak budou požadavky kontrolovány?

Plnění požadavků je kontrolováno zpětně, vždy při obnově platnosti certifikace (druhá a další žádost o certifikaci). V rámci obnovy platnosti certifikace bude prověřeno, zda DMO:

- plní požadavky na jednotný branding marketingových aktivit realizovaných v zahraničí (umístění loga Czech Republic na webových stránkách pro zahraniční návštěvníky, na on-line a tištěných cizojazyčných propagačních materiálech vydaných po získání první certifikace)

V případě zjištění, že DMO v průběhu posledních 12 měsíců neplní požadavky vyplývající z tohoto Metodického postupu, znamená to nesplnění tohoto požadavku Kategorizace DMO. Výsledkem tak je nenaplnění podmínek Kategorizace DMO a neprodloužení platnosti certifikace.





ČCCR – CzechTourism  
Vinohradská 46  
120 41 Praha 2  
tel. +420 221 580 111  
dmo@czechtourism.cz  
www.czechtourism.cz

**Autorský tým:**

Kolektiv CzechTourism