



OBSAH

I ÚVOD

- 1.1 Grafický manuál jednotného vizuálního stylu

2 ZNAČKA

- 2.1.1 Základní podoba značky s doplňkem
- 2.1.2 Základní barevná provedení značky
- 2.1.3 Užití značky s internetovou adresou
- 2.2 Užití značky bez doplňku
- 2.3 Povolené varianty značky
- 2.4 Používání samotného symbolu
- 2.5 Ochranná zóna značky
- 2.6 Kodifikace v síti a nejmenší rozměr značky
- 2.7.1 Značka na pozadí
- 2.7.2 Použití inverzní varianty značky

3 BAREVNOST

- 3.1 Definice firemních barev

4 PÍSMO

5 TISKOVINY SPOLEČNOSTI

- 5.1 Vizitky
- 5.2 Dopisní papír
- 5.3.1 Studie proveditelnosti – nákladnější varianta a její úvodní strana – barevná verze
- 5.3.2 Studie proveditelnosti – nákladnější varianta a její další strana – barevná verze
- 5.3.3 Studie proveditelnosti – nákladnější varianta a její poslední strana – barevná verze
- 5.4.1 Studie proveditelnosti – nákladnější varianta a její úvodní strana – černobílá verze
- 5.4.2 Studie proveditelnosti – nákladnější varianta a její další strana – černobílá verze
- 5.4.3 Studie proveditelnosti – nákladnější varianta a její poslední strana – černobílá verze
- 5.5.1 Studie proveditelnosti – finančně nenáročnější varianta a její první strana – barevná verze
- 5.5.2 Studie proveditelnosti – finančně nenáročnější varianta a její další strana – barevná verze
- 5.5.3 Studie proveditelnosti – finančně nenáročnější varianta a její poslední strana – barevná verze
- 5.6.1 Studie proveditelnosti – finančně nenáročnější varianta a její první strana – černobílá verze
- 5.6.2 Studie proveditelnosti – finančně nenáročnější varianta a její další strana – černobílá verze
- 5.6.3 Studie proveditelnosti – finančně nenáročnější varianta a její poslední strana – černobílá verze

OBSAH

- 5.7 Firemní desky
- 5.8 Poznámkový blok

- 6 PREZentační materiály**
 - 6.1 Informační brožura
 - 6.2 Informační panel
 - 6.3 Billboard
 - 6.4 Firemní PF
 - 6.5 Internetová prezentace
 - 6.6.1 Prezentace Power Point - úvodní strana
 - 6.6.2 Prezentace Power Point - další strana I.
 - 6.6.3 Prezentace Power Point - další strana II.
 - 6.6.4 Prezentace Power Point - poslední strana

- 7 ZNAČENÍ VOZIDEL**
 - 7.1 V.I.P. vozidla
 - 7.2 Vozidla pro zaměstnance

- 8 DÁRKOVÉ A PROPAGAČNÍ PŘEDMĚTY**
 - 8.1 Propiska
 - 8.2 Hrnek s ouškem
 - 8.3 Sklenička
 - 8.4 Papírová krabice na víno
 - 8.5 Dámská a pánská polokošile

I ÚVOD

Corporate Design (jednotný vizuální styl) je jednou ze součástí složitého systému Corporate Identity, smyslem kterého je identifikace a odlišení subjektu od konkurence na veřejnosti.

Corporate Design je způsob vizuální komunikace a úlohou Grafického manuálu je tento způsob popsat a definovat.

I.1 GRAFICKÝ MANUÁL JEDNOTNÉHO VIZUÁLNÍHO STYLU

Jednotný vizuální styl je tedy soubor stanovených pravidel a způsobů použití komunikačních prostředků definovaných a popsanych v samostatných kapitolách tohoto grafického manuálu. Pomocí těchto pravidel a prostředků probíhá komunikace uvnitř společnosti i směrem k veřejnosti.

Proto je důležité dbát na správnou aplikaci prostředků jednotného vizuálního stylu v praxi. Vytváří se tím identita společnosti a současně se tak formuje povědomí o postavení a charakteru společnosti na veřejnosti.

Pod pojmem „postředky“ jednotného vizuálního stylu rozumíme značku, obchodní jméno, barevnost, typografii, dopisní papíry, šablony pro firemní tiskoviny apod.

Manuál společnosti neobsahuje všechny možné varianty nedovolených způsobů řešení výstupů. Slouží jako návod k tvorbě předloh.

Originál značky a šablony firemních tiskovin jsou pro potřeby společnosti uloženy na serveru společnosti G-PROJECT, s.r.o..

Při vytváření výstupů, jenž nejsou popsány v tomto manuálu, je nutné vše konzultovat s marketingovým oddělením společnosti G-PROJECT, s.r.o.

G-PROJECT s.r.o.
náměstí Přemysla Otakara II. 117/32
Telefon: +420 386 353 242
E-mail: sekretariat@g-project.cz
370 01 České Budějovice

2 ZNAČKA

Značka je nejdůležitějším a nejvýznamnějším prvkem firemní identity. Společnost G-PROJECT, s.r.o. na ni má registrovanou ochrannou známku. Značka se skládá ze dvou částí: obrazové (symbolu) a textové (logotypu) části názvu společnosti. Textová část je tvořena řezy písma AvantGarde vypsáním v minuskách. Podoba značky je přesně definovaná a nelze svévolně upravovat a měnit vzájemný poměr velikosti symbolu a textu, používat v logotypu jiné písmo nebo jinak měnit barevnost. V základní podobě je doplněná dovětkem (sloganem, claimem) sloužícím k marketingovým účelům společnosti.

Značka smí být reprodukována pouze z digitální předlohy, která je uložena na serveru společnosti G-PROJECT, s.r.o..

2.1.1 ZÁKLADNÍ PODOBA ZNAČKY S DOPLŇKEM



ZÁKLADNÍ TVAROVÁ PODOBA ZNAČKY V DEFINOVANÝCH FIREMNÍCH BARVÁCH

Pro přesný popis grafické konstrukce značky byla definována konstanta **a** (rovná se výšce dvouřádkového sloganu), která určuje poměr vzdálenosti symbolu a logotypu.

Slogan v základní grafické podobě je psán velkými písmeny (VERZÁLKAMI), fontu Gill Sans, a to bez odlišení iniciál. Velikost fontu je nastavena na 9pt a proklad řádků na 12pt.

2.1.2 ZÁKLADNÍ BAREVNÁ PROVEDENÍ ZNAČKY

Základní podoba značky má tyto další dvě barevná provedení. Provedení ve stupních šedi a v černé barvě.

Pokud je to možné, preferuje se užívání základní varianty značky tak, jak je zde uvedeno.

Stupně šedi
nejsou ekvivalentem barev CMYK-u. Šedá je nadefinovaná speciálně jako 50 % rastru černé.



Černá verze



2.1.3 UŽITÍ ZNAČKY S INTERNETOVOU ADRESOU

Příklad užití značky s uvedením firemní internetové adresy. Je na rozhodnutí vedení společnosti kdy a za jakých okolností lze tuto variantu značky použít.



PROVEDEME VÁS
LABYRINTEM EVROPSKÝCH FONDŮ

g-project

WWW.G-PROJECT.CZ

2.2 UŽITÍ ZNAČKY BEZ DOPLŇKU

Možné varianty užití základní podoby značky bez doplňku v těchto barevných provedeních se souhlasem vedení společnosti.

Barevná verze



g-project

Stupně šedi nejsou ekvivalentem barev CMYK-u. Šedá je nadefinovaná speciálně jako 50 % rastru černé.



g-project

Černá verze

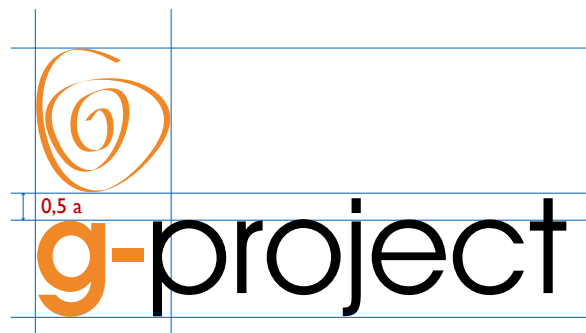


g-project

2.3 POVOLENÉ VARIANTY ZNAČKY

Povolené doplňkové varianty užití značky v případech, kdy není možné použít její základní podobu. Například drobné reklamní předměty apod. Vzájemný poměr vzdáleností symbolu a logotypu jsou definovány pomocí konstanty **a**.

Varianta 1



Varianta 2



Varianta 3



Varianta 4



2.4 POUŽÍVÁNÍ SAMOTNÉHO SYMBOLU

Používání samotného piktogramu je povoleno ve všech firemních barvách. Lze ho používat jako dekorativní prvek reklamních nebo merkantilních tiskovin.

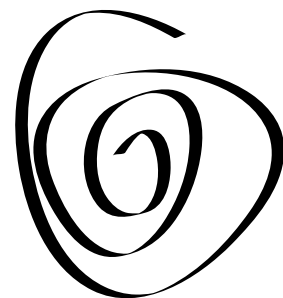
Barevná verze



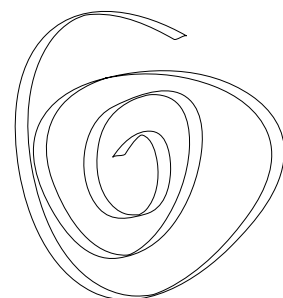
Stupně šedi
šedá odpovídá 50 % rastru



Černá verze

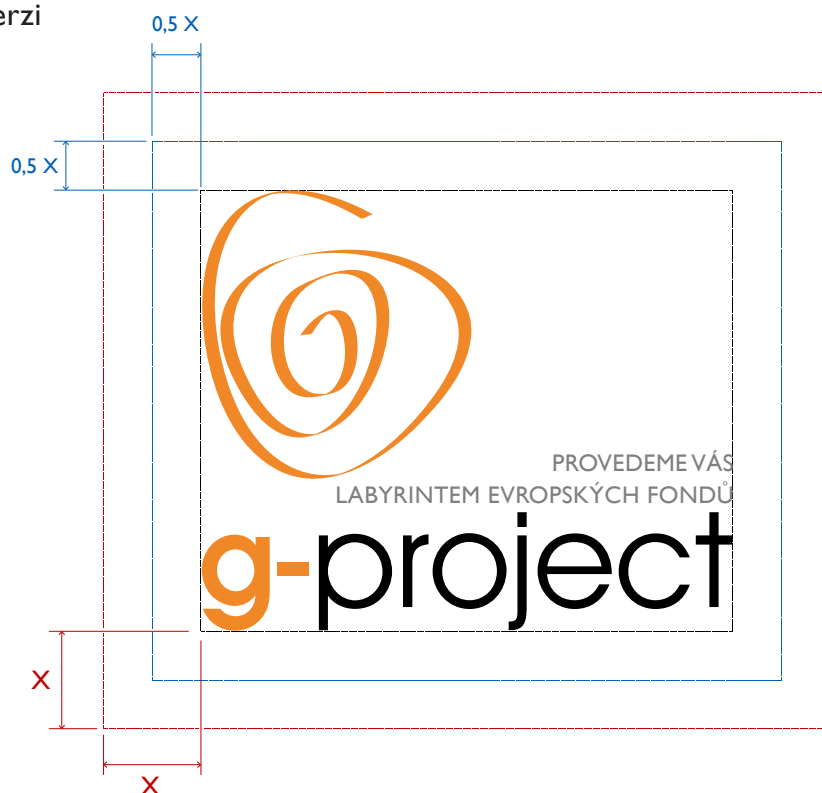


Outline



2.5 OCHRANNÁ ZÓNA ZNAČKY

Pro základní verzi

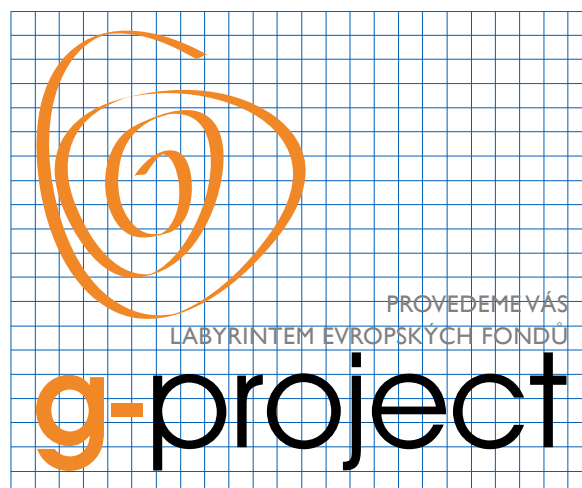


Ochranná zóna je pomyslné vymezení volné plochy kolem symbolu a logotypu. Do ochranné zóny (minimální velikost plochy v bezprostřední blízkost značky viz modrá zóna) nesmí zasahovat jiné grafické prvky, text nebo jiná značka. **Modrá** zóna značí „minimální ochranný prostor“ (smí se užít pouze ve výjimečných případech, kdy to vyžaduje technologie zpracování a specifické užití značky, např. reklamní a sponzorské panely apod.).

Červená zóna pak „doporučený ochranný prostor“. Pro vymezení velikosti byla definována jednotka **X**, která se rovná velikosti písmene **g** logotypu.

2.6 KODIFIKACE V SÍTI A NEJMENŠÍ ROZMĚR ZNAČKY

Pro základní verzi
s doplňkovým
textem



Rozkres značky v síti slouží k ověření přesnosti reprodukce při prostorových aplikacích, zvláště pak při velkém zvětšení a k definici všech grafických prvků a jejich vzájemných poměrů.

Rozkres není podkladem pro konstrukci značky. Ta je přesně definována a uložena na serveru společnosti G-PROJECT, s.r.o.

NEJMENŠÍ ROZMĚR ZNAČKY

Minimální velikost značky je limitovaná její čitelností v závislosti na kvalitě tisku a použitém materiálu. Výjimku tvoří drobné propagační předměty.



Minimální rozměr značky s claimem 20 mm.



Minimální rozměr značky bez claimu 10 mm.

2.7.1 ZNAČKA NA POZADÍ

Správné užití značky společnosti G-PROJECT, s.r.o. na barevné podkladové ploše musí zachovat jeho správnou čitelnost. Nejvhodnějším pozadím pro zachování plnobarevné značky je bílá barva. V případě nutnosti užití značky na neklidných plochách jako jsou fotografie je třeba citlivě posoudit, které z barevných provedení je pro danou plochu nejvhodnější.



2.7.2 POUŽITÍ INVERZNÍ VARIANTY ZNAČKY

Značku je možné používat v pozitivní i inverzní podobě v základním barevném provedení, stupních šedi či černo-bílém provedení.

Inverzní varianta barevného provedení

šedá odpovídá 30 % rastru



Inverzní varianta ve stupních šedi

šedá odpovídá 30 % rastru



Černo-bílá varianta



Speciální barevná inverzní varianta

pro oranžový podklad



3 BAREVNOST

Značka je definována na základě firemních barev. Tím se vytváří a posiluje jednotný vizuální styl společnosti. Firemní barvy jsou kodifikovány pomocí barevné škály PANTONE. Těmto přímým barvám odpovídají soutiskové barvy v systému CMYK a jiných barevných systémech, které jsou zde uvedeny. Zvolené barvy Scotchcal jsou pouze orientační a musí být konzultovány s vedením společnosti.

3.1 DEFINICE FIREMNÍCH BAREV

G-PROJECT orange

PANTONE	1585C
CMYK	0/73/100/0
RGB	240/136/39
FÓLIE	50-34 (3M Scotchcal™ series 100)
WEB	#F08827



G-PROJECT grey

PANTONE	stříbrná
CMYK	0/0/0/50
RGB	128/128/128
FÓLIE	50-58 (3M Scotchcal™ series 50)
WEB	#808080



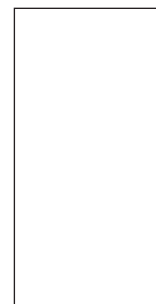
G-PROJECT black

PANTONE	Process Black
CMYK	0/0/0/100
RGB	0/0/0
FÓLIE	100-12 (3M Scotchcal™ series 100)
WEB	#000000



G-PROJECT white

PANTONE	-
CMYK	0/0/0/0
RGB	255/255/255
FÓLIE	100-20 (3M Scotchcal™ series 100)
WEB	#FFFFFF



4 PÍSMO

Firemní písmo spolu se značkou a barevností je jedním z nejdůležitějších prvků jednotného vizuálního stylu a napomáhá utvářet nezaměnitelný projev společnosti na veřejnosti.

Za základní firemní písmo společnosti G-PROJECT, s.r.o. bylo vybráno písmo Gill Sans ve všech vyobrazených řezech.

GILL SANS – regular
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789

GILL SANS – italic
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789

GILL SANS – bold
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789

GILL SANS – italic bold
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789

Zástupním nebo doplňkovým písmem bylo vybráno písmo Arial ve všech vyobrazených řezech, dostupné na všech počítačích.

ARIAL – regular
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789

ARIAL – italic
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789

ARIAL – bold
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789

ARIAL – italic bold
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789

5 TISKOVINY SPOLEČNOSTI

Tiskoviny společnosti (taktéž akcidencie nebo merkantilie) jsou důležitou součástí jednotného vizuálního stylu společnosti. Patří sem například vizitky, dopisní papíry, dopisní obálky, desky apod. Nepovažujeme je za propagační materiály. Používají se k písemnému styku společnosti s veřejností.

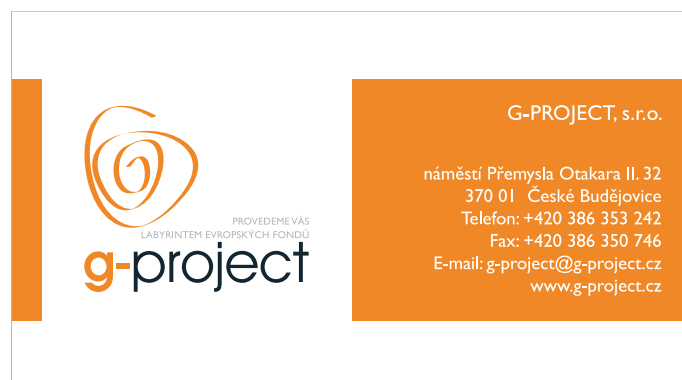
5.1 VIZITKA

Pro potřeby společnosti byly definovány dvě varianty její podoby. Vizitka osobní a obecná.

Vizitka osobní
v základních firemních barvách



Vizitka obecná
v základních firemních barvách



5.2 DOPISNÍ PAPÍR

Dopisní papír pro účely interní a externí komunikace společnosti s veřejností se vyplňuje buď základním nebo zástupním písmem. Velikost písma je I 1b, barva G-PROJECT black, sazba do bloku vlevo. Meziodstavcová mezera se vytvoří vynecháním jednoho nebo dvou prázdných řádků.

Strojopisné šablony v MS Word jsou uloženy na serveru společnosti G-PROJECT, s.r.o.



G-PROJECT, s.r.o.
zapsaná v obchodním rejstříku Krajského soudu v Českých Budějovicích, oddíl C, vložka 11742;
IČ: 260 64 92B, DIČ: CZ 260 64 92B
sídlí: nám. Přemysla Otakara II. 117/32, 370 01 České Budějovice
telefon: 386 353 242, e-mail: sekretariat@g-project.cz, www.g-project.cz

5.3.1 STUDIE PROVEDITELNOSTI – NÁKLADNĚJŠÍ VARIANTA A JEJÍ ÚVODNÍ STRANA – BAREVNÁ VERZE

Firemní tiskoviny se dle potřeby používají ve dvou variantách. A to v nákladnější anebo ve finančně méně náročné podobě. Obě varianty je možné použít s černobílou či barevnou grafikou. Vyplňují se buď základním nebo zástupným písmem. Velikost písma je 11b, barva G-Project black, sazba do bloku vlevo. Meziodstavcová mezera se vytvoří vynecháním jednoho nebo dvou prázdných řádků.

Strojopisné šablony obou variant jsou připravené k užití pro zaměstnance společnosti v programu MS Word a jsou uloženy na serveru společnosti G-PROJECT, s.r.o.

Název
firemní tiskoviny

Žadatel:
jméno společnosti
adresa
kontaktní osoba
kontaktní údaje

Zpracovatel:



g-project

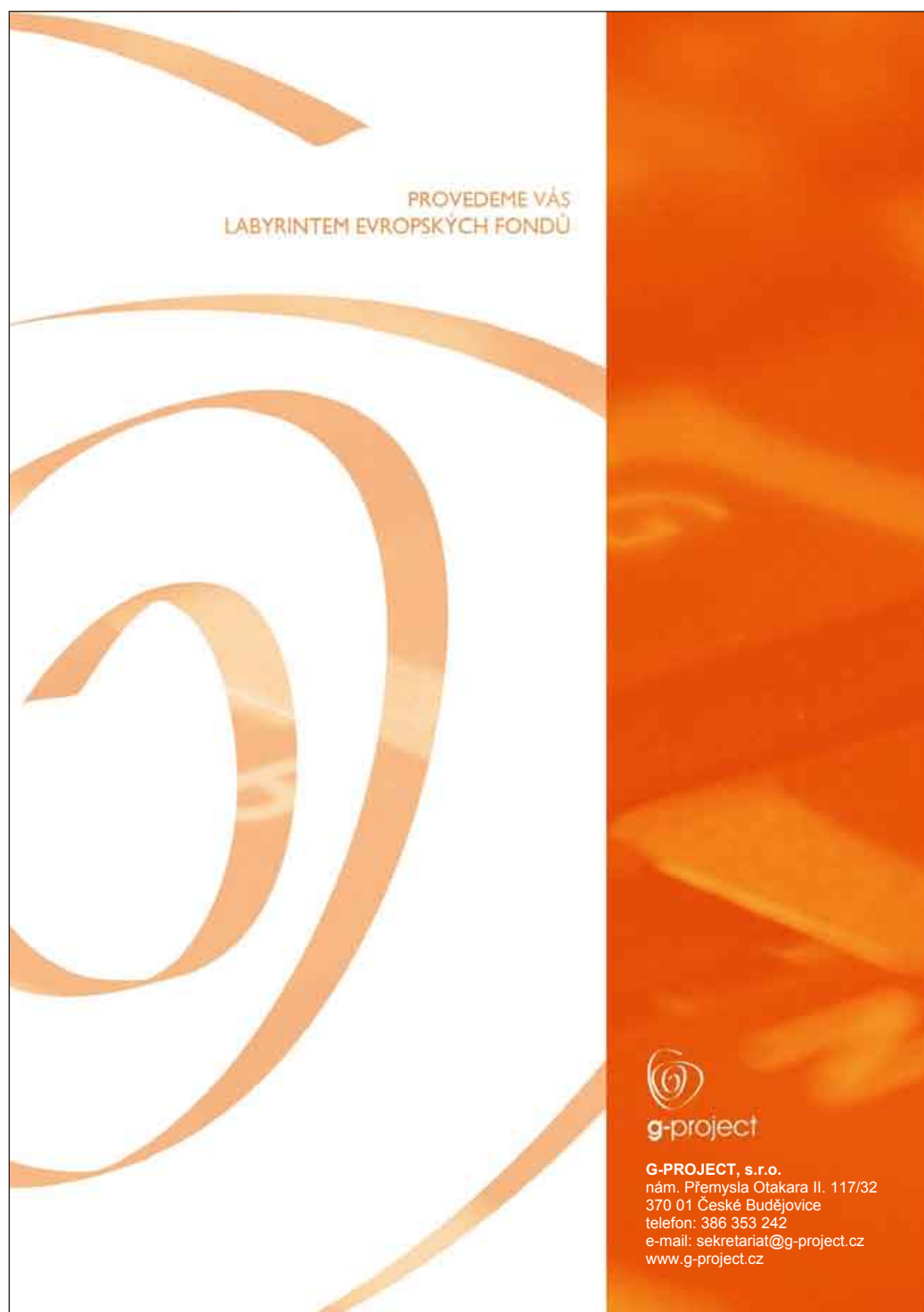
G-PROJECT, s.r.o.
nám. Přemysla Otakara II. 117/32
370 01 České Budějovice
telefon: 386 353 242
e-mail: sekretariat@g-project.cz
www.g-project.cz

PROVEDEME VÁS LABYRINTEM EVROPSKÝCH FONDŮ

5.3.2 STUDIE PROVEDITELNOSTI – NÁKLADNĚJŠÍ VARIANTA A JEJÍ DALŠÍ STRANA – BAREVNÁ VERZE

Název
firemní tiskoviny



5.3.3 STUDIE PROVEDITELNOSTI – NÁKLADNĚJŠÍ VARIANTA A JEJÍ POSLEDNÍ STRANA – BAREVNÁ VERZE



5.4.1 STUDIE PROVEDITELNOSTI – NÁKLADNĚJŠÍ VARIANTA A JEJÍ ÚVODNÍ STRANA – ČERNOBÍLÁ VERZE



5.4.2 STUDIE PROVEDITELNOSTI – NÁKLADNĚJŠÍ VARIANTA A JEJÍ DALŠÍ STRANA – ČERNOBÍLÁ VERZE



Název
firemní tiskoviny

5.4.3 STUDIE PROVEDITELNOSTI – NÁKLADNĚJŠÍ VARIANTA A JEJÍ POSLEDNÍ STRANA – ČERNOBÍLÁ VERZE



5.5.1 STUDIE PROVEDITELNOSTI – FINANČNĚ NENÁROČNĚJŠÍ VARIANTA A JEJÍ ÚVODNÍ STRANA – BAREVNÁ VERZE

Název firemní tiskoviny

Žadatel:

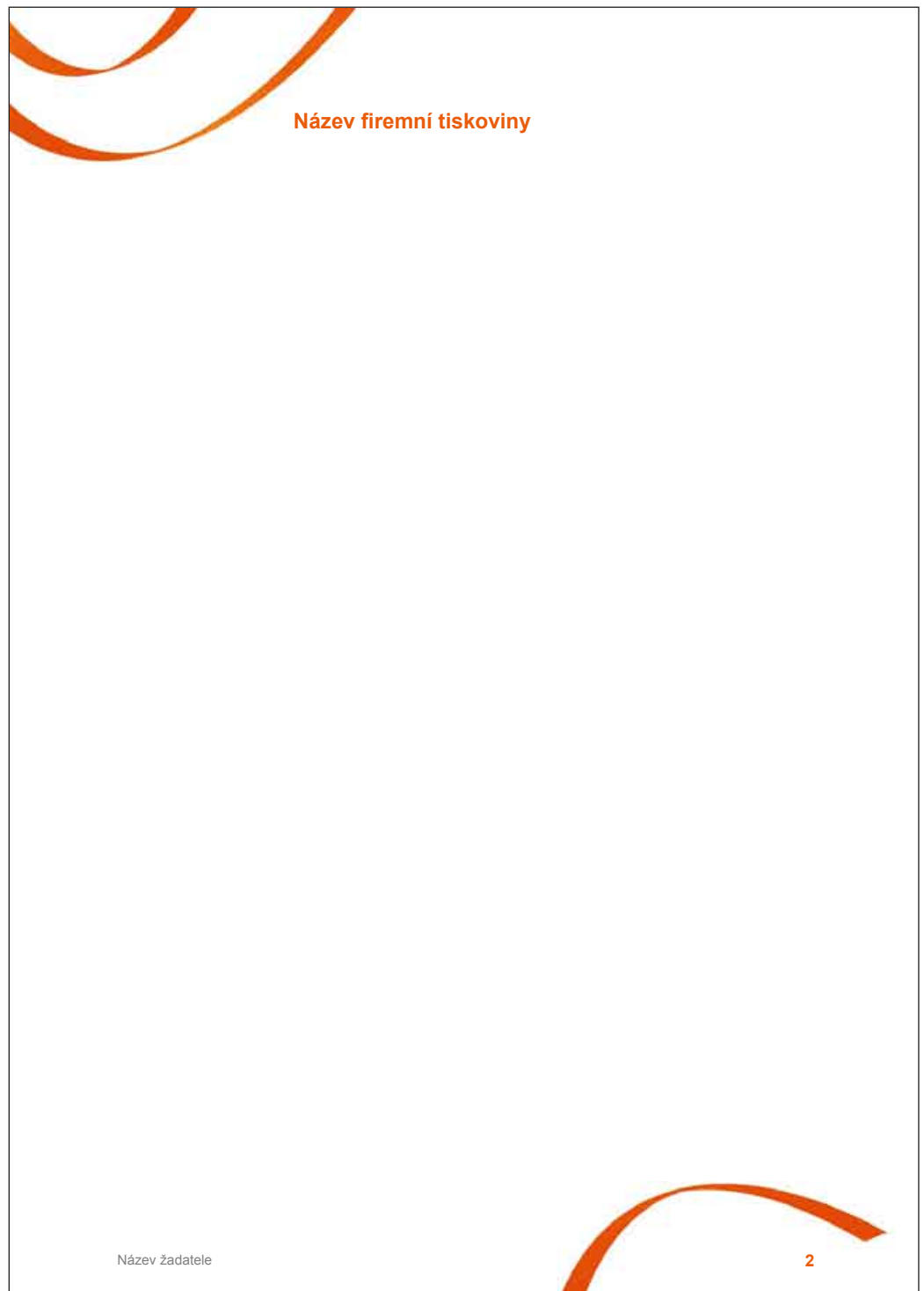
logo žadatele
jméno společnosti
adresa
telefon
e-mail
internetová adresa

Zpracovatel:



G-PROJECT, s.r.o.
nám. Přemysla Otakara II. 117/32
370 01 České Budějovice
telefon: 386 353 242
e-mail: sekretariat@g-project.cz
www.g-project.cz

5.5.2 STUDIE PROVEDITELNOSTI – FINANČNĚ NENÁROČNĚJŠÍ VARIANTA A JEJÍ DALŠÍ STRANA – BAREVNÁ VERZE



5.5.3 STUDIE PROVEDITELNOSTI – FINANČNĚ NENÁROČNĚJŠÍ VARIANTA A JEJÍ POSLEDNÍ STRANA – BAREVNÁ VERZE

G-PROJECT, s.r.o.
nám. Přemysla Otakara II. 117/32
370 01 České Budějovice
telefon: 386 353 242
e-mail: sekretariat@g-project.cz
www.g-project.cz



PROVEDEME VÁS
LABYRINTEM EVROPSKÝCH FONDŮ

5.6.1 STUDIE PROVEDITELNOSTI – FINANČNĚ NENÁROČNĚJŠÍ VARIANTA A JEJÍ ÚVODNÍ STRANA – ČERNOBÍLÁ VERZE

Název firemní tiskoviny

Žadatel:

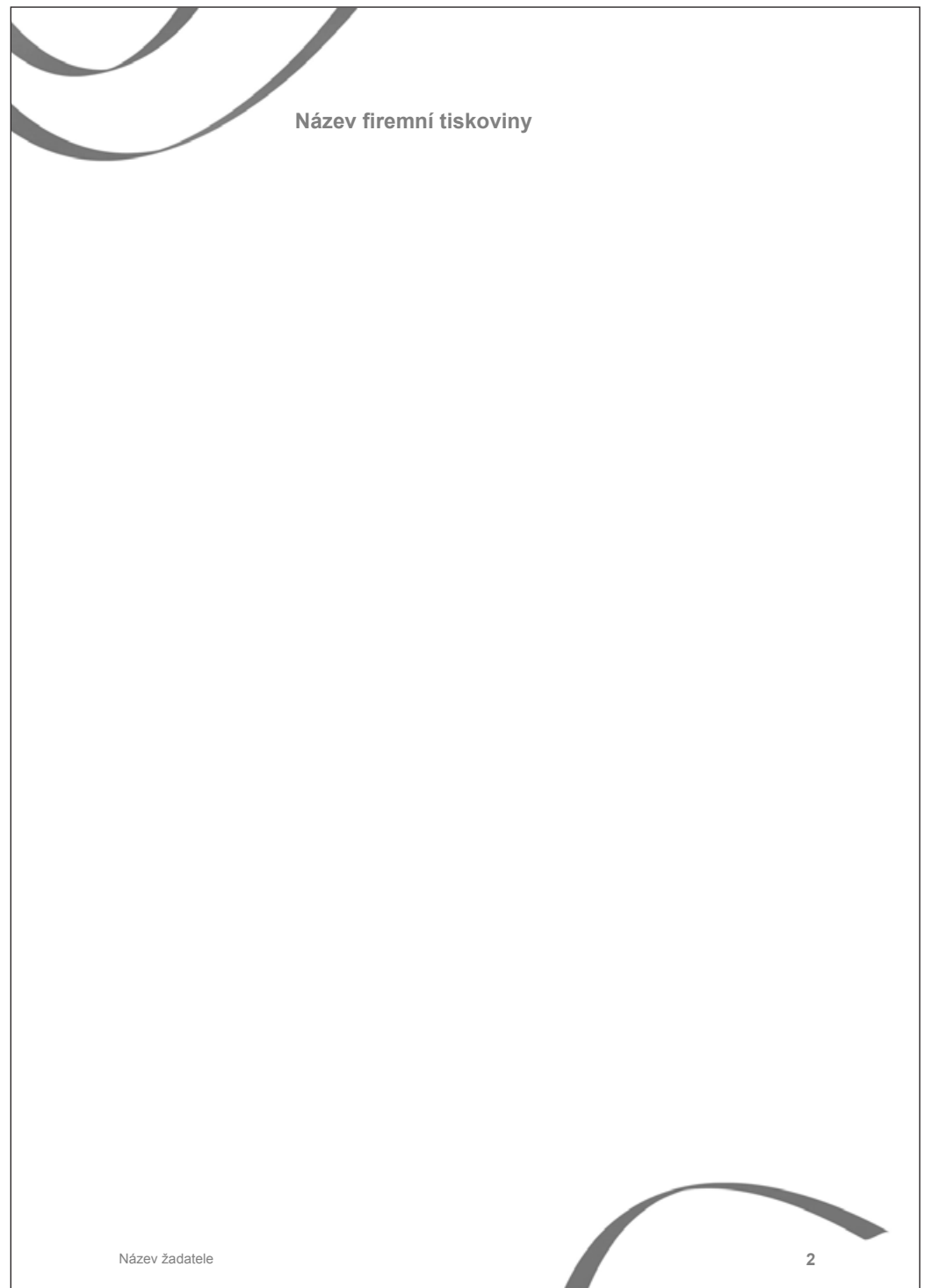
logo žadatele
jméno společnosti
adresa
telefon
e-mail
internetová adresa

Zpracovatel:



G-PROJECT, s.r.o.
nám. Přemysla Otakara II. 117/32
370 01 České Budějovice
telefon: 386 353 242
e-mail: sekretariat@g-project.cz
www.g-project.cz

5.6.2 STUDIE PROVEDITELNOSTI – FINANČNĚ NENÁROČNĚJŠÍ VARIANTA A JEJÍ DALŠÍ STRANA – ČERNOBÍLÁ VERZE



5.6.3 STUDIE PROVEDITELNOSTI – FINANČNĚ NENÁROČNĚJŠÍ VARIANTA A JEJÍ POSLEDNÍ STRANA – ČERNOBÍLÁ VERZE

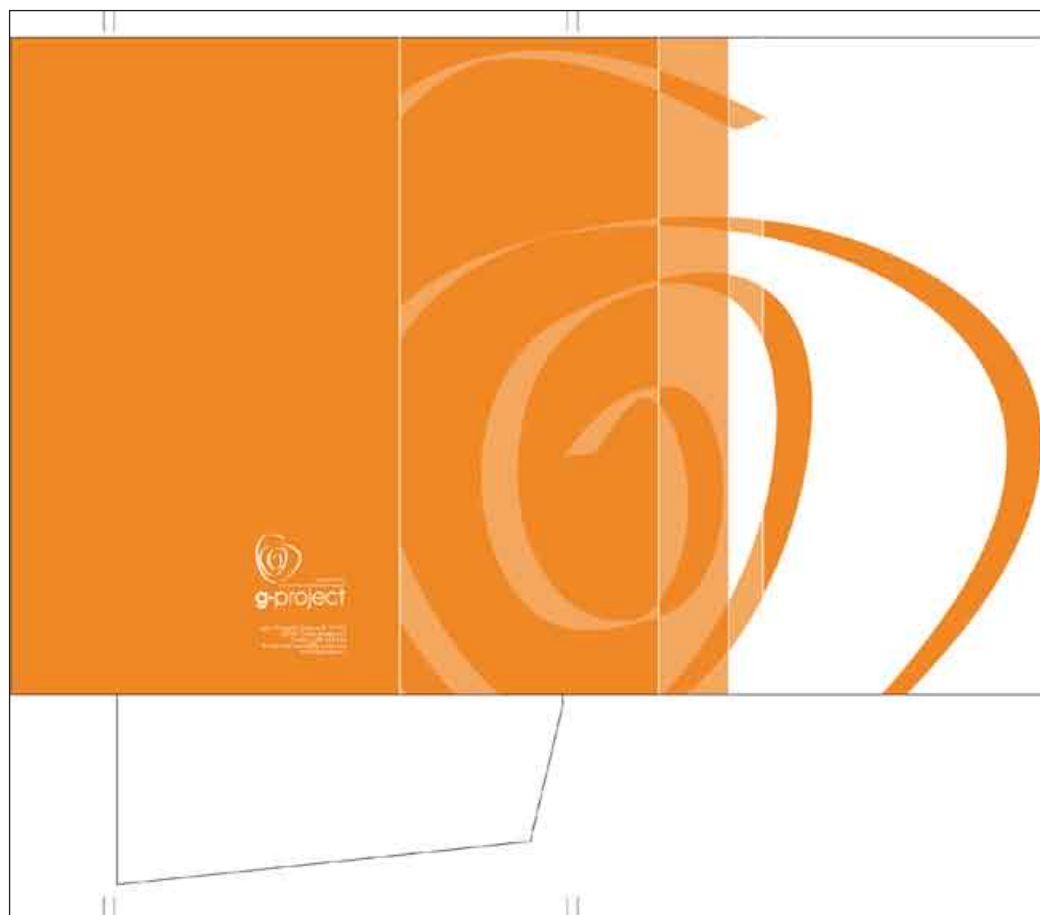
G-PROJECT, s.r.o.
nám. Přemysla Otakara II. 117/32
370 01 České Budějovice
telefon: 386 353 242
e-mail: sekretariat@g-project.cz
www.g-project.cz



PROVEDEME VÁS
LABYRINTEM EVROPSKÝCH FONDŮ

5.7 FIREMNÍ DESKY

Firemní desky s chlopní jsou tištěné na tvrdém bílém kartonu ofsetovou technologií jednou přímou barvou pro zachování správné barevnosti. Povrch desek se upravuje lakováním.



6 PREZENTAČNÍ MATERIÁLY

Prezentační materiály společnosti jsou určeny k propagačním a informačním účelům. Mohou být charakteru tiskového (např. informační brožura, billboard, informační panel) nebo multimediálního (např. internetová prezentace, prezentace v power point). Při vytváření prezentačních materiálů lze uplatnit kreativní postupy tvorby. I když Grafický manuál nedefinuje přesné rozměry ani poměry rozmístění jednotlivých prvků vizuálního stylu, je nutné dodržet zásady a pravidla aplikace základních barev a značky společnosti. Podobu prezentačních materiálů je nutné konzultovat s marketingovým oddělením společnosti G-PROJECT, s.r.o.

6.1.1 INFORMAČNÍ LETÁK – FORMÁT A4 SKLÁDAČKA – VNĚJŠÍ STRANA

Při tvorbě informačního letáku je nutné zachovat barevnost a použít jednotlivých grafických prvků společnosti, a to značky, firemního písma, claimu a pro zpestření vzhledu je možné použít jako dekorativní prvek pictogram nebo jeho části. Brožura může být také vhodně doplněna ilustrativními fotografiemi. Tiskne se ofsetovou technologií CMYK na bílý papír, formát A4 s falcováním na tři části poskládaná dovnitř.

g-project

V LETECH 2007 – 2013 NABÍZÍJÍ STRUKTURÁLNÍ FONDY EVROPSKÉ UNIE PŘES 700 MILIARD KORUN!

Mám ubytovací zařízení - na co mohu získat dotaci?
Výstavbu či přístavbu; celkovou rekonstrukci; pořízení vnitřního vybavení; vybudování sálu pro pořádání kongresů; tvorbu internetových stránek, informačních tabulí, letáků...; vybudování fitness, bazény, sauny, tenisového kurty, dětského hřiště... a mnoho dalších projektů.

Jsem starosta obce - na co mohu získat dotaci?
Vybudování a rekonstrukci místních komunikací; výstavbu čistíčky odpadních vod a kanalizace; úpravu veřejného prostranství; výstavbu cyklostezek; zpracování územní plánovací dokumentace; rekonstrukci či výstavbu školy, zdravotního zařízení, sportovního hřiště a mnoho dalších projektů.

Mám firmu - na co mohu získat dotaci?
Přípravu vzdělávacích programů pro zaměstnance; výstavbu i rekonstrukci výrobní haly; vybudování školního střediska ve firmě; tvorbu propagačních materiálů; účast na výstavách a veletrzích v zahraničí; výzkum a vývoj; nákup specifických softwarů a licencí a mnoho dalších projektů.

Jsem ředitel školy - na co mohu získat dotaci?
Výstavbu či přístavbu; celkovou rekonstrukci; nákup vnitřního vybavení; vybudování či rekonstrukci hřiště; nákup počítačů, interaktivních tabulí...; stáže studentů i pedagogů; rozšíření výuky cizích jazyků a mnoho dalších projektů.

Jsem ředitel nemocnice či jiného zdravotnického zařízení - na co mohu získat dotaci?
Rekonstrukci budovy; modernizaci přístrojového vybavení; rozvoj zdravotnické záchranné služby; nákup vnitřního vybavení zdravotního zařízení; přípravu vzdělávacích programů pro zdravotnický personál a mnoho dalších projektů.

Jsem předsedou sportovního klubu - na co mohu získat dotaci?
Výstavbu či rekonstrukci sportovní haly, fotbalového hřiště, tělocvičny, tenisového kurty, zimního stadionu...; vybudování příjezdové cesty, klubovny, restaurace či ubytovny; tvorbu internetových stránek, informačních tabulí, letáků a mnoho dalších projektů.

Jak již náš slogan napovídá, **agentura G-PROJECT** si klade za cíl provést Vás labyrintem evropských fondů.

Evropské fondy nabízejí v letech 2007 – 2013 přes 700 miliard korun! Mohou se o ně ucházet města, obce, neziskové organizace i podnikatelé. Dá se říci, že jsou zde pro každého z nás. Proces jejich rozdělování je často velmi složitý, a proto mnozí z Vás vzdají možnost realizovat své sny. Smyslem naší práce je pomoci Vám o tyto prostředky nepřijít.

Agentura G-PROJECT má s evropskými dotacemi bohaté zkušenosti. Byli jsme u toho, když se rozdělovaly evropské fondy těsně po vstupu České republiky do Evropské unie v roce 2004. Kvalitu našich služeb dokládají rozsáhlé reference. Naši výhodou je ale především to, že nám nemusíte platit nic, když dotaci na Váš projekt nezjistíme. Neplatíte tedy za papírování, ale pouze a jediné za výsledek.

Úvodní konzultace nabízíme zdarma, proto nás neváhejte kontaktovat. Těšíme se na spolupráci s Vámi!

Ing. Martina Kučerová
ředitelka

G-PROJECT, s.r.o.
náměstí Přemysla Otakara II. 117/32
370 01 Česká Bělářovice
Telefon: 386 353 242
E-mail: sekretariat@g-project.cz
www.g-project.cz

PROVEDEME VÁS LABYRINTEM EVROPSKÝCH FONDŮ

g-project

POMŮŽEME VÁM ZÍSKAT DOTACI NA VAŠE ZÁMĚRY

6.1.2 INFORMAČNÍ LETÁK – FORMÁT A4 SKLÁDAČKA – VNITŘNÍ STRANA



Nabízíme Vám tyto služby:

DOTAČNÍ MANAGEMENT

TVORBA ŽÁDOSTÍ O DOTACE

- vyhledání vhodného dotačního programu
- zpracování kompletní žádosti o dotaci včetně příloh
- tvorba studie proveditelnosti a analýzy nákladů a přínosů
- technická asistence při kompletaci projektu

ŘÍZENÍ PROJEKTŮ

- konzultační činnost v průběhu realizace projektu
- tvorba průběžných a závěrečných monitorovacích zpráv a vyúčtování projektu
- zajištění publicity a grafického označení výstupů projektu
- asistence při kontrolách projektu poskytovatelem dotace

STRATEGIE A ANALÝZY

STRATEGICKÉ PLÁNY

- zpracování strategických plánů měst, mikroregionů a místních akčních skupin
- zpracování podnikatelských plánů
- zpracování plánů rozvoje neziskových organizací
- zpracování komunikačních strategií

KOMUNITNÍ PLÁNY

ANALYTICKÁ ČINNOST



Společnost G-PROJECT zpracovává pro své klienty ročně desítky úspěšných žádostí o dotace na projekty z nejrůznějších oblastí hospodářského a společenského života. Spolupracuje s obcemi, městy, firmami i neziskovými organizacemi.

ÚSPĚŠNOST ŽÁDOSTÍ O DOTACE, KTERÉ PŘIPRAVÍ SPOLEČNOST G-PROJECT, PŘESAHUJE 90 %.

Reference Vám rádi potvrdí naši klienti:

Ladislav Faktor, podnikatel
„Agentura G-PROJECT pro nás připravila úspěšnou žádost o více než třímilionovou dotaci na rekonstrukci Tereziiny chaty na Kleči. Celý projekt zahrnoval rekonstrukci stravovacího zařízení, výstavbu nových a modernizaci stávajících ubytovacích kapacit.“

Tomáš Jirsa, senátor a starosta města Hluboká nad Vltavou
„S agenturou spolupracuji od roku 2003. Během této doby se podařilo získat prostředky na řadu projektů, například výstavbu cyklistické stezky, úpravu chodníků nebo sociální projekty.“



František Tallán, majitel nakladatelství Fortuna
„Na Šumavě provozujeme několik ubytovacích zařízení. Během loňského roku pro nás agentura G-PROJECT získala dotaci na vnitřní vybavení hotelu a zároveň dvě dotace na marketing a reklamu těchto zařízení.“

Pavel Dlouhý, předseda Regionální agrární komory Jihočeského kraje
„Agentura G-PROJECT zajistila desítky dotací do oblasti rozvoje venkova. Obce díky těmto dotacím mohly zejména zrekonstruovat silnice a vybudovat čistírnny odpadních vod a kanalizace.“

Alois Ambrož, ředitel Městské charity České Budějovice
„Naše spolupráce se týká především oblasti komunitního plánování, kde řešíme aktuálně čtyři rozvojové plány větších měst. Spolupracujeme ale i v oblasti tvorby projektových žádostí.“

Miroslav Dvořák, předseda představenstva Jihočeské hospodářské komory
„G-PROJECT je členem naší komory, kde patří k předním firmám v oblasti dotačního managementu.“

PODROBNĚJŠÍ REFERENCE NALEZNETE NA NAŠÍ INTERNETOVÉ STRÁNCE WWW.G-PROJECT.CZ.

6.2 INFORMAČNÍ PANEL

Mobilní informační panel pro prezentaci společnosti. Při jeho realizaci je nutné dbát na dodržení správné barevnosti, použití značky a claimu společnosti.



6.3 BILLBOARD

Billboardy a bigboardy jako velkoplošná média jsou nedílnou součástí komunikace společnosti s veřejností.



**PROVEDEME VÁS LABYRINTEM
EVROPSKÝCH FONDŮ**

700 MILIARD
KORUN

MOHOU JE ZÍSKAT FIRMY, OBCE I NEZISKOVÉ ORGANIZACE

G-PROJECT, s.r.o.
náměstí Přemysla Otakara II. 32, 370 01 České Budějovice, Tel.: 386 353 242 WWW.G-PROJECT.CZ



g-project

6.4 FIREMNÍ PF

Novoroční přání společnosti G-PROJECT, s.r.o. je vyrobeno moderní lenticulární technologií s pohybovou animací a působí tak efektním dojmem.



6.5 INTERNETOVÁ PREZENTACE

Firemní internetová prezentace je dalším důležitým jednotícím prvkem vizuálního stylu a nedílnou součástí komunikace společnosti s veřejností. Patří do multimediálních forem propagace stejně jako prezentace Microsoft Power Point.

g-project

PROVEDEME VÁS LABYRINTEM EVROPSKÝCH FONDŮ

AKTUALITY NA WEBU

- + 2007 / IV
- + 2007 / III
- + 2007 / II
- + 2007 / I

SPOLČNOST

- + Profil společnosti
- + Organizační struktura
- + Informační bulletin
- + Tiskové zprávy
- + Partneři

SLUŽBY

- + Dotační management
- tvorba projektů
- řízení projektů
- + Strategie a analýzy
- strategické plány
- komunitní plány
- analytická činnost
- + Další služby
- vzdělávání
- marketingové výstupy

DOKUMENTY

REFERENCE

KONTAKTY

- + Kancelář
- + Mapa

Hledání

Všichni jsme tu

SPOLČNOST

Jak si náš složen napovídá, agentura G-PROJECT si klade za cíl provést Vás labyrintem evropských fondů.

Evropské fondy nabízejí v letech 2007 – 2013 přes 700 miliard korun! Pokud se u ně ucházet můžete, ovšem, slovně organizací i podnikatelů. Dá se říci, že jsou zde pro každého z nás. Práce s nimi má své výhody, je často velmi složité, a proto mnozí z Vás vidají možnost realizovat své sny.

Slyševím naši práce je bořit vám z rýhů prostředky nových. **Ne byste ale nevěřili, že většina členských států Evropské unie všechny prostředky našaři vyčerpali!** Přitom se mají využit na modernizaci tuzemské škol, nákup strojů, opravu silnic, nebo na výstavbu domů a nemocnic. Přitom spočívá právě ve složitosti přípravy žádosti.

Agentura G-PROJECT má s evropskými řízeními bohaté zkušenosti. Byli jsme i tito, když se rozložily evropské fondy těsně po vstupu České republiky do Evropské unie v roce 2004. Úvodní konzultace našimi odborníky, kvalitní návrh služeb dokladat rozsáhlé referencie. **Naši výhodou je ale především to, že nám nemusíte platit nic, když dotaci na Váš projekt nezjistíte.** Nezapomínejte, každý se ptá, jaké jsou podmínky a podmínky je výhodné.

Větší dotační management se věnujeme zejména tvorbě strategických plánů měst, lokálních firem a tvorbě marketingových výstupů. Naše služba Vám podrobně popíše právě tato internetové stránky.

PROČ SI VYBRAT NAŠE SLUŽBY

NA CO LZE ČERPAT DOTACE

OBRAŤTE SE NA NAS RÁDY PRO ŽADATELE

AKTUALNÍ INFORMACE

- + Seminář o Evropských fondech
- + Konference a testovním ruzhu

REGIONALNÍ PORADENSKÁ AGENTURA

Copyright © 2007 G-PROJECT, s.r.o., ul. Mělnická Přívozní Okružní II. 32, Česká Lúdzovce 270 01, tel: 386 353 243, E-mail: info@g-project.cz

6.6.1 PREZENTACE POWERPOINT – ÚVODNÍ STRANA

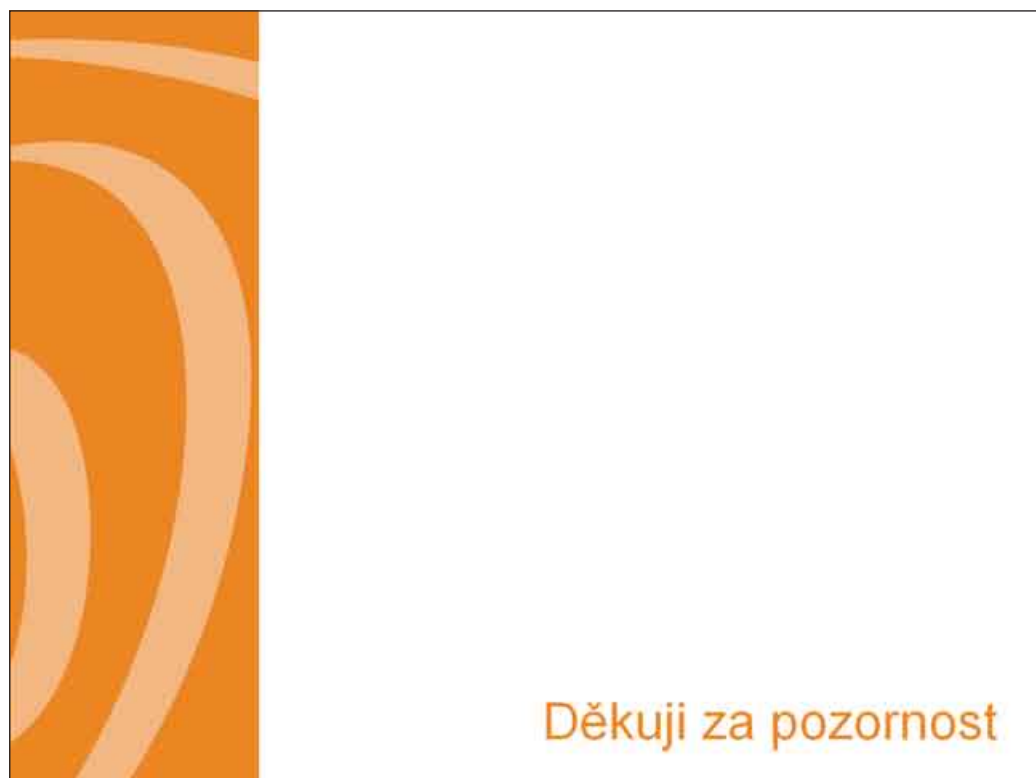
Pro interní nebo externí prezentace společnosti jsou vytvořeny šablony v programu Microsoft PowerPoint. Tyto jsou uloženy na CD jako součást grafického manuálu společnosti. Při sestavování prezentace zaměstnancem společnosti je nutné dbát na zachování firemní barevnosti a použití firemního písma.



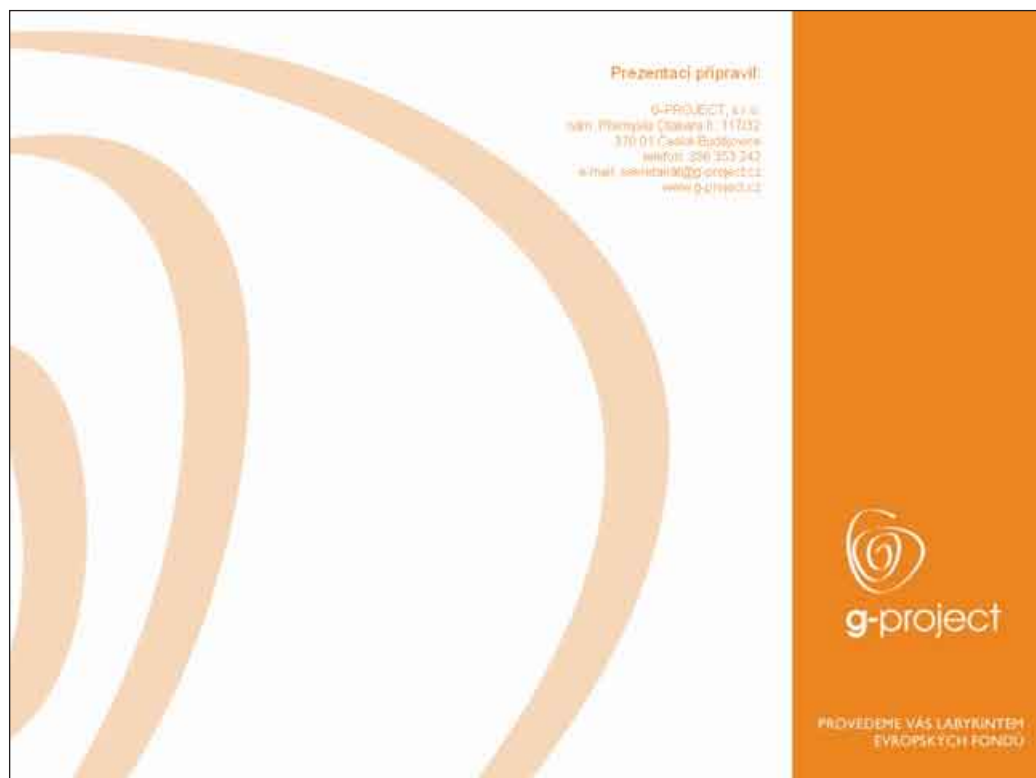
6.6.2 PREZENTACE POWER POINT – DALŠÍ STRANA I.



6.6.3 PREZENTACE POWER POINT – DALŠÍ STRANA II.



6.6.4 PREZENTACE POWER POINT – POSLEDNÍ STRANA



7 ZNAČENÍ VOZIDEL

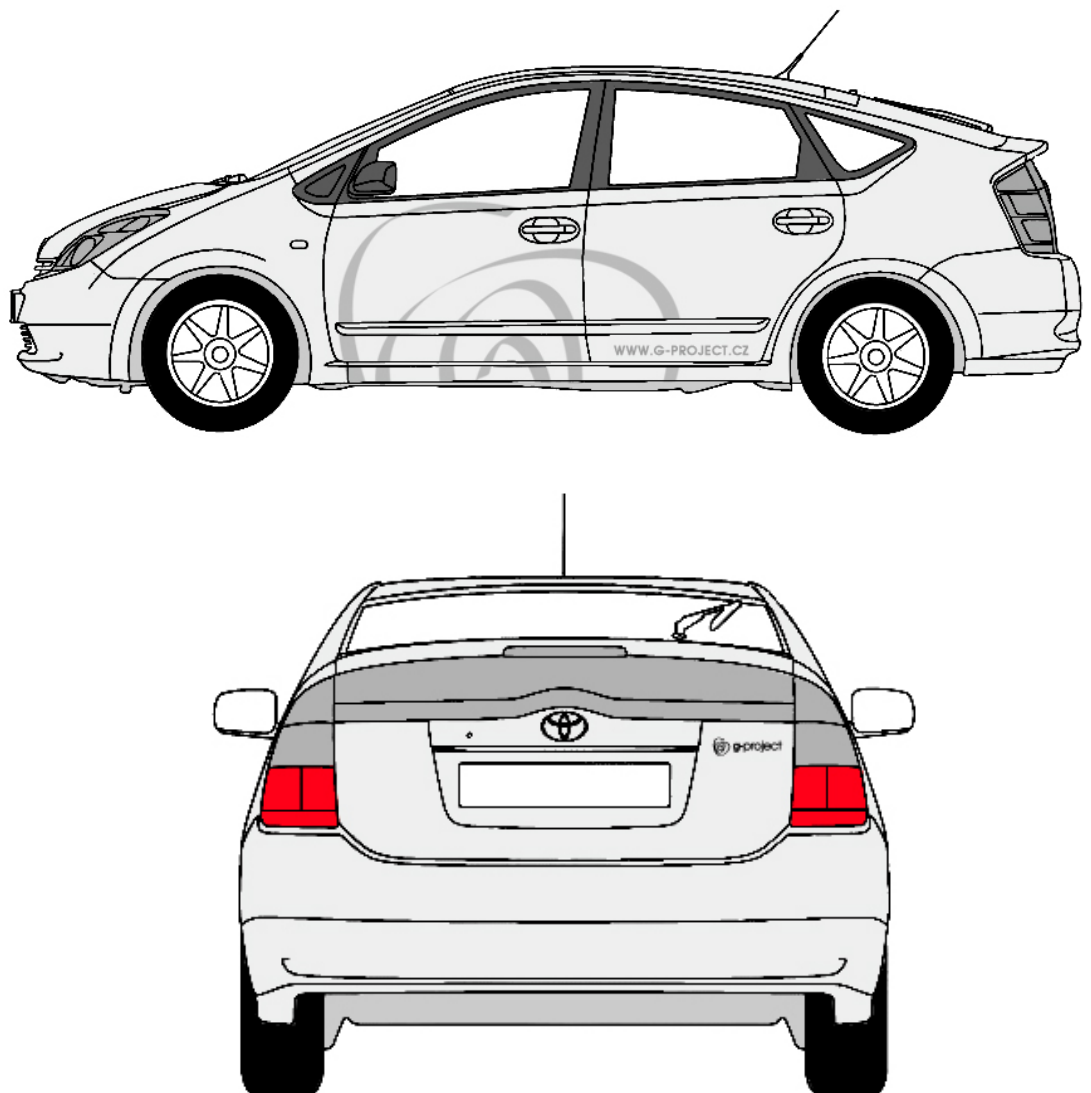
Značení služebních vozidel patří mezi speciální aplikace značky. Je vhodným prostředkem k budování povědomí o existenci společnosti na trhu.

7.1 V.I.P. VOZIDLA

Společnost G-PROJECT, s.r.o. používá jako vozidla V.I.P. osobní automobil Toyota Prius stříbrné barvy.

Boční označení vozidla tvoří část pictogramu logotypu a internetová adresa společnosti vysázená verzálkami písma AvalonCE Bold. Aplikuje se pomocí samolepicích fólií stříbrné matné barvy.

Zadní označení vozidla tvoří dopňková varianta značky společnosti aplikovaná pomocí černé samolepicí fólie umístěné v jeho pravé části.



7.2 VOZIDLA PRO ZAMĚSTNANCE

Společnost G-PROJECT, s.r.o. používá jako vozidla pro zaměstnance osobní automobil Toyota Yaris modré barvy.

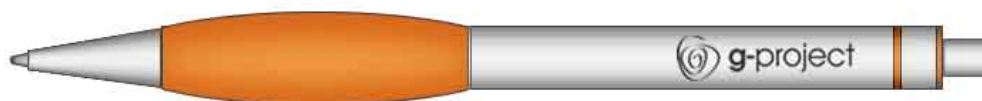
Boční označení vozidla tvoří část pictogramu logotypu a internetová adresa společnosti vysázená verzálkami písma AvalonCE Bold. Aplikuje se pomocí samolepicích fólií stříbrné matné barvy.



8 DÁRKOVÉ A PROPAGAČNÍ PŘEDMĚTY

Společnost G-PROJECT, s.r.o. používá ke své propagaci drobné prezentační předměty. Při aplikaci značky společnosti je nutné dodržet firemní barevnost a podmínky užití značky na malých plochách, stanovených v manuálu společnosti (viz oddíly 1 a 2).

8.1 PROPISKA



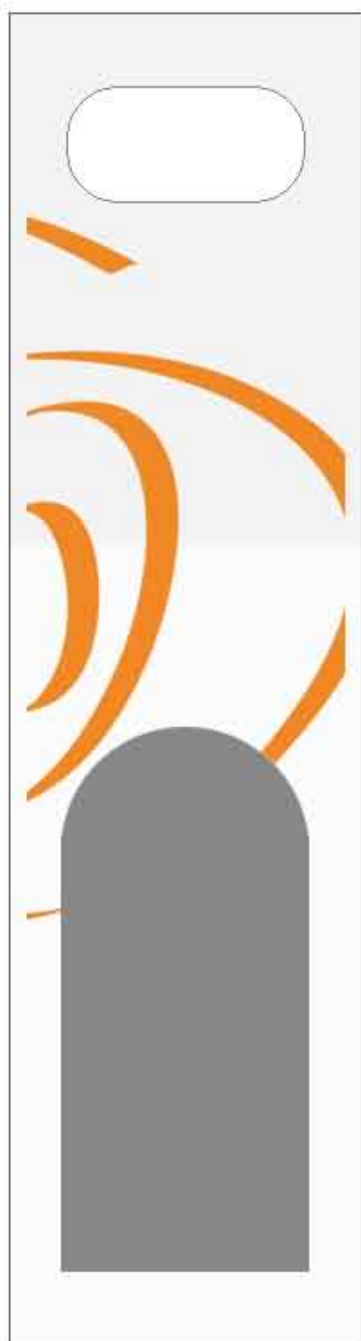
8.2 HRNEK S OUŠKEM



8.3 SKLENIČKA



8.4 PAPIŘOVÁ KRABICE NA VÍNO



8.5 DÁMSKÁ A PÁNSKÁ POLOKOŠILE



