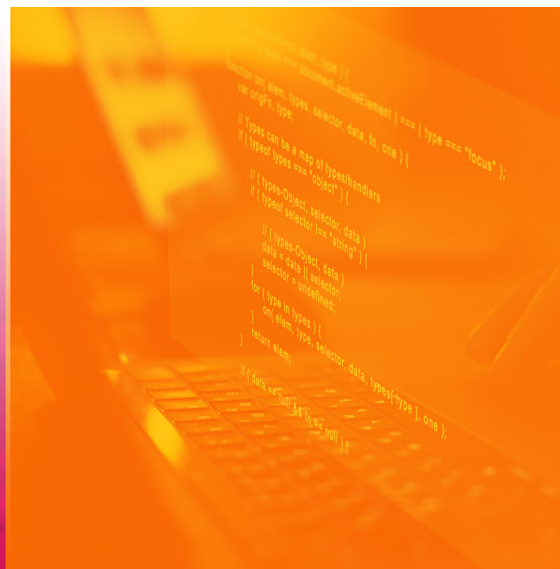




MANUALUL DE IDENTITATE VIZUALĂ PENTRU BRANDUL ECONOMIC AL JUDEȚULUI TIMIȘ

• INTRODUCERE	pag 3
• ELEMENTE DE IDENTITATE VIZUALĂ	
- logo	pag 4
- structură	pag 5
- coduri de culoare	pag 6
- grayscale și folosire la o culoare	pag 7
- reguli de utilizare variante permise	pag 8
- variante interzise de folosire	pag 9
- elemente grafice de susținere	pag 10
- fonturi	pag 11
• MACHETE PENTRU MATERIALE DE PROMOVARE	
PAPETĂRIE PERSONALIZATĂ	
- foaie de corespondență	pag 12
- carte de vizită	pag 15
- plicuri personalizate DL	pag 17
- plicuri personalizate C5	pag 19
- plicuri personalizate C4	pag 21
- semnătură email	pag 23
- desktop wallpaper	pag 24
- articole de papetărie	pag 25

MATERIALE DE PROMOVARE

- mapă tip dosar	pag 26
- flyer	pag 26
- poster	pag 27
- banner	pag 28
- panou outdoor	pag 29
- roll-up	pag 30
- produse inscripționate	pag 31
	pag 32

MATERIALE PROMOVARE ONLINE

- slide web	pag 33
- banner web	pag 34
- icon aplicație	pag 35

• ELEMENTE STRATEGIE BRAND	pag 36
----------------------------	--------

INTRODUCERE



Coordonatele grafice și semnificațiile identitare ale logo-ului:

Tema: Logo ilustrativ cu particularitățile de excelență ale economiei Județului Timiș.

Realizare: 4 pătrate alăturate, fiecare din ele conținând un semn grafic ce simbolizează un pilon de identitate economică, o notă identificată de excelență. Semnele grafice se întrepătrund pentru a comunica simbioza dintre ele. Pătratele sunt diferit colorate pentru a identifica mai ușor fiecare notă de excelență în parte prin atributele culorilor respective.

Culori: roșu, portocaliu, verde, albastru, griuri:

Roșu - culoare dinamică, puternică, intensă, definitorie pentru acțiune, ce evidențiază tradiția tehnică (industrială) a județului Timiș, prestigiul și influența sa economică.

Portocaliu - culoare dinamică, caldă, expansivă, veselă și creativă, ce subliniază rolul tehnologiei informației și comunicațiilor în consolidarea reputației economiei timișene, concentrarea de talente și mixul autentic de diversificare și specializare economică, propulsor al competitivității, calității și inovării.

Verde - culoare proaspătă, clară, ce proiectează idealul de economie verde și calitativă, mediul sănătos, cheia sustenabilității agriculturii județene și a fundamentării deciziilor de vizitare, rezidență și angajare în Timiș.

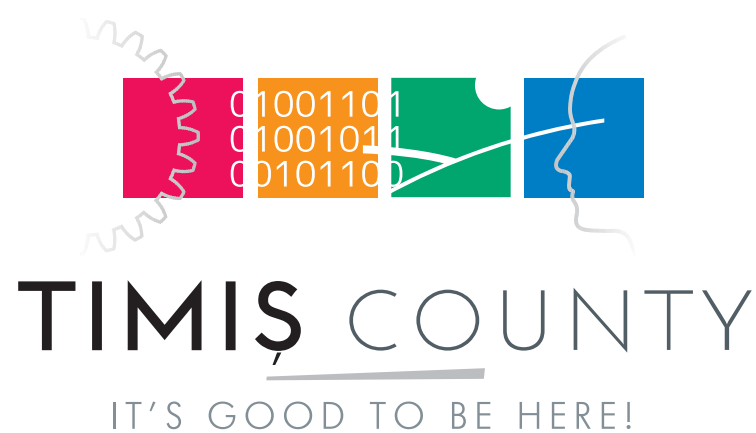
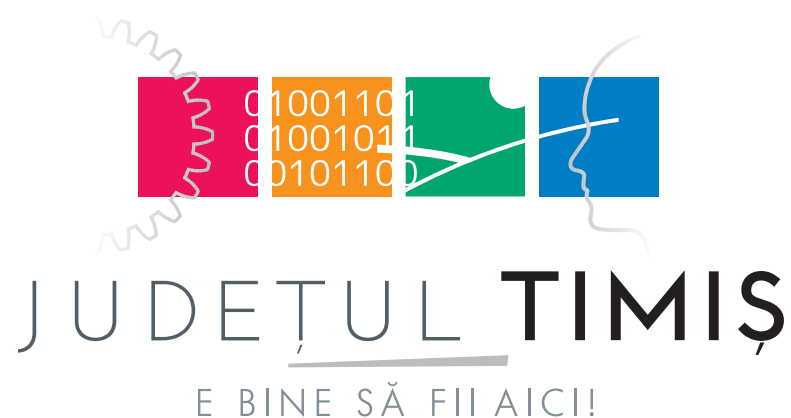
Albastru - culoare stabilă, riguroasă, ce evidențiază reziliența factorului uman direct productiv, precum și climatul favorabil de business.

Text: scris cu un font geometric, precis, riguros, pregnant vizual, cu accent pe numele județului, pentru o identificare ușoară.

Mesaj: Simbioza semnelor grafice este întărită de mesajul care însoțește logo-ul – **”E BINE SĂ FII AICI!”**, respectiv **”IT’S GOOD TO BE HERE!”** - fiind în același timp o stare (realitate) și un îndemn pentru stabilire și investiții în județ, expresie a bunăstării timișene.

Utilizare: Fiind un logo ilustrativ are avantajul de a comunica cu ușurință notele de excelență identificate. Fiind complex cu multe detalii necesită o folosire la dimensiuni mari și o întrebuințare de variante simplificate pentru dimensiunile mici.

LOGO



Logo-ul este compus din 4 elemente:

1. Partea de elemente grafice, ilustrative formată din cele 4 pătrate cu elementele vizuale descriptive la nivelul fiecărui domeniu:

- roata dințată pe pătrat roșu
- cod binar pe pătrat portocaliu
- sugestie de peisaj colinar însoțit pe pătrat verde
- profil uman pe pătrat albastru

Elementele grafice se suprapun parțial pentru a sugera legătura dintre cele 4 domenii de excelență

2. Textul cu denumirea județului în 2 limbi, font geometric, tehnic, prezent în 2 culori: gri albăstrui închis și negru

3. O linie de demarcație ascendentă, cu trimitere la creștere, dezvoltare; plasată între denumirea județului și slogan

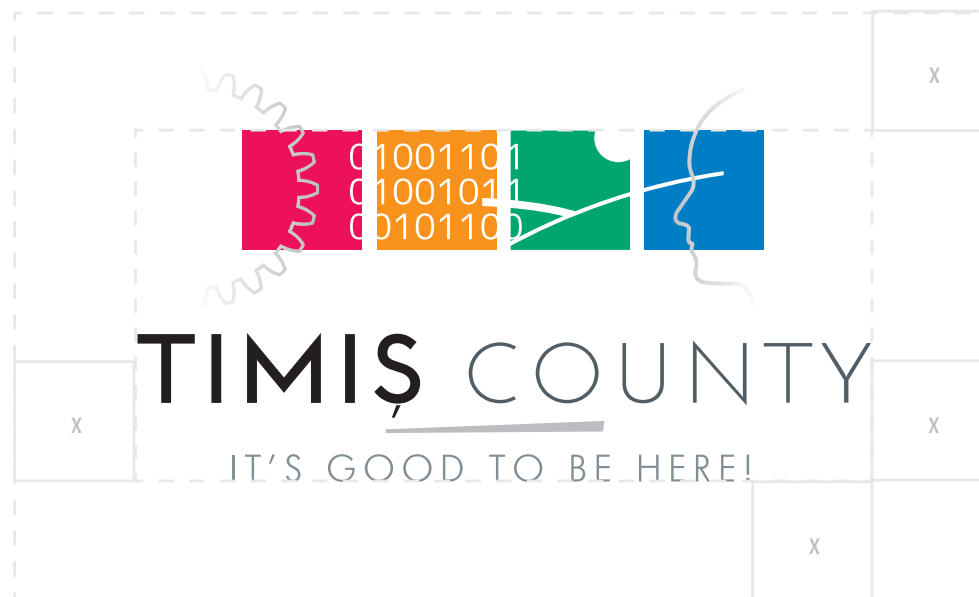
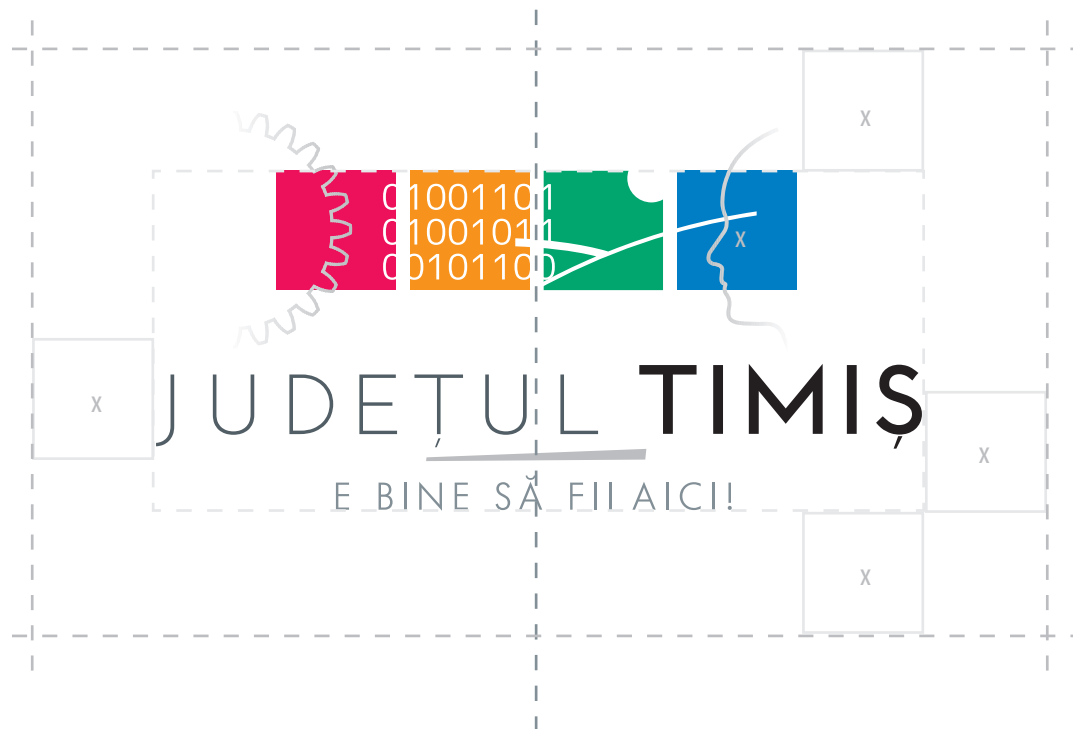
4. Sloganul, prezent în 2 limbi

Integritatea Logoului este dată de totalitatea celor 4 elemente care îl compun.

Se va folosi în limba necesară contextului, fără a se face combinații între cele 2 limbi.

Pentru cazul în care logoul necesită să fie folosit la dimensiuni foarte mici se va folosi varianta simplificată alăturată.

LOGO • STRUCTURĂ, SPAȚIU DE PROXIMITATE

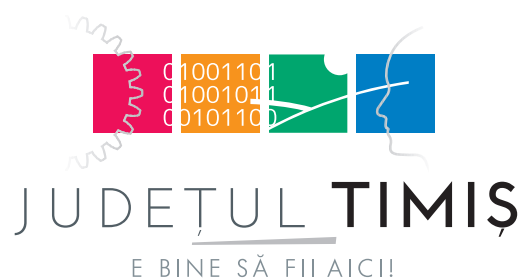


Logo-ul este ca și structură, simetric pe axa verticală, elementele sale se desfășoară unul sub altul centrat pe această axă.

Spațiul de proximitate minim necesar, spațiul liber în jurul său față de alte elemente grafice, este de dimensiunea unui pătrat. Rolul acestui spațiu necesar este de a asigura impactul maxim vizual al logo-ului.

Există o mică diferență în lungimea celor 2 variante de logo, datorată lungimii diferite a textului (de la o limbă la alta), regula distanței de proximitate de un pătrat se aplică la lungimea textului respectiv indiferent de varianta folosită.

LOGO • CODURI DE CULOARE



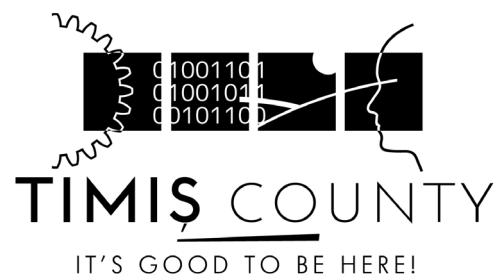
Codurile de culoare folosite sunt pentru

- CMYK,
- RGB,
- Pantone solid coated,
- Oracal serie 651

De menționat gradientul la roata dințată și la profil de la gri (negru 30%) la alb; în cazul în care se folosește culoare plină iar gradientul nu este posibil de realizat se va folosi ca excepție o tentă plată de gri (negru 30%)

						
CMYK						
C 0, M 100, Y 50, K 0	C 0, M 50, Y 100, K 0	C 100, M 0, Y 80, K 0	C 100, M 40, Y 0, K 0	C 15, M 0, Y 0, K 75	C 10, M 0, Y 0, K 50	C 0, M 0, Y 0, K 30
RGB						
R 224, G 5, B 67	R 252, G 114, B 22	R 0, G 130, B 78	R 0, G 87, B 157	R 61, G 64, B 64	R 176, G 180, B 182	R 204, G 205, B 207
Pantone Solid Color Coated						
P 199 C	P 151 C	P 340 C	P 293 C	P 446 C	P 444 C	P Cool Gray 5 C
Oracal Serie 651						
031	036	061	051	073	071	072
GrayScale						
K 70%	K 30%	K 50%	K 85%	K 75%	K 50%	K 30%

LOGO • TONURI DE GRI / O CULOARE



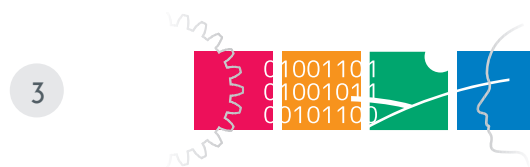
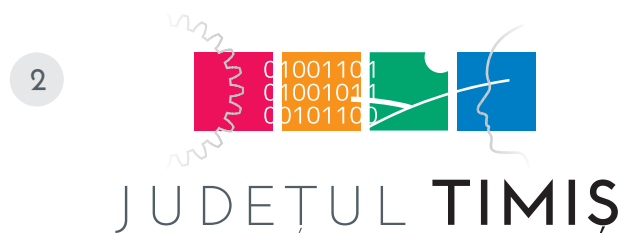
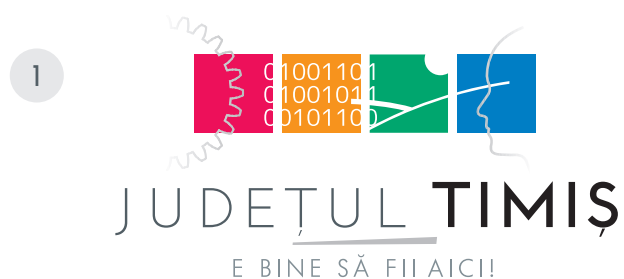
În cazul în care se necesită listarea pe imprimantă la o culoare se va folosi varianta de tonuri de negru, griuri (GrayScale).

Această variantă este utilizabilă și pentru orice culoare când se tipărește în culori Pantone Solid Color. În acest caz se recomandă realizarea unui contrast consistent cu hârtia.

Pentru folosire prin imprimare serigrafică plată la o culoare, tampografie sau plotare, frezare sau tăiere cu jet de apă/laser/plasmă se va folosi varianta de o culoare plată, variantă în care gradienturile existente sunt tratate ca formă plină.

Această variantă se folosește în pozitiv și negativ în funcție de contextul vizual pe care este pusă.

LOGO • REGULI DE UTILIZARE / VARIANTE PERMISE



Datorită complexității semnului grafic, acesta necesită să fie folosit la dimensiuni mari, în sensul că dimensiunea minimă acceptată de folosire trebuie să asigure lizibilitatea codului binar.

Variante permise de utilizare:

1. Logo integral

2. Logo fără slogan - se folosește doar ca element suplimentar, de fundal, nu poate substitui logoul integral.

3. Elementele grafice din logo - se folosesc doar ca element suplimentar, de fundal, nu pot substitui logoul integral, nu pot fi despărțite în elemente separate, se folosesc integral!

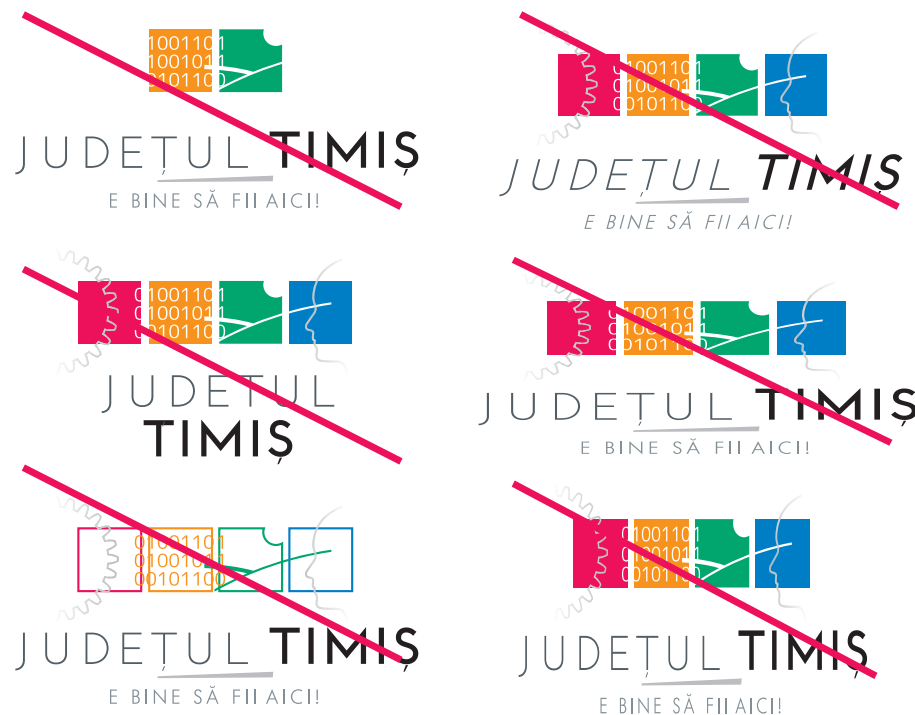
Varianta simplificată

În cazul în care se necesită folosirea la o dimensiune mai mică, ce nu mai permite lizibilitatea codului binar se va folosi varianta simplificată alăturată.

Dimensiunea minimă este dată de lizibilitatea sloganului.

În cazul în care se necesită o dimensiune și mai redusă, este permisă ca excepție folosirea variantei simplificate fără slogan. **Această variantă nu substituie logoul integral.**

LOGO • VARIANTE INTERZISE DE FOLOSIRE



Se interzic orice modificări, deformări, rotiri, suprapuneri ale logoului în folosire.

Se interzice orice folosire a elementelor grafice separat de logo, cu excepția variantelor permise express în acest caiet:

1. folosirea doar a câtorva elemente grafice
2. deformarea totală sau parțială a logo-ului
3. schimbarea formătărilor textului
4. deformarea pe orizontală
5. folosirea elementelor grafice în outline
6. deformarea pe verticală

Se aplică regulile de mai sus și variantei simplificate.

Se interzice:

1. marcarea a mai multor pătrate
2. marcarea altui pătrat în locul celui verde
3. folosirea a mai puține pătrate
4. deformarea de orice fel
5. rotirea a logoului când este singurul element prezent
6. folosirea elementelor grafice în outline

LOGO • ELEMENTE GRAFICE DE SUSȚINERE



Pentru a sublinia prezența logoului în materiale vizuale, elementele grafice ce fac parte din logo pot fi folosite în integralitatea lor ca elemente de fundal sau de suport; atât color, grayscale sau la o culoare într-o paletă deschisă de culori sau griuri după cum urmează:

- color - tonurile de culori de maxim 20%
- grayscale - tonuri de griuri de maxim 20%
- o culoare - maxim 10 %

Elementul grafic poate fi mărit, rotit, scos în marginea spațiului vizual fără a fi distorsionat - în așa fel încât să fie perceput ca întreg.

Nu pot fi folosite doar părți din el separat, trebuie respectată integritatea semnului grafic.

JUDEȚUL TIMIȘ
E BINE SĂ FII AICI!

Variantele simplificate se aplică aceeași regulă ca și celei complete!



TIMIȘ

FONTURI

J U D E Ţ U L **T I M I Ş**
E B I N E S Ă F I I A I C I !

JOSEFIN SANS REGULAR - UPPERCASE
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890

JOSEFIN SANS BOLD - UPPERCASE
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890

T I M I Ş

Text pe materiale vizuale:

Myriad Pro Light OTF
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ / abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Myriad Pro Regular OTF
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ / abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Myriad Pro Semibold OTF
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ / abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Fonturile folosite la partea de text a logoului sunt familia Josefin Sans, Regular și Bold. Pentru numele județului este folosită o variantă custom bold și de aceea se va folosi partea de curbe.

Pentru partea de slogan s-a folosit tot Josefin Sans Regular cu o spațiere (tracking) de 100.
E B I N E S A F I I A I C I !

Întrucât Josefin Sans nu are partea de diacritice pentru Europa de est, a fost construită vectorial căciulița la “ș”.

Se recomandă folosirea curbelor puse la dispoziție.

Denumirea județului pentru varianta simplificată este tot cu Josefin Sans Bold, partea de “ș” este construită vectorial.

Se recomandă folosirea curbelor puse la dispoziție.

Pentru textul aferent materialelor vizuale se va folosi familia de fonturi Myriad Pro OTF:

• Titluri - Semibold - 14 pt.

• Text - Regular sau Light - max 12 pt, alegerea se va face în funcție de printer sau tehnologie de printare astfel: pentru rezoluție foarte bună - Light, pentru rezoluție standard sau slabă - Regular.

FOAIA DE CORESPONDENȚĂ (coobranding CJT)





JUDEȚUL TIMIȘ
E BINE SĂ FII AICI!

ROMÂNIA • JUDEȚUL TIMIȘ • CONSILIUL JUDEȚEAN

Modele foaie corespondență
întâmpinare





JUDEȚUL TIMIȘ
E BINE SĂ FII AICI!

ROMÂNIA • JUDEȚUL TIMIȘ • CONSILIUL JUDEȚEAN

(structura funcțională din cadrul CJT care întocmește documentul)
Nr. _____

(antet corespondență)

PALATUL ADMINISTRATIV, B-dul. Revoluției din 1989 nr. 17, Timișoara, RO 300
Tel: 0256 406 300, 0256 406 400, 0256 406 500; Fax: 0256 406 306;
Adresă de e-mail: cjt@cjtis.ro; Adresă web: www.cjtis.ro

Model foaie corespondență
continuare



**ROMÂNIA
JUDEȚUL TIMIȘ
CONSILIUL JUDEȚEAN**

(structura funcțională din cadrul CJT care întocmește documentul)
Nr. _____

(antet corespondență)



JUDEȚUL TIMIȘ
E BINE SĂ FII AICI!

PALATUL ADMINISTRATIV, B-dul. Revoluției din 1989 nr. 17, Timișoara, RO 300034;
Tel: 0256 406 300, 0256 406 400, 0256 406 500; Fax: 0256 406 306;
Adresă de e-mail: cjt@cjtis.ro; Adresă web: www.cjtis.ro

Inserarea brand-ului pe foaia de corespondență a CJT se va face conform următoarelor principii:

- Brandul va fi montat central în partea de sus, aliniat la oglinda paginii, va fi inserat în header-ul pagini.

Prima pagină dintr-un document (Foaia de întâmpinare) are 2 variante posibile spre utilizare, diferența constă doar în înlocuirea liniei tricolore de sub steme și brand, cu o linie gri; variantă necesară din perspectiva existenței unui exces de culoare ce duce la o competiție nedorită în percepție între elementele header-ului ca ansamblu. Linia gri are rolul de a lăsa accentul pe cele 3 elemente principale; stemele și brandul. Această variantă este recomandată spre folosire.

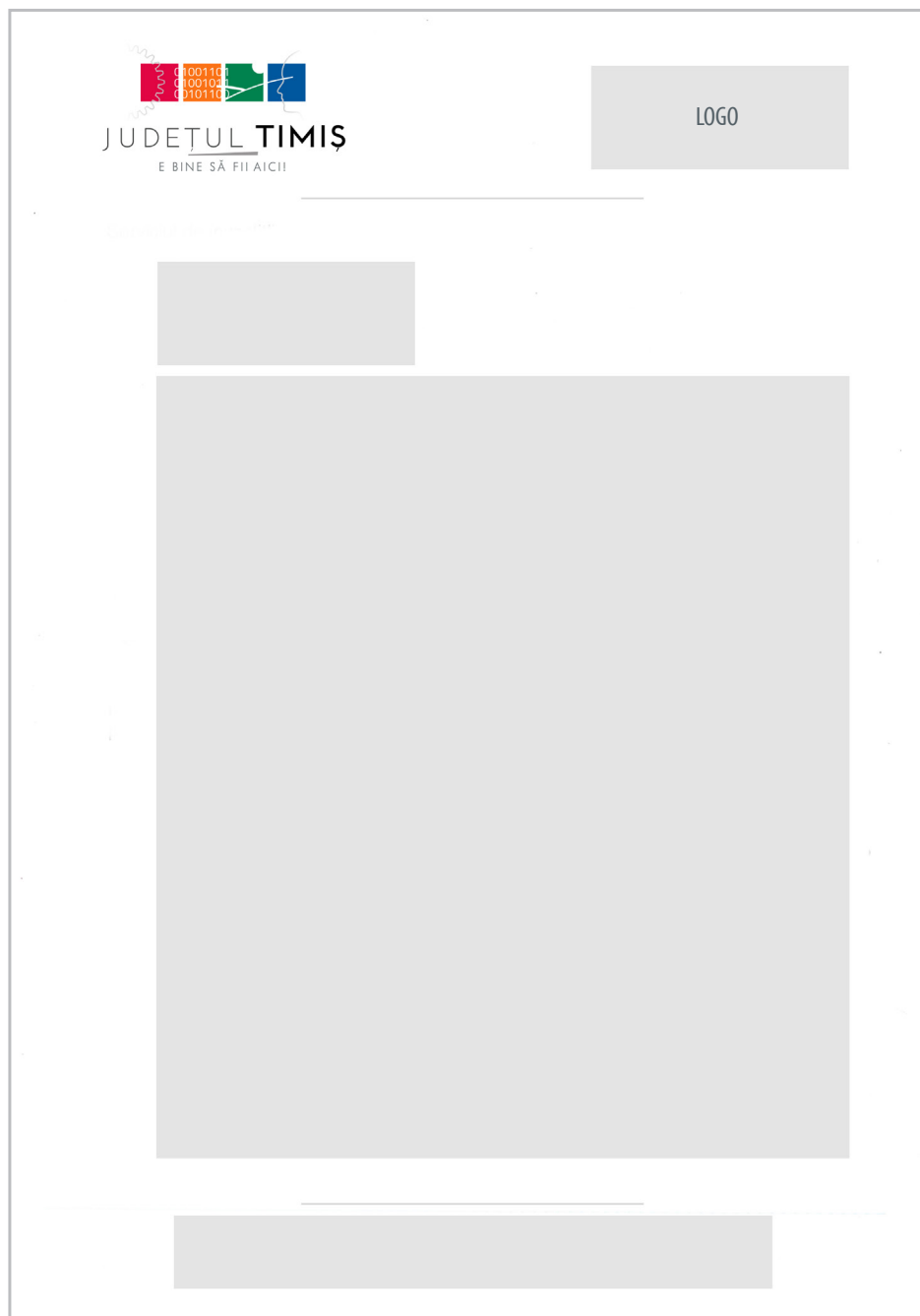
Pentru documente ce necesită mai multe pagini se poate folosi o pagină de continuare, în care brand-ul este folosit ca element de fundal.

- Va fi folosit în variantă color, doar în cazul în care nu se poate lista documentul decât pe imprimante alb/negru, se va folosi în variantă de tonuri de gri /grayscale sau la negru, și doar pentru documentele listate.

- Stema României și stema Județului Timiș, vor fi plasate în partea stânga sus și respectiv dreapta sus conform structurii în uz, alinierea dintre cele 2 logouri fiind la simeza de sus cu elementele pătrate din brand.

Aceste variante vor fi utilizate exclusiv pentru documentele CJT.

FOAIA DE CORESPONDENȚĂ (coobranding)



Inserarea brand-ului pe o foaie de corespondență se va face conform următoarelor principii:

- brandul va fi montat în partea stânga sus aliniat la oglinda paginii, va fi inserat doar în header-ul paginii.
- va fi folosit în variantă color, doar în cazul în care nu se poate lista documentul decât pe imprimantă alb/negru, se va folosi în variantă de tonuri de gri /grayscale sau la negru, și doar pentru documentele listate.
- logoul instituției sau companiei, va fi plasat în partea dreaptă sus, alinierea dintre cele 2 logouri fiind centrată pe orizontală.

Foaia de corespondență va fi identică ca structură pentru ambele limbi.



FOAIA DE CORESPONDENȚĂ (brand)

45 mm



JUDEȚUL TIMIȘ
E BINE SĂ FII AICI!

25 mm

10 mm

20 mm

Titlu
- Myriad Pro Regular OTF 14 pt, leading 16.8 pt culoare Black

Text: Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.

TEXT:
Myriad Pro Light OTF: 10 pt, leading 12 pt, culoare Black 80%, Paragraf Justify with last line aligned left.
Tab: Left justified tab x 10 mm.

Footer:
Nume institutie: Myriad Pro Regular OTF 9pt, leading 11 pt, Culoare Black, Paragraf align center.
Adresa: Myriad Pro Light OTF 9pt, leading 11 pt, Culoare Black 80%. Paragraf align center.

Consiliul Județean Timiș

Bulevardul Revoluției din 1989 nr.17, Timișoara, cod poștal 300034, județul Timiș, România
Tel: +40 256 406 300, +40 256 406 400, +40 256 406 500
E-mail: cjt@cjtimis.ro

38 mm

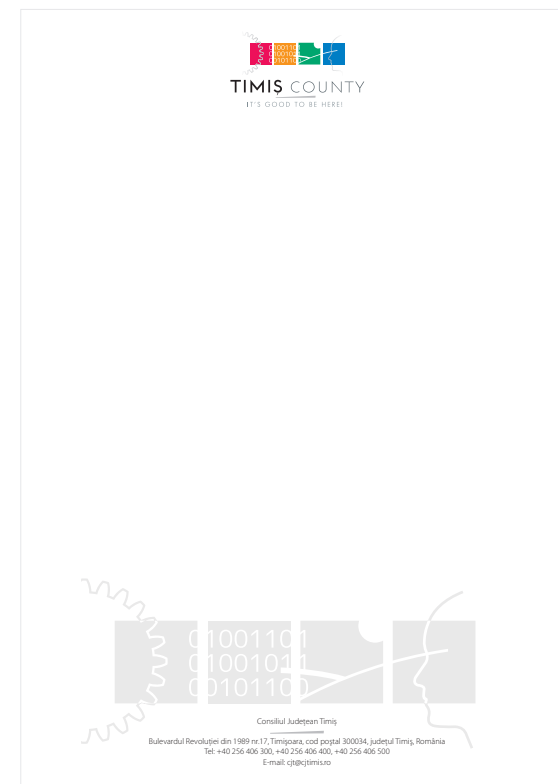
Foaia de corespondență este pe format A4, este identică ca structură pentru ambele limbi.

Este formată din 3 elemente: logo; element de fundal; informație footer.

Oglinda paginii este de 25 mm stânga, 45 mm sus, 20 mm dreapta și 38 mm jos. Se dorește o pagina aerisită în care textul permite o vizualizare bună a elementelor componente.

Nu necesită bleed fiind ușor de tipărit în policromie.

Se recomandă tipar offset policromie pe hârtie cu filigran albă de 100 gr (ex. Conqueror Laid Ultra White)



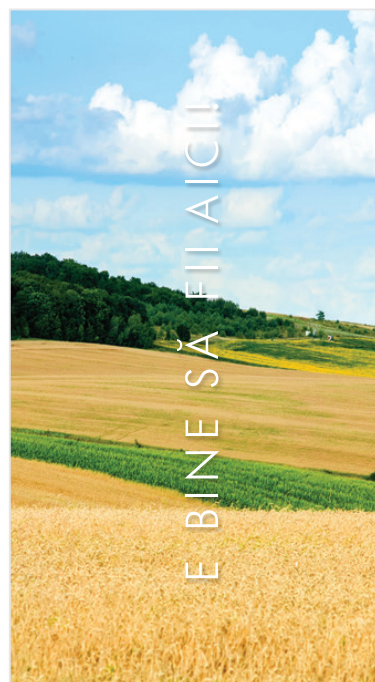
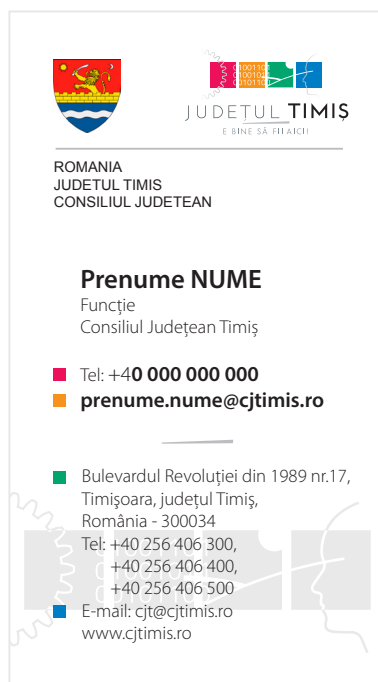
CARTE DE VIZITĂ (coobranding CJT)



recto
orizontal



verso
orizontal



Cartea de vizită CJT respectă structura foii de corespondență în sensul că brandul este întotdeauna plasat în colțul dreapta sus, iar logoul instituției este prezent în partea stângă sus, aliniat la oglinda paginii.

Această variantă este utilizată exclusiv pentru CJT.

Cartea de vizită poate fi folosită în abele variante atât pe orizontală cât și pe verticală, se recomandă ca diferența dintre ele să fie justificată în funcție de nivel de reprezentare cu prioritate cu prioritate pentru varianta pe verticală.

Brandul este folosit întotdeauna color.

Elementul de fundal este folosit în varianta gri: negru 10 %.

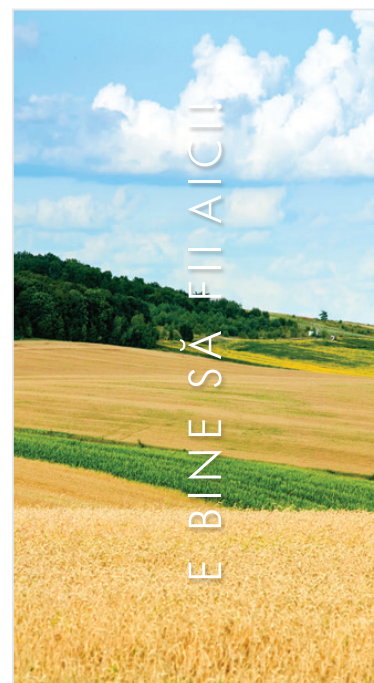
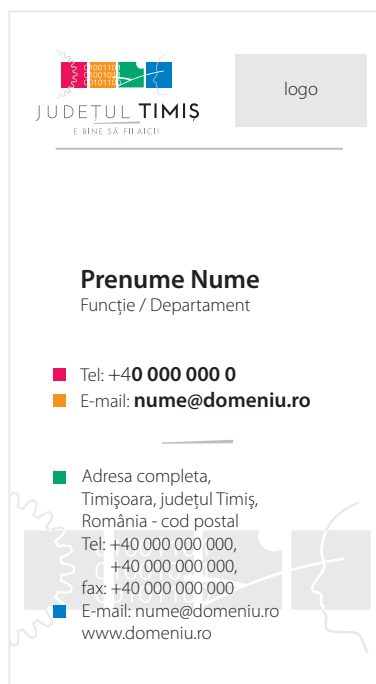
CARTE DE VIZITĂ (coobranding)



recto
orizantal



verso
orizantal



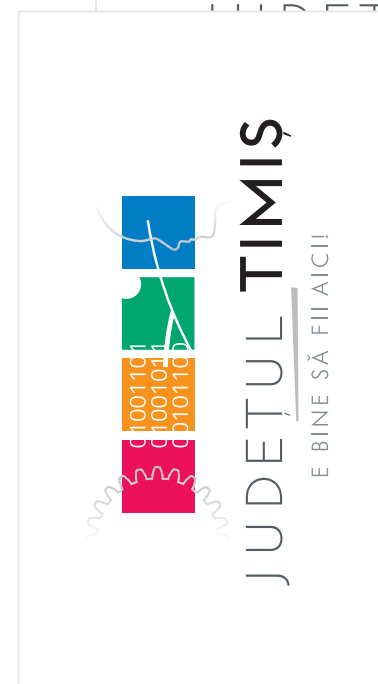
Cartea de vizită respectă structura foii de corespondență în sensul că brandul este întotdeauna plasat în colțul stânga sus, iar logoul instituției/companiei este prezent în partea dreaptă sus, aliniată la oglinda paginii.

În cazul în care brandul este adăugat unei cărți de vizită fără a se putea modifica design-ul acestuia, se va lista pe spate, singur plasat central respectând spațiul minim de proximitate.

Brandul este folosit întotdeauna color.

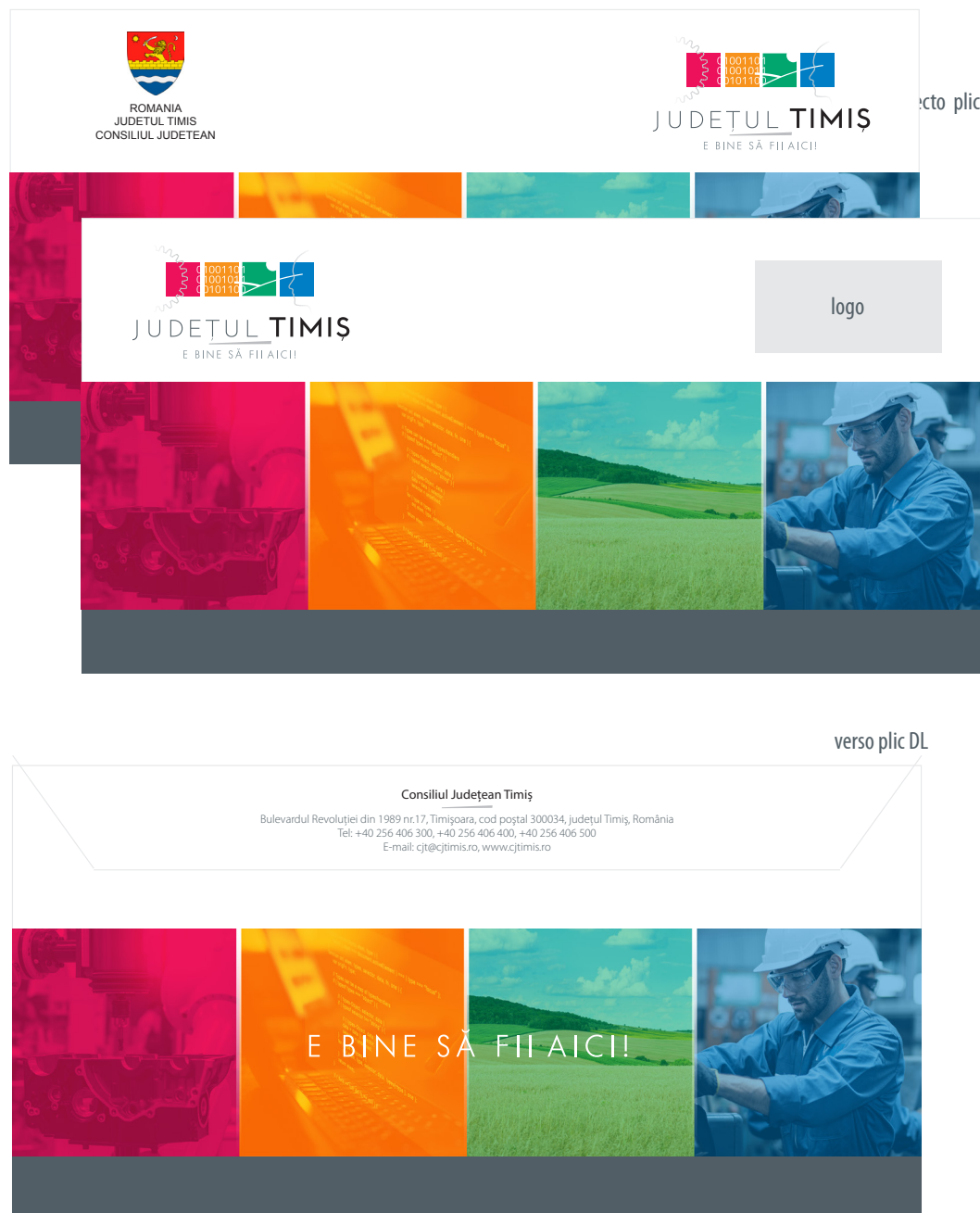


verso
orizantal



verso
vertical

PLIC PERSONALIZAT DL (coobranding)



Plicurile personalizate format DL în coobranding vor conține nu mai mult de 2 logouri din care brand-ul este primul aliniat în stânga sus, iar cel al instituției sau companiei este aliniat în dreapta sus, respectând oglinda paginii și spațiul de proximitate a celor 2 logouri.

Plicul conține 6 elemente: brand, logo instituție/companie, imaginea de suport pe recto și adresa, imagine de suport și slogan pe verso. Adresa se va tipări pe clapeta plicului unde nu vor fi prezente logouri.

• Pentru CJT se va folosi excepția de schimbare a poziției logourilor între ele.

Formatele uzuale sunt DL, TC5, LC4.

Font:

Denumire instituție: Myriad Pro Regular - 9 pt.

Adresă: MyriadPro Light - 8 pt, leading 10 pt.

PLIC PERSONALIZAT DL (brand)

Plicurile personalizate conțin 5 elemente: logo, imaginea de suport recto și adresa, imagine de suport și slogan pe verso. Adresa se va tipări pe clapeta plicului.

recto plic DL

Formatele uzuale sunt DL, TC5, LC4.

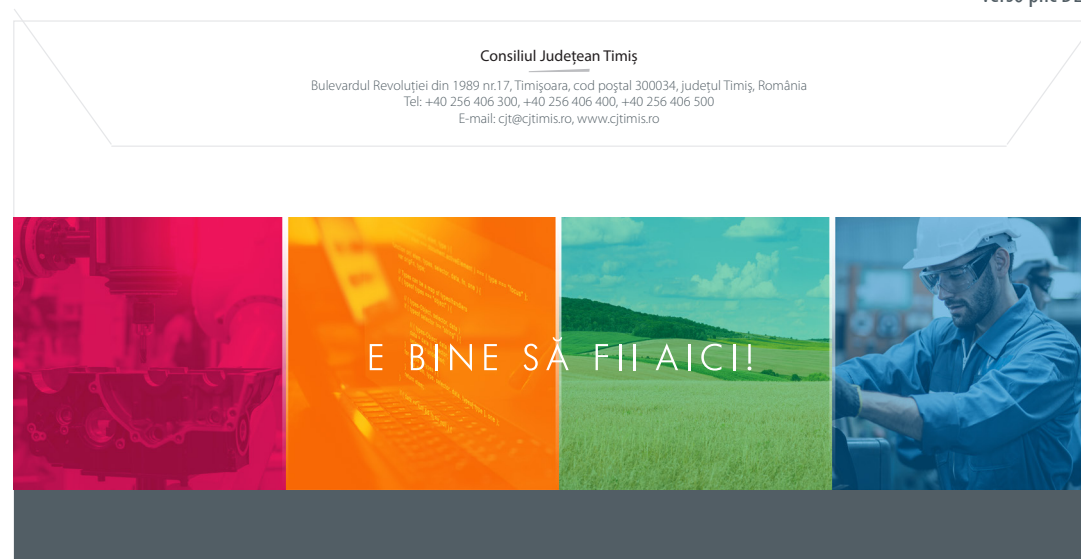
Font:

Denumire instituție: Myriad Pro Regular - 9 pt.

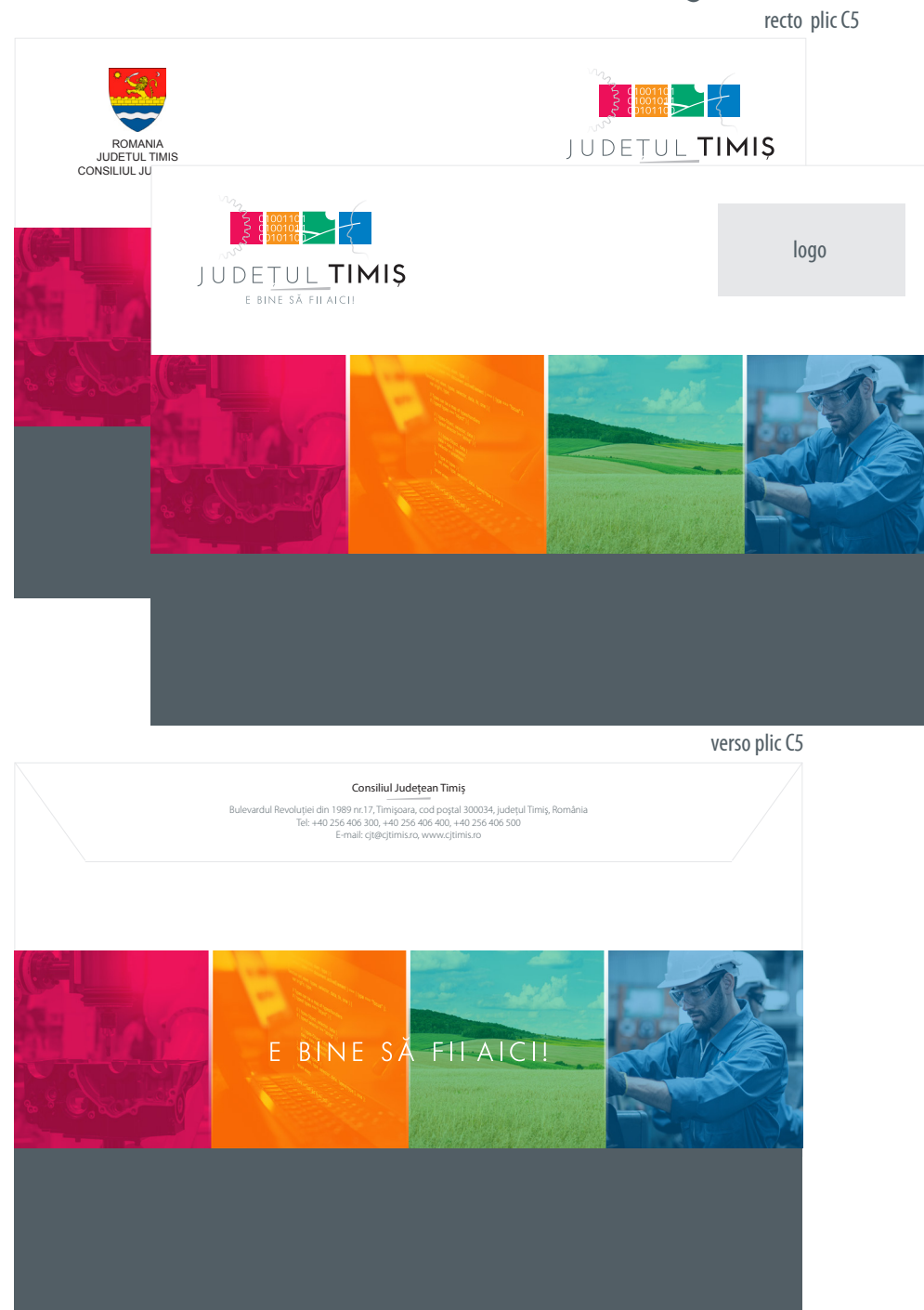
Adresă: MyriadPro Light - 8 pt, leading 10 pt.



verso plic DL



PLIC PERSONALIZAT C5 (coobranding)



Plicul personalizat C5 conține 6 elemente: brand, logo, imaginea de suport recto și adresa, imagine de suport și slogan pe verso. Adresa se va tipări pe clapeta plicului.

În cazul în care se folosesc formate derivate ale C5, se adaptează design-ul conform principiilor de mai jos:

1. Logo rămâne la aceeași dimensiune și la aceeași înălțime față de marginea de sus, se aliniază stânga sus în oglinda paginii și se respectă spațiul de proximitate necesar.

• Pentru CJT se va folosi excepția de schimbare a poziției logourilor între ele.

2. Imaginea de suport se mărește proporțional pentru a ajunge până la marginile laterale, poziționarea față de marginea de sus rămâne neschimbată recto/verso.

3. Sloganul pe verso este centrat orizontal și vertical pe imaginea suport, dimensiunea sa rămâne neschimbată.

Font:

Denumire instituție: Myriad Pro Regular - 9 pt.

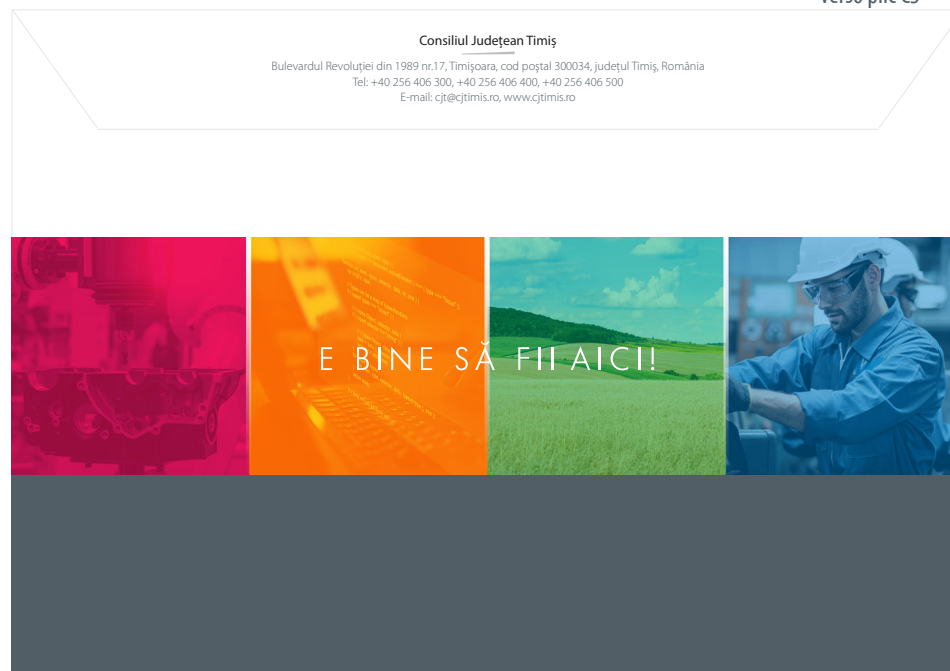
Adresă: MyriadPro Light - 8 pt, leading 10 pt.

PLIC PERSONALIZAT C5 (brand)

recto plic C5



verso plic C5



Plicul personalizat C5 conține 5 elemente: logo, imaginea de suport recto și adresa, imagine de suport și slogan pe verso. Adresa se va tipări pe clapeta plicului.

În cazul în care se folosesc formate derivate ale C5, se adaptează design-ul conform principiilor de mai jos:

1. Logo rămâne la aceeași dimensiune și la aceeași înălțime față de marginea de sus, se centrează pe vertical.
2. Imaginea de suport se mărește proporțional pentru a ajunge până la marginile laterale, poziționarea față de marginea de sus rămâne neschimbată recto/verso.
3. Sloganul pe verso este centrat orizontal și vertical pe imaginea suport, dimensiunea sa rămâne neschimbată.

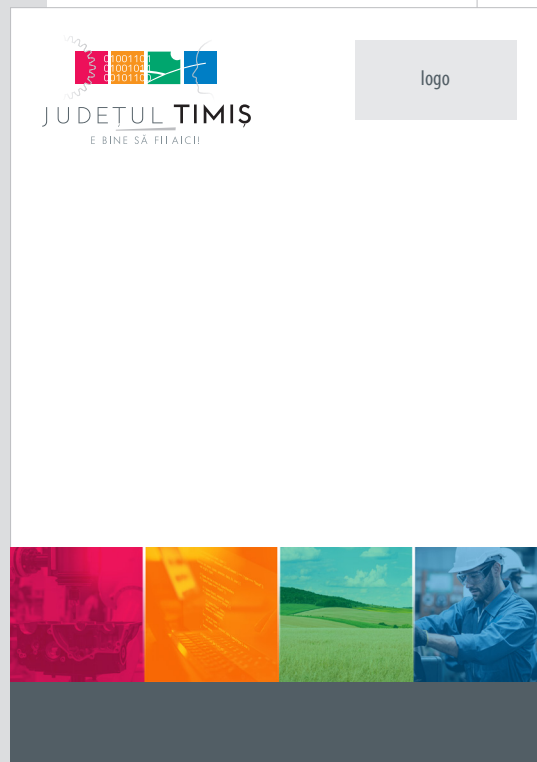
Font:

Denumire instituție: Myriad Pro Regular - 9 pt.

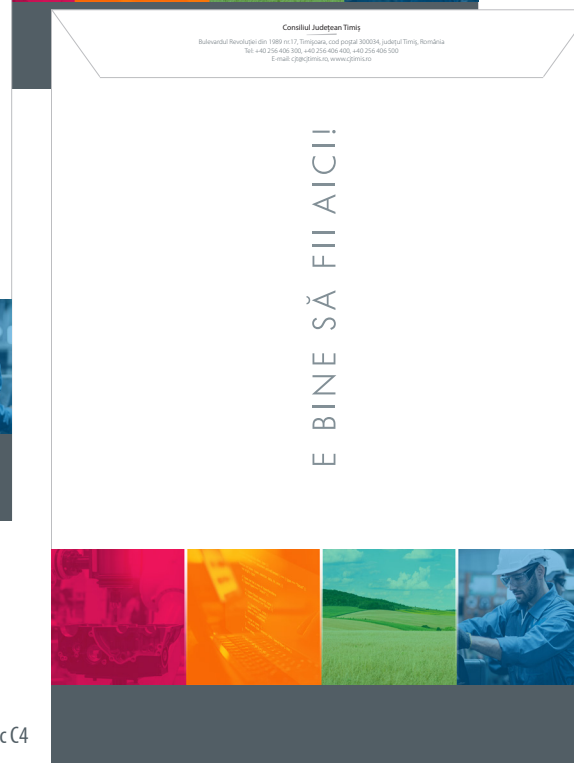
Adresă: MyriadPro Light - 8 pt, leading 10 pt.

PLIC PERSONALIZAT C4 (coobranding)

recto plic C4



verso plic C4



Plicul personalizat C4 conține 6 elemente: brand, logo, imaginea de suport recto și adresa, imagine de suport și slogan pe verso. Adresa se va tipări pe clapeta plicului.

În cazul în care se folosesc formate derivate ale C4, se adaptează design-ul conform principiilor de mai jos:

1. Logo rămâne la aceeași dimensiune și la aceeași înălțime față de marginea de sus, se aliniază stânga sus în oglinda paginii și se respectă spațiul de proximitate necesar.

• Pentru CJT se va folosi excepția de schimbare a poziției logourilor între ele.

2. Imaginea de suport se mărește proporțional pentru a ajunge până la marginile laterale, poziționarea față de marginea de sus rămâne neschimbată recto/verso.

3. Sloganul pe verso este centrat vertical pe plic, dimensiunea sa rămâne neschimbată.

Font:

Denumire instituție: Myriad Pro Regular - 9 pt.

Adresă: MyriadPro Light - 8 pt, leading 10 pt.

PLIC PERSONALIZAT C4

recto plic C4



verso plic C4

Consiliul Județean Timiș
Bulevardul 17, Timișoara, cod poștal 300084, Județul Timiș, România
406.300, +40.256.406.400, +40.256.406.500
mail: cja@cjtimiso.ro, www.cjtimiso.ro

E BINE SĂ FII AICI!



Plicul personalizat C4 conține 5 elemente: logo, imaginea de suport recto și adresa, imagine de suport și slogan pe verso. Adresa se va tipări pe clapeta plicului.

În cazul în care se folosesc formate derivate ale C4, se adaptează design-ul conform principiilor de mai jos:

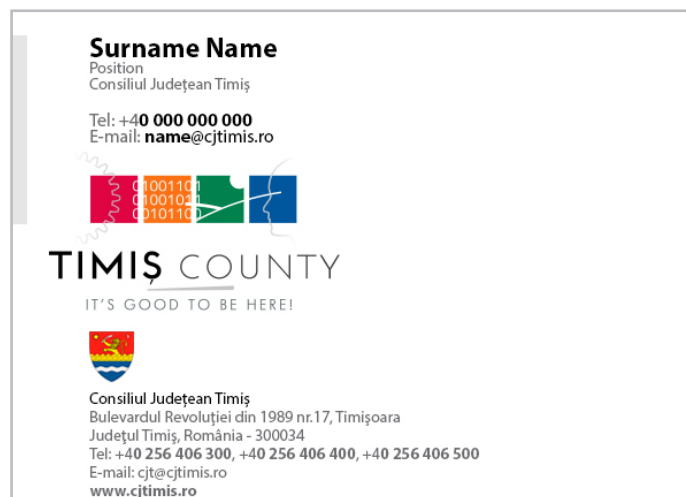
1. Logo rămâne la aceeași dimensiune și la aceeași înălțime față de marginea de sus, se centrează pe vertical.
2. Imaginea de suport se mărește proporțional pentru a ajunge până la marginile laterale, poziționarea față de marginea de sus rămâne neschimbată recto/verso.
3. Sloganul pe verso este centrat vertical pe plic, dimensiunea sa rămâne neschimbată.

Font:

Denumire instituție: Myriad Pro Regular - 9 pt.

Adresă: MyriadPro Light - 8 pt, leading 10 pt.

SEMNĂTURA EMAIL



Semnătura email va conține o bandă laterală stânga pentru marcare a informațiilor importante; nume; funcție și departament; brandul, logoul instituției/companiei, adresa instituției/companiei.

Numele este cu font Myriad Pro Bold de culoare neagră de 24 pt cu leading de 24 pt.

Funcția și departamentul este cu font Myriad Pro Regular de culoare Negru 70%, de 14 pt cu leading de 14 pt, aliniere la stânga.

Datele de contact (tel și email) este cu Myriad Pro Bold Negru de 16 pt. cu leading de 14 pt.

Adresa este cu Myriad Pro Regular, negru 70% de 14 pt cu leading de 16 pt. iar numerele de telefon și adresa web este cu varianta Bold.

DESKTOP WALLPAPER



Desktop Wallpaper la rezoluția: 1920 x 1200 px pentru desktop și 1200 x 2700 px pentru mobile.

Realizat pentru folosirea în instituții pe monitoarele calculatoarelor, ca imagine de fundal desktop sau screen saver.

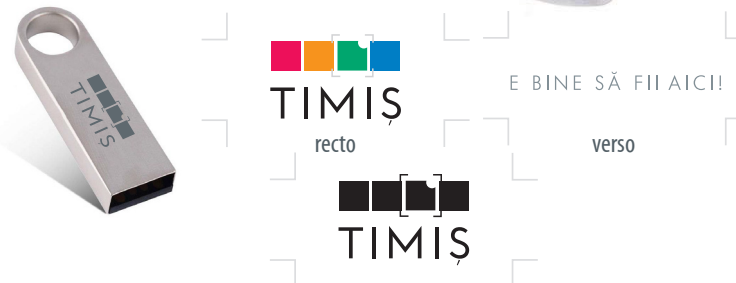
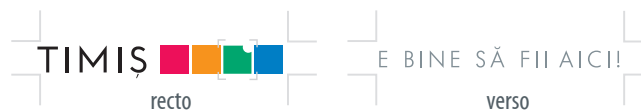
Scopul este de a marca existența în circulație și folosirea a brandului de către instituția respectivă.

La nivel de slogan, apare un cuvânt în plus (întotdeauna / always) care are rolul de a accentua sloganul, de a reevalua mesajul acestuia.

La finalul sloganului se va folosi semnul exclamării în italic pentru a oferi un accent.

E ÎNTOTDEAUNA BINE SĂ FII AICI!
IT'S ALWAYS GOOD TO BE HERE!

ARTICOLE DE PAPETĂRIE



Modele pentru diverse articole de papetărie:

- Pix personalizat - se va realiza prin print color direct pe pix sau prin gravare pe pixuri metalice. Se va folosi logoul simplificat conform modelului alăturat. Se recomandă pixuri albe sau metalice pentru a se asigura un contrast ridicat.

- Memory stick USB personalizat - imprimat color sau gravat pe suport metalic, va avea 2 părți logo-ul pe partea recto și doar sloganul pe verso, conform modelului alăturat. Se va folosi logoul simplificat.

- Portcard personalizat - pe suport metalic se va imprima color sau prin gravare cu laser. Se va folosi logoul complet conform modelului de mai jos.

MAPĂ TIP DOSAR



Machete pentru diverse categorii de materiale de promovare tipărite, online și papetarie personalizată:

Mapa tip dosar este realizată pentru documente A4 cu o grosime de 5 mm și un buzunar special construit pentru a păstra documentele inserate.

Model de structurare a materialului.

Se va tipări offset pe cartoane dublu cretate albe de 350 gr. se va ștanța pentru formarea clapetelor și va avea pe exterior folie mată de protecție. Pentru un accent suplimentar dat logoului se poate tipări cu lac UV lucios peste folia mată logoul.

Pe copertile 2 și 3 se poate introduce text conform schiței alăturate cu font:

Titlu: Myriad Pro Regular - 14 pt, culoare Black 100%

Myriad Pro Light OTF: 12 pt, leading 14 pt, culoare Black 80%, Paragraf Justify with last line aligned left.

Tab: Left justified tab x 10 mm.

PLIANT / FLYER



Pliante sau fluturași sunt realizate pe formatul standard de A4 pliat în 3 sau 10 x 21 cm.

Se va tipări offset pe hârtie dublu cretată albă de 200 gr. policromie pe ambele fețe, se va lăcui pentru protecție cu lac mat, pliantul se va bigui și fâltui.

Coperta 1 și paginile interioare de la pliant sunt baza de lucru pentru flyer:

Titlu: Myriad Pro Regular - 14 pt, culoare Black 100%

Text: Myriad Pro Light OTF: 10 pt, leading 12 pt, culoare Black 80%, Paragraf Justify with last line aligned left.

Tab dacă este nevoie: Left justified tab x 7 mm.

În cazul în care textul pentru pliant sau flyer este scurt, se recomandă ca să nu fie montat peste imagini, sau să fie prezent cât mai puțin peste imagine.

Pentru a fi lizibil textul s-a folosit un dreptunghi negru cu transparență de 15%. În cazul în care nu este text peste imagine, se renunță la dreptunghiul transparent.

Imaginea este generică, poate fi înlocuită cu imagini necesare în cadrul formei existente, după caz.

POSTER



Poster: formate A3, A2, 50 x 70 cm, conține brand, logo, imagine de suport, titlu, text, adresă în footer.

Structura este bazată pe aliniere centrală pe verticală.

Textul este centrat pe verticală:

Titlu: Myriad Pro Bold - 60 pt, leading 72 pt, culoare Black 100%.

Text: Myriad Pro Light OTF: 32 pt, leading 38 pt, culoare Black 80%, Paragraf Justify with last line aligned center.

Tab dacă este nevoie: Left justified tab x 20 mm.

Imaginea este generică, poate fi înlocuită cu imagini necesare în cadrul formei existente, după caz.

BANNER

Banner - format 4 x 1,2 m, sau proporțional se va lista color pe fundal alb.

Structura sa este simplă, pentru a pune în evidență cât mai bine semnul grafic și mesajul scris.

Textul este cu font Myriad Pro Bold de culoare alb, aliniere centrată pe vertical, iar mărimea sa se va ajusta în funcție de lungimea textului, numărul de rânduri, etc.

Dreptunghiul gri închis poate fi înlocuit cu imagini necesare în cadrul formei existente, după caz, cu condiția respectării unui contrast suficient pentru ca textul alb să fie pregnant vizual.



PANOU sau WALL

Panou - format 4 x 3 m, sau mărimi în această proporție.

Structura sa este simplă, elementele sunt centrate pe axa verticală.

Titlul este cu Myriad Pro Bold de culoare albă, mărimea se va stabili în funcție de lungimea textului.



ROMANIA
JUDEȚUL TIMIȘ
CONSILIUL JUDEȚEAN

Textul este cu font Myriad Pro Regular de culoare negru 30%, aliniere centrată pe vertical, iar mărimea sa se va ajusta în funcție de lungimea textului, numărul de rânduri, etc.

Imaginea este generică, poate fi înlocuită cu imagini necesare în cadrul formei existente, după caz.

Titlu - Lorem ipsum dolor sit

Cepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.

Un brand al Consiliului Județean Timiș

ROLL-UP



Titlu - Myriad Pro Bold OTF 60 pt, leading 72 pt culoare Black

CEPTUR SINT OCCAECAT CUPIDATAT NON PROIDENT, SUNT IN CULPA QUI OFFICIA DESERUNT MOLLIT ANIM ID EST LABORUM.

LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET, CONSECTETUR ADIPISCING ELIT, SED DO EIUSMOD TEMPOR INCIDIDUNT UT LABORE ET DOLORE MAGNA ALIQUA. UT ENIM AD MINIM VENIAM, QUIS NOSTRUD EXERCITATION ULLAMCO LABORIS NISI UT ALIQUIP EX EA COMMODO CONSEQUAT. DUIS AUTE IRURE DOLOR IN REPREHENDERIT IN VOLUPTATE VELIT ESSE CILLUM DOLORE EU FUGIAT NULLA PARIATUR. EXCEPTEUR SINT OCCAECAT CUPIDATAT NON PROIDENT, SUNT IN CULPA QUI OFFICIA DESERUNT MOLLIT ANIM ID EST LABORUM. LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET, CONSECTETUR ADIPISCING ELIT.

Consiliul Județean Timiș

Bulevardul Revoluției din 1989 nr.17, Timișoara, cod poștal 300034, județul Timiș, România
Tel: +40 256 406 300, +40 256 406 400, +40 256 406 500, E-mail: cjt@cjtimis.ro Web: www.cjt.ro

Roll-up - format 80 x 200 cm / 80 x 220 cm sau mărimi în această proporție.

Pentru mărimi atipice, gen 150 x 220 cm sau 200 x 220 cm se va respecta structura grafică cu elementele centrate pe axa verticală.

Titlul este cu Myriad Pro Bold de culoare neagră de 120 pt culeading de 120 pt, mărimea se va stabili în funcție de lungimea textului.

Textul este cu font Myriad Pro Regular de culoare Negru 80%, de 60 pt cu leading de 72 pt, aliniere justify centrare pe verticală, iar mărimea sa se va ajusta în funcție de lungimea textului, numărul de rânduri, etc.

Instituția este cu Myriad Pro Regular Negru de 67 pt.

Titlu - Myriad Pro Bold OTF 60 pt, leading 72 pt culoare Black

Adresa este cu Myriad Pro Light, negru 30% de 50 pt cu leading de 60 pt.

LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET, CONSECTETUR ADIPISCING ELIT, SED DO EIUSMOD TEMPOR INCIDIDUNT UT LABORE ET DOLORE MAGNA ALIQUA. UT ENIM AD MINIM VENIAM, QUIS NOSTRUD EXERCITATION ULLAMCO LABORIS NISI UT ALIQUIP EX EA COMMODO CONSEQUAT. DUIS AUTE IRURE DOLOR IN REPREHENDERIT IN VOLUPTATE VELIT ESSE CILLUM DOLORE EU FUGIAT NULLA PARIATUR. EXCEPTEUR SINT OCCAECAT CUPIDATAT NON PROIDENT, SUNT IN CULPA QUI OFFICIA DESERUNT MOLLIT ANIM ID EST LABORUM. LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET, CONSECTETUR ADIPISCING ELIT.

Imaginile sunt generice, poate fi înlocuită cu imagini necesare în cadrul formei existente, după caz.



Consiliul Județean Timiș

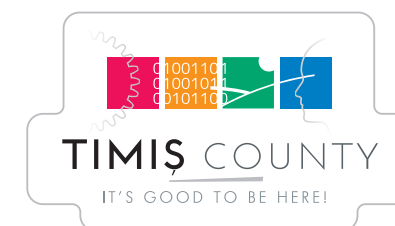
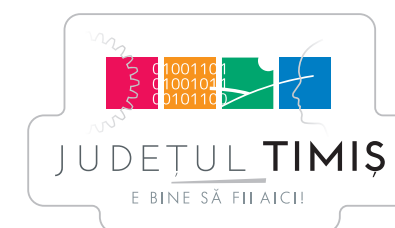
Bulevardul Revoluției din 1989 nr.17, Timișoara, cod poștal 300034, județul Timiș, România
Tel: +40 256 406 300, +40 256 406 400, +40 256 406 500, E-mail: cjt@cjtimis.ro Web: www.cjt.ro

PRODUSE INSCRIȚIONATE



Pentru o promovare mai largă în timpul unor evenimente sau târguri: șapci, tricouri, plase, ceasuri de birou, stickere de diferite dimensiuni pentru a fi lipite pe vehicule, etc.

- Șapcă albă - imprimată color sau prin brodate
- T-Shirt - se recomandă să fie imprimate color pe material alb, conform modelului alăturat.
- Plasa textilă sau de hârtie - imprimată color cu logo-ul integral.
- Cadran de ceas de birou - imprimat color cu logo-ul integral, slogan, element grafic din logo simplificat sau icon și denumire județ. Pentru obiecte personalizate ce au rol doar de suport în prezența vizuală a logo-ului se pot folosi elementele componente ale brandului.
- Sticker-e - listate pe PVC autoadeziv, tăiate pe contur, vor conține doar brand-ul complet.



SLIDE WEB



Slide web este realizat pentru prima pagină atât pentru varianta mobil cât și desktop.

Rezoluțiile sunt 1920 x 800 px pentru desktop și 375 x 400 px pentru varianta mobile.

Textul este cu Myriad Pro Light de culoare albă, aliniat central pe verticală. Mărimea textului se va adapta în funcție de lățimea sa.

Imaginea este generică, poate fi înlocuită cu imagini necesare în cadrul formei existente, după caz.

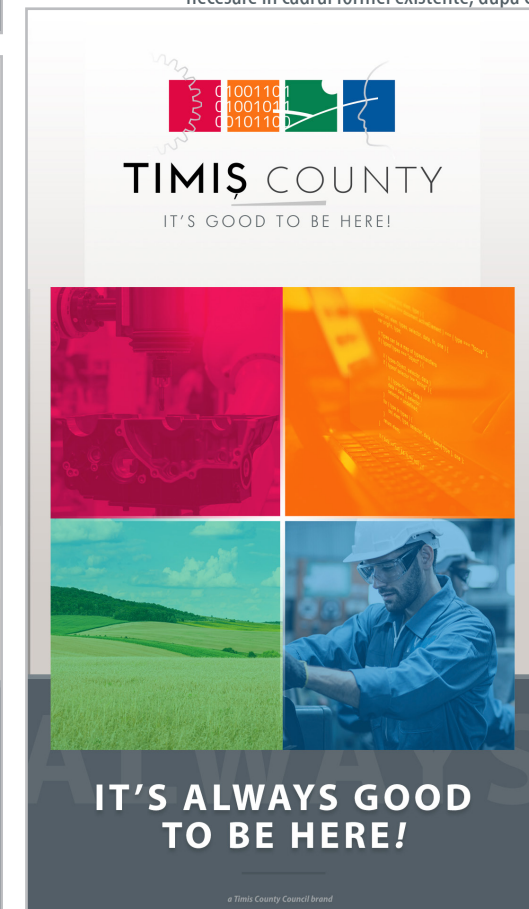
BANNER WEB



Bannere-le web sunt realizate pentru campanii Google și FaceBook la rezoluțiile: 1200 x 1200 px, 1080 x 1920 px și 1200 x 628 px .

Sunt pregătite pentru o campanie de teasing; pentru campanii următoare structura banerelor se va respecta, alinierea centrată pe verticală, poziționarea textului, fontul etc..

Imaginea este generică, poate fi înlocuită cu imagini necesare în cadrul formei existente, după caz.



ICON APLICAȚIE WEB



Iconul pentru aplicații web este derivat din semnul grafic simplificat și se referă la partea de loc, agricultură - pătratul verde, încadrat și cu semnul soarelui în negativ.

Sunt situații în care se pot folosi și celelalte culori cu pătratele aferente, în caz excepțional, ca icon din cadrul aplicației dar nu ca icon de aplicație care apare în bara de adresă a browser-ului web.

ICON-URI în cadrul aplicației



Iconul pentru aplicații web este derivat din semnul grafic simplificat și se referă la partea de loc, agricultură - pătratul verde, încadrat și cu semnul soarelui în negativ.

Sunt situații în care se pot folosi și celelalte culori cu pătratele aferente, în caz excepțional, ca icon din cadrul aplicației dar nu ca icon de aplicație care apare în bara de adresă a browser-ului web.

ELEMENTE STRATEGIE BRAND

ELEMENTE STRATEGIE DE BRAND - SINTEZĂ

Strategia de brand este esențială pentru asigurarea succesului procesului de branding al județului Timiș și vizează stabilirea obiectivelor și rezultatelor care se doresc să fie atinse într-un anumit orizont de timp cu mijloacele și resursele care pot fi mobilizate.

Misiunea strategiei de branding economic a județului Timiș constă în modelarea (identității competitive a județului Timiș) și comunicarea, în interiorul și exteriorul comunității județene, parametrilor de atractivitate și diferențiere, promovarea sentimentului de apartenență teritorială în rândul agenților economici și populației locale și însuflarea mândriei de a fi parte constitutivă și activă din ansamblu, de a fi ambasador de brand.

Scopul strategiei de branding economic a județului Timiș este acela de a crește notorietatea, prestigiul și atractivitatea ofertei județului pentru dezvoltarea economiei județului (în ariile identitare de excelență), atragerea de noi investiții de capital, atragerea forței de muncă calificate, internaționalizarea afacerilor și a turiștilor.

Obiectiv 1 - întărirea identității și creșterea notorietății județului, creșterea competitivității, a vânzărilor și a turismului din județ.

Obiectiv 2 - dezvoltarea investițiilor autohtone și străine, argumentarea competitivității economice a mediului de afaceri, relansarea investițiilor de capital, acoperirea deficitului forței de muncă și îmbunătățirea condițiilor de viață ale cetățenilor.

Grupurile țintă (clienții) vizate sunt următoarele:

Comunitatea județului Timiș (antreprenori, autorități publice, sector neguvernamental)

Investitori și antreprenori autohtoni și externi/străini

Agenții de promovare și internaționalizare a afacerilor

Resursa umană înalt specializată din comunitățile externe județului Timiș

Agenții de ocupare a forței de muncă.

Parametrii de unicitate, diferențiere ai județului

Timiș care trebuie exploatați în construcția viziunii și strategiei detaliate de branding economic, dimensionarea planului de acțiuni, formularea planului de management și marketing brand sunt:

Tradiția tehnică (industrială) a județului Timiș, prestigiul și influența sa economică, rolul său stabilizator în ansamblul relațiilor comerciale românești.

Rolul tehnologiei informației și comunicațiilor în consolidarea reputației economiei timișene, concentrarea de talente și mixul autentic de diversificare și specializare economică, propulsor al competitivității, calității și inovării.

Idealul de economie verde și calitativă, mediul sănătos, cheia sustenabilității agriculturii județene și a fundamentării deciziilor de vizitare, rezidență și angajare în Timiș.

Reziliența factorului uman direct productiv, precum și climatul favorabil de business.

Poziționarea brandului economic Timiș își va avea sorginea de dezvoltare în sloganul ales în cadrul acestui studiu și anume: **"E BINE SĂ FI AICI!"**, respectiv **"IT'S GOOD TO BE HERE!"**.

Acest slogan este, în același timp o stare (realitate) și un îndemn pentru stabilire și investiții în județ, expresie a bunăstării timișene.



E BINE SĂ FII AICI!

Consiliul Județean Timiș

Bulevardul Revoluției din 1989 nr.17, Timișoara, cod poștal 300034, județul Timiș, România
Tel: +40 256 406 300, +40 256 406 400, +40 256 406 500
E-mail: cjt@cjtimis.ro, www.cjtimis.ro