

MONUMENT for

MANUAL DE IDENTITATE VIZUALĂ



01 POZIȚIONARE

ESENȚA MĂRCII

Cei ce știu poveștile din spatele monumentelor de for public ale Bucureștiului și le spun și celorlalți, îi fac să vadă ce are orașul și nu vedeau, dau sens/înțelesuri patrimoniului bucureștean, dau sens complex și valoros noțiunii de “bucureștean”.

MISIUNE

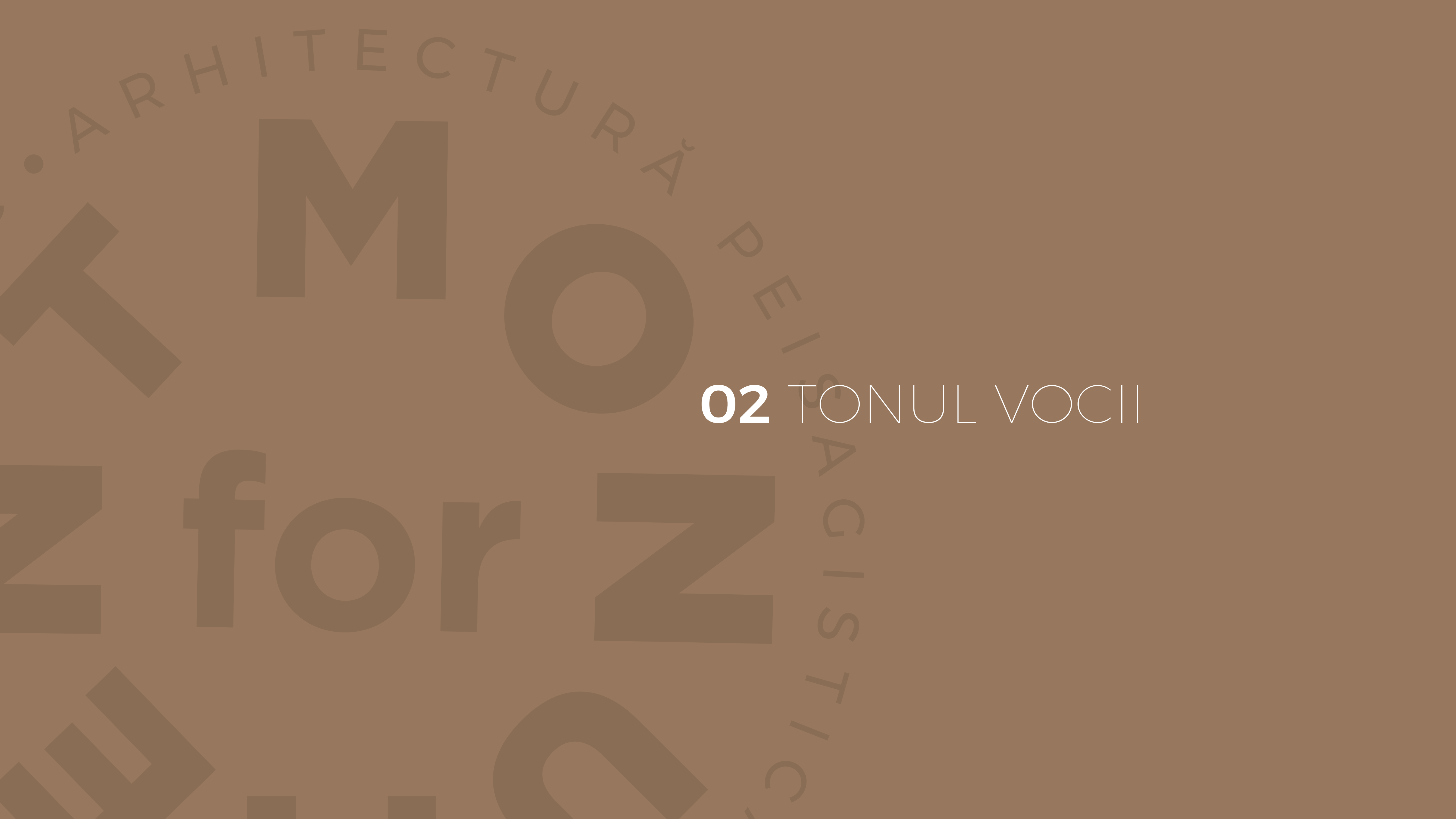
Să facă din fiecare monument o poveste care contribuie la identitatea Bucureștiului și a locuitorilor săi.

VIZIUNE

Să redea bucureștenilor, prin monumente, trecutul, înțelesurile, identitatea.

PERSONALITATE

Încrezător
Popular
Iubitor de povești



02 TONUL VOCII

Instituțional

ambasade, ministere, primării,
autorități și companii private.

Formula de adresare

Pentru acești interlocutori/destinatari vom folosi pronumele de politețe “dumneavoastră”.

Însă, dincolo de aceasta, avem de-a face cu anumite persoane și instituții pentru care protocolul de adresare este unul sofisticat și care variază de la un context la altul. De exemplu, un ambasador poate fi întâmpinat cu formula “Excelența voastră”, în vreme ce regulile caselor regale nu conferă tuturor membrilor săi să fie întâmpinați cu formula “Alteța voastră”.

De aceea nici nu vom trasa aici reguli generale. Va rămâne la latitudinea ofițerului de presă sau persoanei desemnate să decidă de la caz la caz care sunt normele de adresare potrivite care trebuie aplicate.

Public larg

publicul larg și agenții de presă

Formula de adresare

Dacă în mod normal pentru un brand de tipul MONUMENT for am fi tentați să folosim pluralul de politețe “dumneavoastră”, aici nu este cazul. Motivul este faptul că folosirea lui “dumneavoastră” complică extrem de mult formulările de marketing, mai ales când avem un “call to action” sau scriem mesaje foarte concise pentru medii precum OOH sau bannere web. În plus, MONUMENT for se dorește a fi mai aproape de oameni. Se vrea o voce călăuzitoare, prietenoasă și de multe ori, lămuritoare pentru locuitori. Așadar, cu atât mai mult este recomandată o adresare prietenoasă.

Vom folosi persoana a II-a singular și plural (“tu”, “voi”).

De asemenea, se poate folosi și persoana I plural “noi”, atunci când aduce valoare să inducem ideea că suntem implicați împreună în povestea pe care o spunem consumatorului. Așadar, nu în sensul de “noi, MONUMENT for, îți oferim ceva ție, “consumatorul”. Ci în sensul de “împreună putem să dăm un sens nou orașului nostru”.

Comunicarea trebuie să fie în primul rând clară și ușor de urmărit. Informația este pe primul plan.

Folosim întotdeauna diateza activă.

Topica în propoziție trebuie să fie mereu cât mai naturală. Fără inversări, paranteze sau apoziții incomode citirii.

Vom pune punct cât mai des posibil. Nicio frază nu trebuie să depășească un rând și jumătate de document Word cu font de 12 puncte.

Vom evita punctuația excesivă atunci când afectează cursivitatea citirii.

Suntem empatici. Dar o facem mai degrabă prin ideile exprimate, nu prin exprimarea în sine. Formulările trebuie să fie îngrijite, chiar dacă altminteri vorbim la per tu. Se vor evita exprimările (prea) colocviale.

Verbalizarea beneficiilor:

Vor fi articulate cu maximă moderație și cu accent pe fapte, nu pe formulările de marketing. Statului nu îi șade bine cu reclama. În plus, toate textele care vor comunica beneficii sau date vor trebui să fie verificate de persoane responsabile care vor valida formulările din punct de vedere istoric, științific și/ sau legal, așa încât să nu inducă cititorii în eroare.

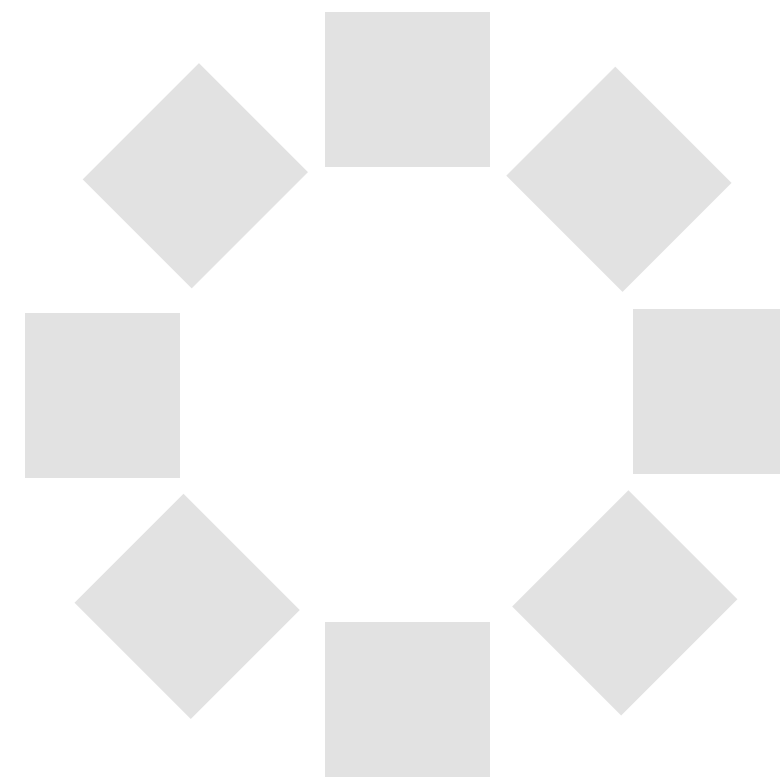


03 IDENTITATE

03 IDENTITATE LOGOUL MONUMENT for

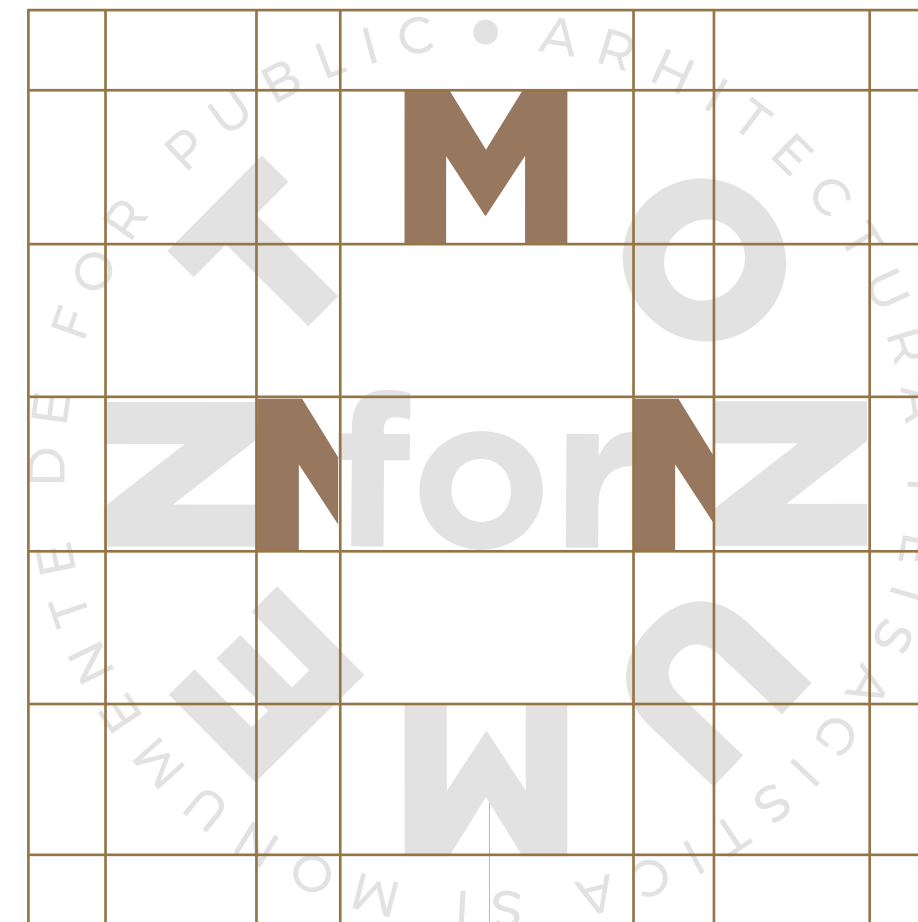
Logoul nostru este inspirat din agora grecească (piața publică, forum roman). Aceasta a fost esențializată într-un octogon perfect simetric, care mai departe a fost translatat în denumirea mărcii, forma fiind redesenată cu ajutorul literelor ce compun numele instituției.

Fontul a fost ales anume pentru a exprima stabilitate, încredere și profesionalism. Spațierea literelor și forma lor aproape pătrată dau impresia unei fundații solide pe care se sprijină instituția.

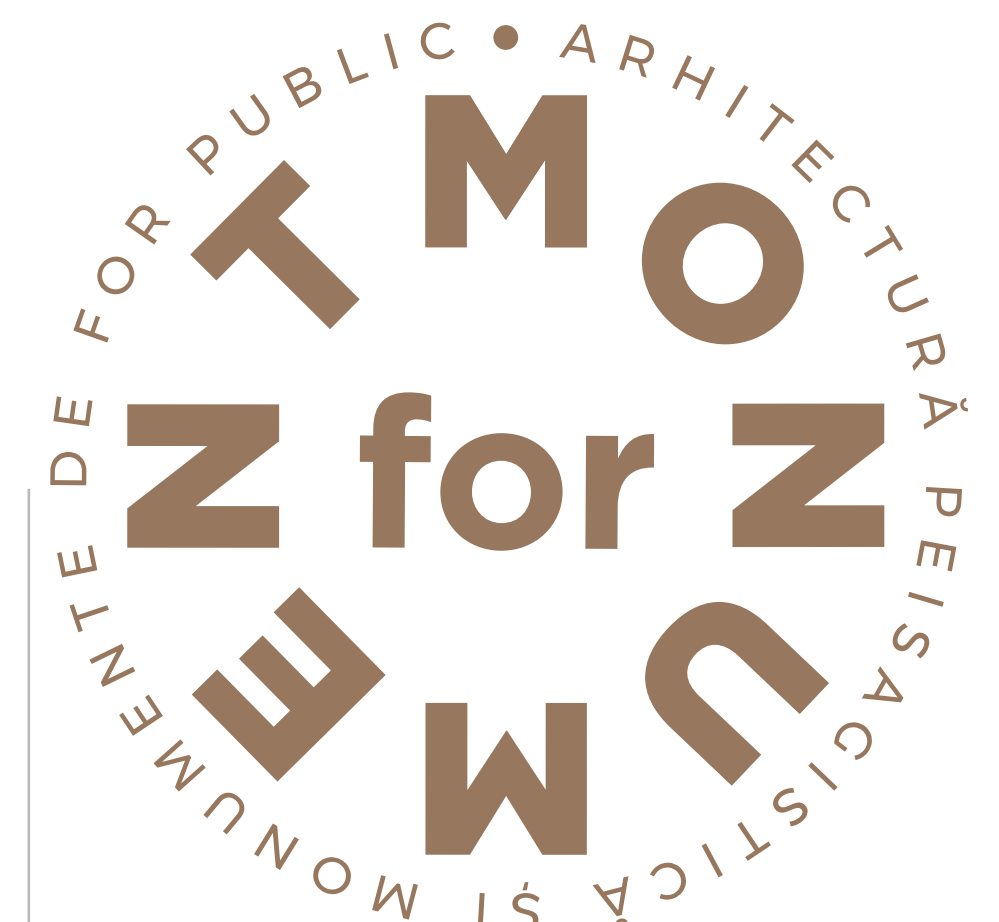


FOR SIMBOL

LOGOTIP



CONSTRUCȚIE ȘI PROPORȚII



LOGOTIP

03 IDENTITATE LOGOUL COLOR

Varianta principală a logoului nostru poate fi utilizată fie în versiunea pozitivă, fie în cea negativă.



POZITIV



NEGATIV

03 IDENTITATE LOGOUL MONOCROM

Atunci când policromia nu este posibilă din motive tehnice sau comerciale, folosim varianta principală a logoului în monocromie: simbol și logotip negre, pe fundal deschis, respectiv simbol și logotip albe, pe fundal închis.



POZITIV



NEGATIV

03 IDENTITATE DIMENSIUNEA MINIMĂ

Pentru a asigura lizibilitatea logoului, nu îl folosim niciodată la dimensiuni mai mici decât cele precizate alăturat.

Nu există dimensiuni maxime de utilizare a logoului.

PRINT



WEB

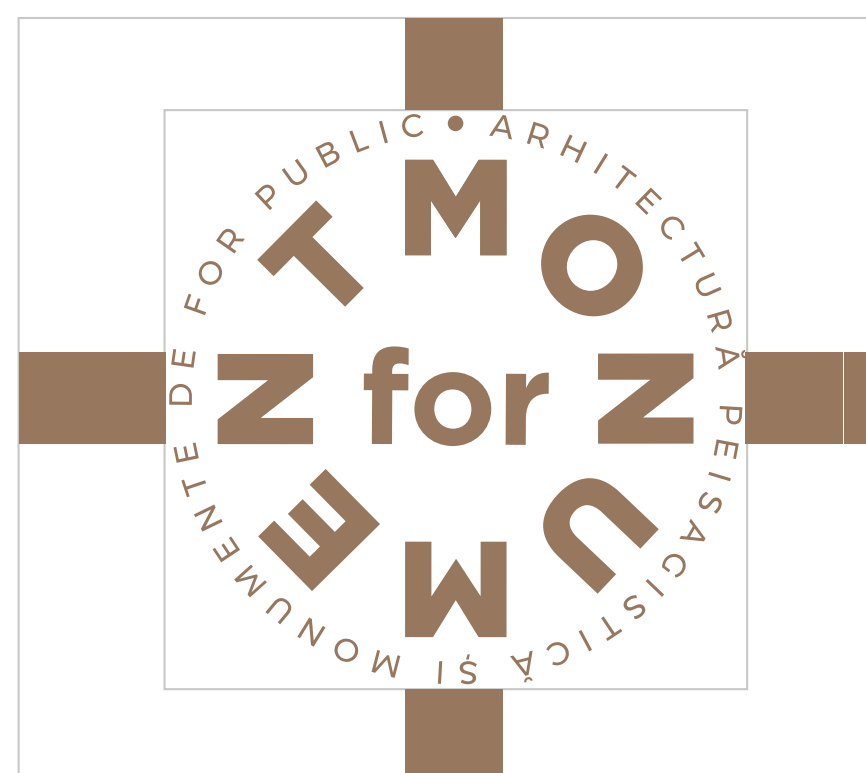


03 IDENTITATE INTERDICȚII LOGO

Logoul MONUMENT for trebuie să „respire”. De aceea, trebuie să ne asigurăm că în jurul lui există întotdeauna un spațiu liber (spațiu de gardă) de forma și de dimensiunile detaliate în figura alăturată.

Această regulă se aplică fără excepții în toate materialele în care este folosit logoul, inclusiv cele ale terților.

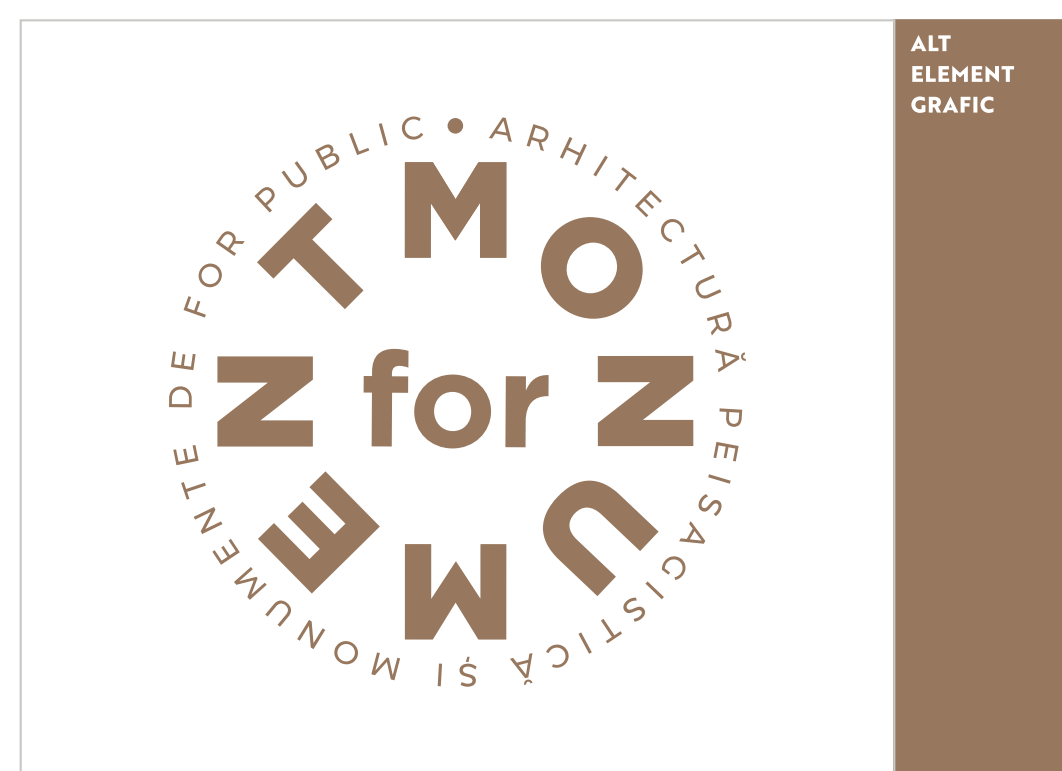
CONSTRUCȚIA SPAȚIULUI DE GARDĂ



UNITATEA DE MĂSURĂ
EGALĂ CU LITERA “M”
CONȚINUTĂ ÎN LOGOTIP

EXEMPLE

☑ CORECT



☒ INCORECT



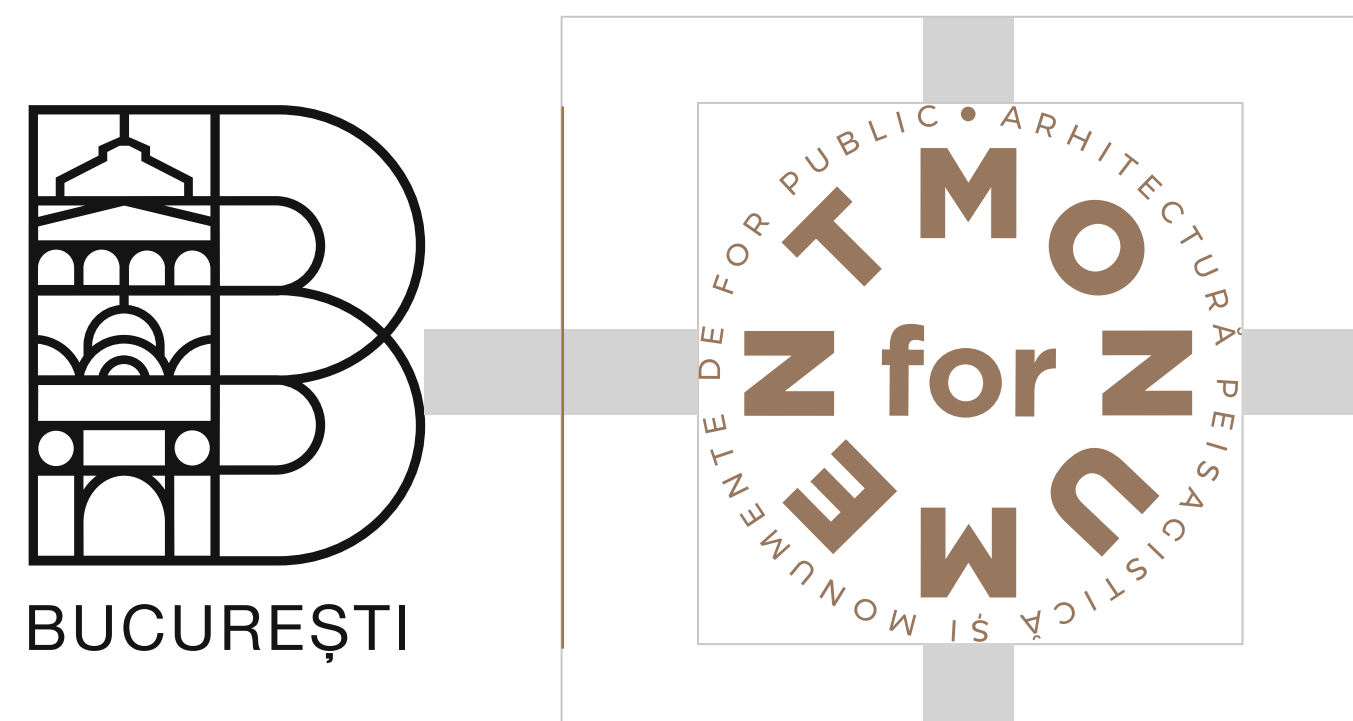
03 IDENTITATE

LOGOUL ÎN RELAȚIE CU ALTE LOGOURI PARTENERE

Logoul MONUMENT for trebuie să „respire”. De aceea, trebuie să ne asigurăm că în jurul lui există întotdeauna un spațiu liber (spațiu de gardă) de forma și de dimensiunile detaliate în figura alăturată.

Această regulă se aplică fără excepții în toate materialele în care este folosit logoul, inclusiv cele ale terților.

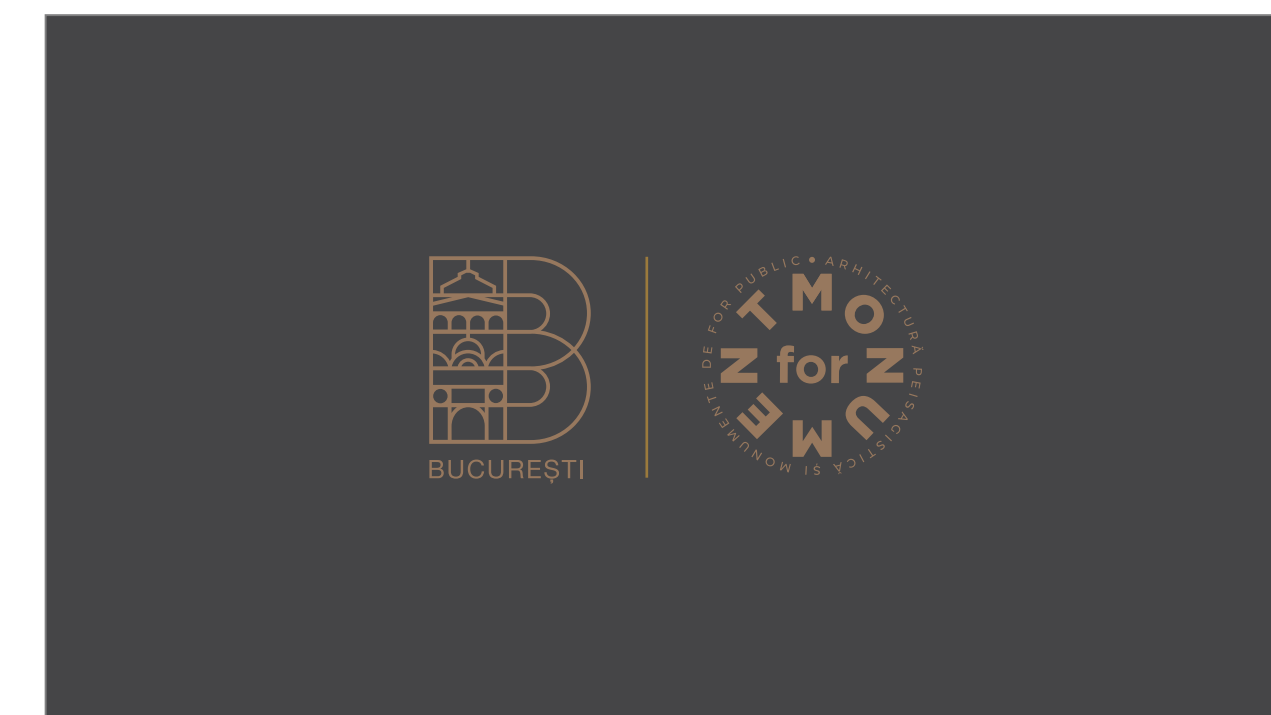
CONSTRUCȚIA SPAȚIULUI DE GARDĂ



EXEMPLU ÎNCADRARE FORMAT VIDEO - NEGATIV



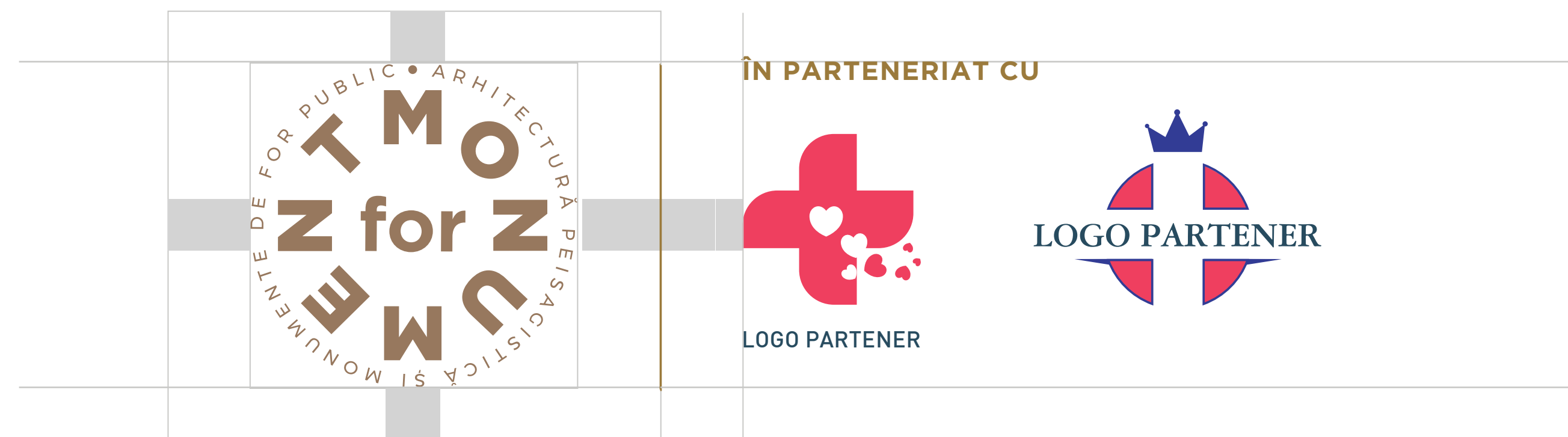
EXEMPLU ÎNCADRARE FORMAT VIDEO - POZITIV



03 IDENTITATE

LOGOUL ÎN RELAȚIE CU ALTE LOGOURI PARTENERE

În cazul în care logoul nostru trebuie asociat cu alte logouri ale unor parteneri, se va aplica soluția grafică alăturată.



EXEMPLE



POZITIV



NEGATIV



04 PALETA CROMATICĂ

COMUNICARE INSTITUȚIONALĂ

În cazul comunicării cu ambasade, ministere, primării, autorități și companii private, se va folosi culoarea BRONZ. Aceasta este și culoarea principală a mărcii.

Culoare principală



Culoare specială metalica

**MEDAL
BRONZE**

PANTONE 20-0029 TPM



COMUNICARE PUBLICUL LARG

În acest caz, unde publicul țintă este 12-35 de ani, vom folosi culori stridente, proaspte, vii. Având în vedere complementaritatea dintre monumente și poveștile din spatele acestora care doar "citite" împreună devin piloni în dezvoltarea identității orașului, vom folosi 2 grupuri de culori complementare, fiecare dintre ele atribuite câte unui departament al instituției.

Nu se acceptă folosirea altor grupuri de culori complementare în afara celor prezentate aici.

EVENIMENTE

CORAL NEON

PANTONE 1788 C
CMYK 0 93 82 0

TURCOAZ MEDIU

PANTONE 318 C
CMYK 39 0 9 0

TURISM

GALBEN

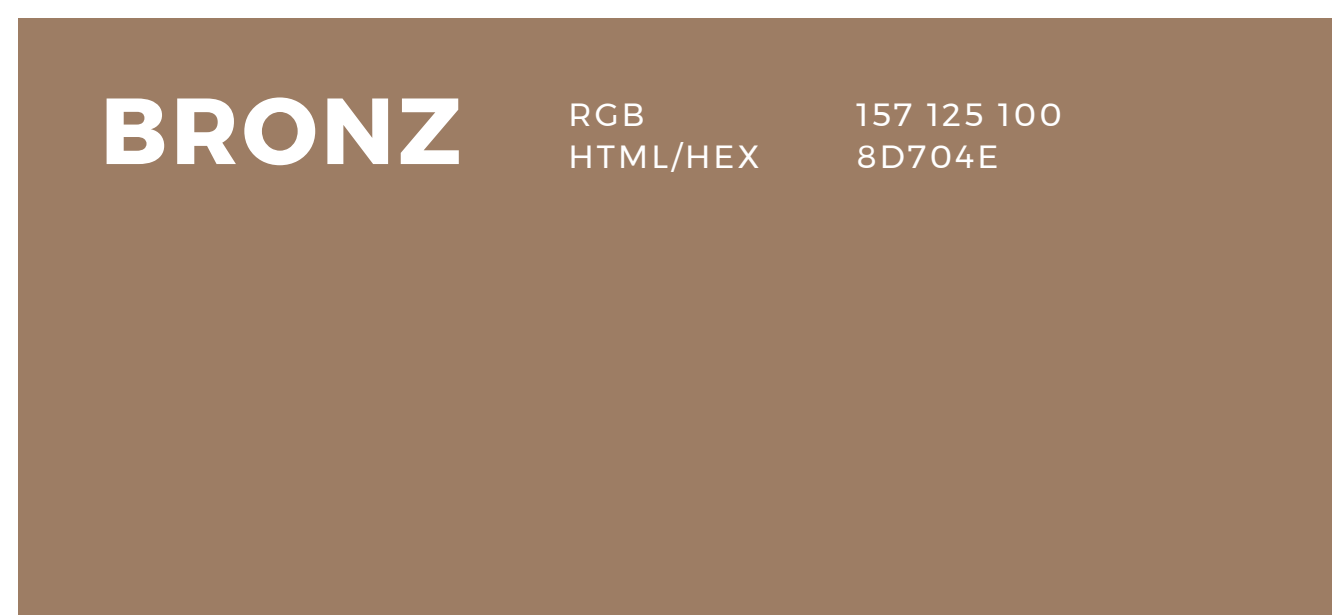
PANTONE 7405 C
CMYK 0 8 100 1

MOV LILIAÇ

PANTONE 2593 C
CMYK 59 94 0 0

COMUNICARE INSTITUȚIONALĂ

În cazul comunicării cu ambasade, ministere, primării, autorități și companii private, se va folosi culoarea BRONZ. Aceasta este și culoarea principală a mărcii.



COMUNICARE PUBLICUL LARG

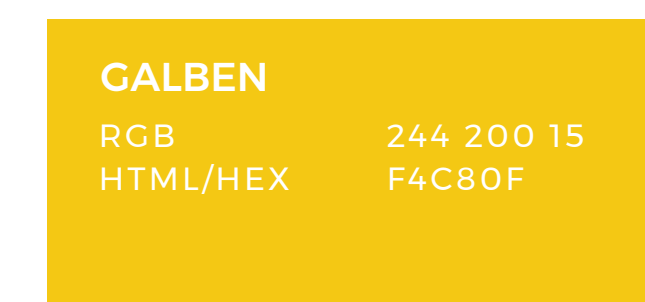
În acest caz, unde publicul țintă este 12-35 de ani, vom folosi culori stridente, proaspte, vii. Având în vedere complementaritatea dintre monumente și poveștile din spatele acestora care doar "citite" împreună devin piloni în dezvoltarea identității orașului, vom folosi 2 grupuri de culori complementare, fiecare dintre ele atribuite câte unui departament al instituției.

Nu se acceptă folosirea altor grupuri de culori complementare în afara celor prezentate aici.

EVENIMENTE



TURISM



04 IDENTITATE

INTERDICȚII CROMATICE CULORI COMPLEMENTARE

COMUNICARE PUBLIC LARG

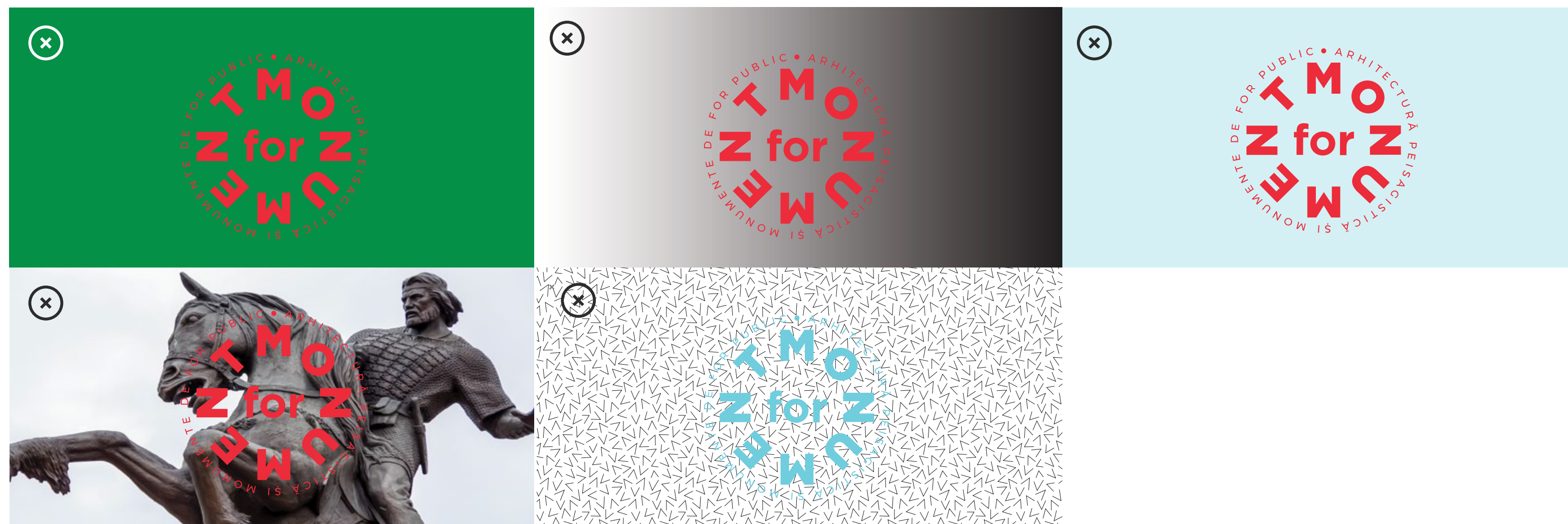
Nu plasa logoul pe fundaluri care nu respectă cromatica mărcii.

Nu plasa logoul pe culori mai deschise sau mai închise, derivate din culoarea complementară pereche.

Nu plasa logoul pe fundaluri cu gradienti.

Nu plasa logoul în întregime deasupra unei imagini.

Nu plasa logoul pe imagini încărcate.



Logul poate fi plasat peste o imagine în proporție de 30%.

ATENȚIE!

Aceleași reguli se aplică pentru fiecare grup de culori complementare.

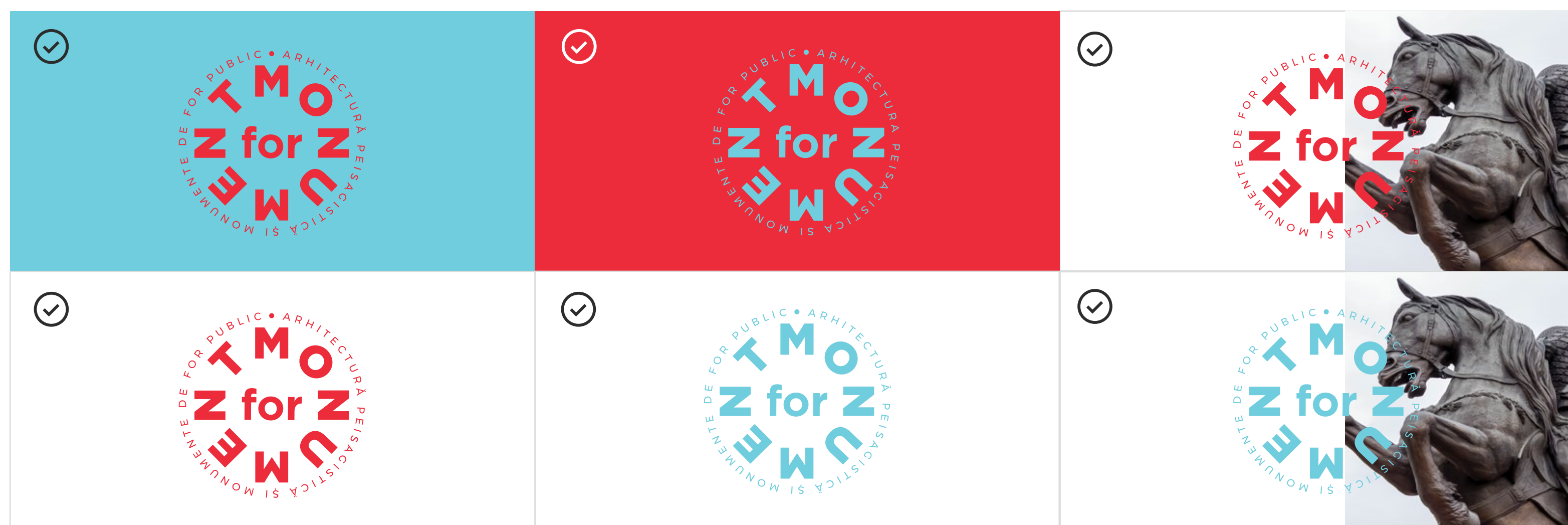
EVENIMENTE

CORAL NEON

PANTONE 1778 C
CMYK 0 93 82 0
RGB 238 39 55
HTML/HEX EE2737

TURCOAZ MEDIU

PANTONE 318 C
CMYK 39 0 9 0
RGB 136 219 223
HTML/HEX 88DBDF



04 IDENTITATE INTERDICȚII CROMATICE

COMUNICARE PUBLIC LARG

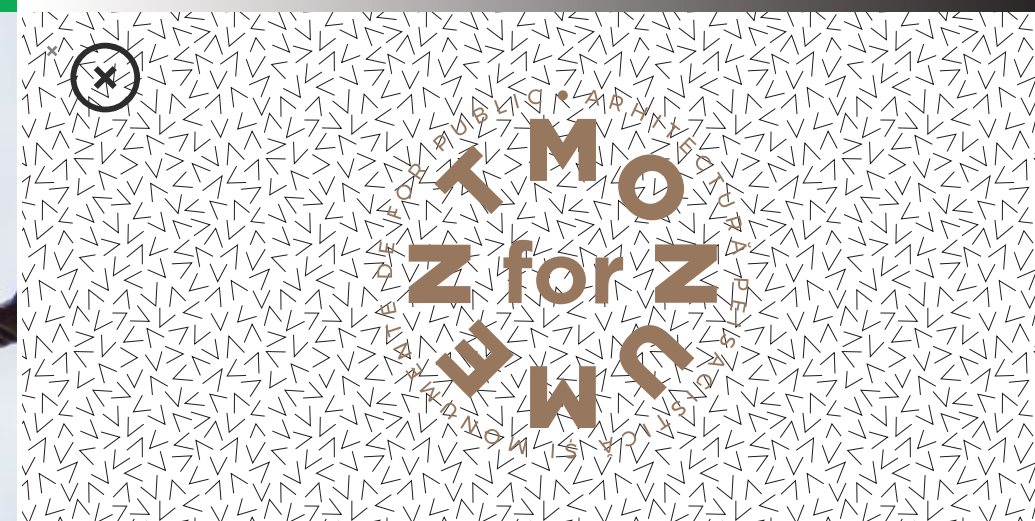
Nu plasa logoul pe fundaluri care nu respectă cromatica mărcii.

Nu plasa logoul pe culori mai deschise sau mai închise, derivate din culoarea complementară pereche.

Nu plasa logoul pe fundaluri cu gradienti.

Nu plasa logoul în întregime deasupra unei imagini.

Nu plasa logoul pe imagini încărcate.



Logul poate fi plasat peste o imagine în proporție de 30%.



05 FAMILIA DE FONTURI

Fontul GOTHAM va fi folosit în toate materialele noastre de comunicare de tip PRINT. Acesta va fi folosit întodeauna pentru titluri.

Fontul Catamaran va fi folosit pentru body text.

gotham
GOTHAM
GOTHAM
GOTHAM

Catamaran Font

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue dui dolore te feugait nulla facilisi.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation

Fontul Montserrat va fi folosit în toate materialele noastre de comunicare de tip WEB.

Cele 7 grosimi de font permit ierarhizarea informației în layout, indiferent de complexitatea acestuia.

Fontul poate fi descărcat de aici: [https://-
fonts.google.com/specimen/Montser-
rat?query=monts](https://fonts.google.com/specimen/Montserrat?query=monts)

montserrat

MONTSERRAT


MONTSERRAT

MONTSERRAT

03 IDENTITATE

ACȚIUNI INTERZISE ASUPRA LOGOULUI

- Nu distorsiona.
- Nu roti.
- Nu folosi logotipul fără toate elementele.
- Nu aplica efecte.
- Nu îl folosi la rezoluții mici.
- Nu îl folosi subdimensionat în relație cu partenerii (de ex. în situațiile de co-branding).

06 LIMBAJ VIZUAL

Din punct de vedere vizual, comunicarea MONUMENT for se va concentra pe generare de emoție.

1. De aceea, o parte importantă dintre fotografiile folosite de marcă vor ilustra emoție umană, căldură, intimitate.

Aceste stări vor fi transmise prin detalii. Cadrele trebuie să surprindă expresii /trăiri, gesturi din ansamblul monumental. Imagini care spun o poveste.

2. În cazul în care trebuie să surprindem întreg ansamblul, acesta trebuie fotografiat dintr-un unghi contra plonje/ racursi.

Imaginile trebuie să fie curate, în jurul subiectului să avem cât mai puține elemente disruptive (clădiri, garduri, copaci, cabluri, stâlpi etc.).

3. Când poziționarea ansamblului nu ne permite să respectăm cerințele de la punctul 2, vom folosi clarul doar pe subiect, iar fundalul va rămâne cât mai neclar. În felul acesta, creăm o senzație de spațialitate în cadru și intimitate față de subiect.

1.



2.



3.



Acest set de elemente stilizate se pot folosi în eleborarea diferitelor materiale grafice, mai puțin în postere, flyere sau vizualuri pentru online.

Acestea se pretează pentru papetărie, mashuri pentru șantiere, steaguri, standuri pentru târguri, tricouri etc.

Ele pot fi folosite ca atare sau ca fundal.



06 MATERIALE
DE PROMOVARE

06 MATERIALE TIPĂRITE

POSTERE CU IMAGINE ÎN COMPOZIȚIE/ PROPORȚII PATHE ȘI TITLURI

Pentru fiecare departament se va folosi grupul de culori complementare aferent. Astfel vizualurile se vor identifica și diferenția prin culoare.

În schimb, compoziția rămâne identică, pentru fiecare vizual, creându-se astfel coerența stilistică necesară.

Alternarea celor două culori complementare în cadrul posterelor rămâne la alegerea designer-ului.

Logoul se va aplica întotdeauna în stânga sus, ca o ștampilă, și va intra obligatoriu peste imagine în proporție de maxim 30%.

În rest, se va respecta întru totul așezarea elementelor grafice, a titlului și a textului.

În fundal nu vom folosi niciodată alb. Vom folosi un gri pal, cu coordonatele de mai jos:

EVENTIMENTE

CORAL NEON	
PANTONE	1778 C
CMYK	0 93 82 0
TUCOAZ MEDIU	
PANTONE	318 C
CMYK	39 0 9 0
RGB	14 28 198
HTML/HEX	0E1CC6



06 MATERIALE TIPĂRITE

POSTERE CU IMAGINE ÎN COMPOZIȚIE / PROPORȚII PATHE ȘI TITLURI

Pentru fiecare departament se va folosi grupul de culori complementare aferent. Astfel vizualurile se vor identifica și diferenția prin culoare.

În schimb, compoziția rămâne identică, pentru fiecare vizual, creându-se astfel coerența stilistică necesară.

Alternarea celor două culori complementare în cadrul posterelor rămâne la alegerea designer-ului.

Logoul se va aplica întotdeauna în stânga sus, ca o ștampilă, și va intra obligatoriu peste imagine în proporție de maxim 30%.

În rest, se va respecta întru totul așezarea elementelor grafice, a titlului și a textului.

În fundal nu vom folosi niciodată alb. Vom folosi un gri pal, cu coordonatele de mai jos:

TURISM

CALBEN	
RGB	244 200 15
HTML/HEX	F4C80F
MOV LILIAȘ	
RGB	131 55 149
HTML/HEX	833795
GRI PAL	
RGB	14 28 198
HTML/HEX	0E1CC6



06 MATERIALE TIPĂRITE

POSTERE CO-BRANDING PRIMĂRIA CAPITALEI

În cazul în care evenimentul este susținut de Primăria Capitalei, vizualul comportă o schimbare la nivel de expunere a logoului. Aici vom folosi varianta de parteneriat.



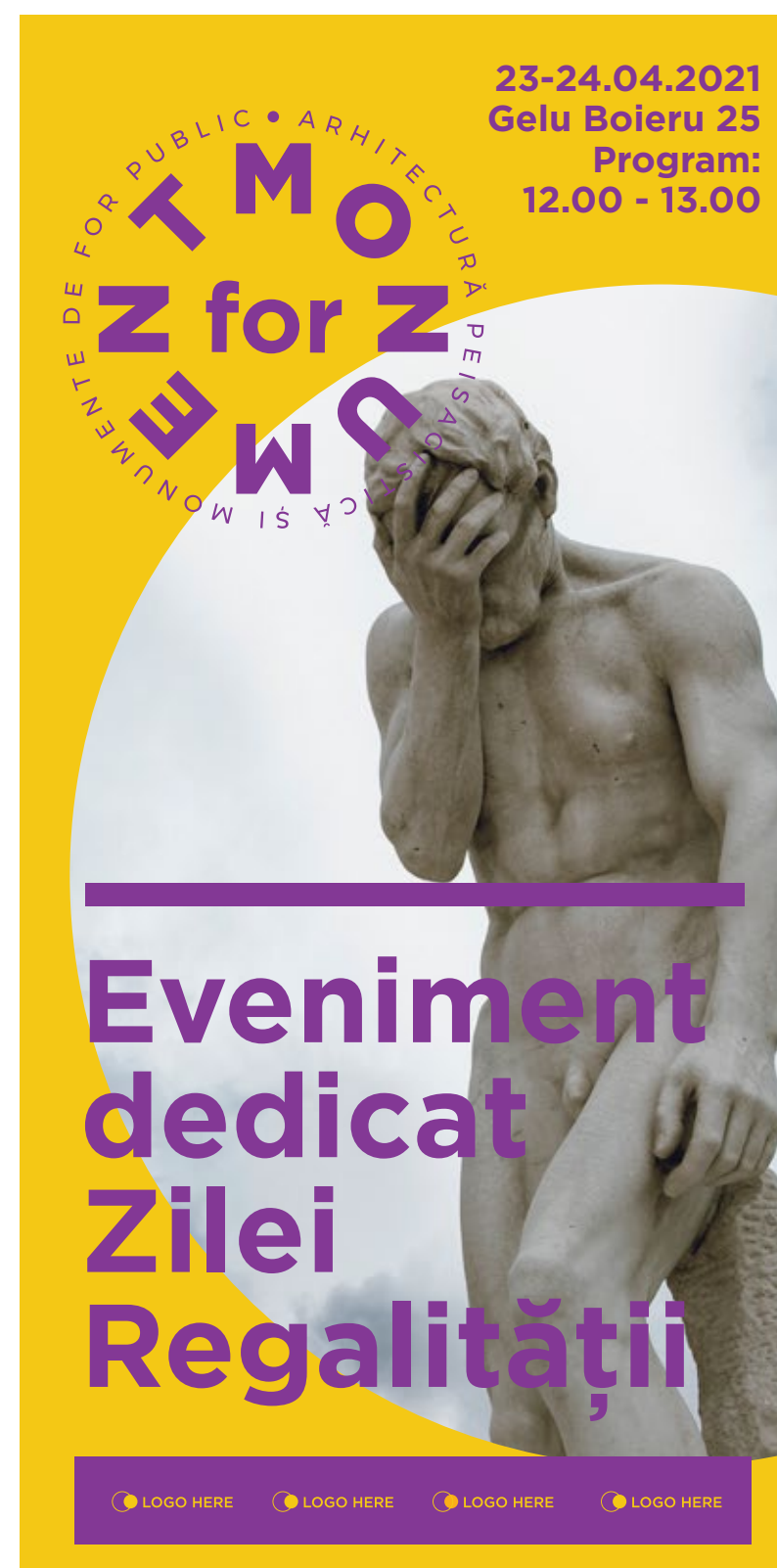
06 MATERIALE ONLINE MATERIALE DIGITALE - WEB BANNERS

În online avem o încărcare mai mare a paginii web cu elemente grafice și de conținut. În consecință, trebuie să fim mai stridenți ca să ne distingem mai bine.

Ca să creăm contrast, recomandăm ca fundalurile să fie fontă plină. Acestea pot să fie oricare din cele două culori ce compun un grup de culori complementare (*vezi capitolul PALETA CROMATICĂ*).

Nu se vor folosi formate foarte înguste sau foarte late.

GDN 300x600
Portrait version



GDN 300x2250
Square version



