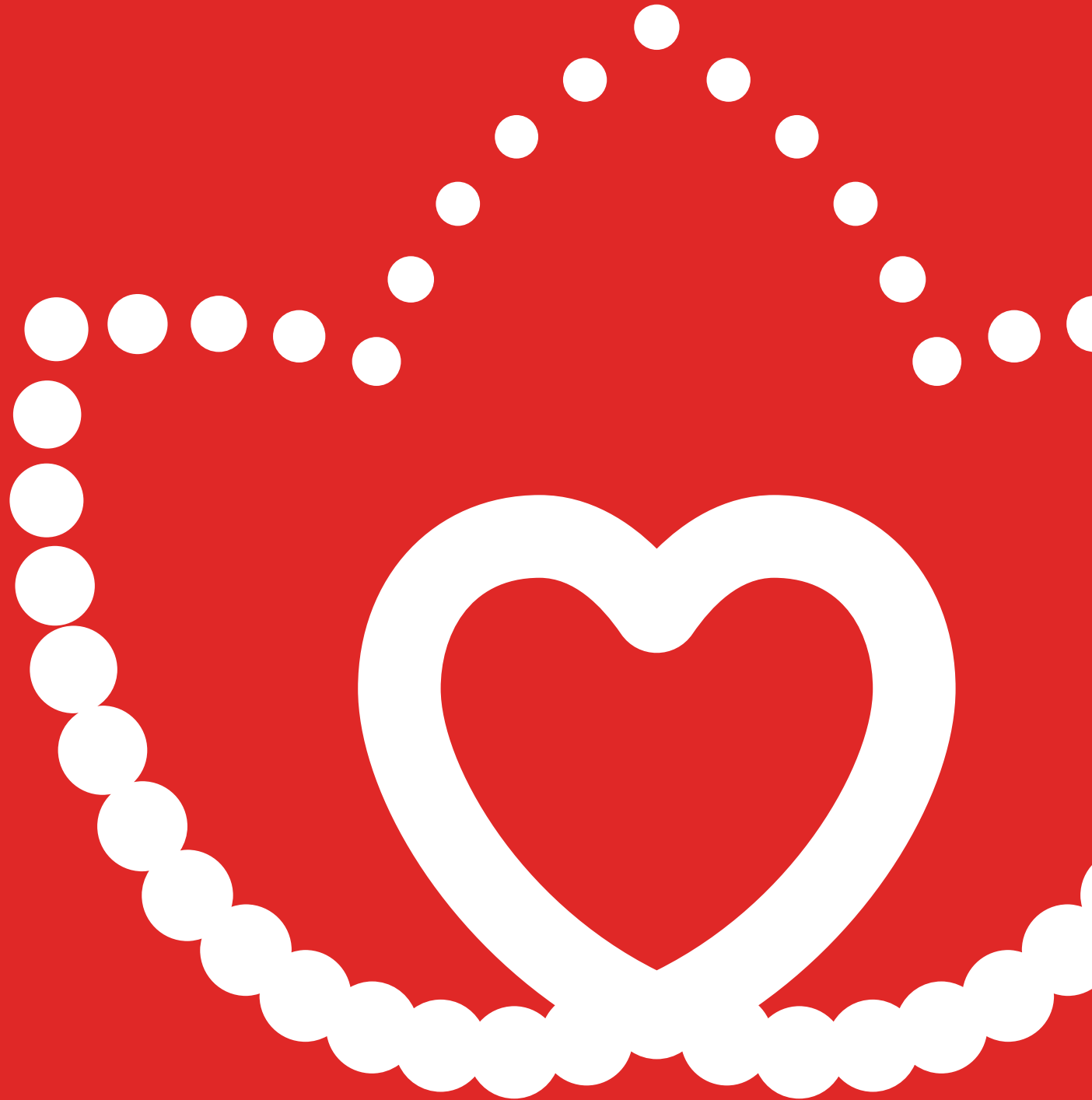


Regiunea Cahul

unde inima ta bate

Brandul și regulile
de utilizare

Mai, 2021



Cuprins

| | |
|----------------------------------|----------|
| Introducere | 3 |
| Sloganul nostru | 4 |
| Caracterul brandului | 5 |
| Valorile brandului | 6 |
| Brandul în cuvinte | 7 |
| Proprietatea intelectuală | 8 |

Partea I

| | |
|---|-------|
| Logoul | 10 |
| Simbolul | 11-12 |
| Cu drag din Cahul | 13 |
| Logoul Regiunii Cahul | 14 |
| Logoul municipiului Cahul | 15 |
| Logoul Primăriei municipiului Cahul | 16 |
| Logoul combinat cu slogan | 17 |
| Spațiul liber în jurul logoului | 18 |
| Culorile primare | 19 |
| Culorile secundare | 20 |
| Variațiile logoului | 21 |
| Utilizarea incorectă a logoului | 22-23 |
| Fontul | 24 |
| Plasarea logoului în raport cu alte logouri | 25 |
| Grafica brandului | 27-28 |
| Pictograme | 29 |
| Ornament | 30 |
| Fotografie | 31-34 |
| Reguli de amplasare ale logoului | 35 |

Partea II

| | |
|----------------------------------|-------|
| Publicitatea pe panotaj stradal | 37 |
| Publicitatea în ziar | 39 |
| Roll-up | 40 |
| Publicații | 41 |
| Expoziție | 42-43 |
| Sculptura urbană | 44 |
| Produs cu drag în Regiunea Cahul | 45 |
| Pungi promoționale | 46 |
| Tricouri | 48 |
| Recipient pentru apă și termos | 49 |
| Insignă | 50-51 |
| Basma | 52 |
| Slide-uri de prezentări | 53 |
| Facebook | 54 |
| Instagram | 55 |
| Pagina web | 56 |
| Panouri de renovare | 57 |
| Transport | 58 |



REGIUNEA
Cahul

Bine ați venit la Cahul.

Vă salutăm din Regiunea de Sud a Moldovei, unde soarele e generos, fructele sunt dulci, iar oamenii sunt zâmbitori și buni. Centrul urban Cahul e situat pe Câmpia Prutului Inferior, la doar 5 km de la frontiera cu România și la 175 km de Chișinău.

Denumirea actuală, Cahul, a fost adoptată în 1835, prima atestare documentară a localității fiind în 1502, sub numele de Șcheia. Cu o populație de peste 30 de mii de locuitori, Cahul este centrul administrativ al Regiunii cu același nume și al 7-lea oraș ca mărime din țară.

Aici inima Moldovei bate altfel, cu bunățate, prietenie și multă emoție.

Regiunea Cahul, unde inima ta bate. Brandul și regulile de utilizare



Sloganul nostru

Unde inima ta bate

Inima bate acolo unde este viață. Inima noastră bate la Cahul. Pentru că avem locuri pitorești și una dintre cele mai frumoase rezervații naturale din țară, casă a nufărului alb. Pentru că tot ce facem e cu poftă de viață și astfel, ne adunăm în inima orașului în fiecare săptămână pentru a dansa Hora de la Sud. Suntem activi, moderni și ne bucurăm de schimbările bune din regiune.

Cahul e o regiune cu multe posibilități. Geografic, avem două căi de acces spre Europa și ieșire la portul internațional Giurgiulești, situat pe fluviul Dunăre.

Clima caldă și solurile bogate în cernoziom fac acest loc unul inedit pentru agricultură, astfel aici cresc fructe și legume pline de savoare, apreciate pe piețele locale și internaționale

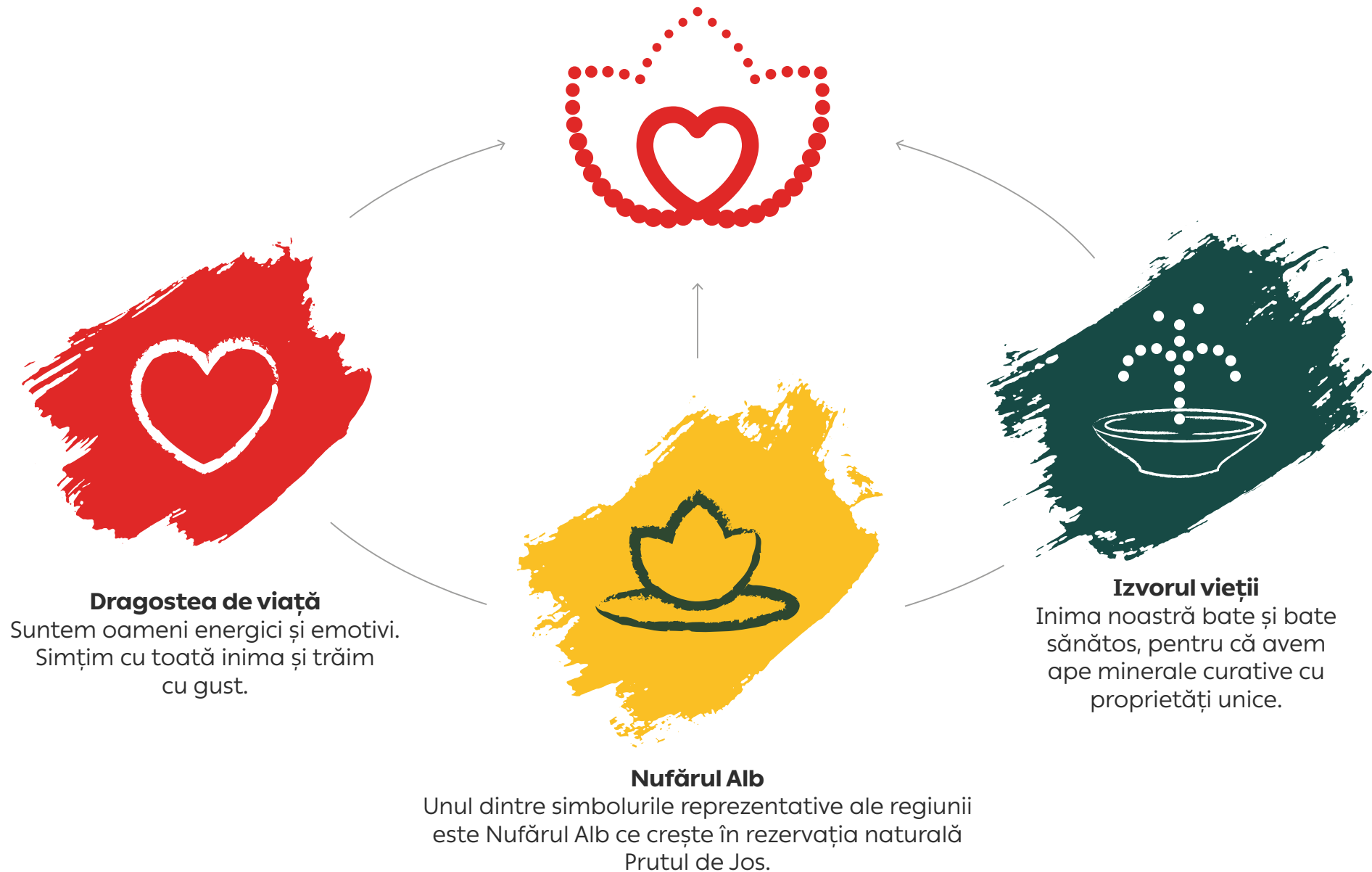
Un alt motiv de mândrie sunt cele două lacuri naturale, Manta și Belev, precum și rezervația naturală Prutul de Jos, protejată de UNESCO. Astfel, Regiunea Cahul găzduiește două stațiuni balneare ce contribuie substanțial la potențialul turistic de aici.

Demografic, ne bucurăm că devenim o regiune tot mai plină de viață, în care se nasc mulți copii și se crează noi familii.



Caracterul brandului

Simbolistica brandului Regiunii Cahul



Valorile brandului

Grijă

Oamenii din Regiunea Cahul sunt pozitivi și zâmbitori. Astfel, comunicarea noastră va fi marcată de un ton atent și grijuliu.

Prietenie

Hora de la Sud ne-a învățat să creăm relații de prietenie cu cei care ne vizitează Regiunea. Comunicarea noastră este una caldă.

Spirit local

Ne mândrim cu Regiunea Cahul, cu locurile pitorești, oamenii muncitori și talentați de aici. Ne cunoaștem potențialul și susținem inițiativele locale.

Bunăvoință

Iubim viața în toate manifestările ei. Apreciem oamenii deschiși oportunităților de dezvoltare și ne asociem cu ei.

Brandul în cuvinte

Cum vorbim despre Regiunea Cahul

Inima noastră bate și în cuvinte. În mesajele despre brand încurajăm utilizarea sintagmei „Regiunea Cahul”. Aceasta se va scrie cu majuscule în toate cazurile.

Vom utiliza doar cuvântul „Regiune” în contextul în care ne referim la mai multe regiuni ale țării. Recomandăm utilizarea singulară a cuvântului „Cahul” atunci când ne referim la municipiu.

Sintagma „Primăria municipiului Cahul” se va utiliza doar în textele care fac referire la instituția respectivă.

În materialele de comunicare, vom utiliza un ton al vocii prietenos și un limbaj accesibil tuturor, iar fiecare mesaj va fi însoțit de o reprezentare vizuală ce susține sloganul brandului nostru – „Unde inima ta bate”.

Încurajăm utilizarea combinațiilor de cuvinte și a sintagmelor atribuite brandului, conform exemplului: „inima creației”, „inima urbană”, „inima sportului”, „inima economiei”.

Inima
creației

Inima
urbană

Inima
sportului

Inima
economică

Proprietatea intelectuală

Brandul Regiunii Cahul este administrat de către Primăria municipiului Cahul, însă poate fi utilizat de către oricine, cu condiția respectării următoarelor principii:

1. Sunt urmate cu strictețe prevederile din acest Ghid;
2. Brandul este utilizat în scopuri constructive, apolitice, în contextul unor activități legale.

Pentru a obține materialele necesare aplicării brandului regiunii, adresați-vă Primăriei Municipiului Cahul prin completarea unui formular de solicitare, care poate fi descărcat pe site-ul primăriei:

www.primariacahul.md



Partea I

Ghidul identității vizuale

Logoul

Logoul Regiunii Cahul este construit din trei elemente – simbolul, cuvântul „Regiunea” și cuvântul „Cahul”.

Simbolul reprezintă imaginea grafică a unei inimi plasate în centrul nufărului – floarea rară ce crește în rezervația naturală Prutul de Jos.

Împreună, cele trei elemente constituie logoul și transmit ideea sloganului „Unde inima ta bate” – locul în care suntem inspirați, în care ne place să trăim, unde ne dezvoltăm și creștem împreună.



Simbolul

Inima noastră, bate într-o zonă naturală extrem de frumoasă, plină de oameni prietenoși și binevoitori. Anume din acest motiv, am selectat drept simbol al Regiunii inima aflată în centrul unui nufăr, care reprezintă dragostea și aprecierea noastră pentru frumusețile naturii, precum și bunătatea oamenilor locali.

Liniile ce formează conturul nufărului sunt reprezentate prin puncte asemeni unor picături de apă, ce reprezintă apele minerale din Regiunea Cahul, biosfera Prutului de Jos și a Lacului Beleu – adevărate comori ale naturii, care merită vizitate cel puțin o dată.



Simbolul

Pentru mărimi micro

În cazul în care lățimea simbolului este mai mică de 10 mm, se va utiliza varianta pentru mărimile micro a simbolului.

Aceasta reprezintă o simplificare a simbolului principal prin micșorarea numărului de picături și creșterea mărimii lor.



X

$$5 \text{ MM} < X < 10 \text{ MM}$$

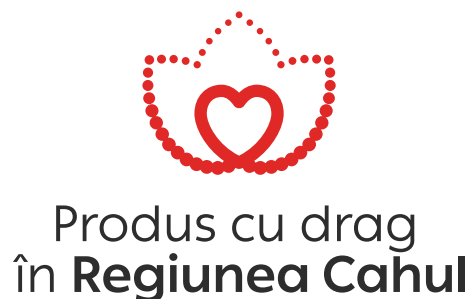
Lățimea minimă admisă a simbolului este de 5 mm. Este interzisă utilizarea unui simbol mai mic decât lățimea minimă admisă.

Cu drag din Cahul

Simbolul în tandem cu sintagma „Produce cu drag în Regiunea Cahul” este un marcaj dedicat producătorilor locali și activităților de promovare a produselor din regiune.

Acesta poate fi plasat pe ambalaje, utilizat în comunicare cu scop de promovare, precum și în cadrul altor materiale și contexte relevante, aprobate în prealabil.

Alegeți versiunea orizontală sau verticală a marcajului și setați mărimea acestuia în funcție de context.



Logoul Regiunii Cahul

Versiunea principală a logoului



Versiunea verticală

Este versiunea recomandată pentru plasare, așa cum susține cel mai bine simetria din simbol și oferă o prezentare vizuală finisată.



Versiunea orizontală

Este recomandată pentru situațiile în care spațiul vertical este restrâns. De exemplu, în cazul în care logoul apare lângă alte logouri.

Logoul municipiului Cahul

Pentru utilizare doar în contextul comunicării
ce se referă la municipiul Cahul



Versiunea verticală

Este versiunea recomandată pentru plasare,
așa cum susține cel mai bine simetria din
simbol și oferă o prezentare vizuală finisată.



Versiunea orizontală

Este recomandată pentru situațiile în care
spațiul vertical este restrâns. De exemplu, în
cazul în care logoul apare lângă alte logouri.

Logoul Primăriei Municipiului Cahul

Pentru utilizare doar în contextul comunicării
ce se referă la Primăria Municipiului Cahul



Versiunea verticală

Este versiunea recomandată pentru plasare, așa cum susține cel mai bine simetria din simbol și oferă o prezentare vizuală finisată.



Versiunea orizontală

Este recomandată pentru situațiile în care spațiul vertical este restrâns. De exemplu, în cazul în care logoul apare lângă alte logouri.

Logoul combinat cu slogan

În campaniile de comunicare despre Regiunea sau municipiul Cahul este recomandată utilizarea logoului împreună cu sloganul Regiunii.

Sloganul nu poate fi utilizat în cazul aplicării logoului Primăriei Municipiului Cahul.

Așa cum construcția logoului în acest caz este una mai complexă, se recomandă reproducerea sa relativ mai mare, cu respectarea regulilor de spațiu liber în jurul logoului.



REGIUNEA
Cahul
Unde inima ta bate



REGIUNEA
Cahul
Unde inima ta bate



Cahul
Unde inima ta bate



Cahul
Unde inima ta bate

Spațiul liber în jurul logoului

Pentru o reproducere corectă, logoul trebuie "să respire". Este important să ne asigurăm că în jurul acestuia este suficient spațiu liber, chiar dacă asta înseamnă micșorarea logoului.

Indiferent de versiunea utilizată, construim spațiul liber în jurul logoului conform regulilor de mai jos.



Versiunea orizontală

Este recomandată pentru situațiile în care spațiul vertical este restrâns. De exemplu, în cazul în care logoul apare lângă alte logouri.



Versiunea verticală

Este versiunea recomandată pentru plasare, așa cum susține cel mai bine simetria din simbol și oferă o prezentare vizuală finisată.

Culorile primare

Culorile primare ale Regiunii Cahul sunt roșu, alb și negru. Roșu simbolizează inima și energia localnicilor, alb reprezintă frumusețea și puritatea nufărului, iar negru este sugestiv pentru simplitatea noastră și tonul vocii accesibil oricui ne adresăm. Suntem prietenoși și deschiși, iubim din toată inima și comunicăm pe un ton la fel de cald.

În comunicarea online sau în cea tipărită, culorile roșu și negru se vor utiliza pentru reprezentarea logoului, cât și pentru textul principal. Recomandăm aplicarea logoului pe fundal alb.

Culoarea roșie este culoarea principală a brandului, pe care o vom utiliza prioritar în grafica de brand, pe coperte și în materialele adiacente.

Roșu

RGB: 225, 40, 40
HEX: #e12828
CMYK: 0, 94, 86, 0
PANTONE 485 C

Alb

RGB: 255, 255, 255
HEX: #ffffff
CMYK: 0, 0, 0, 0

Negru

RGB: 41, 41, 41
HEX: #292929
CMYK: 0, 0, 0, 95
PANTONE 419 C

Culorile secundare

Brandul nostru are patru culori secundare: Verde, Mov, Verde deschis și Portocaliu. Fiecare dintre ele este purtătoarea unui simbol corespunzător elementelor naturii din regiune: Lacul Beleu, Levănțică, Mentă, Caisă.

Regiunea noastră se mândrește cu fructele, florile și locurile sale pitorești. Astfel, culorile secundare au scopul de a reda caracterul specific al Regiunii Cahul, pe toate platformele de comunicare.

Recomandăm utilizarea culorilor secundare doar în calitate de culori pentru fundal. Fiecare campanie de comunicare va include cel puțin trei materiale cu utilizarea culorilor principale.

| | |
|--|---|
| <p>Lacul Beleu</p> <p>RGB: 23, 74, 69 HEX: #164944 CMYK: 86, 43, 61, 50 PANTONE 4189 C</p> | <p>Lacul Beleu deschis</p> <p>RGB: 163, 191, 178 HEX: #a3bfb2 CMYK: 41, 14, 33, 0 PANTONE 558 C</p> |
| <p>Levănțică</p> <p>RGB: 138, 71, 240 HEX: #8a47f0 CMYK: 59, 76, 0, 0 PANTONE 7442 C</p> | <p>Levănțică deschis</p> <p>RGB: 214, 211, 237 HEX: #d6c9ed CMYK: 18, 24, 0, 0 PANTONE 2085 C</p> |
| <p>Mentă</p> <p>RGB: 41, 204, 120 HEX: #29cc78 CMYK: 68, 0, 68, 0 PANTONE 7479 C</p> | <p>Mentă deschis</p> <p>RGB: 184, 229, 207 HEX: #b8e5cf CMYK: 33, 0, 33, 0 PANTONE 2253 C</p> |
| <p>Caisă</p> <p>RGB: 250, 191, 36 HEX: #fabf24 CMYK: 0, 27, 90, 0 PANTONE 1235 C</p> | <p>Caisă deschis</p> <p>RGB: 242, 219, 163 HEX: #f2dba3 CMYK: 7, 13, 44, 0 PANTONE 7401 C</p> |

Variațiile logoului

Culorile în care putem aplica logoul



Versiunea principală a logoului, cu logoul colorat pe fundal alb.



Versiunea combinată a logoului, cu logoul colorat pe fundal negru, ce păstrează contrastul pentru culoarea roșie.



Logoul negru, pentru imprimare alb-negru.



Logoul alb, pentru fundalurile întunecat în care nu poate fi folosit logoul combinat.

Utilizarea incorectă a logoului

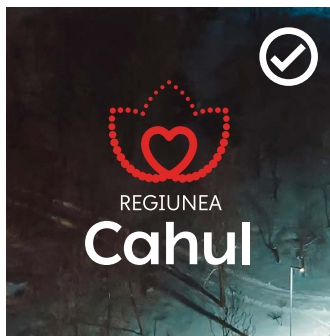
1. Nu aplica logoul colorat pe un fundal de nuanță apropiată culorilor sale. Utilizează versiunea monocromă în alb.



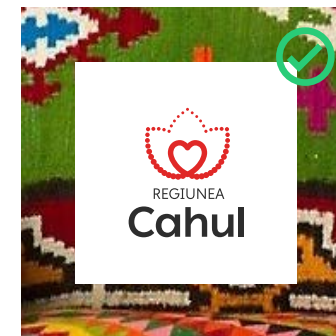
3. Nu aplica logoul alb pe un fundal de nuanță deschisă. Utilizează versiunea contrastantă a logoului.



2. Nu aplica logoul colorat pe un fundal cu o nuanță apropiată de culoarea neagră. Utilizează versiunea monocromă în alb.



4. Nu aplica logoul colorat pe un fundal colorat prea încărcat — încercă logoul monocrom sau încadrează logoul colorat într-un pătrat alb.



Utilizarea incorectă a logoului



1. Nu altera proporțiile logoului



2. Nu schimba poziționarea elementelor



3. Nu schimba fontul din logo



4. Nu aplica efecte grafice



5. Nu altera culorile logoului



6. Nu schimba dimensiunile elementelor

Fontul

Ping

Fontul Regiunii Cahul, Ping, a fost ales pentru a reflecta tonul prietenos al vocii brandului. Nu are colțuri ascuțite, poate fi utilizat în mai multe limbi și are două posibile variații: Ping Regular și Ping Heavy. Fontul secundar, Arial, va fi utilizat doar în situațiile în care nu poate fi utilizat Ping.

Fontul principal.
Acesta se va utiliza
în toate materialele
de comunicare.

Ping Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@#\$%^&*()

Ping Heavy

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@#\$%^&*()



Motivul pentru care am selectat anume acest font sunt liniile rotunjite, care se regăsesc în logoul Regiunii Cahul. Din semiotică, liniile rotunjite transmit bunătate, căldură și energie pozitivă – valori care stau la baza brandului

nostru. În contrast cu liniile și formele ascuțite, Ping transmite vizual caracterul prietenos și tonul pozitiv al brandului pe toate platformele specifice comunicării.

Fontul secundar.
Acesta se va utiliza
atunci când, din
motive obiective, nu
este posibilă utilizarea
fontului principal.

Arial Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@#\$%^&*()

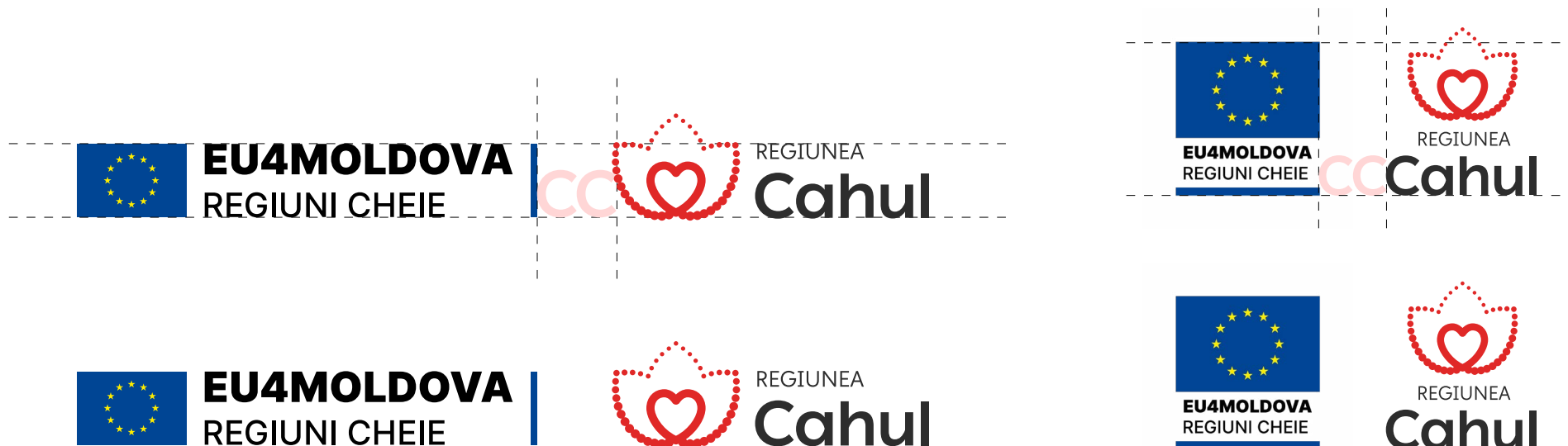
Arial Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@#\$%^&*()

Plasarea logoului alături de logourile partenerilor

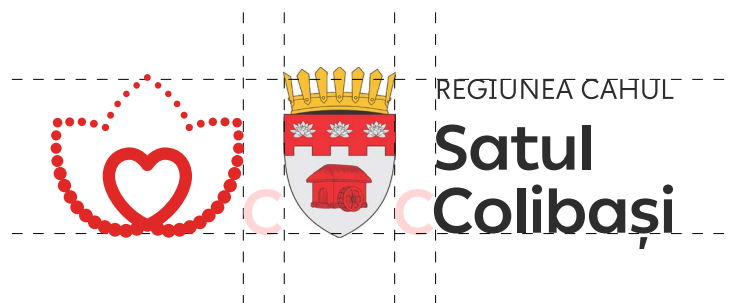
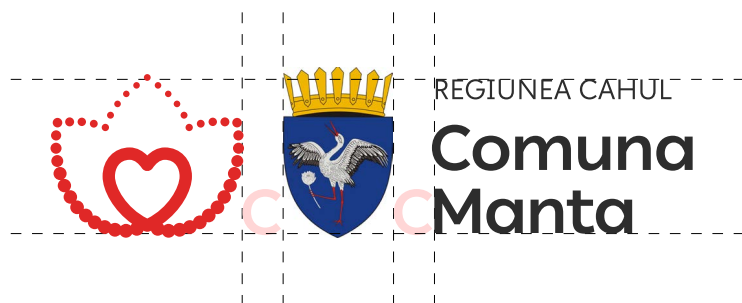
Atunci când logoul Regiunii Cahul apare alături de alte logouri, vom utiliza versiunea orizontală a acestuia, asigurându-ne că avem, pe verticală, dimensiunea maximă admisă.

Pentru a proteja logoul de intersectarea sa cu alte elemente grafice, vom păstra un spațiu neutru egal cu dimensiunea a două litere "C" din logoul nostru.



Plasarea în raport cu logourile comunitilor din Regiunea Cahul

Pentru utilizarea simbolului Regiunii Cahul în comunicarea localităților din regiune este prevăzută o construcție specială a logoului. Aceasta conține simbolul regiunii, stema oficială a localității și textul, precum urmează: Regiunea Cahul și denumirea localității scrise în fontul brandului.



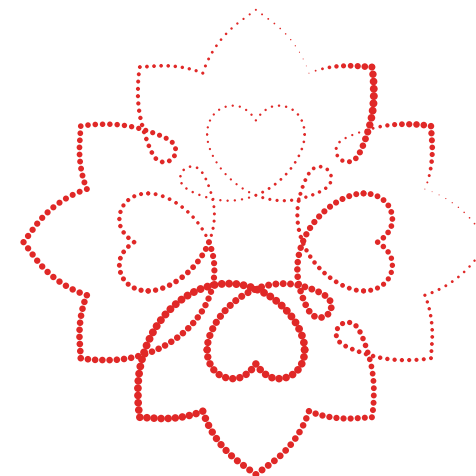
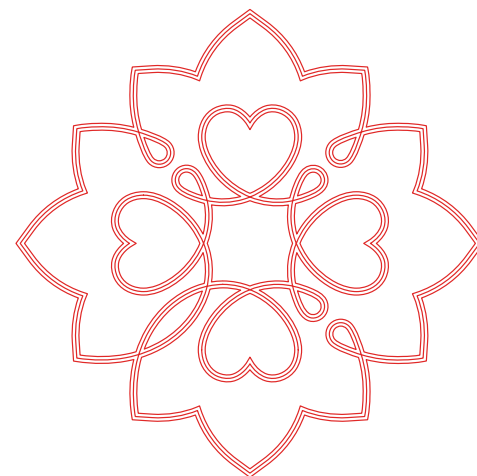
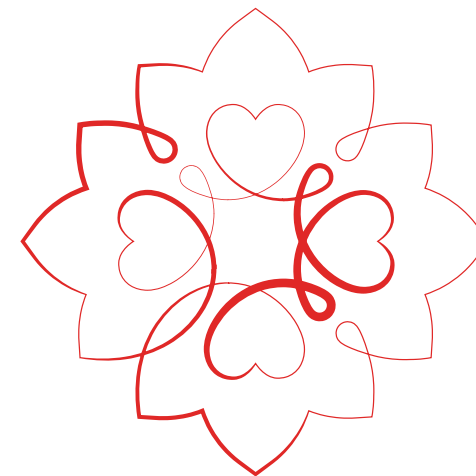
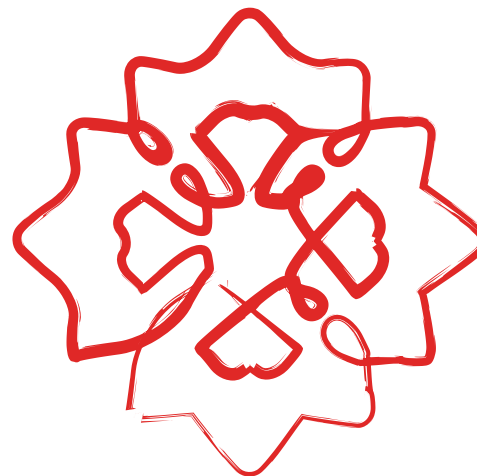
Grafica brandului

Culori principale

Emoția are multe variații, la fel ca frumusețile din inima Regiunii Cahul. În funcție de context, pot fi utilizate următoarele reprezentări grafice ale logoului brandului.

În comunicare, fie pe fundal, fie în grafică, în calitate de culoare primară vom utiliza culoarea roșie. Această variantă de grafică poate fi aplicată în toată comunicarea oficială a brandului.

În cadrul compoziției grafice simbolul inimii amintește o floare care sugerează mândria Regiunii Cahul, dar și sloganul brandului: „Unde inima ta bate”.



Grafica brandului

Culori secundare

Comunicarea, asemeni emoțiilor, ia forme diferite. Corespunzător, grafica brandului poate fi plasată și pe culorile secundare ale brandului.

Aceasta va fi utilizată pentru scopurile mai puțin oficiale, precum și pentru comunicarea activităților și inițiativelor specifice regiunii, inclusiv distractive, de sport, tineret etc.



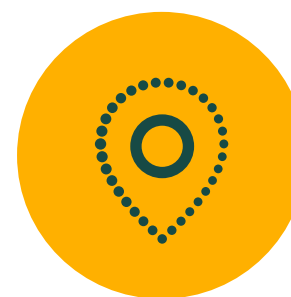
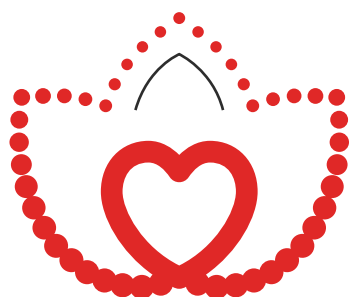
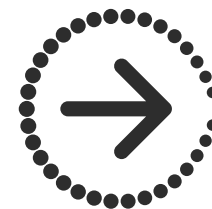
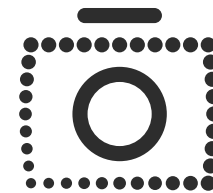
Pictograme

Cum construim pictograme în contextul brandului nostru

Pictogramele sunt o serie de simboluri și elemente vizuale secundare, și reprezintă continuarea organică a identității brandului nostru.

Inimă, nufăr, precum și alte elemente formate din linii punctate – toate sugerează bogăția naturii din Regiunea Cahul.

Recomandăm utilizarea acestora în contextele care cer o comunicare mai degajată, relevante contextului: indicatoare, broșuri turistice, hărți etc.



Ornament

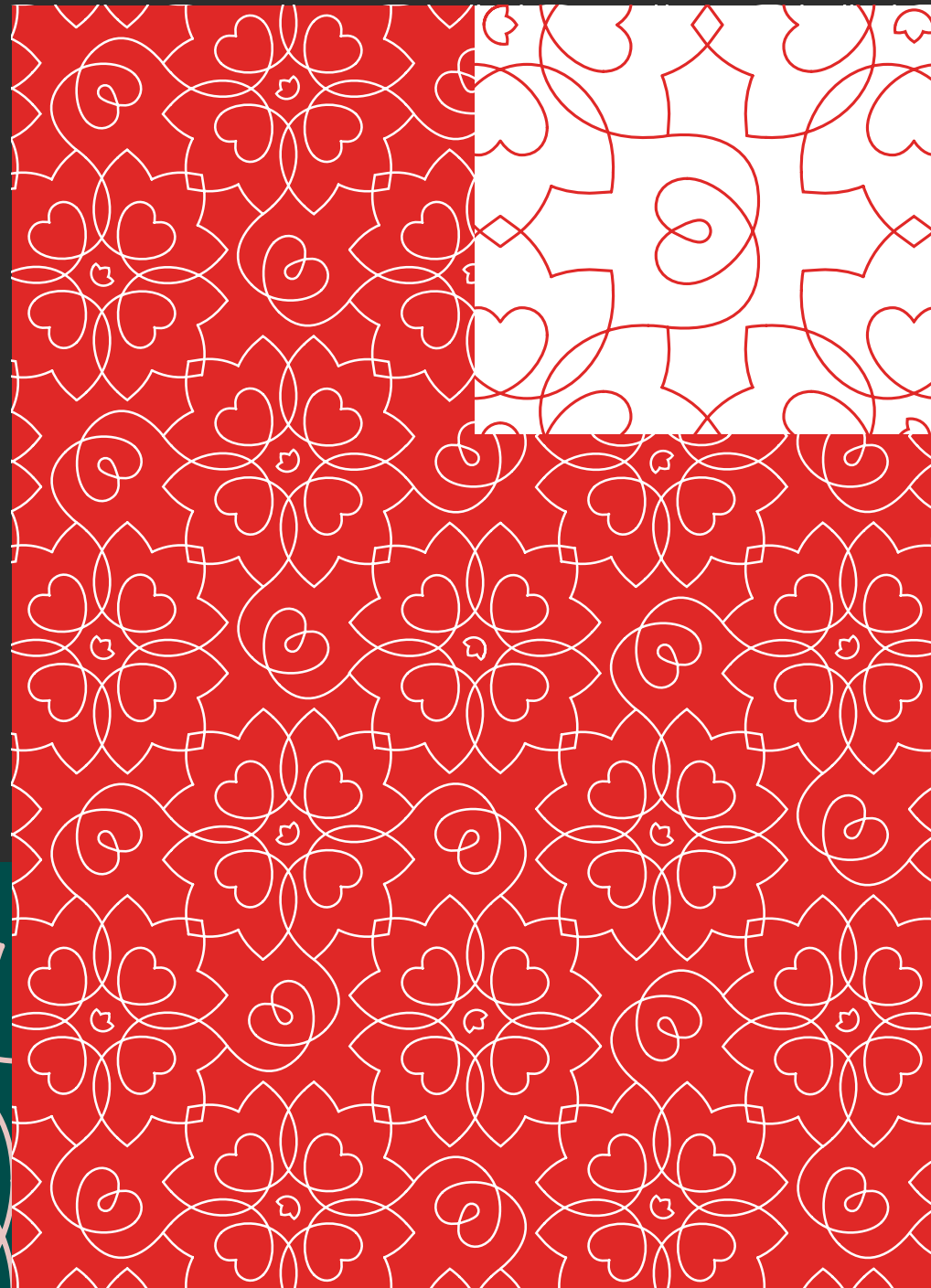
Elemente grafice care completează imaginea brandului

Pentru a personaliza materialele adiacente brandului într-un mod creativ, care respectă regulile de identitate și tonul vocii, putem utiliza ornamentul nostru ce simbolizează rădăcinile nufărului și, implicit, rădăcinile neamului nostru, ale oamenilor născuți și crescuți în Regiunea Cahul.

Ornamentul implică culorile principale și secundare ale brandului în combinația prezentată în brandbook.

30

Regiunea Cahul, unde inima ta bate.
Brandul și regulile de utilizare



Fotografie

Oameni

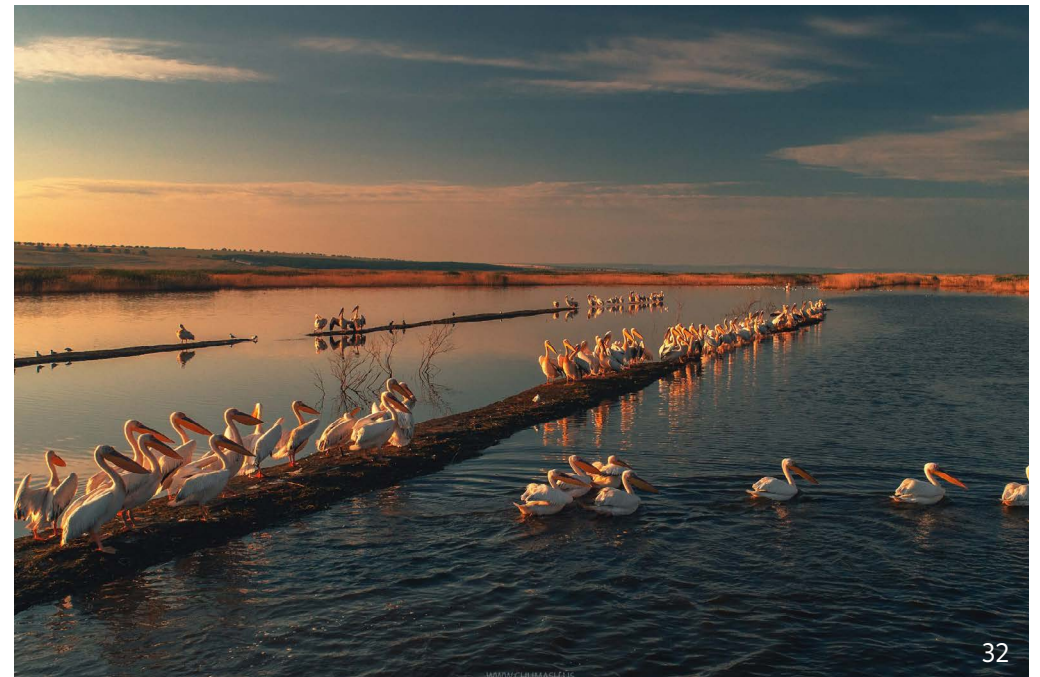
Pentru că trăim și iubim din toată inima, vom utiliza în materialele brandului fotografii cu oameni din Regiunea Cahul. Principiul de bază este autenticitatea chipurilor și a emoțiilor. Ele sunt cele care sugerează grijă, bunătate, prietenie – valorile împărtășite de brand.



Fotografie

Natură

Pornind de la bogățiile naturii și unicitatea Regiunii Cahul, vom opta pentru fotografii reale, ce prezintă cele mai frumoase locuri de aici. Urmând valorile de bază ale brandului, fotografiile de peisaj sunt autentice și transmit unicitatea și spontaneitatea momentelor naturale din regiune (răsărit, apus, ploaie etc.)





Recolta de struguri în culori calde de toamnă, surprinsă în timpul unui apus de soare.

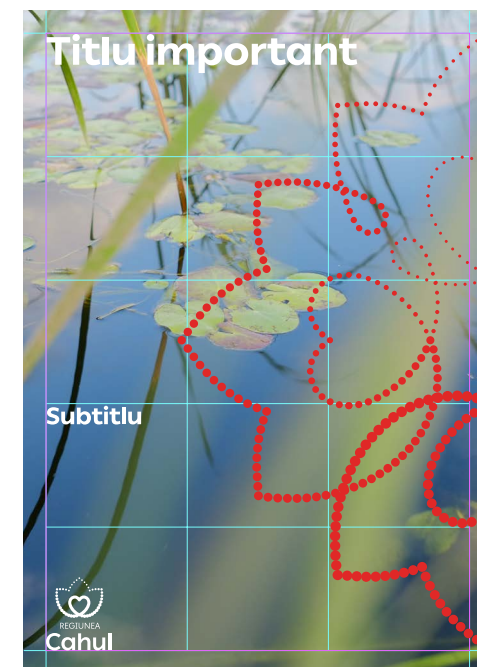
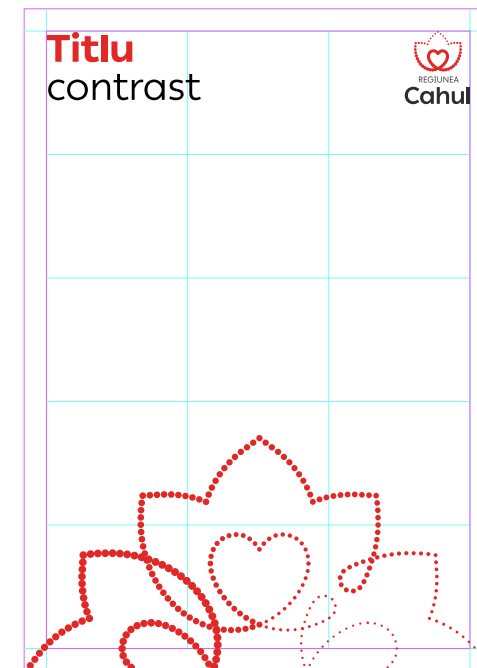
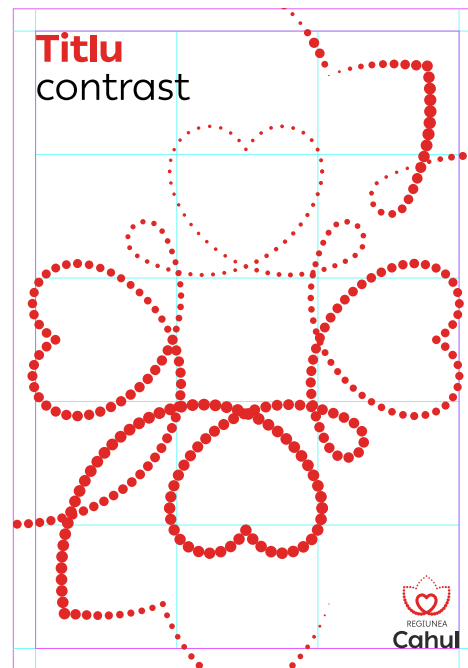
Nufărul, floarea acvatică, reprezentativă pentru Regiunea Cahul, fotografiată în regim real, cu picături de apă pe frunze și petale.



Reguli de amplasare ale logoului

Pe materialele-tip, cele tipărite sau digitale, vom respecta regulile de amplasare ale logoului pentru a transmite întocmai căldura și tonul prietenos al brandului, care mereu comunică din inimă.

Recomandăm amplasarea logoului Regiunii Cahul în colț, în funcție de context. Titlul va fi mereu amplasat în colțul din stânga-sus. În lipsa titlului, logoul va fi amplasat în partea de sus, centrat.





Partea II

Aplicarea elementelor

Publicitatea pe panotaj stradal



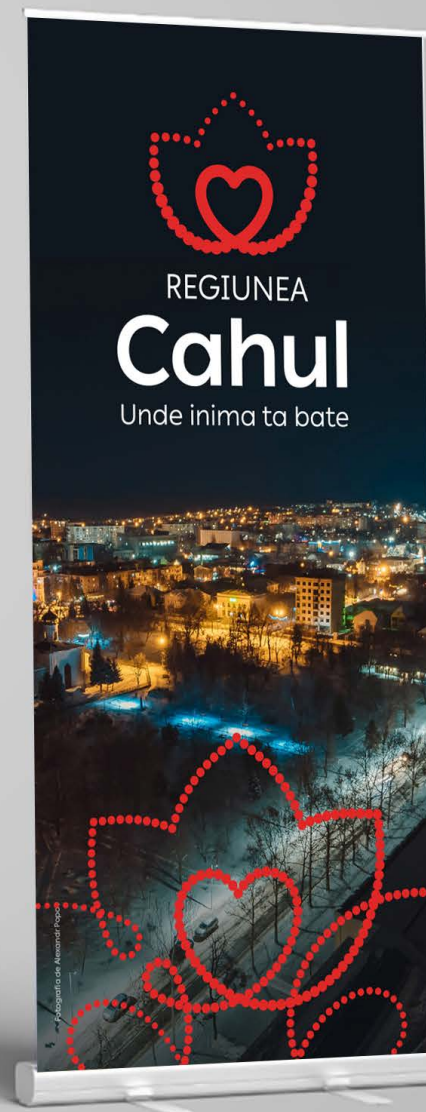
Publicitatea pe panotaj stradal



Publicitatea în publicații periodice



Roll-Up

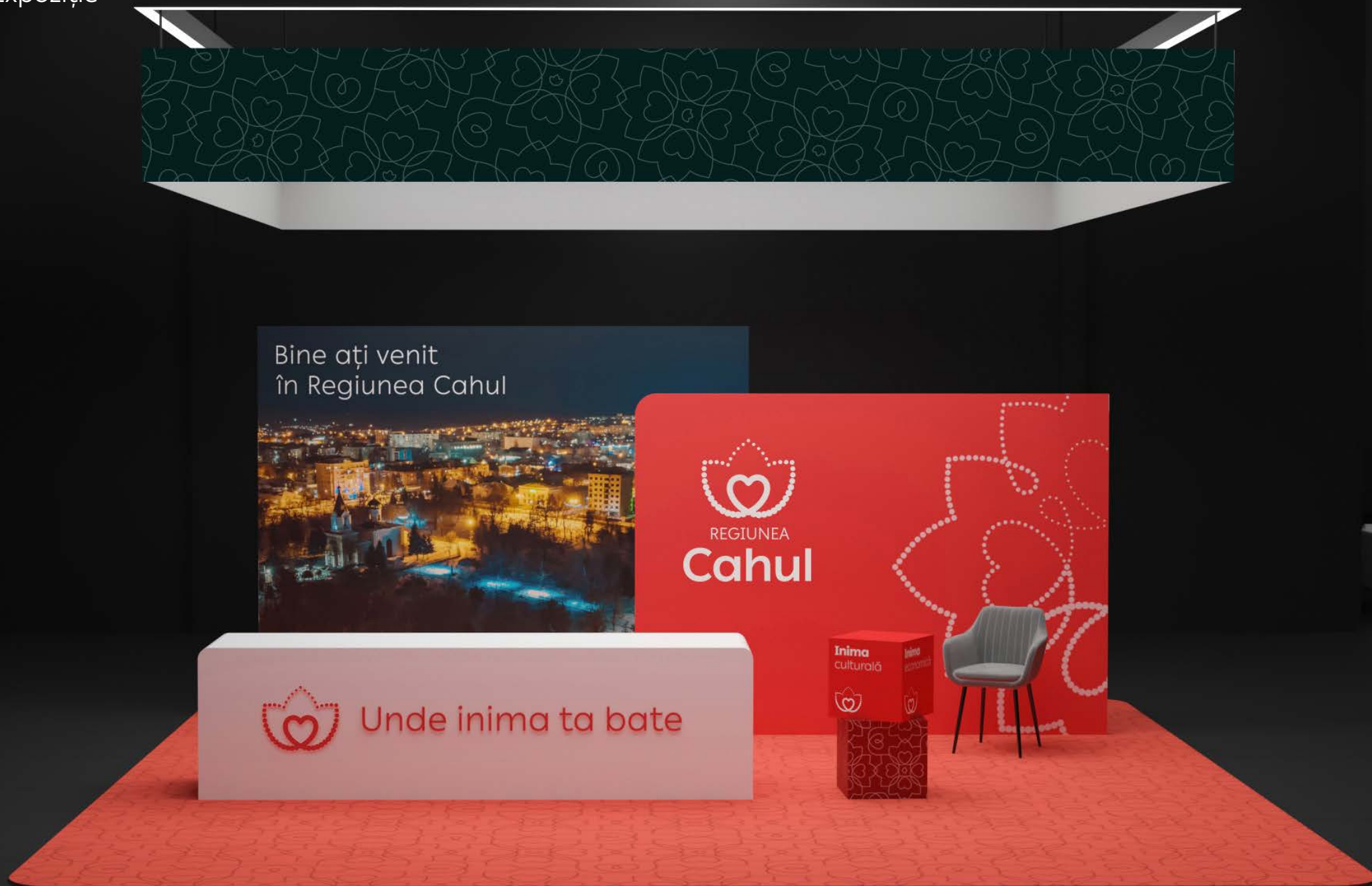


Publicații



Expoziție





Sculptura urbană

MUNICIPIULUI CAHUL



Produs cu drag în Regiunea Cahul



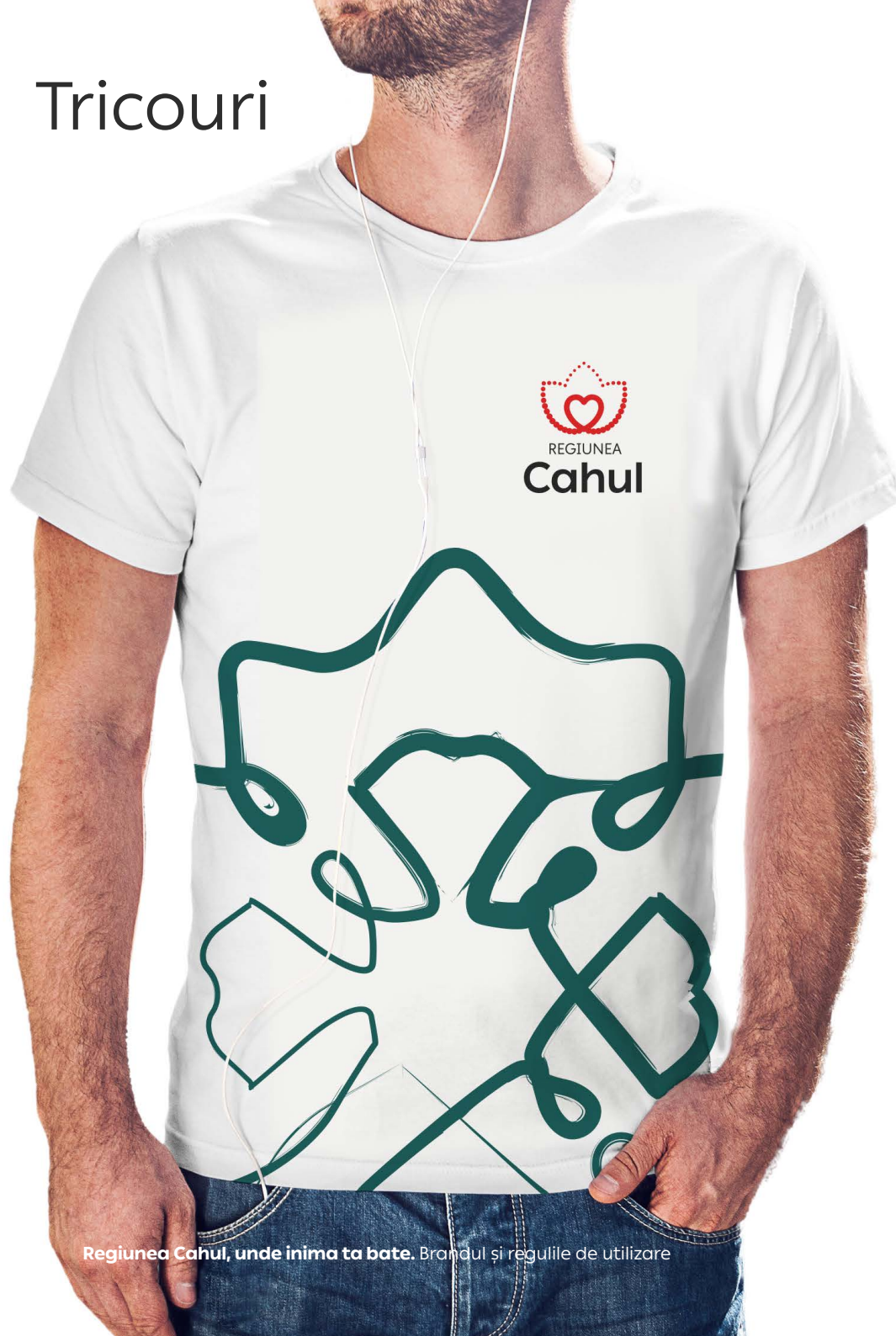
Pungi promoționale



Pungi promoționale



Tricouri



Regiunea Cahul, unde inima ta bate. Brandul și regulile de utilizare



Recipient pentru apă și termos



Insignă



Insignă



Basma

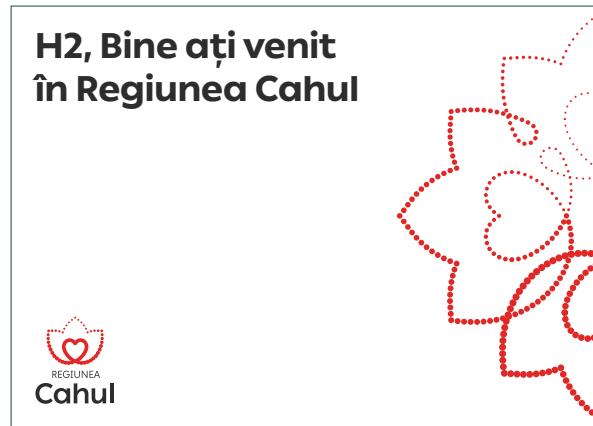


Slide-uri de prezentări

Coperta



Coperta



Titlul secțiunii



Titlul secțiunii



Pagina cu text



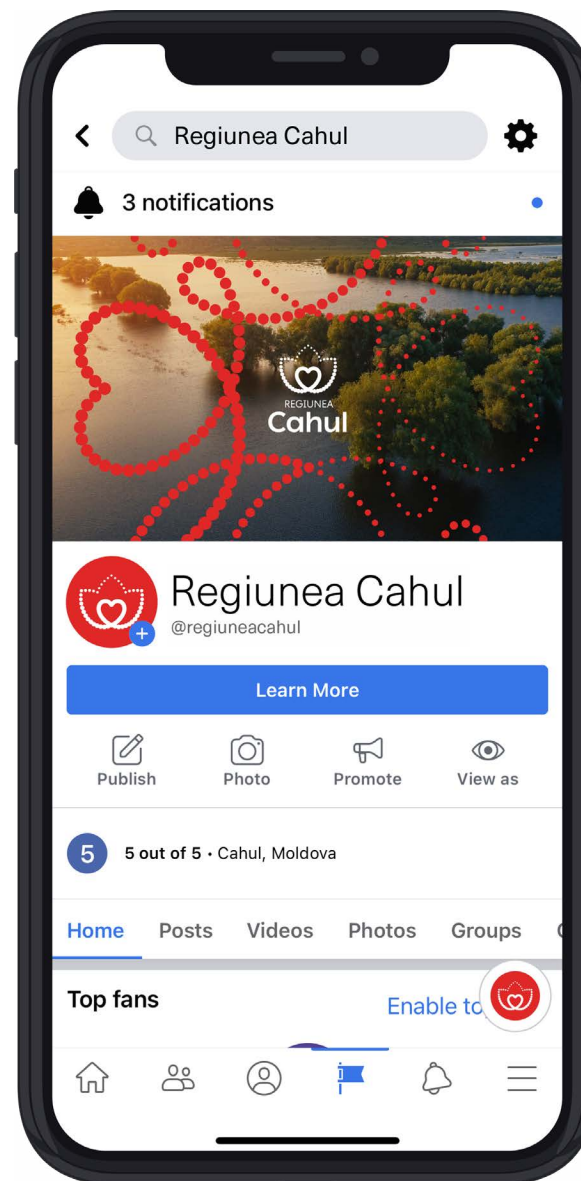
Stylesheet



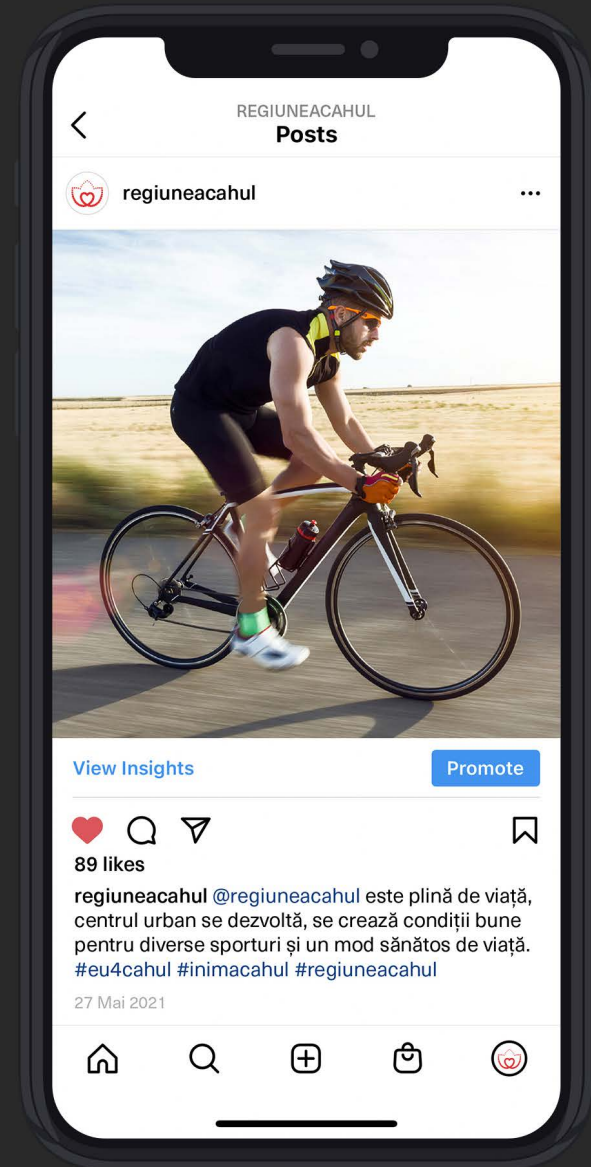
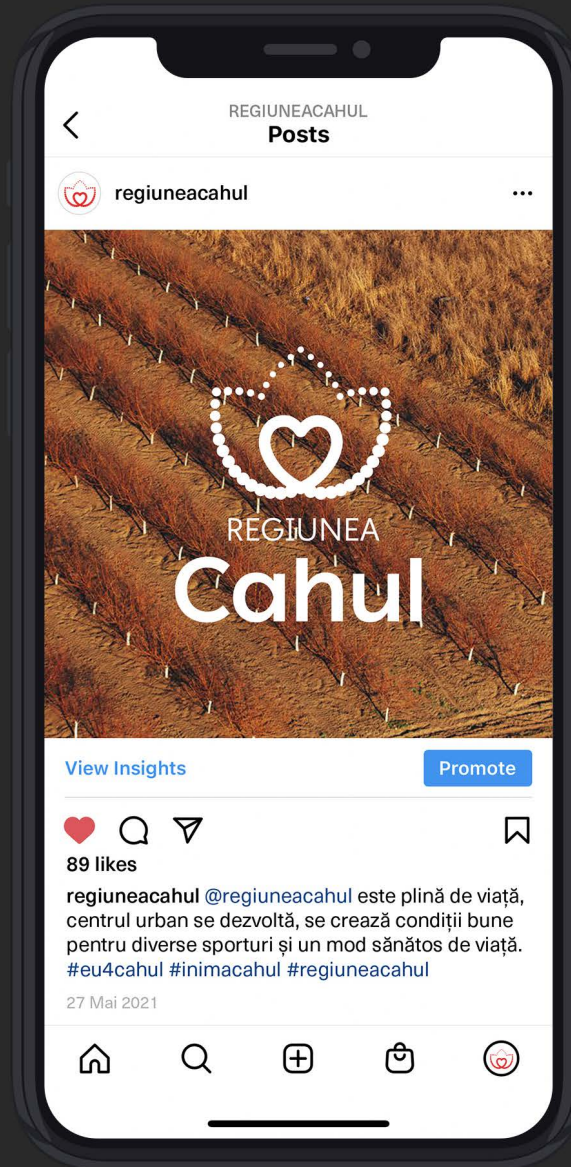
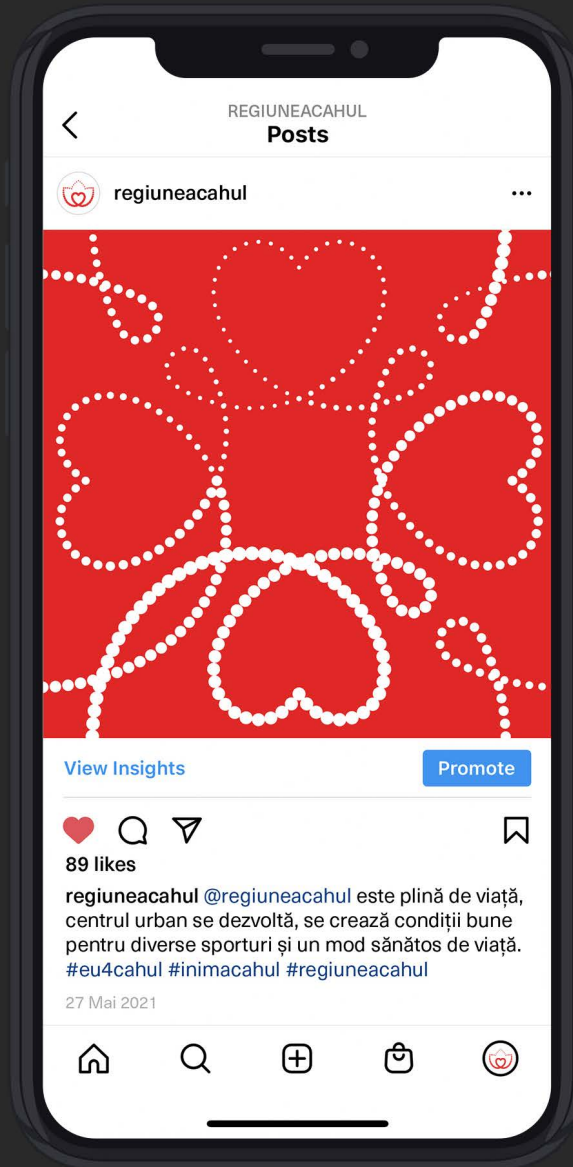
Facebook



Imagine de profil universală.
Varianta pe fundal roșu



Instagram



Pagina web



Transport

