

A-4



Cuprins

Introducere.....	02
Slogoul.....	03
Caracterul brandului.....	04
Valorile brandului.....	05
Brandul în cuvinte.....	06
Proprietatea intelectuală.....	07
Elementele-cheia ale identității noastre vizuale.....	08
PARTEA I	10
Logoul.....	10
Simbolul.....	11
Cu drag din Ungheni.....	12
Logoul regiunii Ungheni.....	13
Logoul municipiului Ungheni.....	14
Logoul Primăriei municipiului Ungheni.....	15
Logoul combinat cu slogan.....	16
Spațiu liber din jurul logoului.....	17
Culorile de bază.....	18
Culorile secundare.....	19
Variantele logoului.....	20
Formă.....	21
Piașarea logoului în raport cu alți logouri.....	22-23
Dimensiuni brandului.....	24
Ornament în formă de brățară.....	25
Pictogramme.....	26
Fotografii.....	27-33
Ilustrații realizate din tipare.....	34
Utilizarea necorectă a logoului.....	35-36
PARTEA II	38
Cantă.....	38
Bățera.....	39
Insighă.....	40-42
Recipiențiar pentru apă.....	43
Articole de îmbrăcăminte.....	44
Genți și pungă.....	45-46
Birăstică.....	47
Covoare.....	48
Transport.....	49
Cadru pentru numă de înmatriculare.....	50
Publicitatea pe panoula străzii.....	51
Capac de canalizare.....	52
Pavaj strădal.....	53
Scațel de autobuz.....	54
Murak ambiental.....	55
Roll-up și poster.....	56
Poster de eveniment.....	57
Slide-uri de prezentare.....	58
Stand expozițional.....	59
Webpage.....	60
Pagina de Facebook (desktop, mobil).....	61-62
Pagina de Instagram.....	63
Produs cu drag în regiunea Ungheni.....	64

Regiunea Ungheni, unde ne conectăm, înveștă în regiunile noastre
 În acest document brandul însoțit de lista în anexa Logul nr. 38
 din 28.02.2008 privind protecția mărcilor



Regiunea Ungheni

Ungheni este o regiune economică importantă, având o infrastructură dezvoltată, unde creșterea este mai rapidă decât în restul țării. Regiunea Ungheni este o regiune din cele mai dezvoltate din România, fiind alături de regiunile din Iași, Bacău, Chișinău și Suceava.

Prima abstracție documentară a localității datează din 27 august 1442, într-un document din arhiva domnului Ștefan cel Mare, în care este menționat că în 1442, în timpul domniei lui Ștefan cel Mare, în anul 1442 (1467-1487) Fond Ungheni.

Districtele în Chișinău - 100 km.
 Chișinău până la Iași - România - 21 km pe căile ferate, 45 km pe autostrada și

În 2008, Ungheni a fost declarată Capitala Tineretului din Republica Moldova.

În 2020, în Ungheni a fost lansat programul "E-Ugheni". Programul este un proiect care are ca scop dezvoltarea municipiului și a localităților învecinate.

Regiunea Ungheni, unde ne conectăm

Brandul și regulile de utilizare

Valorile brandului

Ce calități umane are un reprezentant al brandului Regiunii Ungheni?

Onestitate

Preferăm să spunem lucrurilor pe nume, fără să cream așteptări false.

Vizionarism

Respectăm și păstrăm cu multă grijă trecutul Regiunii, însă alegem să privim în viitor pentru a-l construi zi de zi.

Optimism

Reașim în contextul în care ne aflăm, dar suntem conștienți că avem puterea de a schimba lucrurile în mai bine.

Curaj

Avem curajul de a gândi în profunzime și de a explora idei care par imposibile.

Hărnicie

Știm că succesul e posibil prin muncă și suntem mândri să ne fie cunoscută hărnicia.

Deschidere

Suntem ospitalieri și deschiși pentru fiecare vizitator, dar și pentru oportunități.

05

Regiunea Ungheni, unde ne conectăm. Brandul regiunii de viitor.

Brandul în cuvinte

Cum vorbim despre Regiunea Ungheni

Când este menționat brandul, preferabil e să se vorbească despre Regiunea Ungheni. Cuvântul „Regiune”, atunci când e vorba de Regiunea Ungheni, se scrie cu majusculă.

Excepție fac cazurile în care cuvântul „regiune” este utilizat fără numele Ungheni sau când este utilizat la plural, însemnând mai multe regiuni.

Brandul „Ungheni”, fără cuvântul „Regiunea”, poate fi utilizat doar atunci când se vorbește despre municipiul Ungheni.

Este posibil și utilizarea sintagmei „Primăria municipiului Ungheni”, însă doar în cazul în care se referă strict la instituția respectivă.

În orice alte cazuri e preferabil să se spună „Regiunea Ungheni”.

În materialele de comunicare, se recomandă utilizarea unui limbaj accesibil, pe înțelesul tuturor, fiecare mesaj fiind transmis ca o ilustrație sau dovadă a sloganului „Unde ne conectăm”.

În acest sens, este binevenit ca orice comunicare să înceapă cu fraza: „Aici este locul unde ne conectăm. De aceea...”

La fel pot fi și finalizate mesajele comunicate. Spre exemplu: „...pentru că aici este locul unde ne conectăm”.

06

Regiunea Ungheni, unde ne conectăm. Brandul regiunii de viitor.

Sloganul

Unde ne conectăm

Regiunea Ungheni este reprezentată simbolic prin acest slogan. Acest slogan este conceput în relație cu valoarea brandului „Unde ne conectăm” și este scris în limba română.

Acest slogan este scris în limba română în Uniunea Europeană și în limbile tuturor regiunilor economice, culturale și sociale din zonă.

Regiunea Ungheni este locul unde ne conectăm cu cea mai bună oportunitate economică și socială în Europa.

În prezent, sloganul este scris în limba română în Uniunea Europeană și în limbile tuturor regiunilor economice, culturale și sociale din zonă. Sloganul este scris în limba română în Uniunea Europeană și în limbile tuturor regiunilor economice, culturale și sociale din zonă.

Acest slogan este scris în limba română în Uniunea Europeană și în limbile tuturor regiunilor economice, culturale și sociale din zonă.

Lași

Regiunea Ungheni, unde ne conectăm. Brandul regiunii de viitor.

03

Caracterul brandului

Simbolistica brandului Regiunii Ungheni



O reprezentare a stelei
Care este în centrul
unui grup



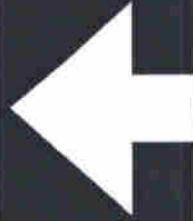
O reprezentare
a conexiunii între
regiuni



Letra U
într-o formă stilizată
care reprezintă
un grup

O etapă
în dezvoltarea
regiunii

Într-o formă stilizată
care reprezintă
un grup



Într-o formă stilizată
care reprezintă
un grup

04

Partea I

Ghidul identității vizuale

Logoul Regiunii Ungheni este constituit din simbolul propriu-zis și sintagma „Regiunea Ungheni”, cele două cuvinte fiind plasate unul sub altul.

Logoul are și un element special care, poate, nu este foarte evident la prima vedere, dar e un subiect bun pentru a fi menționat și memorat.

Dacă analizăm cu atenție litera g din numele Ungheni, veți vedea că aceasta amintește forma unui fluviu, pe care este plasat un oraș (pe hărțile moderne, simbolul orașelor este anume cercul).

În plus, acei unghi ce formează răul ne ducă cu gândul la numele inițial al localității – Unghiu.

Proprietatea intelectuală

Brandul Regiunii Ungheni este administrat de către Primăria municipiului Ungheni, însă poate fi utilizat de către oricine, respectând următoarele rigori:

1. Sunt respectate cu strictețe prevederile prezentului Ghid;
2. Ave scopuri conștative, apolitice, în contextul unor activități perfect legale.

Pentru a obține materialele necesare în vederea aplicării brandului regiunii, adresați-vă la Primăria municipiului Ungheni prin completarea unui formular de solicitare, care poate fi descărcat de pe site-ul Primăriei:

www.ungheni.md

Elementele-cheie ale identității vizuale

Nucleul identității noastre vizuale constă din: logoul, denumirea, culorile și fontul.

În compartimentul ce urmează veți afla cum pot fi utilizate corect toate aceste elemente.

Studiați cu atenție informația din acest compartiment.

Rețineți: un brand puternic este un brand consistent, un brand ce trebuie să apară peste tot, respectând toate cerințele și păstrând aceeași imagine.

Ne dorim să fie recunoscut cu ușurință brandul Regiunii Ungheni la fel cum recunoaștem o anumită persoană.

Pentru a utiliza corect logoul, folosiți doar fișierele -sursă, atașate prezentului Ghid

Logoul Regiunii Ungheni

Varstaunea principală a logoului

- 
- 

Versiona verticală

Este versiunea preferată pentru plasare pe site-uri web și în aplicații mobile, deoarece este ușor de citit și este vizibilă în orice dimensiune.

Versiona orizontală

Este ideală pentru utilizare în spații mici, precum pe carduri de vizită sau pe etichete. Este ușor de citit și este vizibilă în orice dimensiune.

13

Regiunea Ungheni, unde se conectăm. Brand-ul regiunii de utilizare

Simbolul

De regulă, se utilizează logoul integral. Pot fi însă și cazuri în care e posibilă renunțarea la sintagma „Regiunea Ungheni”.

De exemplu, în cazul unor suvenire atizanale, când este evident că se referă la Regiunea Ungheni; sau al unor interpretări creative, unde cuvintele ar putea reduce din valoarea artistică a lucrării.



Regiunea Ungheni, unde se conectăm. Brand-ul regiunii de utilizare

11

Logoul municipiului Ungheni

Pentru aplicare doar în materialele de comunicare ce se referă la municipiul Ungheni

- 
- 

Versiona verticală

Este versiunea preferată pentru plasare pe site-uri web și în aplicații mobile, deoarece este ușor de citit și este vizibilă în orice dimensiune.

Versiona orizontală

Este ideală pentru utilizare în spații mici, precum pe carduri de vizită sau pe etichete. Este ușor de citit și este vizibilă în orice dimensiune.

14

Regiunea Ungheni, unde se conectăm. Brand-ul regiunii de utilizare

Cu drag din Ungheni

În cazul în care dorim să exprimăm un sentiment de dragoste, prietenie, bucurie, generozitate, putem utiliza înima din logoul Regiunii Ungheni.

Atenție! Acest simbol nu va substitui logoul. El poate fi folosit când dorim o abordare mai personală. De exemplu, înima poate deveni un element pe tricourile Regiunii Ungheni sau poate face parte dintr-o sculptură.

Totodată, poate fi utilizat de către producătorii locali, ca unul dintre simbolurile pe produsele lor.



Produs cu drag în
Regiunea Ungheni

Regiunea Ungheni, unde se conectăm. Brand-ul regiunii de utilizare

12

Spațiul liber din jurul logoului

Pentru o reproducere corectă, logoul trebuie "să respire". Este important să ne asigurăm că în jurul acestuia este suficient spațiu liber. În caz de necesitate, logoul poate fi micșorat.

Indiferent de versiunea logoului utilizată, construirea spațiului liber conform regulilor de mai jos.



Versione întinsă

Prin urmare, din cauza "U" din cuvântul "Ungheni", este necesar să se asigure un spațiu liber în jurul logoului. Acest spațiu este egal cu înălțimea literei "U".



Versione micșorată

În cazul în care logoul este utilizat într-un spațiu mic, este recomandată utilizarea versiunii micșorate. În acest caz, spațiul liber este egal cu înălțimea literei "U".

Regiunea Ungheni, unde ne conectăm. Biroul Regional de Utilizare

Culorile de bază

Este recomandată aplicarea logoului pe fundal negru, pentru a evidenția unghiul de culoare albă.

În toate materialele este recomandată folosirea culorilor de bază în proporție de minimum 75%.

Culoarea roșie va fi utilizată dozat, ca accent și niciodată nu va ocupa mai mult de 1/4 din spațiul materialului de comunicare.

White

CMYK: 0-0-0-0
RGB: 255 255 255
#FFFFFF

Black

CMYK: 63-52-53-100
RGB: 0,0,0
#000000

Red

CMYK: 0-100-100-0
RGB: 217,28,35
#c01c24

Regiunea Ungheni, unde ne conectăm. Biroul Regional de Utilizare

Logoul Primăriei municipiului Ungheni

Pentru utilizare doar atunci când se referă la Primăria municipiului Ungheni

1.



Versione verticală

Este recomandată utilizarea versiunii verticale a logoului în cazul în care este necesar să se utilizeze spațiul liber în jurul acestuia.

2.



Versione orizontală

Este recomandată utilizarea versiunii orizontale a logoului în cazul în care este necesar să se utilizeze spațiul liber în jurul acestuia.

Regiunea Ungheni, unde ne conectăm. Biroul Regional de Utilizare

Logoul combinat cu sloganul

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

Sloganul nu poate fi utilizat în cazul aplicării logoului Primăriei municipiului Ungheni.

Se recomandă reproducerea sa relativ mai mare, cu respectarea regulilor spațiului liber în jurul logoului, deoarece construcția logoului este mai complexă.



Regiunea Ungheni, unde ne conectăm. Biroul Regional de Utilizare

Ornament în formă de brâu

Pentru aplicarea pe suporturi alungite

Pentru a utiliza brandul pe suprafețe alungite, poate fi utilizat brăul care simbolizează conexiunea, dar și schimbarea ecartamentului – un element specific Ungheniului.

Este modular și constă din 2 elemente:

1. Modulul iterabil
2. Modulul terminășle

Brăul trebuie reaspirat finalizat cu modulul de terminășle. Poate fi utilizat atât vertical, cât și orizontal, în funcție de context.

Este preferabil ca brăul să înceapă în afara materialului sau să aibă două terminășle la ambele capete.



Regiunea Ungheni, unde ne conectăm. Brandul în regulă de utilizare

25

Plasarea în raport cu logourile comunităților din Regiunea Ungheni

Cum setăm dimensiunile și plasăm logoul alături de logourile partenerilor

Pentru ca logoul Regiunii Ungheni să fie folosit în comunicările localităților din regiune, este prevăzută construcția de logo specială. Aceasta conține simbolul regiunii, stema oficială a localității și textul după cum urmează: Regiunea Ungheni și denumirea localității, scris în fontul de brand Circe Bold.

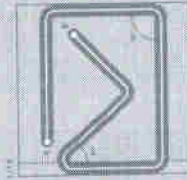


Regiunea Ungheni, unde ne conectăm. Brandul în regulă de utilizare

23

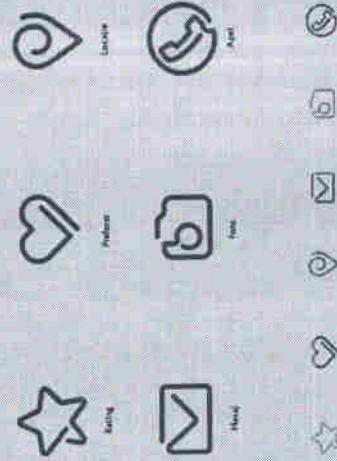
Pictograme

Cum construim pictograme în contextul brandului nostru



În afara de logoul oficial, poate fi folosită uneori și o gamă secundară de simboluri și elemente vizuale, pentru a crea un univers vizual distinct. Printre aceste elemente vizuale se numără și pictogramele.

Acestea sunt formate, ca și logoul, dintr-o linie continuă ce conectează două puncte. Grosimea liniei este de 1/3 din latura pătratului în care este înscrisă pictograma.



Pictograma în linie secundară

Regiunea Ungheni, unde ne conectăm. Brandul în regulă de utilizare

26

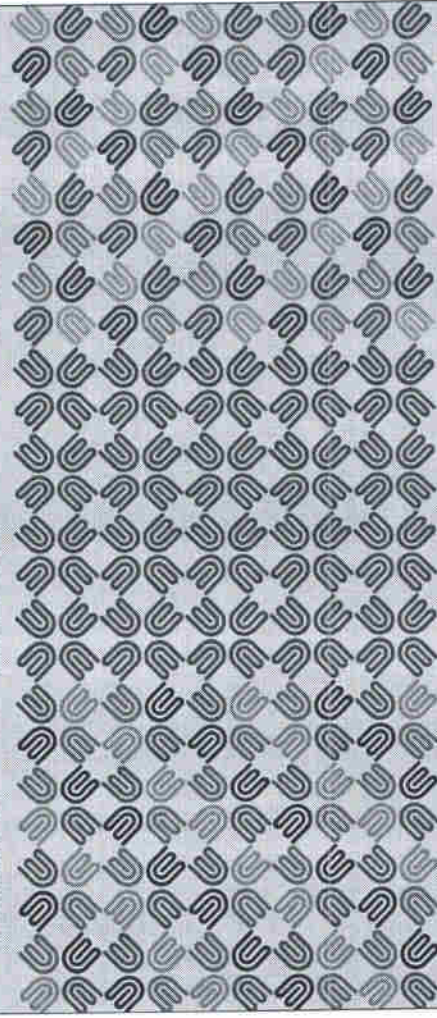
Ornamentul brandului

Poate fi executat în culoarea roșie a brandului sau în culorile secundare

Versiunea în culorile secundare este

Versiunea în culorile secundare este

Versiunea în culorile secundare este



Regiunea Ungheni, unde ne conectăm. Brandul în regulă de utilizare

24

Fotografie

Oameni

Pentru a ne conecta mai bine cu audiența, se recomandă utilizarea fotografiilor ce reprezintă oameni reali din Ungaria.

În scopul obținerii unei calități a imaginii cât mai bune, se recomandă utilizarea unui echipament cât mai profesionist, pentru a nu recurge ulterior la „fărădrea” personajelor.



29

Fotografie

Natură

Pentru a fi fotografiator peisajete și natura Reghinului Ungri este cel mai profesionist și va acorda o atenție maximă în calitatea artistică a imaginii prin culori și compoziție.

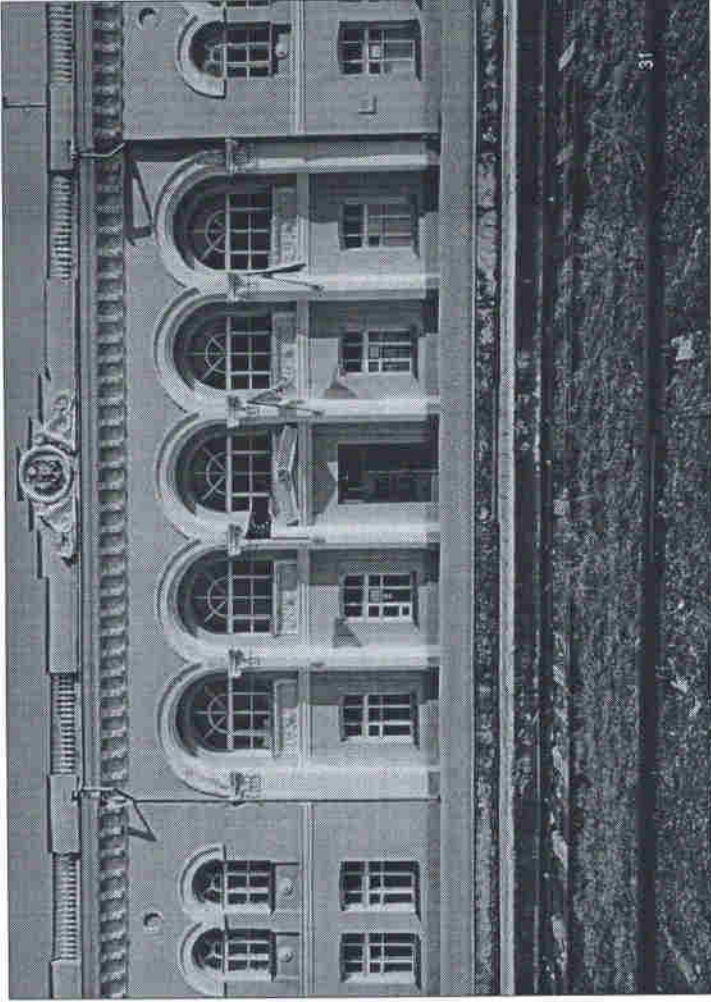
În acest scop, se recomandă făcându-se un echipaj profesionist, cât mai profesionist și alegerea celei mai potrivite perioade a zilei pentru fotografiere (de exemplu, apusul soarelui sau al răsăritului, „ora de aur”).

28

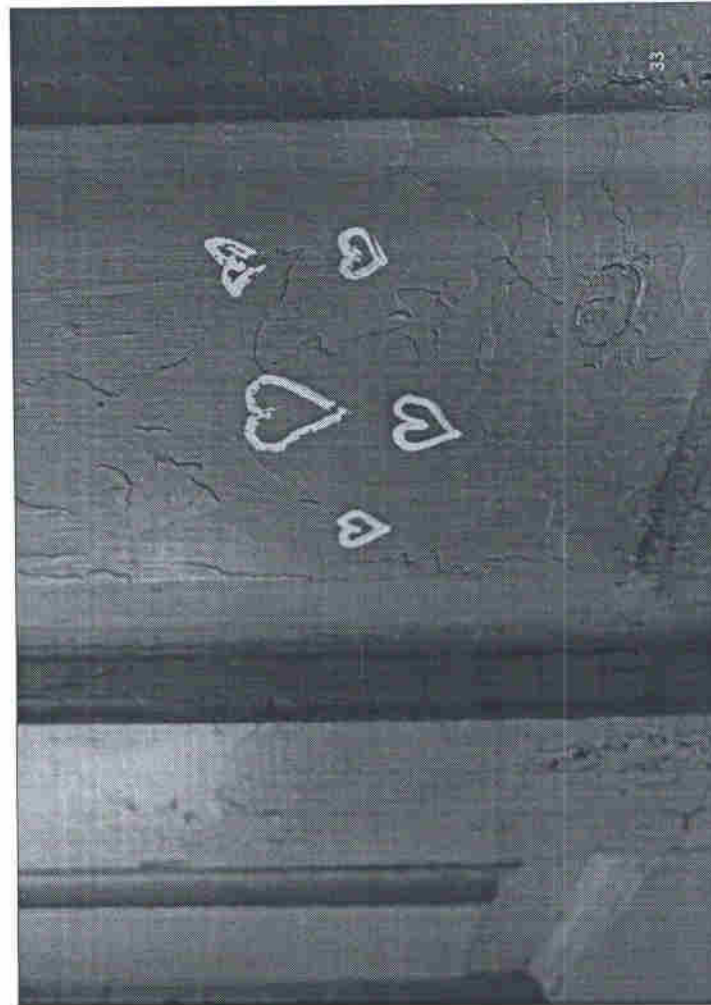
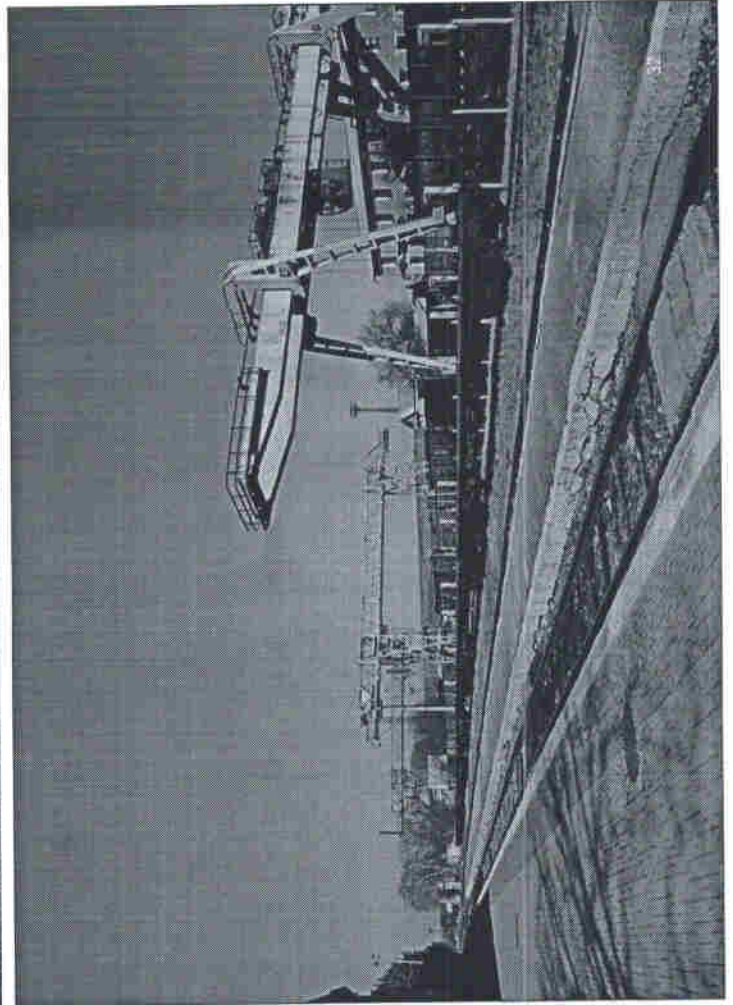


30

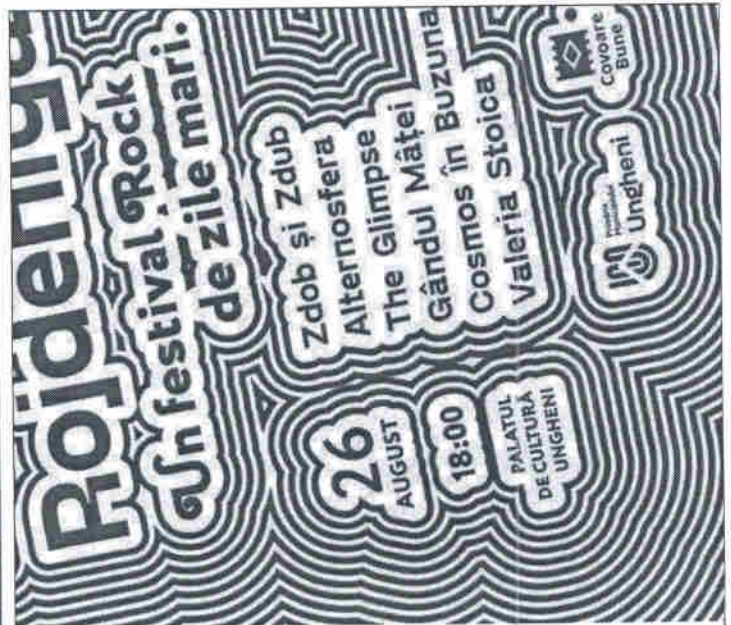




31



33



Ilustrații ieșite din tipare

O metodă de a fortifica imaginile pentru un impact vizual sporit

Uneori, este necesar să capătăm atenția tuturor. De exemplu, atunci când anunțăm un eveniment important și dorim să participăm cât mai mulți oameni.

În aceste cazuri, pot fi aplicate ecourile grafice, prin linii în jurul elementelor din imagine. Se realizează prin crearea unui contur, care apoi este mărit în iterații prin offset până în Adobe Illustrator.

Această metodă, însă, trebuie utilizată cu grijă și doar în contexte speciale.

Partea II

Aplicarea elementelor vizuale

Utilizarea incorectă a logoului



1. Nu schimbă poziția elementelor logoului



2. Nu rot. elementele logoului



3. Nu schimbă fontul din logo



4. Nu distorsionează proporțiile logoului



5. Nu omite elemente din logo



6. Nu șterge logo-ul

Utilizarea incorectă a culorilor logoului

Când e mai bine de utilizat versiunea monocromă a logoului



1.



2.



3.



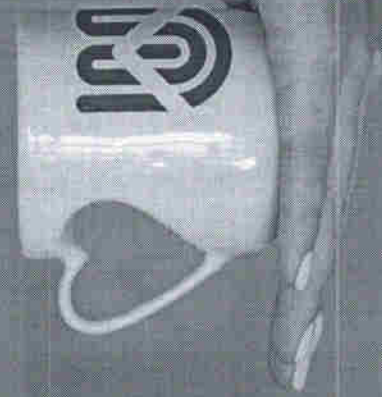
4.

1. Nu aplica logoul colorat pe fundal apropiat de culoarea negră. Utilizează versiunea monocromă în alt.

2. Nu aplica logoul colorat pe fundal apropiat de culoarea neagră. Utilizează versiunea monocromă în alt.

3. Nu aplica logoul în alb pe fundal deschis. Utilizează versiunea monocromă neagră.

4. Nu aplica logoul colorat pe fundaluri prea închise - înlocuiește logoul monocrom sau încadrează logoul coborât într-un cadru alt.



Brățară

Suvenirul pentru fi distribuit și pe exemplul de eveniment cultural

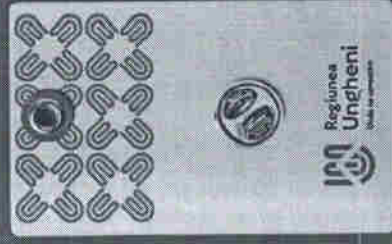


39

Regiunea Ungheni, județul Iași, România, Strada 27, Iași, România

Insignă

Poartă-și apă pentru a marca ocaziile și pentru ocazii casuale



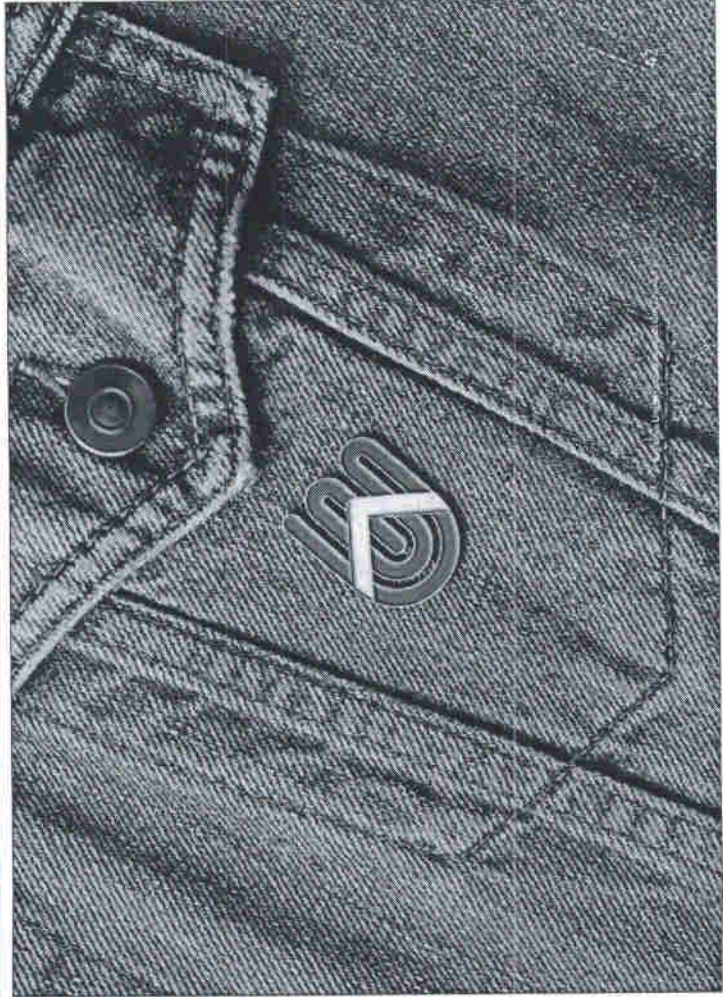
40

Regiunea Ungheni, județul Iași, România, Strada 27, Iași, România



41

Regiunea Ungheni, județul Iași, România, Strada 27, Iași, România



Genți și pungi

Culoarea specifică este respectată conținutul logoului



45

Regiunea Ungheni, unde ne conectăm. Brandul și regulile de utilizare

Recipiente pentru apă

Decorate prin logo monocrom sau ornament în culori



43

Regiunea Ungheni, unde ne conectăm. Brandul și regulile de utilizare

Genți și pungi



46

Regiunea Ungheni, unde ne conectăm. Brandul și regulile de utilizare

Articole de îmbrăcăminte

Logoul este plasat pe mărșă
sau frontal pe partea din spate a tricoului
Că și simbolului inițial din Ungheni



44

Regiunea Ungheni, unde ne conectăm. Brandul și regulile de utilizare

Transport

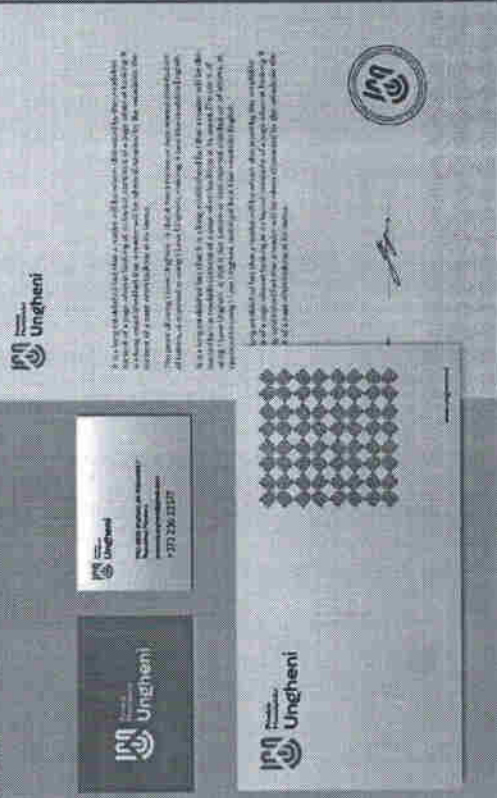
Aplicarea logoului și a ornamentului de brand



49

Regiunea Ungheni, unde ne adăpostim. Brandul și imaginea de utilizare

Birotică



47

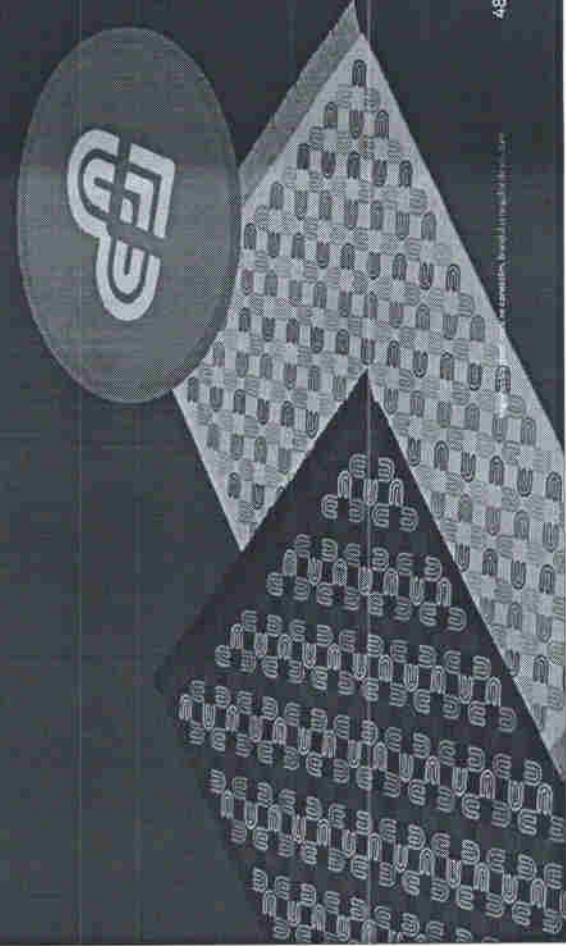
Regiunea Ungheni, unde ne adăpostim. Brandul și imaginea de utilizare

Cadru pentru număr de înmatriculare

Decorat cu ornamentul sub formă de brau



Covoare personalizate (cu utilizarea brandului)



50

Regiunea Ungheni, unde ne adăpostim. Brandul și imaginea de utilizare

48

Regiunea Ungheni, unde ne adăpostim. Brandul și imaginea de utilizare

Pavaj stradal



53

Publicitatea pe panotaj stradal



51

Stație de autobuz



54

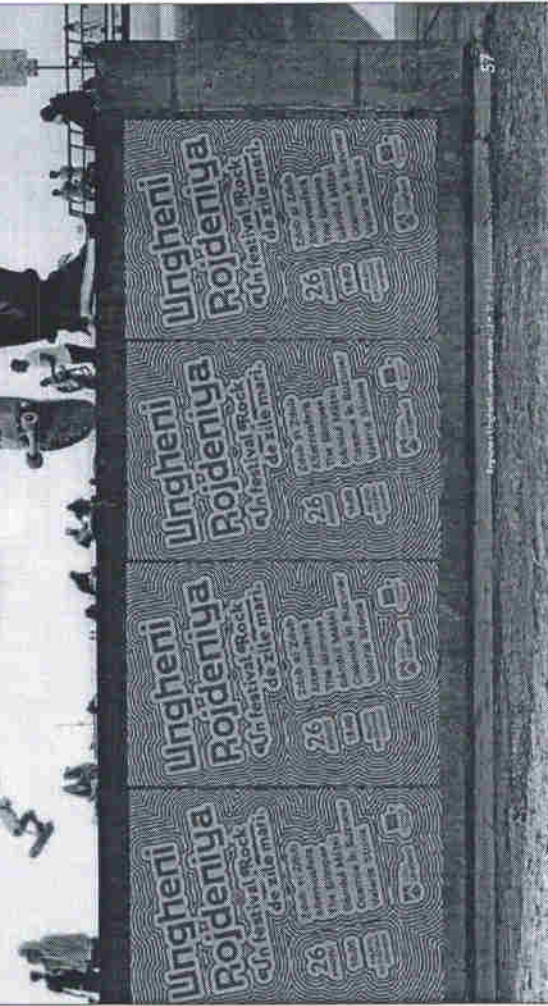
Capac de canalizare



52

Poster de eveniment

Executat prin echipa grafice



57

Mural ambiental

Executat în baza formelor logoului

Este unul dintre rarele cazuri când nu ci menționăm denumirea regiunii, fiind scrisă în evidență valoarea artistică a lucrării.

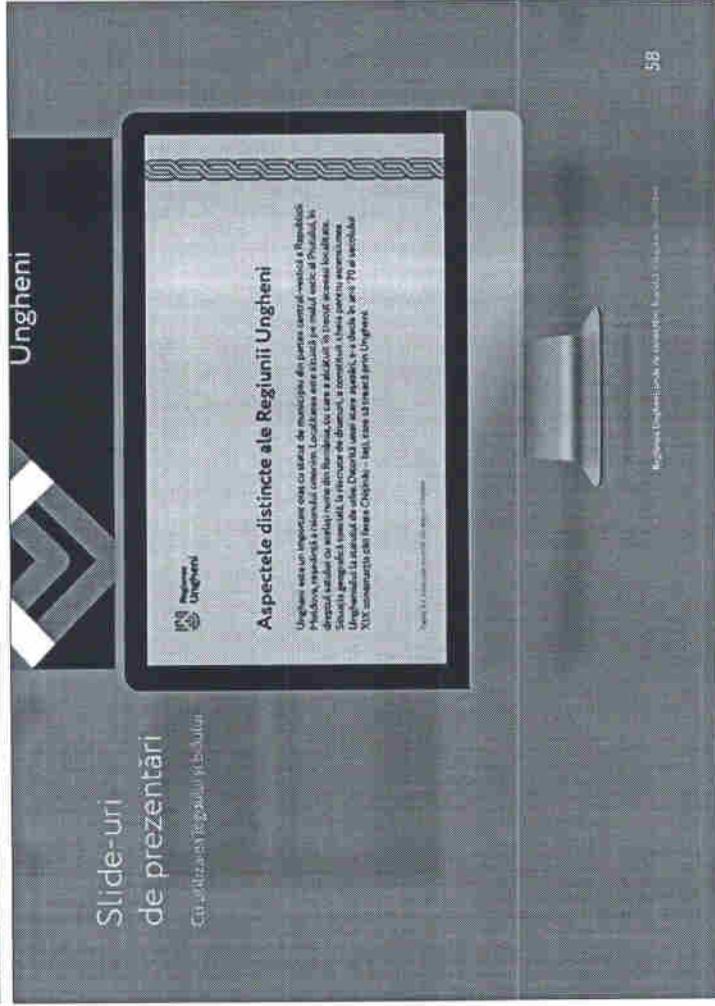
Este medijonant, în schimb, numele autorului.



55

Slide-uri de prezentări

Executat în baza logoului și simbolului



58

Roll-up și postere

Executat în baza logoului și simbolului

În cazul materialelor vizuale, ce conțin diverse mesaje și text, se recomandă aplicarea logoului în poziția sa originală, cu un ecou al poziției geografice a Regiunii Ungheeni.

Acwenia poziționarea a logoului este preferabilă, în mod special, în cazul roll-up-urilor și al posterei. Cu toate că se aplică în partea din dreapta, pe logoul se poate fi acceptat de fluxul de purtoare din țara membrilor respective.

Totul și toate materialele sunt alinate pe o axă verticală și se numără regiunii din logo.

Executat în baza logoului și simbolului



56

Stand expozițional

Modular și ușor de utilizat



59

Roșniștea Ungheni, unde ne împovășim. Brandul și imaginea de calitate

Webpage

Versionea desktop și versionea mobilă

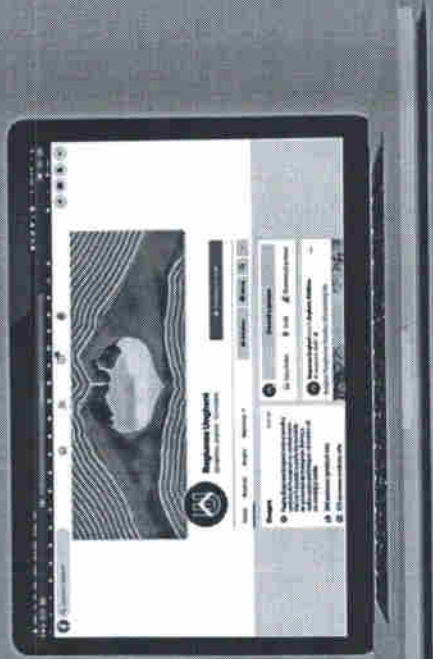


60

Roșniștea Ungheni, unde ne împovășim. Brandul și imaginea de calitate

Pagina de Facebook

Versionea desktop



61

Roșniștea Ungheni, unde ne împovășim. Brandul și imaginea de calitate

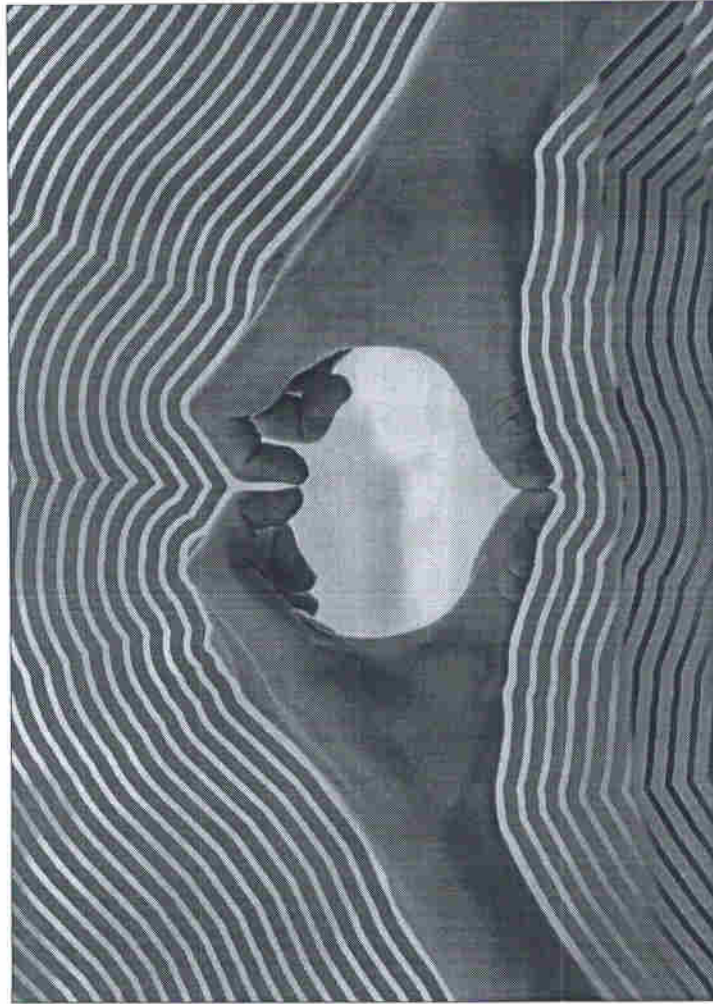
Pagina de Facebook

Versionea mobilă



62

Roșniștea Ungheni, unde ne împovășim. Brandul și imaginea de calitate



Pagina de Instagram

Poze și poze de profil

Regiunea Ungheni, Localitatea Ungheni, Strada 11 Iuliu Ceaușescu nr. 200-201

63

Produs cu drag în Regiunea Ungheni

Și în fiecare colț al țării producătorilor auto-regiunii

Regiunea Ungheni, Localitatea Ungheni, Strada 11 Iuliu Ceaușescu nr. 200-201

64