



KURŠEL
Family Foundation



Kuršel Family Foundation Logomanuál

Varianta 2024-01-20

Objednatel:
FABRIKA 1861 s.r.o. Ing. Adam Kuršel
Bavlnářská 137, Podmoklice 513 01 Semily
IČO: 028 57 502

Zhotovitel:
Pavel Kusala
Vaněčkova 407
468 22 Železný Brod
IČO: 867 09 496
+420 602 100 979
pavel.kusala@studiokusala.cz
studiokusala.cz

V Železném Brodě 20. ledna 2024

Obsah Logomanuálu

1.	Titulní strana	list 1.
2.	Obsah manuálu	list 2.
3.	Logotyp - základní tvar značky	list 3.
4.	Možné Barevné Alternativy - možnosti práce s barevností	list 4.
5.	Logotyp Vertikální - logo uspořádané na výšku.....	list 6.
6.	Ikona - základní vizuální zkratka.....	list 7.
7.	Barvy a Písma - barevnost a tvar jako základní vizuální prvek	list 8.
8.	Vizitky KFF - není setkání bez vizitek	list 9.
9.	Psací Potřeby - zápis jako projev pozornosti při setkávání	list 10.
10.	Poznámkový Blok - marketingový prvek a symbol	list 11.
11.	Mechandising - posila značky předměty	list 12.
12.	Samolepky - polep si své věci i dokumenty	list 13.
13.	Buttony - placka je atraktivní	list 14.
14.	Kšiltovky - kšiltovka se sluší i k saku	list 15.
15.	T-shirt - triko ke sportu i volnému času	list 16.
16.	Mikina - T-nager nenosí jen T-shirt	list 17.
17.	Roll-Up - na konferenci nutností	list 18.
18.	Hrnek na Čaj - každý někdy pije čaj nebo kávu z hrnku.....	list 19.
19.	Papírová Taška - EKO je IN.....	list 20.
20.	Škoda Enyaq Coupé RS iV - šetrnost k přírodě jako projev starostlivosti	list 20.



KURŠEL
Family Foundation



Logotyp

Logotyp slouží k identifikaci a vizuální reprezentaci firmy, značky nebo produktu. Jedná se o kombinaci písma, barev, tvarů a obrazů, která vytváří jedinečnou vizuální identitu.

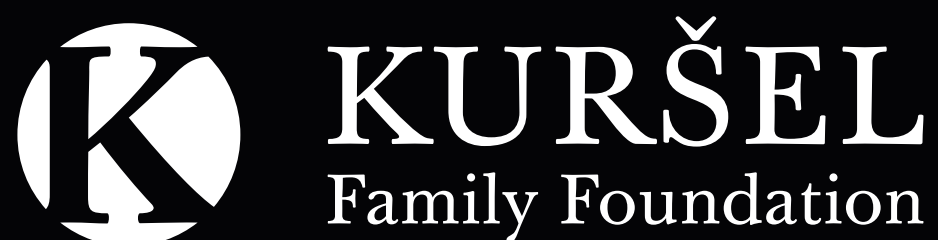
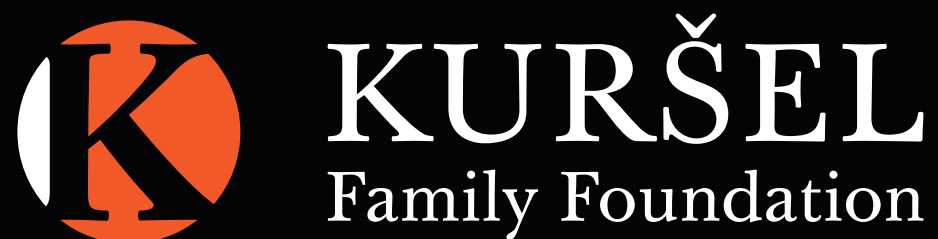
Je to klíčový prvek vizuálního branding, marketingu, který okamžitě přitahuje pozornost a buduje povědomí o značce v různých médiích.

Logotyp je vizuálním manifestem značky, který nese historii, hodnoty a cíle. Při jeho tvorbě se snažíme zachytit duši značky a přenést ji do jednoduchých grafických prvků.

Výsledkem je silný nástroj pro budování vztahů s klienty a získávání nových zákazníků. Může se měnit s dobou a změnami ve firmě, aby zůstal relevantní pro novou generaci zákazníků.

Základem loga KFF je stylizované písmeno K a textový popis. Barevná paleta loga KFF vychází z barev logotypu společnosti Fabrika 1861, s dalšími barvami a grafickými prvky určenými podle tohoto logomanuálu nebo pozdějších dodatků s souhlasem vlastníka.

Kruhový tvar ikony byl zvolen z důvodu dnes většinového ořezového rámce ikon a favikonů elektronických online účtů, včetně sociálních sítí.



Možné Barevné Alternativy

Manipulace s logotypem v odlišných barevných variantách vyžaduje extrémní obezřetnost, a to nejlépe pod dohledem zkušeného odborníka nebo designéra. Výkony laiků v oblasti loga mohou mít často nežádoucí dopady. Logomanuál sice nevymezuje explicitně zakázané varianty použití loga, ale zdůrazňuje důležitost zachování jeho integrity a doporučuje opatrnost při jakýchkoli úpravách.

Je povoleno experimentovat s kombinacemi vzájemně dominujících a submisivních odstínů v ikoně i textové části, avšak s ohledem na zachování původní barevnosti logotypu. Důležitým připomenutím je, že rozhodování o barevném provedení by mělo být provedeno s velkým uvážením, s ohledem na psychologii barev a vzájemné vztahy odvozené ze základní barevné palety loga na bílém pozadí.



KURŠEL
Family Foundation



Logotyp Vertikální

Proč Zvolit Vertikální Logo:

Unikátní Vizualní Prvek: Vertikální logo může poskytnout jedinečný vizuální dojem, oslovující ty, kteří si cení inovace a originality.

Výška pro Dominanci: V situacích, kde chcete logo vytvořit jako dominantní prvek, vertikální formát může být efektivní.

Praktický Prostor: Vertikální logo se hodí do prostorů, kde je horizontální prostor omezen, například na sloupcích, v bannerových reklamách nebo na specifických merchandisingových předmětech.

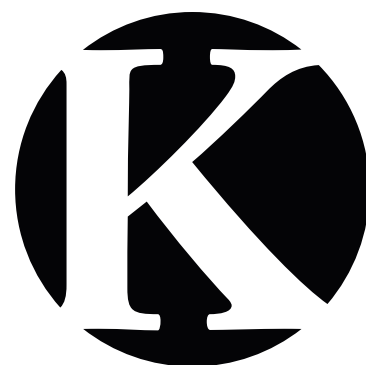
S Opatrností k Vertikálnímu Logu:

Zachování Čitelnosti: Při vytváření vertikálního loga udržujte jeho čitelnost, zejména textových částí.

Konzistence s Brandingem: Zajistěte, že vertikální varianta zůstává v souladu s celkovým firemním designem.

Zvážení Kontextu: Používejte vertikální logo s ohledem na kontext a situace, ve kterých bude prezentováno.

Limitovaná Aplikace: Vertikální logo má omezenější použití, proto zvažte jeho efektivitu a estetiku ve specifických případech.



Ikona

Ikona, klíčový grafický prvek, nese v sobě sílu komprimovaného vyjádření identity. Svým způsobem je vizuální šperk, který dokáže v malých rozměrech předat podstatu značky. Zvláště na sociálních sítích, webových platformách nebo v programovaných aplikacích získává ikona na významu.

Při bližším pohledu na ikony z pohledu designu lze objevit fascinující hru tvarů, barev a proporcí. Jejich minimalistický charakter nejenže zdůrazňuje jedinečnost značky, ale umožňuje i flexibilitu ve vizuálním zobrazení na různých médiích. Více než jen vizuální prvek, ikona se stává průvodcem, který ulehčuje identifikaci značky a vytváří konzistentní vizuální jazyk napříč různými kanály.

Barvy a Písma

Barvy Loga KFF

Barvy loga KFF vycházejí z vzorníku Fabrika 1861, což zajišťuje konzistentní a harmonický vizuální styl. Tento prvek je zásadní pro udržení jednotného vzhledu všech materiálů a komunikace spojené s Fabrikantem.

Písma Loga KFF

Písmo samotného loga je klasická antikva z důvodu klidnosti a pevnosti - vlastnosti, které tento typ písma psychologicky nese.

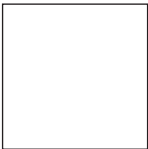
Základním písmem pro tvorbu tiskovin a základních komunikačních dokumentů bylo vybráno Segoe UI. Font disponuje dobrou sadou řezů a glyfů pro tvorbu textů i v jiných jazykových mutacích a případnou hrou se znaky použitými jako doplňková grafika bez nutnosti pracovat s vektorovými prvky, kterým jsme se při tvorbě tohoto manuálu vyvarovali z důvodu jednoduchosti a tím i vzdušnosti dokumentů projektu.

Pro případnou tvorbu delších souvislých textů nebo dokumentů typu periodické tiskoviny se podle zásad typografie doporučuje použít serifové písmo. Doporučuje se Georgia, která je obsažena také v základních sadách většiny softwarů a je součástí většiny webových sad včetně e-mailových klientů.

Základní barvy loga



KFF Orange
CMYK 0,80,95,0



KFF White
CMYK 0,0,0,0



KFF Deep Black
CMYK 78,71,66,88

Základní font (sans-serif)

Segoe UI

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

1234567890.:;'"(!?)+-*/=

Segoe UI Light
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890.:;'"(!?)+-*/=

Segoe UI Light
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890.:;'"(!?)+-*/=



Segoe UI Bold
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890.:;'"(!?)+-*/=

Segoe UI Bold Oblique
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890.:;'"(!?)+-*/=

Alternativní font (serif)

Georgia

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

1234567890.:;'"(!?)+-*/=

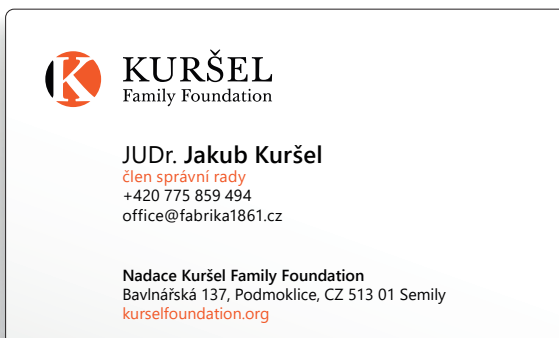
Georgia
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890.:;'"(!?)+-*/=

Segoe UI Light
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890.:;'"(!?)+-*/=



Segoe UI Bold
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890.:;'"(!?)+-*/=

Segoe UI Bold Oblique
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890.:;'"(!?)+-*/=



Vizitky KFF

Vizitka: První Krok K Vizuálnímu Dojmu

Proč klást takový důraz na vizitku? Proč zvolit rozměr 55×85 mm? A proč právě Segoe UI font? Nejde jen o klasický komunikační nástroj, ale o první dojem o vaší značce.

1. Jednoduchost S Významem:

Vizitka nese vzdušný a jednoduchý design bez zbytečných prvků. Proč? Protože jednoduchost znamená volnost a šetrnost "sil" nadace ve prospěch podporovaných projektů.

2. Font Pro Konzistentnost:

Segoe UI font byl pečlivě vybrán jako základní pro všechny komunikační dokumenty. Proč? Pro dosažení konzistentnosti a jednotného vizuálního dojmu.

3. Rozměr S Praktickým Využitím:

Proč 55×85 mm? Tato ideální velikost umožňuje snadné ukládání v peněženkách, pořadačích a diářích. Vizitka není jen vizitkou; je prvním krokem k budování silného vizuálního dojmu.

Vizitka: Více než jen papír. Je to první dojem, který zanechá stopu vaší značky v mysli každého, kdo ji dostane.



Psací Potřeby

V rámci reklamních předmětů si psací potřeby stále udržují svou nepřekonatelnou pozici. Jejich jednoduchá distribuce a univerzální přijetí je proměnily v široce oblíbený dárek, a to dokonce i ve sférách, jako jsou státní správa a bankovní sektor.

Tužky, pery a další psací potřeby se staly více než jen praktickými nástroji. Jsou symbolem kreativity, inovace a sdílených myšlenek. Výběr těchto reklamních produktů představuje nejen efektivní propagaci, ale také příležitost spojit se s klienty, zaměstnanci či partnery prostřednictvím něčeho tak běžného a přitom tak výjimečného jako je psací potřeba.

Odpovězte na Otázku: Kdo by si neměl rád pěknou tužku, která navíc nese značku vaší společnosti? To je právě ta jednoduchost, která dělá psací potřeby nadčasovým darem, schopným oslovit širokou škálu lidí napříč různými odvětvími a profesemi.

Ať už chcete oslavit spolupráci s klientem, uvítat nového zaměstnance, nebo zvýraznit váš firemní profil, psací potřeby jsou tím pravým krokem. Dávají vaši značku hmatatelnost a přetvářejí běžné okamžiky v nezapomenutelné zážitky.



Poznámkový Blok

Poznámkové Bloky: Propagace Značky KFF

Poznámkové bloky jsou pro nás klíčovým reklamním a marketingovým materiálem, který přináší širokou škálu možností pro zapojení našeho publika.

Univerzální Použití: Všestranný nástroj pro kancelář, obchodní setkání nebo jako dárek pro klienty a partnery.

Zakomponované Logo: Logo KFF v centru každé stránky posiluje vizuální identitu značky.

Propagace Hodnot: Poznámkové bloky jsou médium pro sdělení našich hodnot a cílů - zde v jednoduchosti je poselství nadace zmiňované jinde v tomto manuálu.

Praktický Dárek s Významem: Každý blok jako dárek posiluje vztahy a propaguje naši značku.

Rozšiřujeme Dosah: Snadno přenosné bloky slouží ke zvýšení viditelnosti KFF.

Inovace a Kreativita: Kreativní využití každé stránky pro přinášení našich myšlenek a příběhů.

Poznámkové bloky s logem KFF jsou nejen papír; jsou prostředkem, jak propojit naši značku s publikem a budovat trvalé vztahy.



1 Vlajčka na stůl



2 Flash paměť



3 Visačka na krk

Mechandising

Merchandising: Výrazným Prostorem Pro Identitu KFF

V našem světě nadace KFF má merchandising klíčovou roli v posílení naší vizuální identity. Představujeme vám vybrané předměty, které hrají klíčovou roli na konferencích a formálních setkáních.

1. Vlajčka na Stůl:

Symbol naší nadace vyniká na vlajčce, která zdobí každý stůl. Představuje náš závazek k hodnotám a přítomnost na každém kroku.

2. Flash Paměť:

Moderní technologie spojená s naší vizuální identitou. Flash paměť s logem KFF je praktickým darem pro partnery a návštěvníky, zanechávajícím v paměti náš inovativní přístup.

3. Visačka na Krk:

Elegantní a funkční. Visačka na krk s naším logem slouží k identifikaci návštěvníků, přinášející jednoduchost a profesionalitu.

Všechny tyto předměty jsou laděny do jednoduché bílé estetiky, zachovávající čistotu naší vizuální identity. Merchandising není pouze nástrojem; je to příběh a způsob, jak sdělit naše hodnoty každému, kdo přichází do styku s nadací KFF.



Samolepky

Nástrojem pro účinnou komunikaci v různých situacích jsou samolepky. Jejich využití sahá od označování předmětů, krabic a tašek až po obaly různých výrobků. Samolepky představují praktické řešení pro označování poštovních balíků, reklamních předmětů a obalů.

Označování vlastních projektů pomocí samolepek s logem je základním krokem v rámci marketingové strategie, který však často bývá přehlížen. Tyto samolepky mohou obsahovat grafické prvky, textové informace, slogany, názvy akcí nebo lokace, což je efektivní způsob, jak zvýšit povědomí o značce a zaujmout pozornost veřejnosti.

Tvořením kvalitních a kreativních samolepek lze posílit image značky a umožnit efektivní komunikaci s našimi klienty a partnery. Materiály, které se používají k výrobě samolepek, mohou být velmi rozmanité – od běžného papíru a plastu až po 3D samolepky s transparentní gumovou hmotou, vytvářejícími výrazné optické a hmatové efekty.



25 mm



37 mm



44 mm



56 mm

Buttony

Placka, či jinak známá jako button, se vrací do módy a stává se výrazným reklamním prvkem na venkovních akcích a událostech. Během posledního desetiletí si získala oblibu a nyní patří mezi nejžádanější reklamní artikly, zejména pro venkovní eventy.

Velikosti placek jsou různorodé, pohybují se od 25 mm do 75 mm, což umožňuje výběr toho nejvhodnějšího formátu pro konkrétní událost. Nejčastějším tvarem je kruh, což se doporučuje především s ohledem na tvar ikony loga.

Grafický design placek dovoluje odvážnější varianty, zvláště vzhledem k tomu, že jsou vnímány jako zábavný předmět. Tím pádem si zaslouží kreativní přístup k vizualitě. Textová část placek si tu může hrát na hranici grafické přípustnosti, proto doporučujeme obezřetnost při podobných použitích.



Kšiltovky

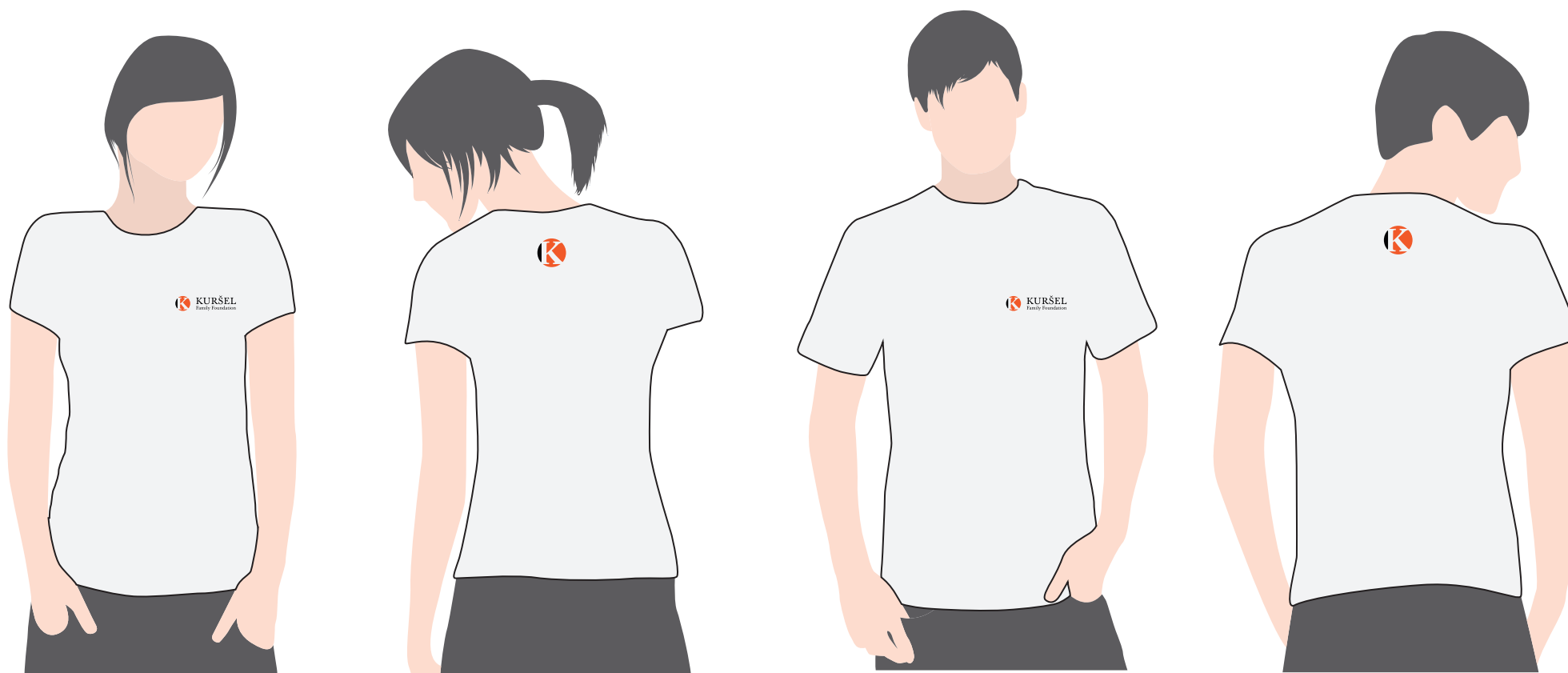
Kšiltovka, oblíbený merchandisingový hit, není pouze stylovým doplňkem, ale také výrazným módním gestem spojeným s praktičností. Tento univerzální kousek si získává stále rostoucí oblibu napříč věkovými kategoriemi a stává se jedním z nejvyhledávanějších merchandisingových produktů.

Díky své všestrannosti jsou kšiltovky ideální pro různé příležitosti – od volnočasového nošení a sportu po městské výlety, a dokonce i kombinaci se sakem, čímž nabízejí široké spektrum využití jako módní doplněk.

Nesporně důležitým prvkem jsou barvy kšiltovky. Při práci na projektech nadace preferujeme základní bílý odstín, který skvěle rezonuje s důvěrou a jasností cílů naší činnosti.

V oblasti potisku si můžete vybrat mezi dvěma technikami. CutPrint poskytuje precizní potisk s možností zpracování složitých vzorů a detailů. Pro ty, kdo upřednostňují tradiční vzhled, je k dispozici výšivka, dodávající kšiltovce eleganci a trvanlivost.

Důležitým aspektem jsou také barvy kšiltovky. Opět tu pracujeme se základním bílým odstínem, který pro projekty nadace nejlépe koresponduje s důvěrou a čistotou záměru činnosti. Nedochozí zde také k posunu barevnosti. Opět si dovoluujeme doporučit pracovat s logem v základní variantě na bílém pozadí.



T-shirt

Reklamní Trička: Nástroj Pro Výraznou Propagaci Vaší Značky

Reklamní trička jsou zábavným a výrazným způsobem, jak šířit povědomí o vaší značce. V oblasti merchandisingu patří mezi základní a nenahraditelné reklamní předměty.

Proč Zvolit Trička? Jsou dobře viditelná, což výrazně zvyšuje povědomí o značce. Můžete je věnovat jako dárek, využít je ve soutěžích nebo prodávat jako merchandisingový produkt. A co je nejdůležitější, jsou určena k nošení, čímž se stávají živým reklamním prvkem. Nikdo neodmítne tričko jako dárek, a naše zkušenost ukazuje, že nošená trička mohou vydržet desítky let, nesouc s sebou sentiment z hezkých událostí.

Co se týče materiálu, trička mohou být vyrobená z bavlny nebo technických materiálů s elastickými vlastnostmi. Volba černého podkladu je určována celkovým vizuálním stylem značky.

Pro techniku potisku KFF doporučuje buď CutPrint nebo výšivku, což jsou spolehlivé metody pro dosažení kvalitního a precizního výsledku.

Reklamní trička představují klíčový prvek merchandisingu, který lze využít k propagaci značky a angažování zákazníků a fanoušků. S jejich pomocí můžete vytvořit originální a zábavnou kampaň.

Jak Vám můžeme pomoci s Vaším unikátním projektem?



Mikina

Mikina: Módní Fenomén s Moderním Dotekem

Mikina se stala módním fenoménem, který oslovuje nové generace a zaujal jejich srdce. S jasným nárůstem popularity je bílá mikina stále v kurzu, lákajíc mladé lidi svým moderním a pohodlným stylem. Bílá také pro to, že ji preferujeme pro projekty nadace z důvodu zmiňovaných v tomto logomanuálu.

Zde jsou klíčové body při aplikaci loga na mikinu:

Jednoduchost a Vkus: Při umísťování loga na mikinu je klíčové zachovat jednoduchost a vkus. Kde je nejlepší umístění pro vaše logo?

Masové Akce: Při masovějších akcích, jako je podpora mladých sportovců, lze s designem potisku trochu experimentovat. Jaký design podtrhuje ducha akce?

Hravá Grafika: Při masovějších akcích může hravá grafika přinést originalitu, aniž by narušovala esenci loga. Jak můžeme zachovat hravost a zároveň respektovat značku?

Nový Trend: Mikiny s výrazným logem, či jeho částí či ikonou, jsou novým trendem. Jak můžeme vytvořit stylový prvek, který osloví naši cílovou skupinu?

Kreativní Přístup: Prozatím preferujeme jednoduchá a vkusná řešení, ale možnosti pro kreativní přístup necháváme otevřené pro budoucnost. Jak by mohly naše mikiny vypadat inovativně a stylově?

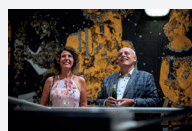


KURŠEL
Family Foundation

Tvoříme Nadaci v Oblasti Vašich Potřeb.

Milan a Hana Kuršelovi

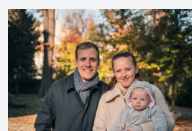
Kultura a Umění



Manželé Kuršelovi mají rádi přírodu, kulturu a umění. Proto přirozeně vyplynulo, že se v nadaci věnují především podpoře nadějných umělců, kulturních akcí či projektů a subjektů, které se v této oblasti angažují.

Jakub a Klára Kuršelovi

Sociální Oblast a Vzdělání



Klára a Jakub se v nadaci věnují zejména podpoře projektů a aktivit spadajících do sociální oblasti. Pomalu se do chodu nadace zapojují také jejich děti Amálka a Matyáš.

Sebastian a Týna Kuršelovi

Sport a Volnočasové Aktivity



Sebastian s Týnou vědí jak si užít volný čas, rádi sportují a cizí jim nejsou ani koncerty a jiné společenské akce. Nejen proto nadace podporuje také sportovní kluby a kulturní domy.

Adam Kuršel

Chod Nadace, Strategické Fungování



Adam se v rámci rodinné nadace nevěnuje jedné konkrétní oblasti, ale jak je mu vlastní, přesouvá se mezi různými činnostmi. Především se ale věnuje strategickému fungování nadace.



KURŠEL
Family Foundation

Roll-Up

Oživte Vaši Komunikaci

Roll-up bannery jsou nejen vizuálně atraktivní, ale i flexibilní. Jejich využití vám může otevřít nové možnosti v komunikaci s klienty i veřejností. Roll-up banner není jen reklamní plocha; je to příležitost zvýraznit vaši značku. Profesionální prezentace posílí dojem a buduje důvěru.

Velikost Roll-Up je obvykle 85×200 cm nebo 100×200 cm. Zde je navržena velikost 85×200 cm jen v jednoduché variantě.

Vyberte velikost roll-up banneru podle prostoru, ve kterém působíte. Důkladně promyšlený design zvýší vizuální impakt a pomůže vám vyniknout.

Texty v Roll-Up je vhodné obměňovat a přizpůsobit konkrétní potřebě. Pracujte s aktuálními projekty a vizemi, které vás čekají. Obecně je aktuálnost vnímána pozorovateli velmi kladně, zvláště těmi seznámenými s vaší činností. Naopak okoukaná grafika může i poškodit dojem. Totéž platí na všech marketingových materiálech.



Hrnek na Čaj

Reklamní Hrnek: Pohodlný Prvek S Barevným Výrazem

Proč volit reklamní hrnek? Proč ne obyčejný dárek, ale hrnek, který přináší nejen radost, ale i praktičnost? Proč právě oranžový vnitřek? A proč je logotyp umístěn ve svislém směru?

1. Barevná Harmonie:

Odborně vybraný oranžový vnitřek není náhoda. Tato barva dodává nápojům energii a vašemu firemnímu logu výrazný prvek barevné harmonie. Je to o více než jen o hrnku.

2. Symbolika Vertikálního Loga:

Proč vertikální loga? To není jen estetické rozhodnutí. Symbolizuje hladinoměr nápoje – poselství, že každý aspekt vašeho firemního projektu může být naplněn pozorností od vnímavého mecenáše.

3. Design S Poselstvím:

Každý naplněný hrnek nenese jen vaše firemní logo, nýbrž i poselství. Šíří se nejen skrze design, ale prostřednictvím každé kapky nápoje. Vaše firemní zprávy nejsou jen vizuální – jsou pohlceny s radostí a jedinečným zážitkem.

Reklamní hrnek: Praktický, stylový, a s každým douškem – váš příběh.



Papírová Taška

Papírová taška nás vtahuje do světa moderního obalového designu. Proč právě papír? Je ekologický a příjemný na dotek, posouvá nás směrem k udržitelnější budoucnosti. Pro Nadaci KFF znamená použití papíru vyjádření péče o životní prostředí a závazek k ochraně našeho světa.

Velikost tašky není náhodná. Je dostatečně prostorná pro smlouvy o podpoře ve formátu A4 a zároveň poskytuje místo pro efektivní prezentaci marketingových materiálů. Praktický a ekologický zároveň – to je náš cíl.

Jednoduchost potisku odráží filozofii Nadace KFF. Barva bílá není jen odstín, ale symbolizuje čistotu a nenápadnost. Každý detail je promyšlený, aby odpovídal hodnotám nadace.

Papírová taška není jen obyčejný obal. Skrývá příjemná překvapení, symbolizuje radost a úsměv, kterými nadace obohacuje životy těch, které podporuje i podporovatelům.



Škoda Enyaq Coupé RS iV

Vozidlo naší společnosti není jen dopravním prostředkem, ale zároveň reprezentuje naše hodnoty a závazek vůči současným ekologickým trendům. S hrdostí jsme zvolili vozidlo s čistě elektrickým pohonem, abychom podpořili udržitelnost a nízký vliv na životní prostředí. Naše volba padla na český výrobek, a to Škodu Enyaq Coupé RS iV, která vyniká nejen technologickým pokrokem, ale i stylovým designem v odstínu Zelená Mamba.

Označení našeho vozidla logem společnosti není náhodné; přesně odráží naše základní hodnoty. Jednoduchost a střídmost jsou klíčové pro naše poslání, které spočívá v propojování, ochraně a vytváření příležitostí. Naše vozidlo není jen prostředkem dopravy, ale symbolem naší pevné vůle podporovat inspirativní projekty a aktivity, které mohou změnit osudy těch, kteří se dosud nesetkali s příležitostmi, které naše nadace nabízí. S empatií a závazkem k lepší budoucnosti se snažíme být mostem mezi těmi, kteří mohou pomoci, a těmi, kteří potřebují pomoc.