

The background features a light gray grid with four vertical and two horizontal lines. Two diagonal lines cross the grid from the top-left to the bottom-right. The text is positioned in the upper right area of the page.

# PAID Brand Book

1.0 // iulie 2020



Acest brandbook a fost construit pentru a te ajuta să te familiarizezi cu identitatea PAID și include atât regulile de folosire a logo-ului, cât și regulile de bază pentru construcția vizualurilor. Documentul este împărțit în 5 secțiuni:

Brand Intro →

Identitate vizuală&verbală →

Comunicare ATL/BTL →

Comunicare în digital →

Comunicare corporate →

1. Brand Intro

1.1 Despre PAID România

1.2 Misiune

1.3 Viziune

1.4 Valori

2. Identitate vizuală&verbală

2.1 Slogan

2.2 Fonturi

2.2.1 font principal

2.2.2 font secundar

2.2.3 fonturi speciale

2.2.4 don't!

2.3 Logo

2.3.1 construcție semn grafic

2.3.2 spațiu neutru

2.3.3 alb/negru, monocrom, pozitiv&negativ

2.3.4 dimensiuni minime

2.3.5 excepții și formate atipice

2.3.6 don't!

2.4 Culori

2.4.1 culori logo

2.4.2 culori principale

2.4.3 culori secundare

2.4.4 proporții și relații

2.4.5 don't!

2.5 Stil vizual

2.5.1 fotografie

2.5.2 compoziție

2.5.3 vectori&ilustrație

2.5.4 don't!

2.6 Reguli de construcție

2.6.1 elemente&construcție

2.6.2 formate standard

2.6.3 formate atipice

2.6.4 co-brand

2.6.5 don't!

3. Comunicare ATL&BTL

3.1 KV&content: formate standard

3.1.1 seria A

3.1.2 DL

3.2 KV&content: formate atipice

3.2.1 pătrat

3.2.2 landscape extrem

3.2.3 portrait extrem

4. Comunicare - digital

4.1 newsletter

4.2 web banners

5. Corporate

5.1 Construcție vizual

5.2 Ștampila

5.2.1 construcție

5.2.2 alb/negru, pozitiv&negativ

5.2.3 reguli de utilizare

5.2.4 don't!

5.3 roll-up

5.4 spider

5.5 foaie cu antet & comunicat de presă

5.6 cărți de vizită & carduri de acces

5.7 plicuri (seria A, C, DL)

5.8 mapă, bloc notes & pixuri

5.9 semnătură email

5.10 template prezentare



# 1. Brand intro

1.1 Despre PAID România →

---

1.2 Misiune →

---

1.3 Viziune →

---

1.4 Valori →

---



## Despre PAID

---

Pool-ul de Asigurare Împotriva Dezastrelor Naturale (PAID) este o societate de asigurare-reasigurare, cu capital privat, formată prin asocierea a 12 companii de asigurări, care administrează sistemul de asigurări obligatorii a locuințelor, acoperind prin polița PAD trei riscuri: cutremur, inundații și alunecări de teren, ca fenomene naturale.



## Viziune

---

Ne dorim să trăim într-o țară unită, responsabilă și chibzuită, care se gândește la viitor și e oricând pregătită să reconstruiască. Mai puțin “merge și așa”, mai mult “merge așa cum trebuie”. PAID este rezerva financiară a unei comunități care gândește pe termen lung. Viziunea noastră pentru viitor este aceea a unei țări pentru care reconstrucția locuințelor nu este o povară.

## Misiune

---

Misiunea noastră nu este doar aceea de a oferi protecție financiară în fața fenomenelor naturale, ci și aceea de a educa proprietarii cu privire la importanța asigurării, pentru un viitor mai ușor de reconstruit. Suntem uniți de aceeași responsabilitate, așa că obiectivul nostru este acela de a oferi protecție financiară în fața celor 3 riscuri tuturor proprietarilor de locuințe din România.



## Valori

---

**Solidaritate.** Funcționăm pe principiul solidarității. Contribuim cu toții, beneficiem cu toții, în cazul unui dezastru major, indiferent de starea socială, de venituri sau de zona în care locuim. Această valoare este fundamentul pe care am construit PAID.

**Responsabilitate.** Luăm în serios marea responsabilitate pe care o purtăm. Aceea de a ne onora obligațiile asumate, oricând este nevoie de noi. Așa că suntem în permanență preocupați de îmbunătățirea activității și legislației specifice, pentru a ne îndeplini misiunea cu eficacitate.

**Simplitate.** Protecția locuinței în fața dezastrelor naturale este o nevoie de bază, așa că am creat un produs de asigurare ușor de înțeles și de distribuit, deci accesibil pentru toți proprietarii din România.





## 2. Identitate vizuală și verbală

2.1 Slogan →

2.2 Fonturi →

2.3 Logo →

2.4 Culori →

2.5 Stil vizual →

2.6 Reguli de construcție →



× Pregătiți să reconstruim împreună ×  
×



A

PREGĂTIȚI SĂ RECONSTRUIM ÎMPREUNĂ

B

Pregătiți să reconstruim  
împreună

C

**Pregătiți să reconstruim împreună**

D

**Pregătiți să reconstruim împreună**



A

Nu Țipăm, nu scriem sloganul cu  
“caps” - litere mari de tipar.

B

Nu scriem sloganul pe două rânduri.

C

Nu folosim o altă variantă de font  
(ex. bold) pentru a scrie sloganul.

D

Nu folosim niciun alt font  
pentru scrierea sloganului.



# 2.2 Fonturi

2.2.1	Font principal	→
<hr/>		
2.2.2	Font secundar	→
<hr/>		
2.2.3	Fonturi speciale	→
<hr/>		
2.2.4	Don't!	→
<hr/>		



Fontul nostru principal este **Adelle PE**. Are o lizibilitate foarte bună atât în offline, cât și în online. Îl folosim pentru toată comunicarea noastră comercială.



A

Adelle PE Thin

aA

It is a long established fact that a reader will be distracted by the readable content of a page when looking at its layout.

Sub-variante

*Italic*

aA

*Condensed*

aA

*Condensed Italic*

aA

B

Adelle PE Light

aA

It is a long established fact that a reader will be distracted by the readable content of a page when looking at its layout.

Sub-variante

*Italic*

aA

*Condensed*

aA

*Condensed Italic*

aA

C

Adelle PE Regular

aA

It is a long established fact that a reader will be distracted by the readable content of a page when looking at its layout.

Sub-variante

*Italic*

aA

*Condensed*

aA

*Condensed Italic*

aA

D

Adelle PE Semibold

aA

It is a long established fact that a reader will be distracted by the readable content of a page when looking at its layout.

Sub-variante

*Italic*

aA

*Condensed*

aA

*Condensed Italic*

aA



E

Adelle PE Bold

aA

It is a long established fact that a reader will be distracted by the readable content of a page when looking at its layout.

Sub-variante

Italic

aA

Condensed

aA

Condensed Italic

aA

F

Adelle Ultrathin/PE Heavy

aA aA

It is a long established fact that a reader will be distracted by the readable content of a page when looking at its layout.

**It is a long established fact that a reader will be distracted by the readable content of a page when looking at its layout.**

Sub-variante

Italic

aA

aA

Condensed

aA

Condensed Italic

aA



A

×

h1

Într-o zi îți vei mulțumi pentru decizia de azi

h2

Pregătiți să reconstruim împreună.  
Lorem Ipsum is simply dummy text, in case you wonder.

h3

It is a long established fact that a reader will be distracted by the readable content of a page when looking at its layout. The point of using Lorem Ipsum is that it has a more-or-less normal distribution of letters.

h4

It is a long established fact that a reader will be distracted by the readable content of a page when looking at its layout. The point of using Lorem Ipsum is that it has a more-or-less normal distribution of letters, as opposed to using 'Content here, content here', making it look like readable English. Many desktop publishing packages and web page editors now use Lorem Ipsum as their default model text.

h5

Contrary to popular belief, Lorem Ipsum is not simply random text. It has roots in a piece of classical Latin literature from 45 BC, making it over 2000 years old. Richard McClintock, a Latin professor at Hampden-Sydney College in Virginia, looked up one of the more obscure Latin words, consectetur, from a Lorem Ipsum passage, and going through the cites of the word in classical literature, discovered the

undoubtable source. Lorem Ipsum comes from sections 1.10.32 and 1.10.33 of "de Finibus Bonorum et Malorum" (The Extremes of Good and Evil) by Cicero, written in 45 BC. This book is a treatise on the theory of ethics, very popular during the Renaissance. The first line of Lorem Ipsum, "Lorem ipsum dolor sit amet..", comes from a line in section 1.10.32.

h6

It is a long established fact that a reader will be distracted by the readable content of a page when looking at its layout. The point of using Lorem Ipsum is that it has a more-or-less normal distribution of letters, as opposed to using 'Content here, content here', making it look like readable English. Many desktop publishing

packages and web page editors now use Lorem Ipsum as their default model text, and a search for 'lorem ipsum' will uncover many web sites still in their infancy. Various versions have evolved over the years, sometimes by accident, sometimes on purpose (injected humour and the like).

×

B

C

×

×

×

×

h1

Într-o zi îți vei mulțumi pentru decizia de azi

h2

Pregătiți să reconstruim împreună.  
Lorem Ipsum is simply dummy text, in case you wonder.

h3

It is a long established fact that a reader will be distracted by the readable content of a page when looking at its layout. The point of using Lorem Ipsum is that it has a more-or-less normal distribution of letters.

h4

It is a long established fact that a reader will be distracted by the readable content of a page when looking at its layout. The point of using Lorem Ipsum is that it has a more-or-less normal distribution of letters, as opposed to using 'Content here, content here', making it look like readable English. Many desktop publishing packages and web page editors now use Lorem Ipsum as their default model text.

h5

Contrary to popular belief, Lorem Ipsum is not simply random text. It has roots in a piece of classical Latin literature from 45 BC, making it over 2000 years old. Richard McClintock, a Latin professor at Hampden-Sydney College in Virginia, looked up one of the more obscure Latin words, consectetur, from a Lorem Ipsum passage, and going through the cites of the word in classical literature, discovered the

undoubtable source. Lorem Ipsum comes from sections 1.10.32 and 1.10.33 of "de Finibus Bonorum et Malorum" (The Extremes of Good and Evil) by Cicero, written in 45 BC. This book is a treatise on the theory of ethics, very popular during the Renaissance. The first line of Lorem Ipsum, "Lorem ipsum dolor sit amet..", comes from a line in section 1.10.32.

h6

It is a long established fact that a reader will be distracted by the readable content of a page when looking at its layout. The point of using Lorem Ipsum is that it has a more-or-less normal distribution of letters, as opposed to using 'Content here, content here', making it look like readable English. Many desktop publishing

packages and web page editors now use Lorem Ipsum as their default model text, and a search for 'lorem ipsum' will uncover many web sites still in their infancy. Various versions have evolved over the years, sometimes by accident, sometimes on purpose (injected humour and the like).

×





A

Combinăția recomandată de folosire a fonturilor noastre.

h1

**Adelle PE Light:** fontul pe care îl folosim pentru headline-uri. Pentru bolduirea/sublinierea cuvintelor din headline, folosim varianta “semi-bold”.

⌈T size: 100% ↔ ⌆<sup>A</sup>/<sub>A</sub> leading: 110% ⌈<sup>A</sup>⌋<sub>V</sub> kerning: optical

h2

**Adelle PE Regular:** fontul pe care îl folosim pentru subtitluri. Pentru bolduirea/sublinierea cuvintelor, folosim varianta “semi-bold”.

⌈T size: 60% ↔ ⌆<sup>A</sup>/<sub>A</sub> leading: 110% ⌈<sup>A</sup>⌋<sub>V</sub> kerning: optical

h3

**Adelle PE Regular:** fontul pe care îl folosim pentru paragrafe introductive și/sau titluri de secțiuni. Pentru bolduirea/sublinierea cuvintelor, folosim varianta “semi-bold”.

⌈T size: 40% ↔ ⌆<sup>A</sup>/<sub>A</sub> leading: 125% ⌈<sup>A</sup>⌋<sub>V</sub> kerning: optical

h4

**Adelle PE Regular:** îl folosim în același scop ca pe h3, mai ales când avem o cantitate mare de informație și spațiu limitat.

⌈T size: 30% ↔ ⌆<sup>A</sup>/<sub>A</sub> leading: 125% ⌈<sup>A</sup>⌋<sub>V</sub> kerning: optical

h5

**Adelle PE Regular** sau **Adelle Condensed Regular:** fontul pe care îl folosim pentru paragrafe lungi. Folosim varianta Condensed doar dacă avem o cantitate mare de informație și spațiu limitat.

⌈T size: 23-25% ↔ ⌆<sup>A</sup>/<sub>A</sub> leading: 125% ⌈<sup>A</sup>⌋<sub>V</sub> kerning: optical

h6

**Adelle PE Regular** sau **Adelle Condensed Regular:** fontul pe care îl folosim pentru footnotes și disclaimere. Folosim varianta Condensed doar dacă avem o cantitate mare de informație și spațiu limitat.

⌈T size: 15-17% ↔ ⌆<sup>A</sup>/<sub>A</sub> leading: 125% ⌈<sup>A</sup>⌋<sub>V</sub> kerning: optical



Variante secundare de folosire a fontului nostru. Aceste variante nu sunt recomandate pentru uz extensiv, ci doar în cazuri particulare.

**B** pentru materiale cu foarte puțin text, unde este permisă folosirea unor dimensiuni de font mai mare decât cea recomandată

# h1

**Adelle PE Thin**

⌈T size: 100% ↔ ⌈ $\frac{A}{A}$  leading: 110% ⌈ $\frac{A}{V}$  kerning: optical

## h2

**Adelle PE Light**

⌈T size: 60% ↔ ⌈ $\frac{A}{A}$  leading: 110% ⌈ $\frac{A}{V}$  kerning: optical

### h3

**Adelle PE Regular**

⌈T size: 40% ↔ ⌈ $\frac{A}{A}$  leading: 125% ⌈ $\frac{A}{V}$  kerning: optical

#### h4

**Adelle PE Semibold**

⌈T size: 30% ↔ ⌈ $\frac{A}{A}$  leading: 125% ⌈ $\frac{A}{V}$  kerning: optical

**C** pentru medii cu vizibilitate scăzută: medii foarte mici (ex.: web bannere) sau medii cu contrast scăzut (ex.: mesh-uri)

# h1

**Adelle PE Regular**

⌈T size: 100% ↔ ⌈ $\frac{A}{A}$  leading: 110% ⌈ $\frac{A}{V}$  kerning: optical

## h2

**Adelle PE Semibold**

⌈T size: 60% ↔ ⌈ $\frac{A}{A}$  leading: 110% ⌈ $\frac{A}{V}$  kerning: optical

### h3

**Adelle PE Semibold**

⌈T size: 40% ↔ ⌈ $\frac{A}{A}$  leading: 125% ⌈ $\frac{A}{V}$  kerning: optical

#### h4

**Adelle PE Semibold**

⌈T size: 30% ↔ ⌈ $\frac{A}{A}$  leading: 125% ⌈ $\frac{A}{V}$  kerning: optical



Georgia

Adelle PE  
glyph line

## Georgia

aA

Georgia este fontul nostru secundar.

Îl folosim exclusiv pentru documente interne și comunicare office to office.

Este un font serif, de sistem, care se apropie de “look&feel-ul” fontului nostru principal.

**Variante**

*Italic*

*aA*

**Bold**

**aA**

***Bold Italic***

***aA***



**BREE SERIF REGULAR**

Adelle sans regular

Adelle Ultrathin

**Adelle PE Heavy**



A

**Bree** este fontul de la care am plecat pentru construcția acronimului “PAID” din logoul nostru. Nu îl folosim în niciun alt context.

B

**Adelle Sans** este fontul folosit pentru a scrie sloganul nostru. De asemenea, nu îl folosim în niciun alt context.

C

**Adelle Ultrathin** și **Adelle PE Heavy** sunt folosite doar în cazuri speciale de compoziție - typography only layouts. Nu suntem limitați de folosirea acestor două fonturi, dar sunt un bun punct de plecare.



## Exemple

**letter  
mask**

Typo  
graphy  
design



A

HEADLINE: CONTRARY TO POPULAR BELIEF,  
LOREM IPSUM IS NOT SIMPLY RANDOM.

B

Headline: Contrary to  
popular belief, Lorem  
Ipsum is not simply  
random text.

C

h2 → h1 → h3 → h4 → h6 → h5

D

**Headline: Contrary to popular belief.**  
**lorem Ipsum is not simply random text.**



A

Nu țipăm, nu scriem titlurile cu “caps”  
- litere mari de tipar, doar bold sau  
combinații similare.

B

Nu scriem titluri foarte lungi.

C

Nu folosim o altă variantă de font  
(ex. bold) pentru a scrie sloganul.

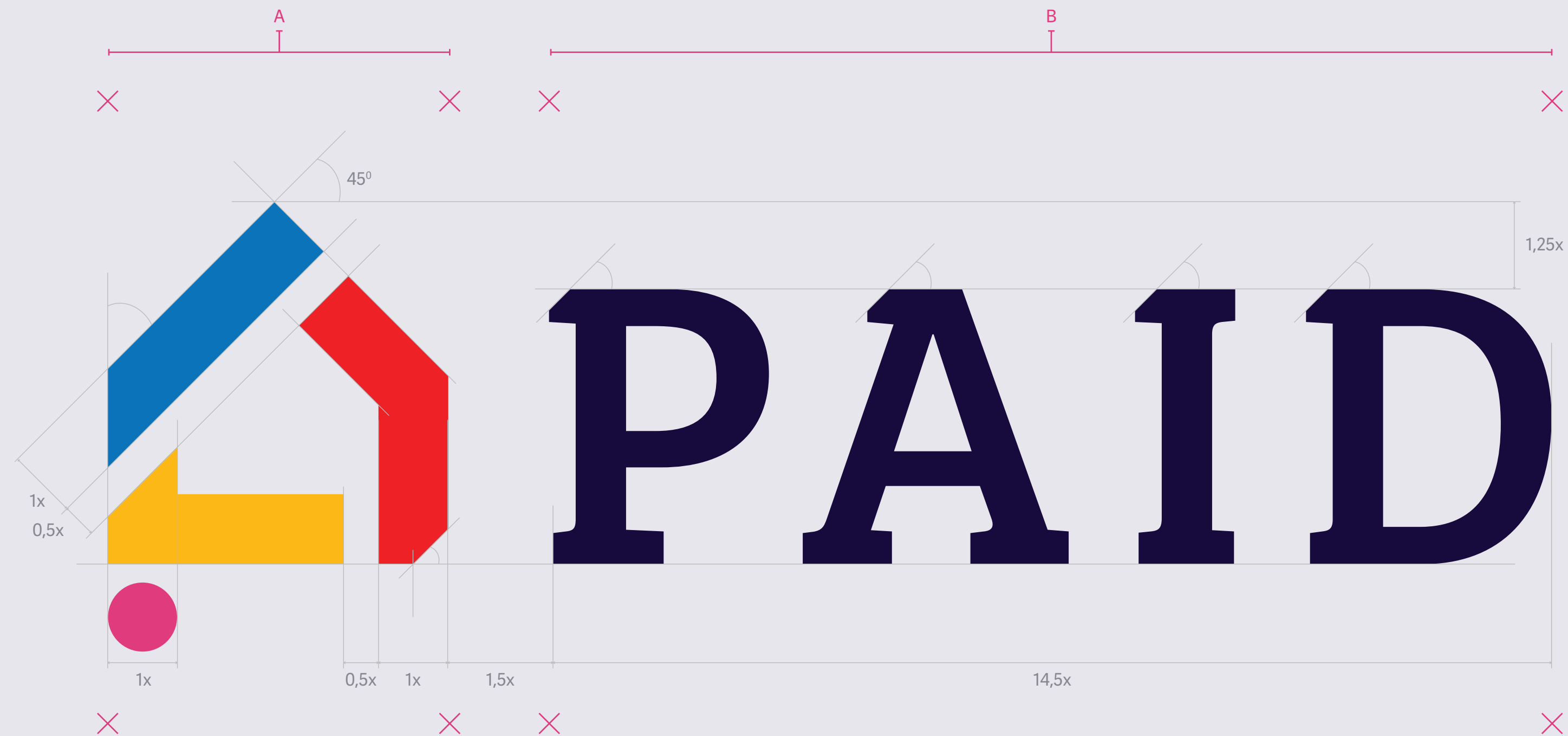
D

Nu folosim niciun alt font  
pentru mesajele noastre.



# 2.3 Logo

2.3.1	Construcție semn grafic	→
2.3.2	Spațiu neutru	→
2.3.3	A/N, monocrom, pozitiv&negativ	→
2.3.4	Dimensiuni minime	→
2.3.5	Excepții și formate atipice	→
2.3.6	Don't!	→



A

Pictograma logoului nostru: este reprezentarea minimalistă a unei locuințe.

B

A doua parte a logoului este formată din acronimul denumirii noastre complete: "Pool-ul de asigurare împotriva dezastrelor".

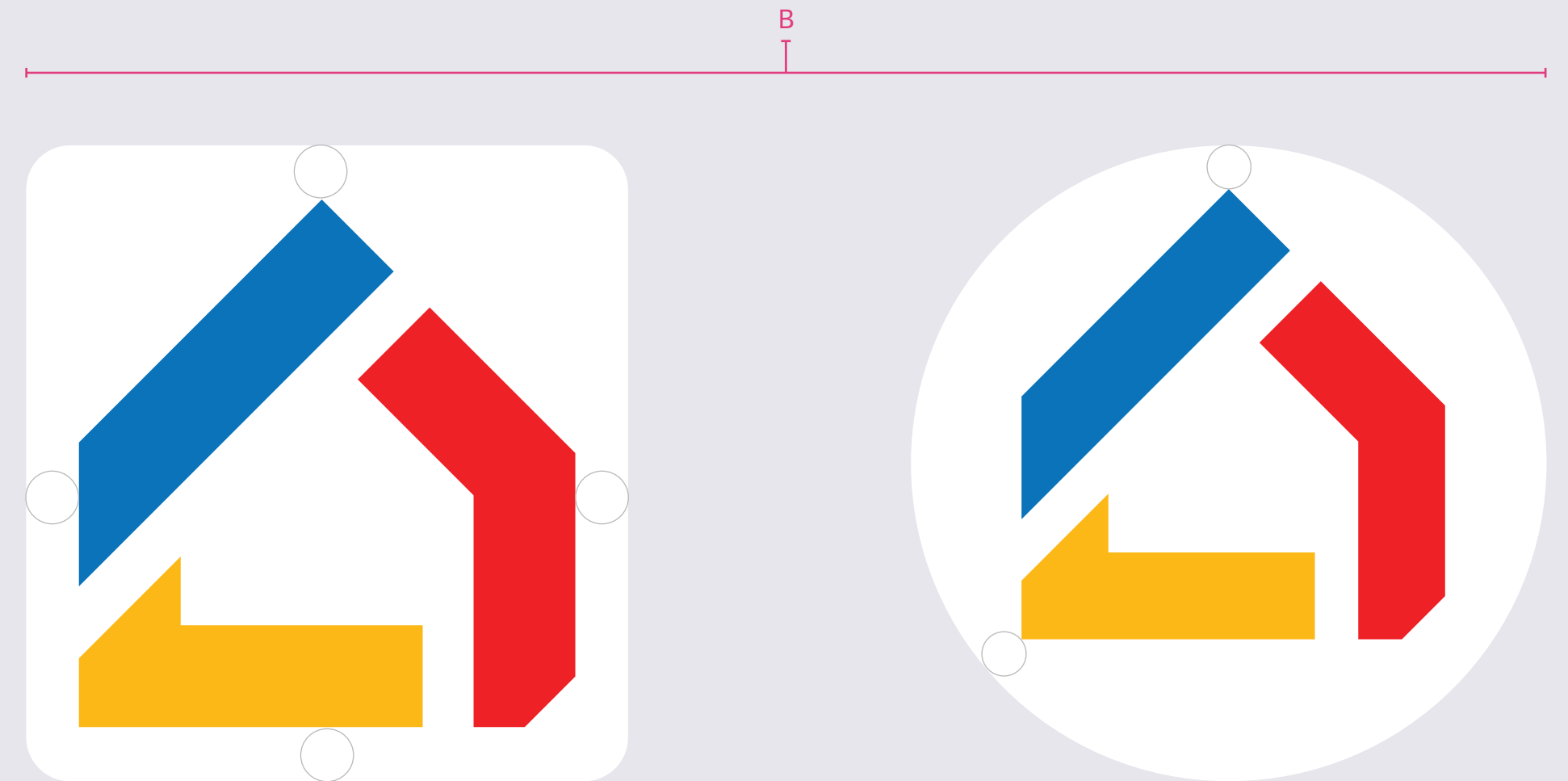






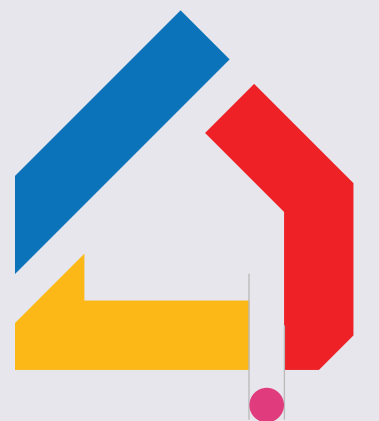
A

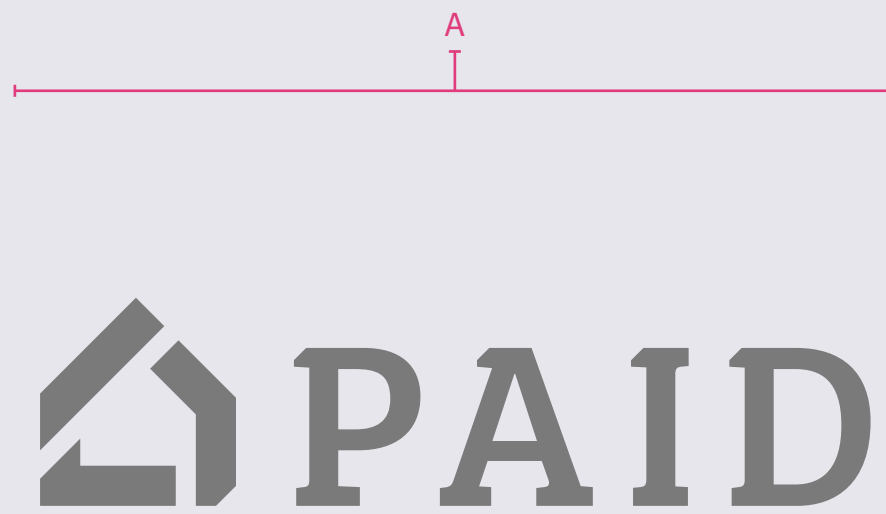
Uz general. Spațiul neutru recomandat pentru majoritatea cazurilor.



B

Dimensiuni mici. Pentru cazurile în care folosim doar pictograma, în special pentru online (social media, site icon etc.)



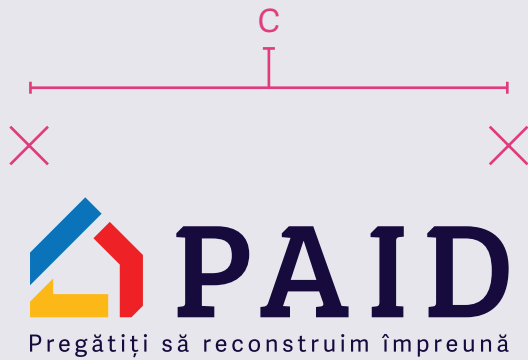
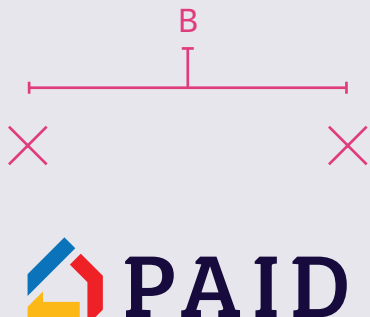


A

Variantele monocolor  
ale logo-ului pe fundaluri  
deschise

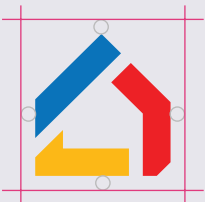
B

Folosim logoul pe negativ  
când avem fundaluri care  
oferă un contrast suficient



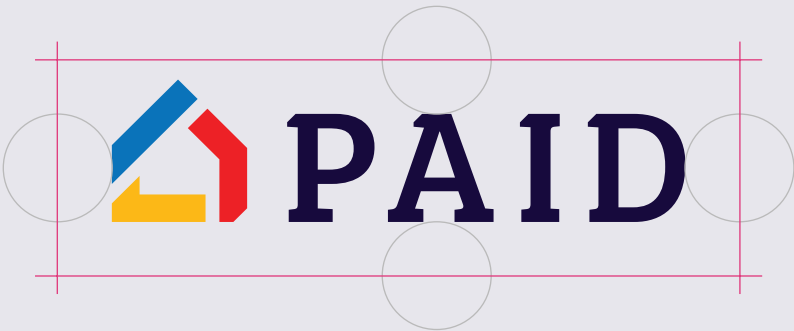
A

Lungimea minimă pentru  
semnul grafic din logoul  
nostru, este de 4mm sau 16px.



B

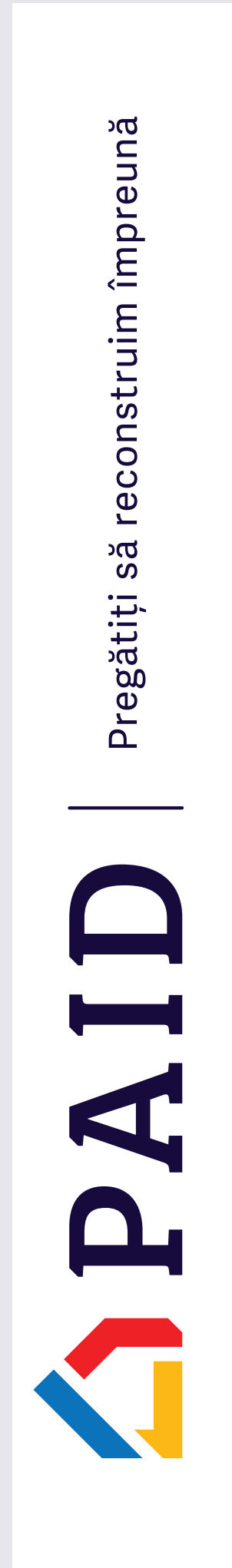
Lungimea minimă pentru  
logo fără slogan, este de 15mm  
sau 100px.



C

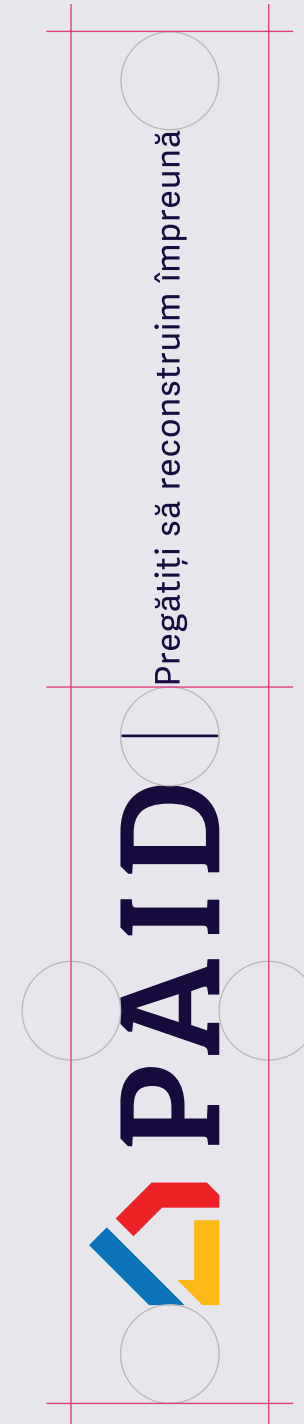
Lungimea minimă pentru  
logo cu slogan, este de 30mm  
sau 180px.





A

Pentru situații în care avem nevoie să folosim logoul împreună cu sloganul pe un format portrait extrem.



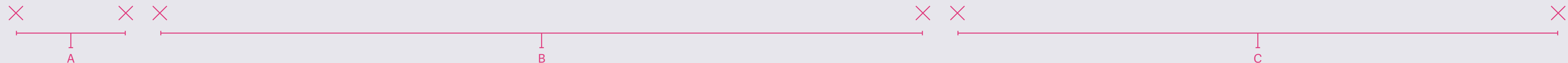
B

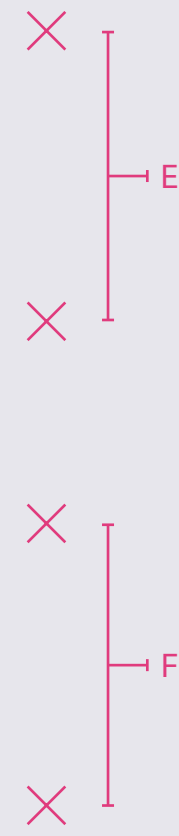
Dacă nu avem suficientă înălțime pentru a plasa sloganul sub logo, putem să folosim această construcție.



C

Dacă avem nevoie să folosim descriptorul, utilizăm doar varianta de logo fără slogan.





A

Nu ignorăm regulile privind spațiul neutru.

B

Nu schimbăm poziția pictogramei.

C

Nu modificăm dimensiunile pictogramei și ale acronimului sau raportul de mărime dintre ele.

D

Nu folosim logo pe fundaluri închise și/sau apropiate de culorile folosite în logo.

E

Nu rotim logo.

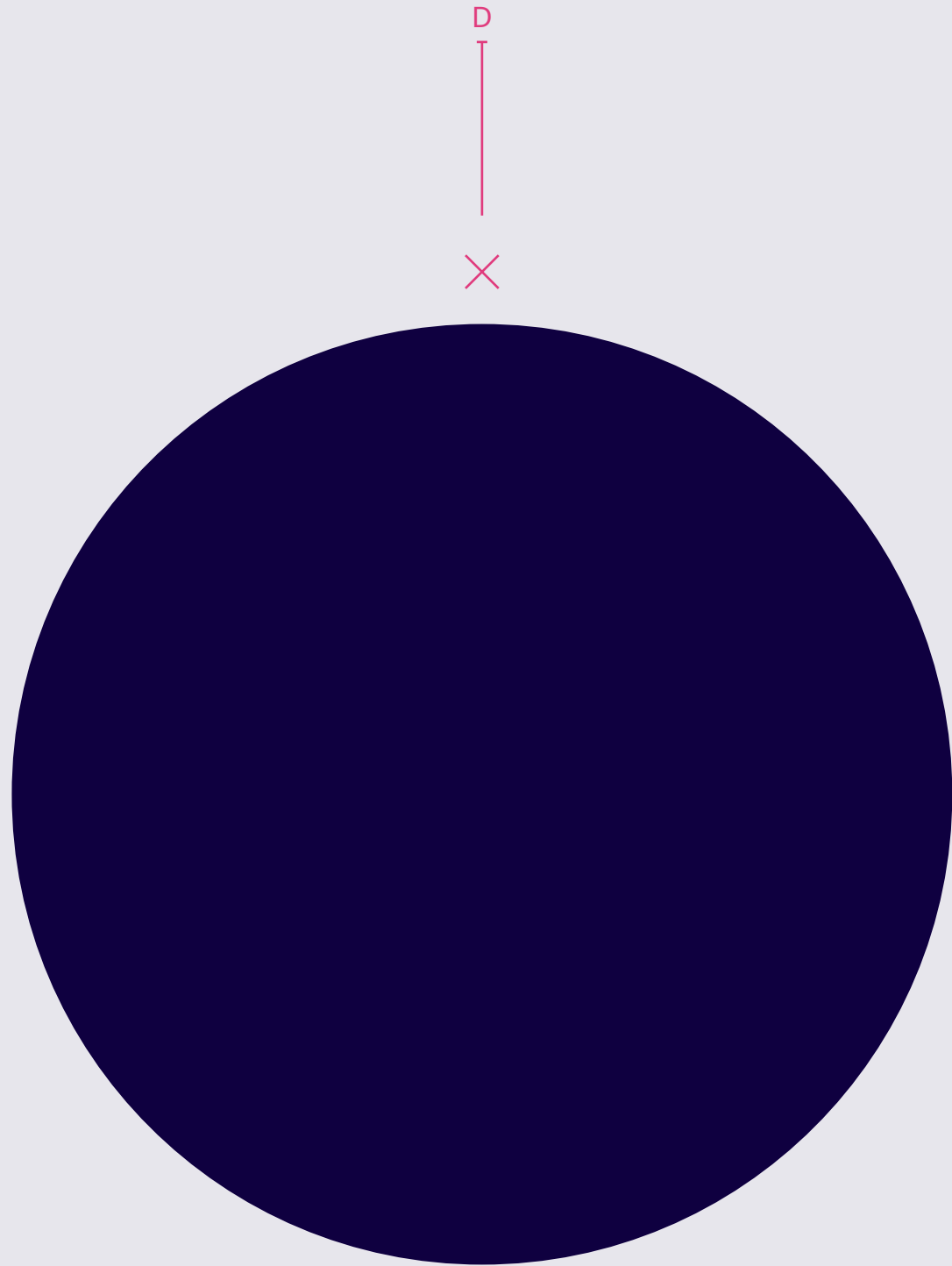
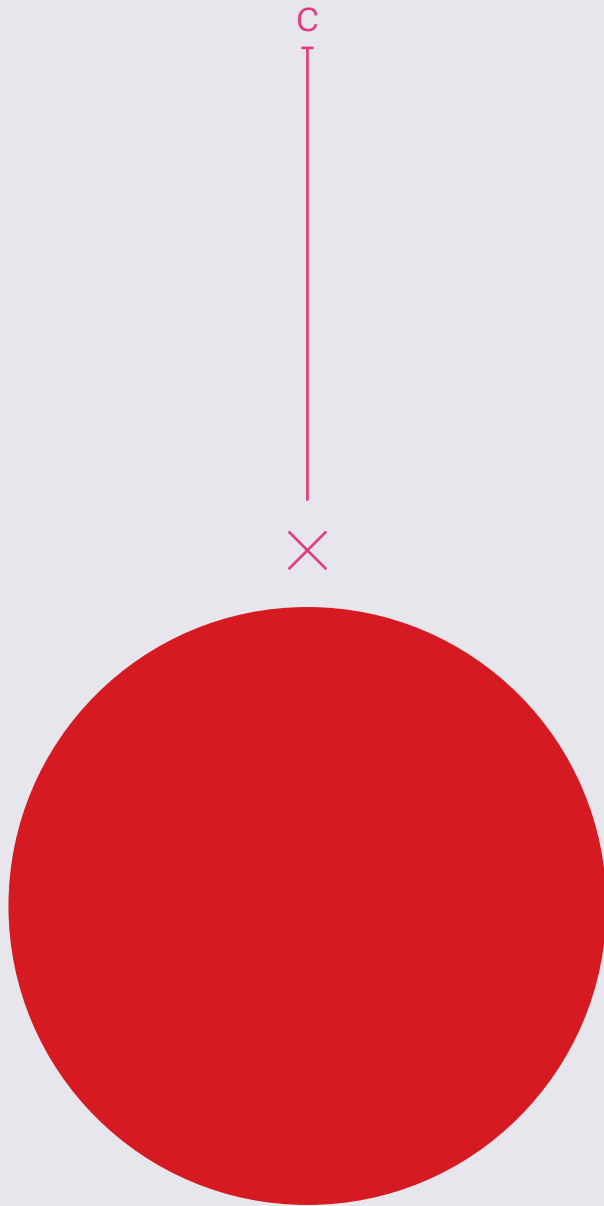
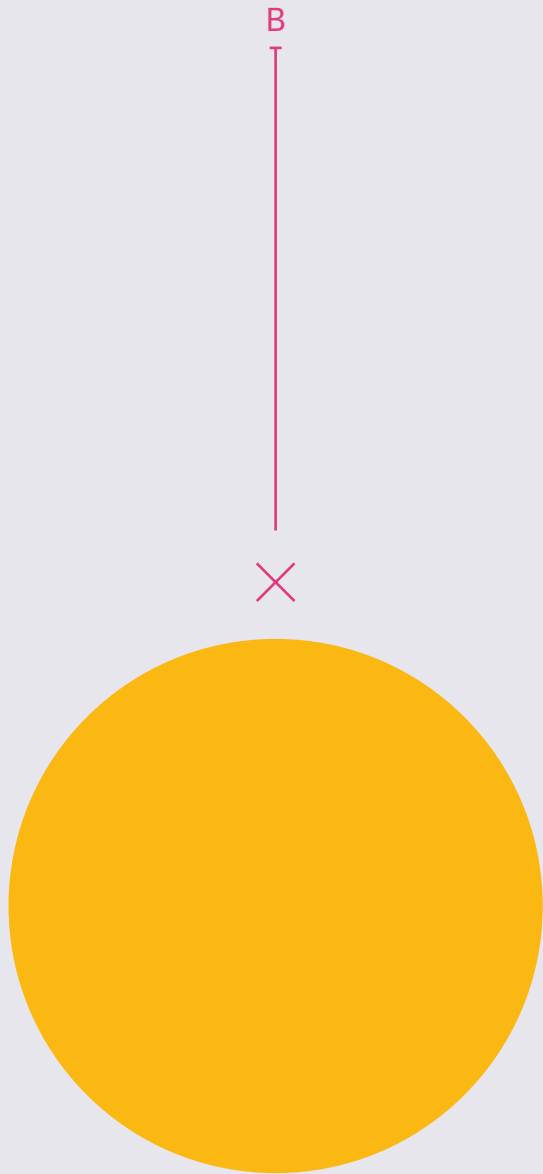
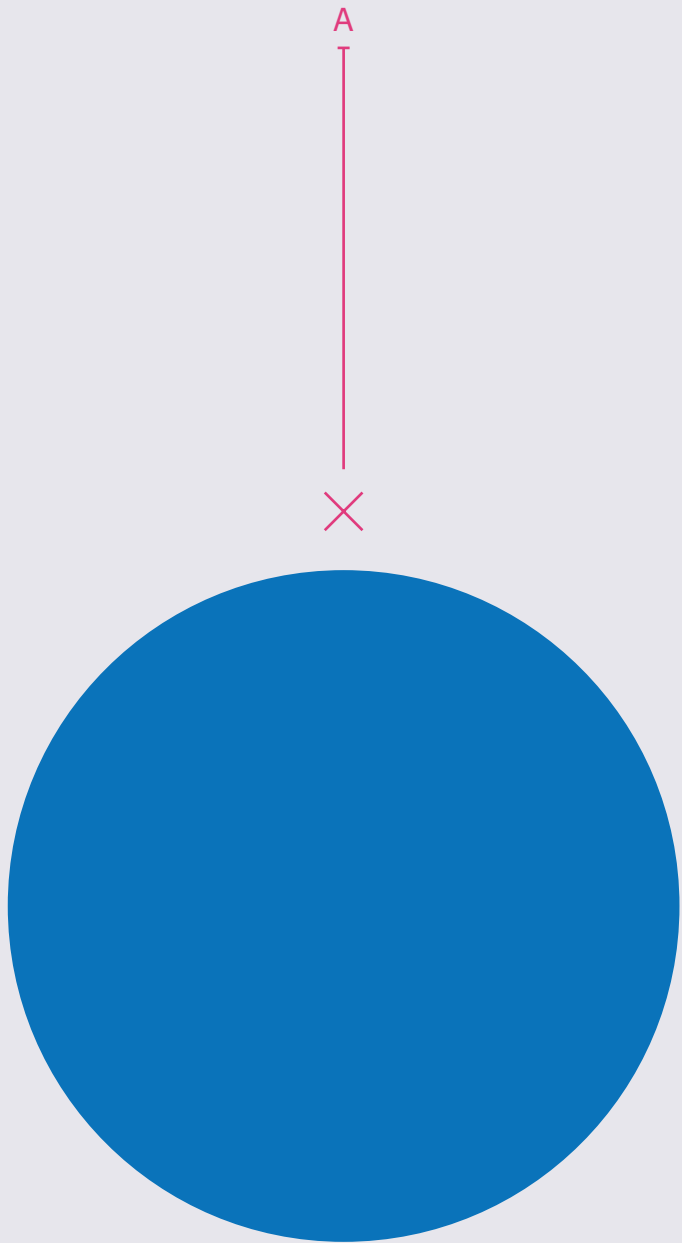
F

Nu folosim logo pe fundaluri complexe.



# 2.4 Culori

2.4.1	Culori logo	→
2.4.2	Culori principale	→
2.4.3	Culori secundare	→
2.4.4	Proporții și relații	→
2.4.5	Don't!	→



Culorile folosite în  
logoul nostru.

A

CMYK: 85,47,0,0  
RGB: 10,115,186  
Hex: #0a73ba  
Pantone: P7461C

B

CMYK: 0,32,92,0  
RGB: 252,184,18  
Hex: #fcb711  
Pantone: P1235C

C

CMYK: 8,98,91,0  
RGB: 214,26,33  
Hex: #d61a21  
Pantone: P1795C

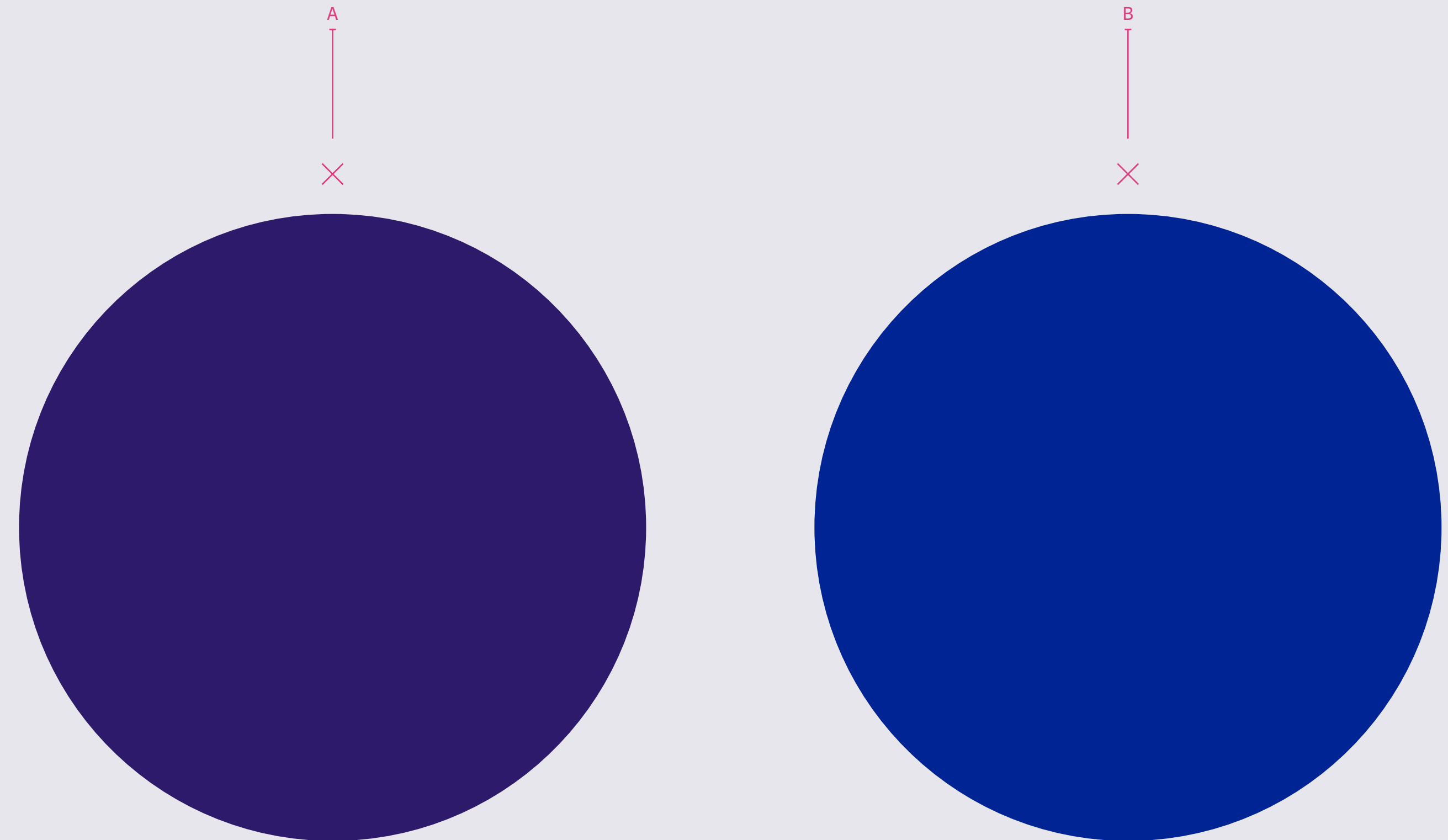
D

CMYK: 100,98,39,55  
RGB: 15,0,64  
Hex: #0f0040  
Pantone: P275C

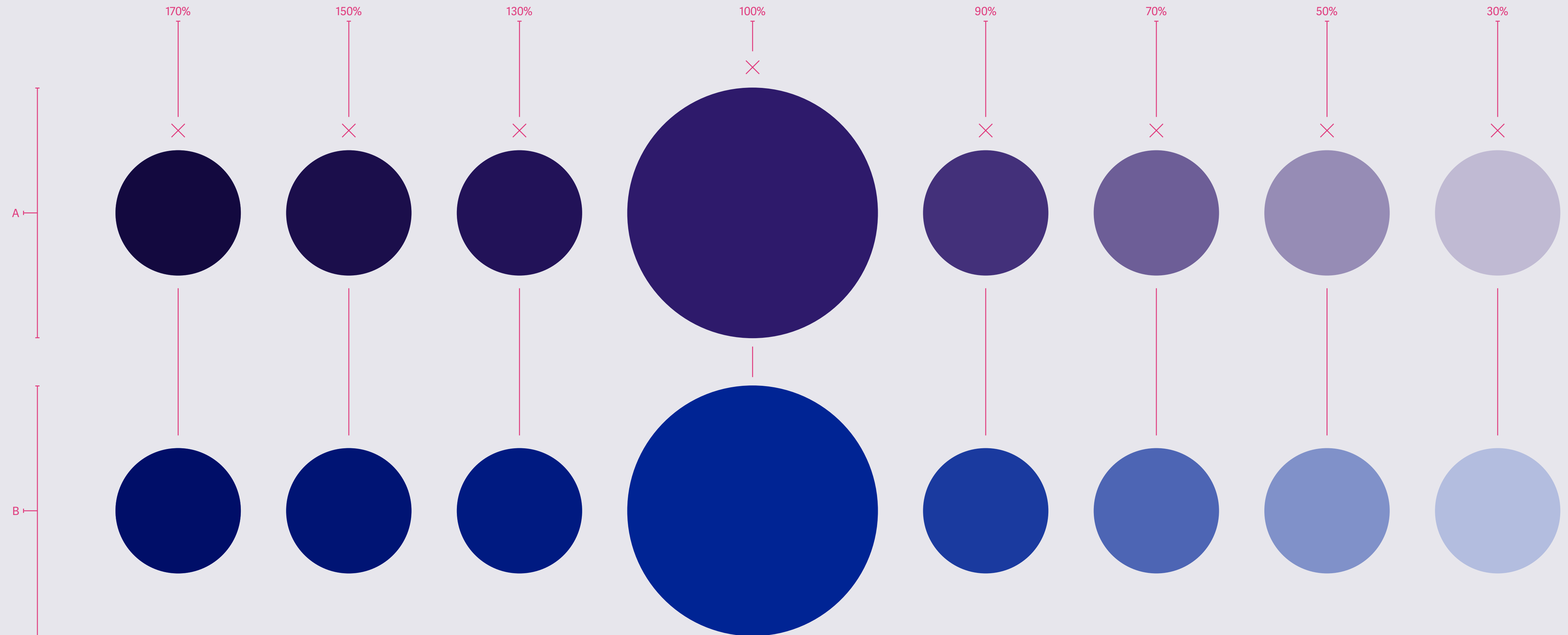




Culorile noastre principale sunt **Deep Blue Indigo** și **Dark Blue**. “Alb” are și el un rol foarte important în materialele noastre.



Fiecare din cele două culori principale au o utilizare distinctă, având un rol bine determinat: **deep blue indigo** este folosită pentru toată partea scrisă, iar **dark blue** o folosim pentru majoritatea elementelor grafice și este culoarea principală pe care o folosim pentru compoziția vizuală.





A

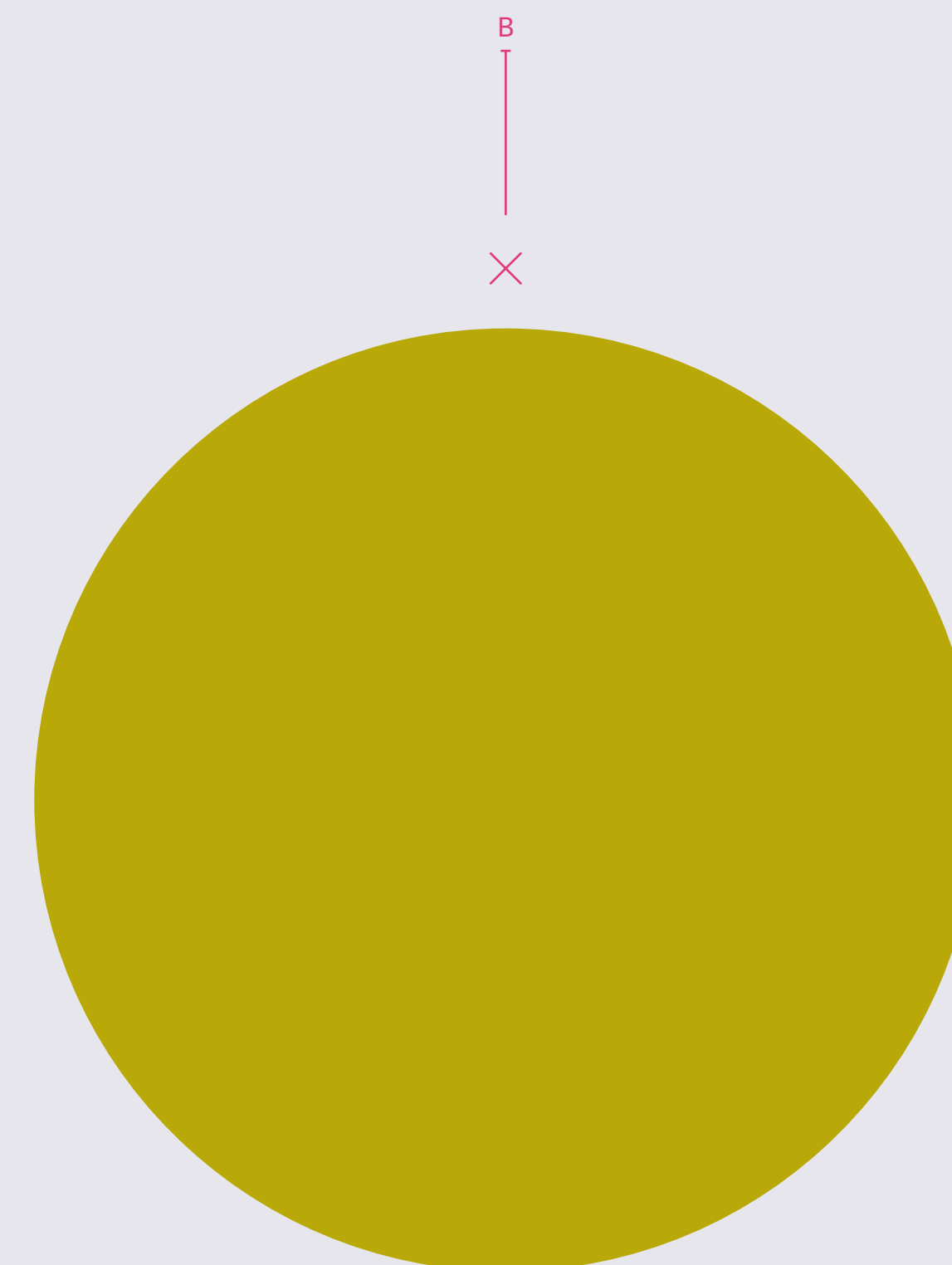
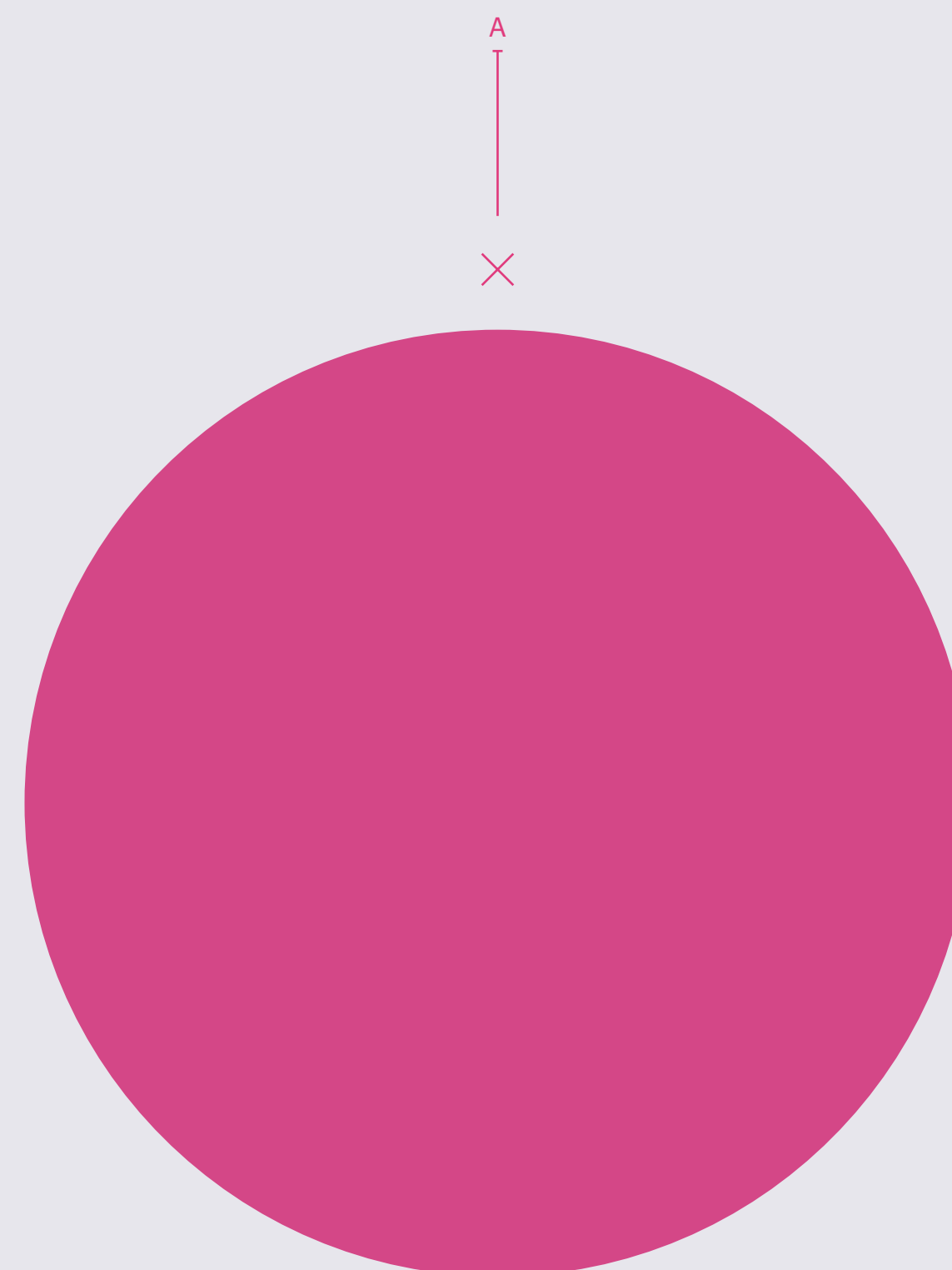
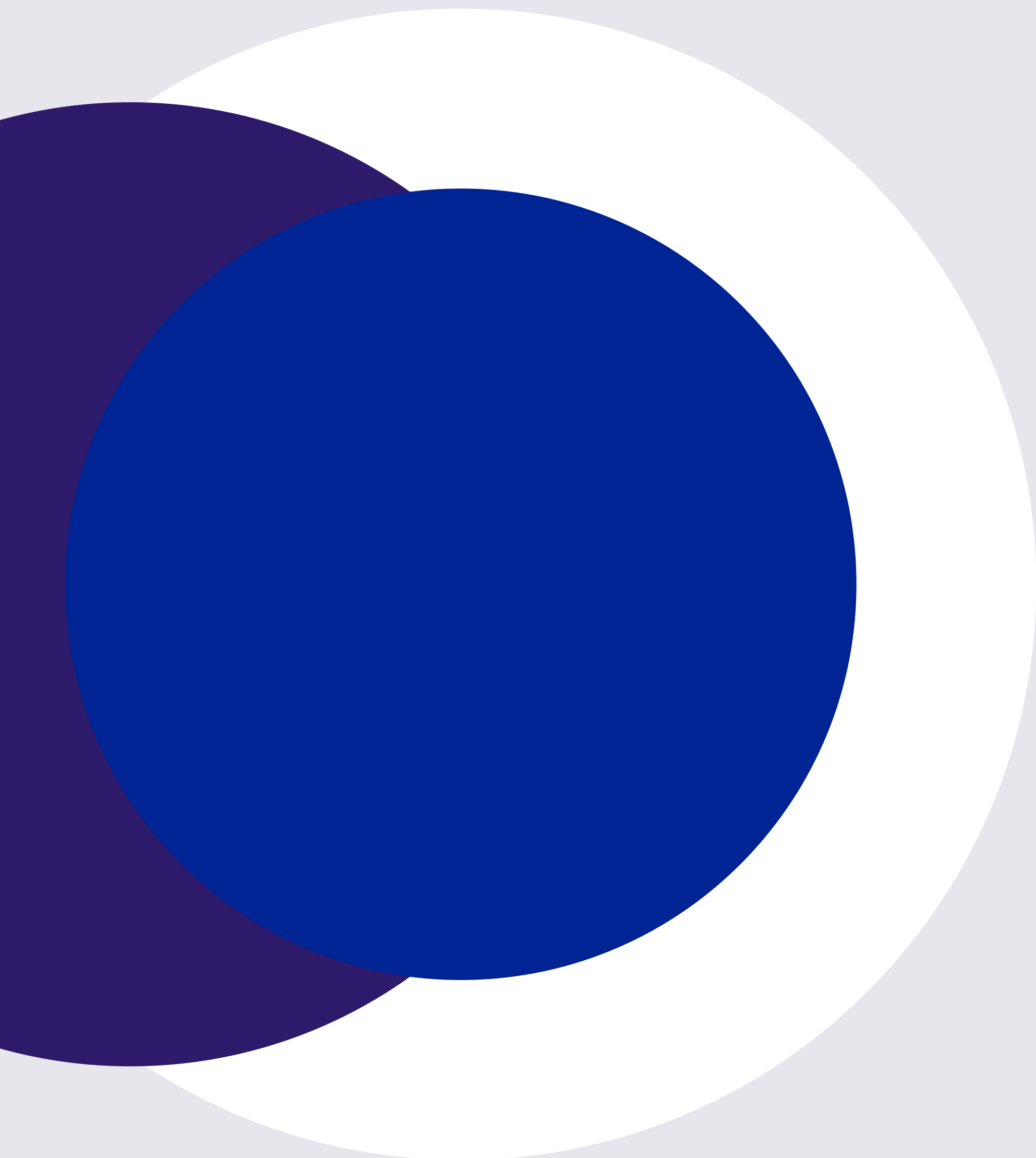
Deep Blue Indigo

	170%	150%	130%	100%	90%	70%	50%	30%
CMYK:	100,99,41,51	100,100,38,37	100,100,38,37	100,100,26,12	91,93,13,4	67,67,14,1	48,46,11,0	29,27,7,0
RGB:	20,10,64	28,13,77	36,18,89	46,26,107	66,48,122	110,94,150	150,140,181	191,186,212
Hex:	#140a40	#1cod4d	#241259	#2e1a6b	#42307a	#6e5e96	#968cb5	#bfbad4
Pantone:	-	-	-	P2112C	-	-	-	-

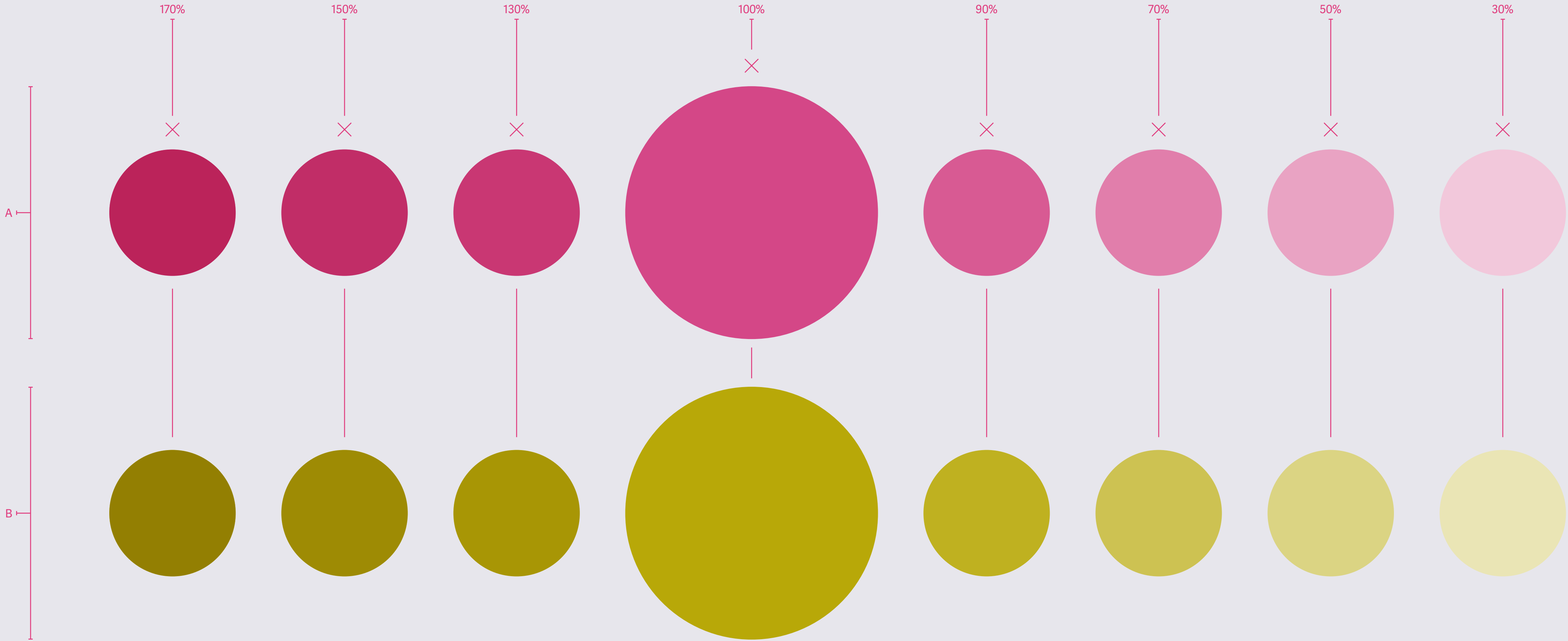
B

Dark Blue

	170%	150%	130%	100%	90%	70%	50%	30%
CMYK:	100,93,32,26	100,92,30,18	100,90,26,9	100,88,17,2	98,81,0,0	78,60,0,0	56,40,0,0	35,23,3,0
RGB:	0,13,105	0,20,117	0,28,130	0,36,148	26,59,158	77,102,181	128,145,201	178,189,222
Hex:	#000d69	#001475	#001c82	#002494	#1a3b9e	#4d66b5	#8091c9	#b2bdde
Pantone:	-	-	-	P Dark Blue C	-	-	-	-



Culorile noastre secundare sunt **Warm Pink** și **Deep Yellow**.





A

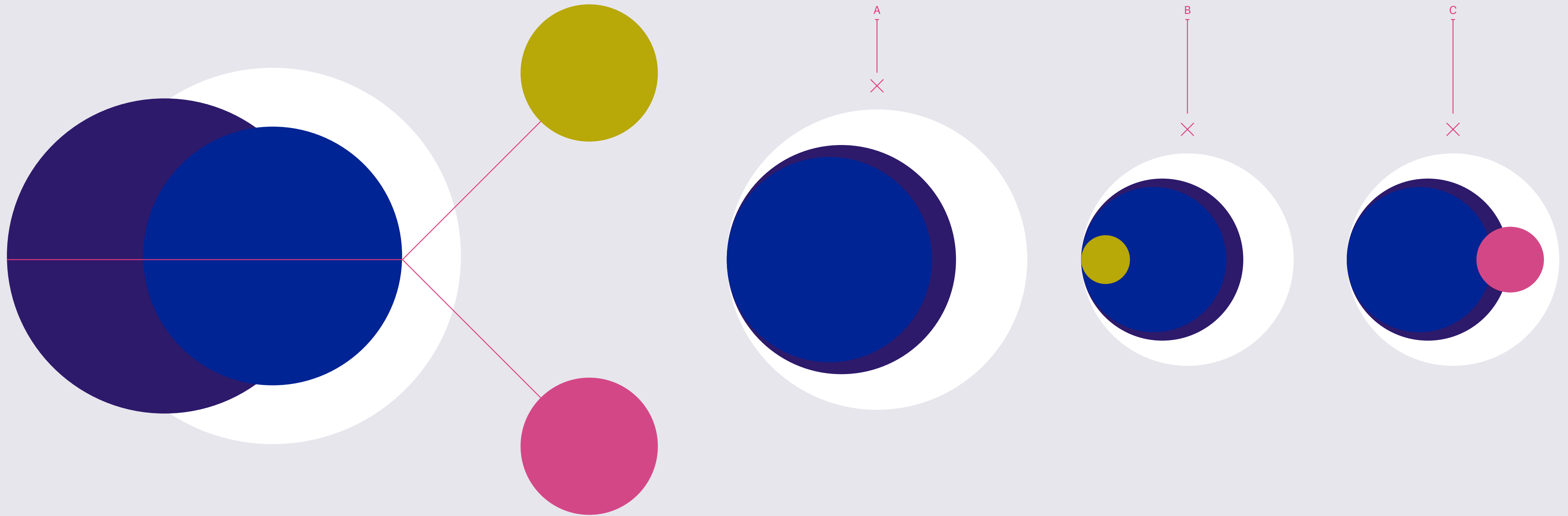
Warm Pink

	170%		150%		130%		100%		90%		70%		50%		30%
CMYK:	20,96,37,9	18,92,31,6	16,89,24,3	13,83,12,0	11,77,8,0	9,63,5,0	7,46,5,0	4,30,3,0							
RGB:	186,36,92	194,46,102	201,56,115	212,71,135	217,89,148	224,125,171	232,163,194	242,199,219							
Hex:	#ba245c	#c22e66	#c93873	#d44787	#d95994	#e07dab	#e8a3c2	#f2c7db							
Pantone:	-	-	-	P2450C	-	-	-	-							

B

Deep Yellow

	170%		150%		130%		100%		90%		70%		50%		30%
CMYK:	38,36,100,22	37,33,100,17	34,29,100,13	31,23,100,7	29,21,95,5	25,15,78,2	19,11,59,0	11,6,37,0							
RGB:	148,128,3	158,140,5	168,150,5	184,168,8	191,176,33	204,194,82	219,212,130	235,229,181							
Hex:	#948003	#9e8c05	#a89605	#b8a808	#bfb021	#ccc252	#dbd482	#ebe5b5							
Pantone:	-	-	-	P110C	-	-	-	-							



A

Schema de culori primară, o folosim când nu avem nevoie de accente și, mai ales, în comunicarea corporate.

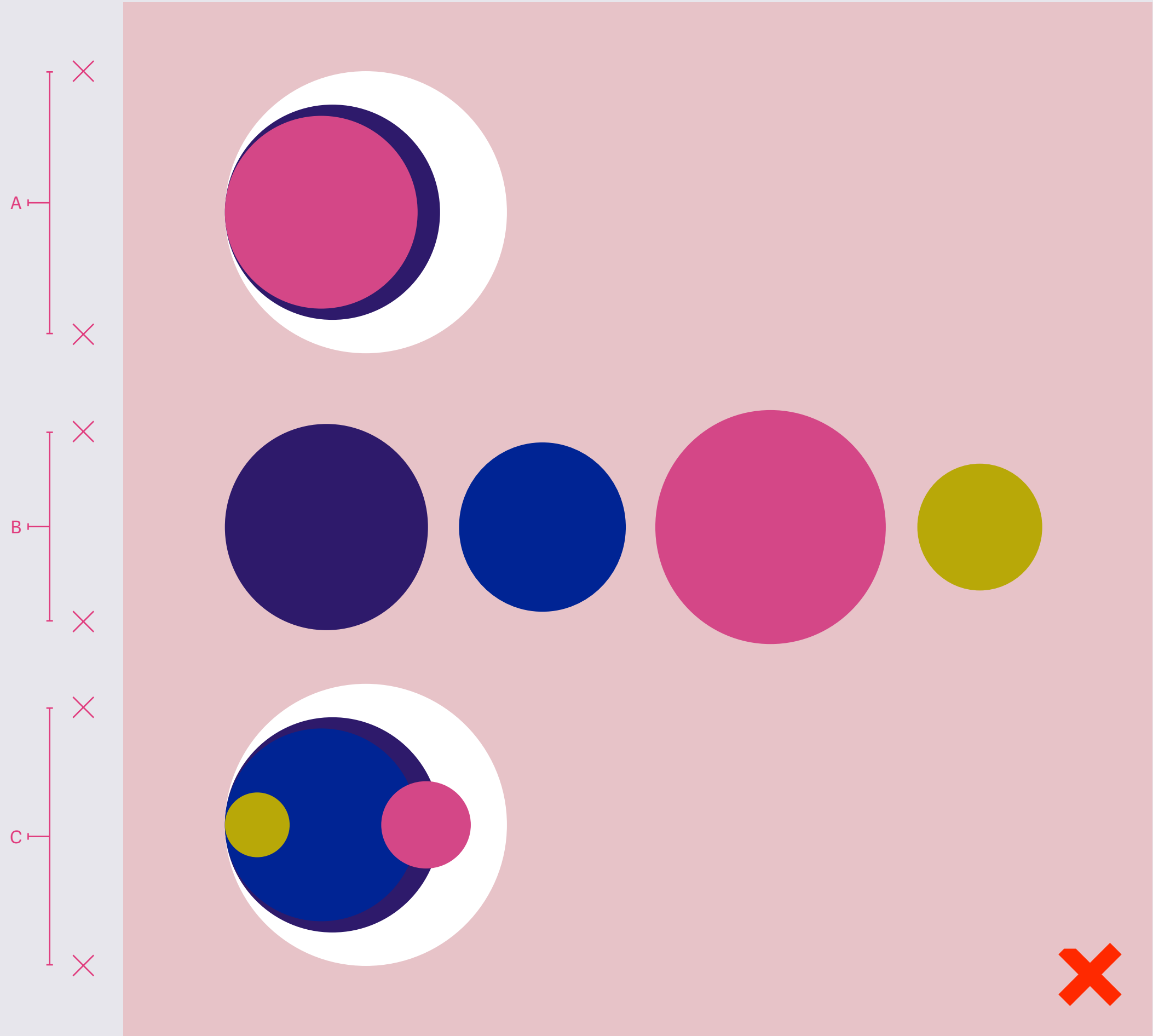
B

Una dintre schemele de culori secundare: o folosim ori de câte ori avem nevoie de accent. Nu recomandăm folosirea culorii secundare pe fundal alb.

C

A doua schemă de culori secundare: la fel ca [b], o folosim ori de câte ori avem nevoie de accent. Această culoare secundară, poate fi folosită și pe alb.

**Observație:** nu folosim niciodată ambele culori secundare în același context de comunicare.



A  
—  
Nu folosim o culoare secundară ca și culoare principală.

B  
—  
Nu schimbăm proporția aproximativă de folosire a culorilor.

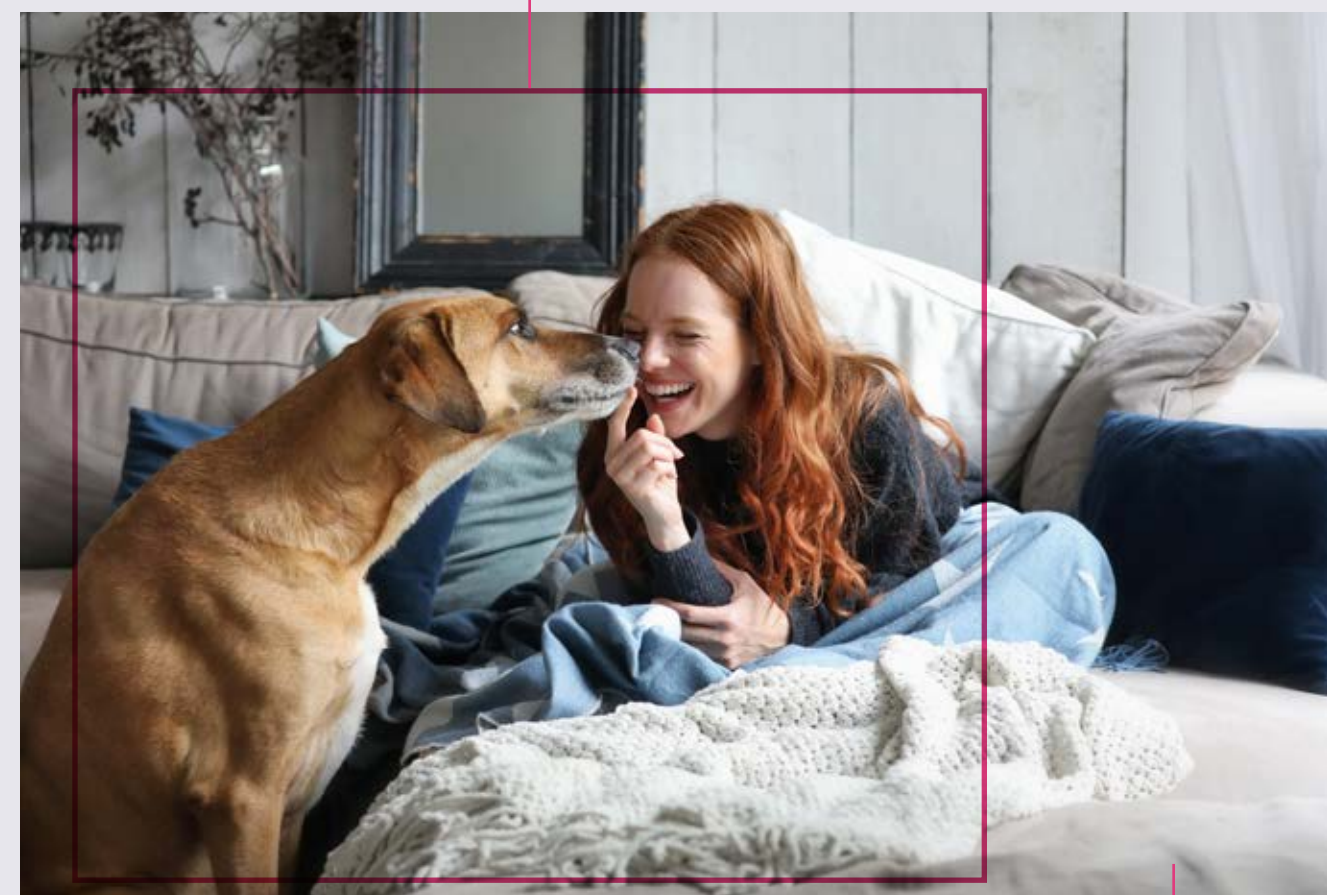
C  
—  
Nu folosim ambele culori secundare în același context.





# 2.5 Stil vizual

2.5.1	Fotografie	→
<hr/>		
2.5.2	Compoziție	→
<hr/>		
2.5.3	Vectori&ilustrație	→
<hr/>		
2.5.4	Don't!	→
<hr/>		



A

Toate fotografiile noastre trebuie să aibă un “subiect” clar identificabil - indiferent dacă este o persoană sau o situație.

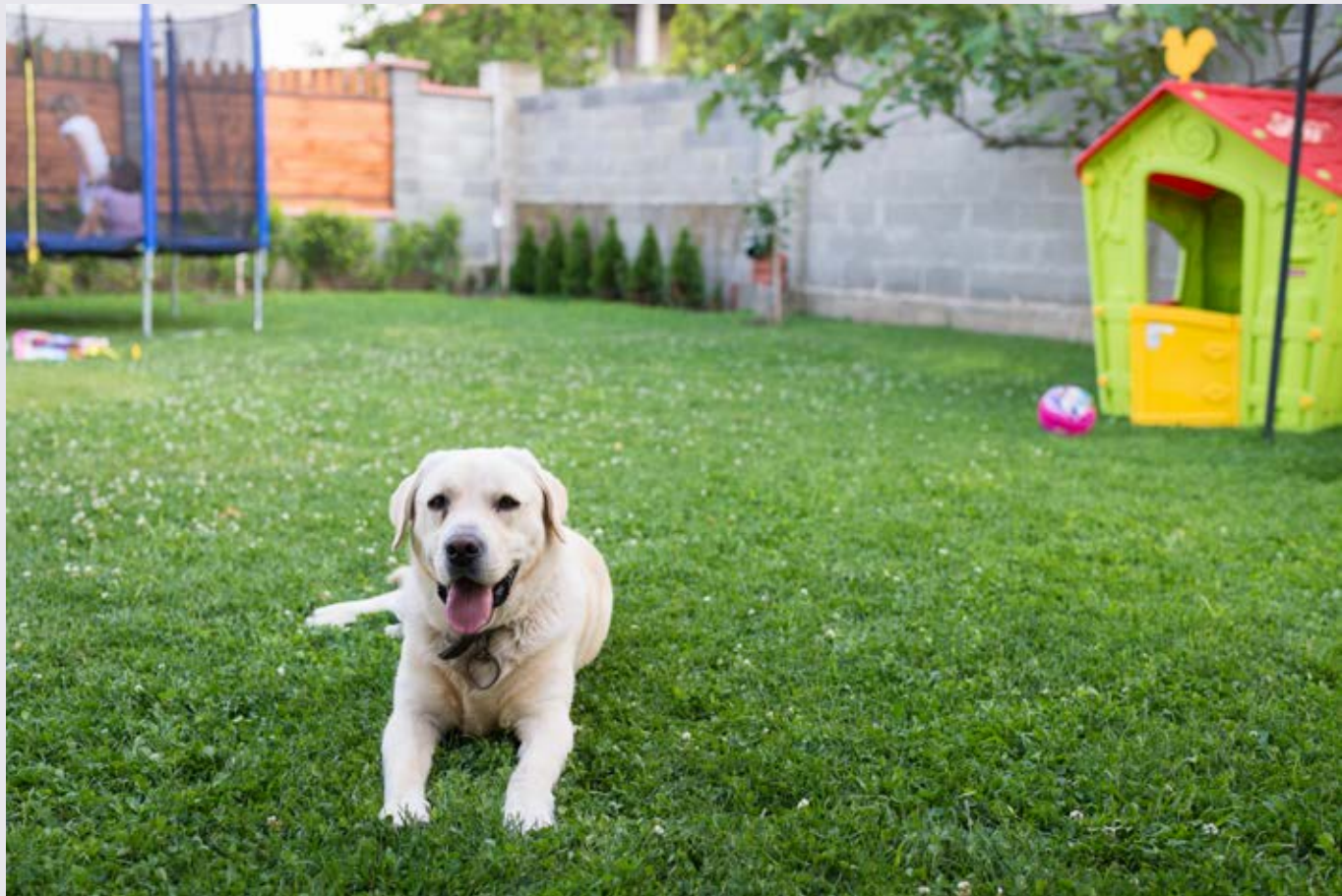
B

Atmosfera este aleasă în funcție de contextul comunicării.





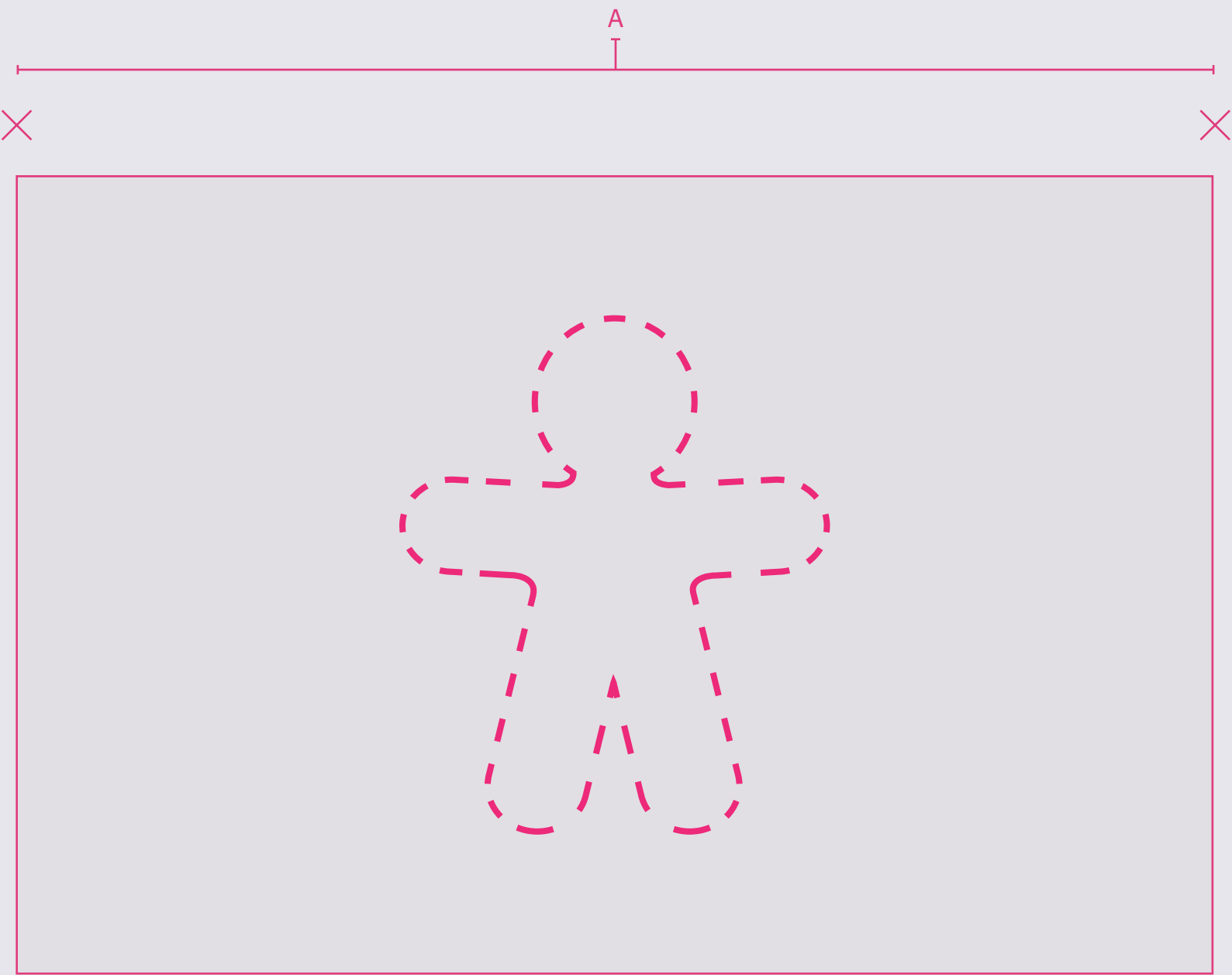




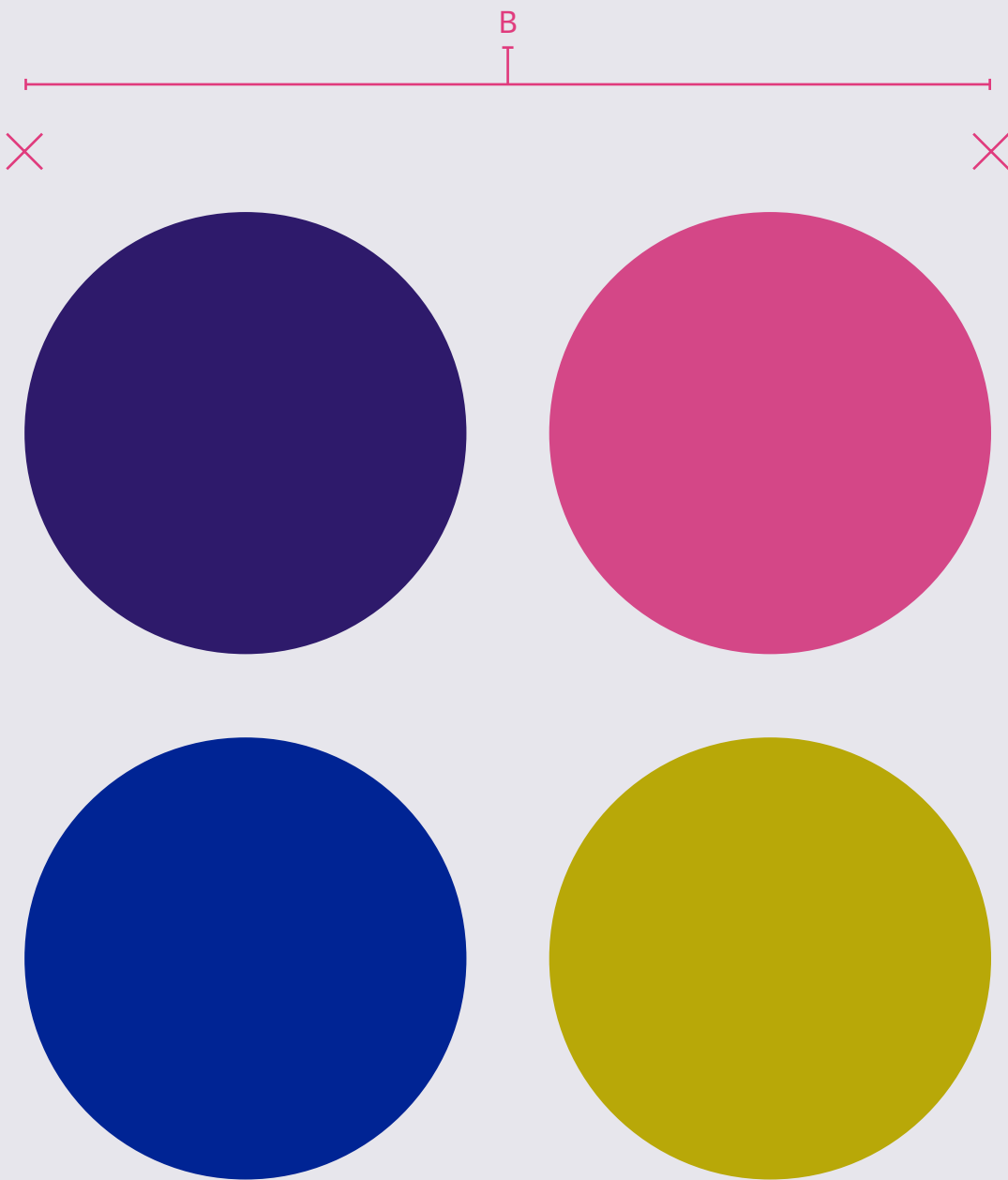




Pașii pentru construcția compoziției



A  
Se identifică subiectul și se izolează.



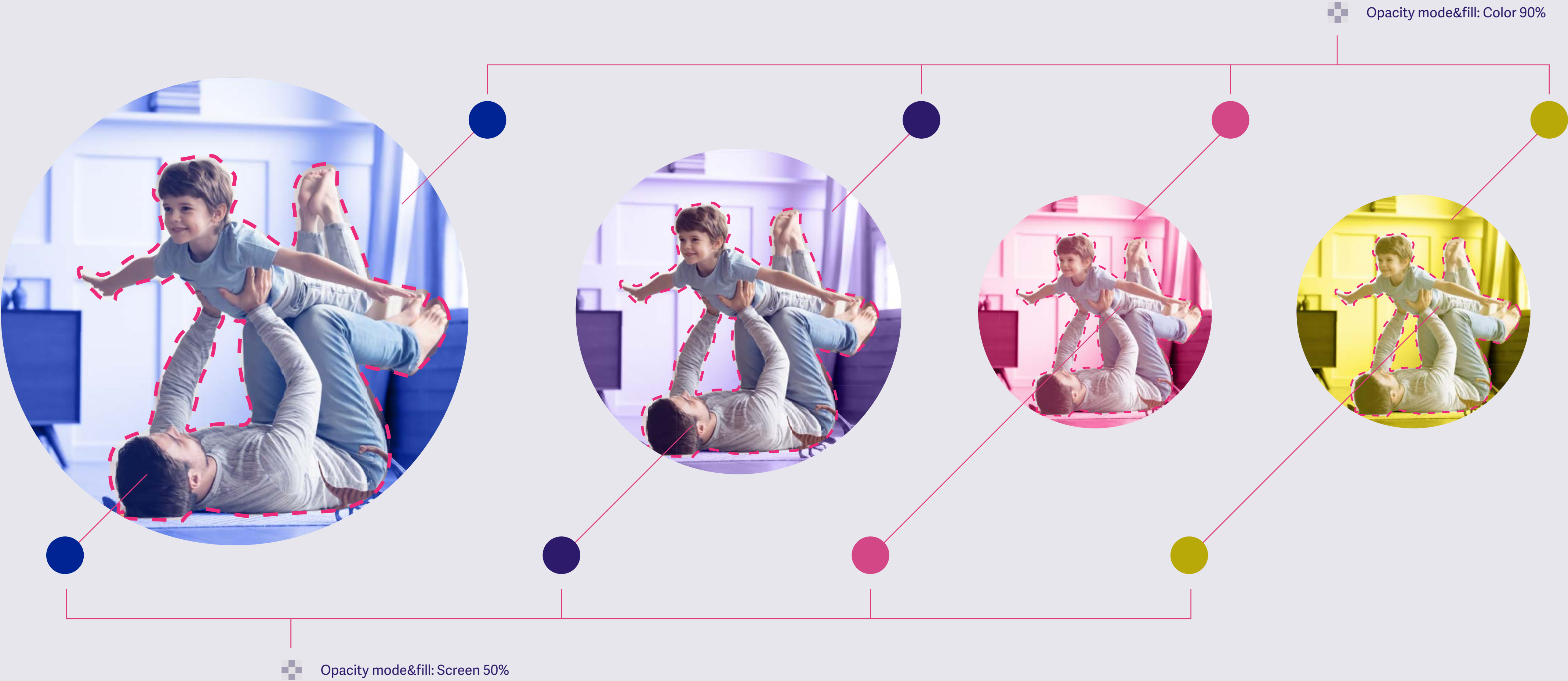
B  
Se alege culoarea care va fi folosită pentru compoziție.



C  
Se alege tipul de compoziție.  
**Nu uita!** Nu trebuie să folosim excesiv culorile și stilurile de compoziție secundare.



Compoziția noastră principală, cu variațiile de culoare acceptate. Deep Blue Indigo și culorile secundare vor fi folosite doar pentru highlights și când avem mai multe compoziții în document.







Opacity mode&fill: Color dodge 100%



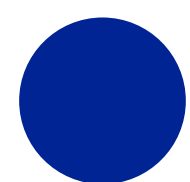
Opacity mode&fill: Color dodge 70%



Opacity mode&fill: soft light 100%

Compozițiile secundare, pot fi folosite doar pentru accente, când avem materiale cu mult material vizual sau ca tranziții pentru animații.

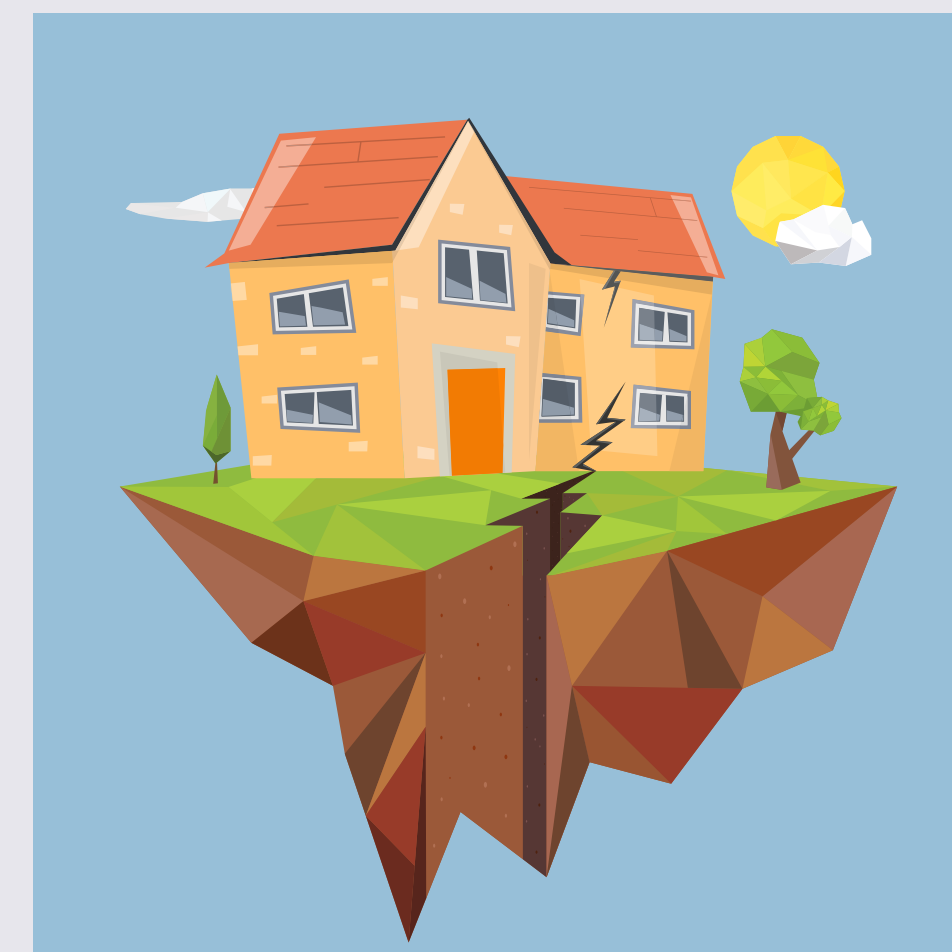
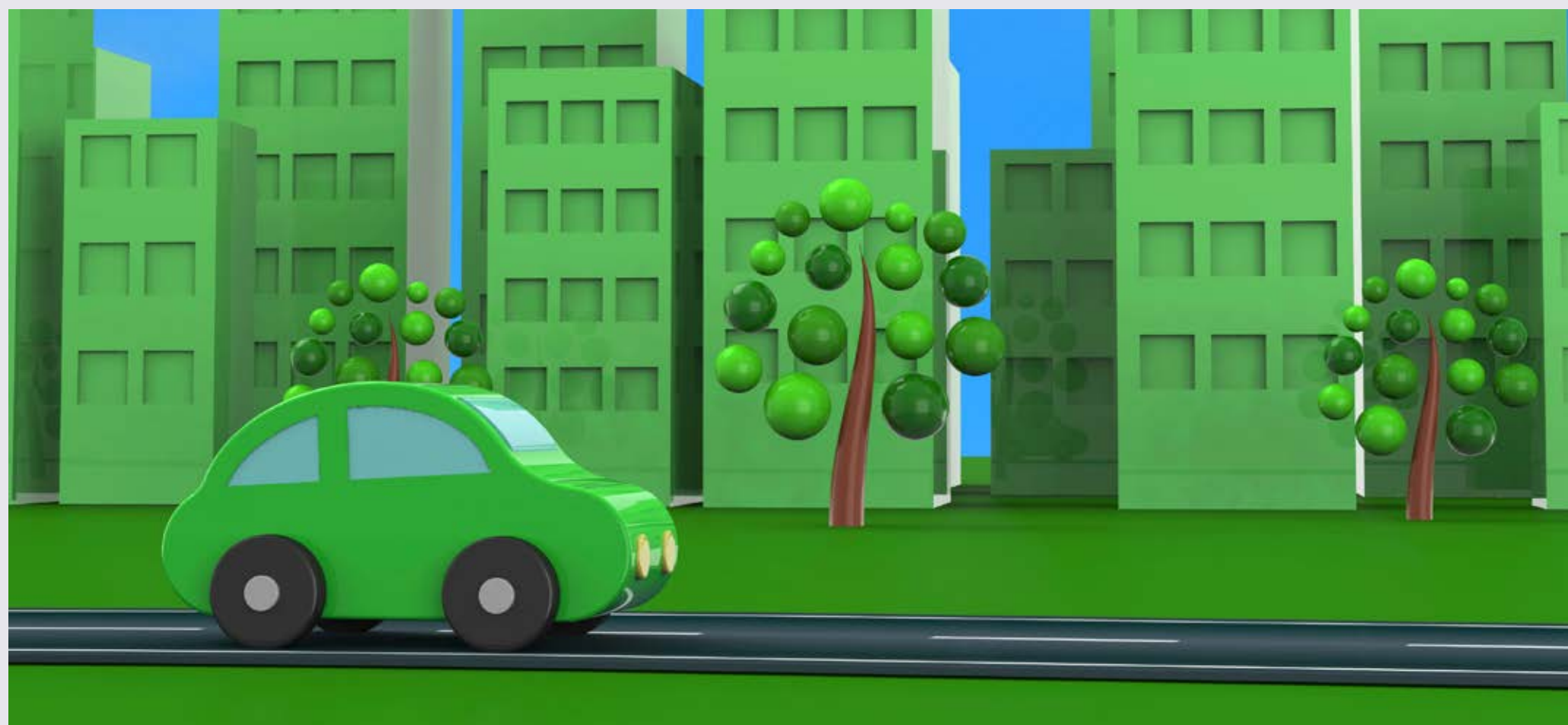
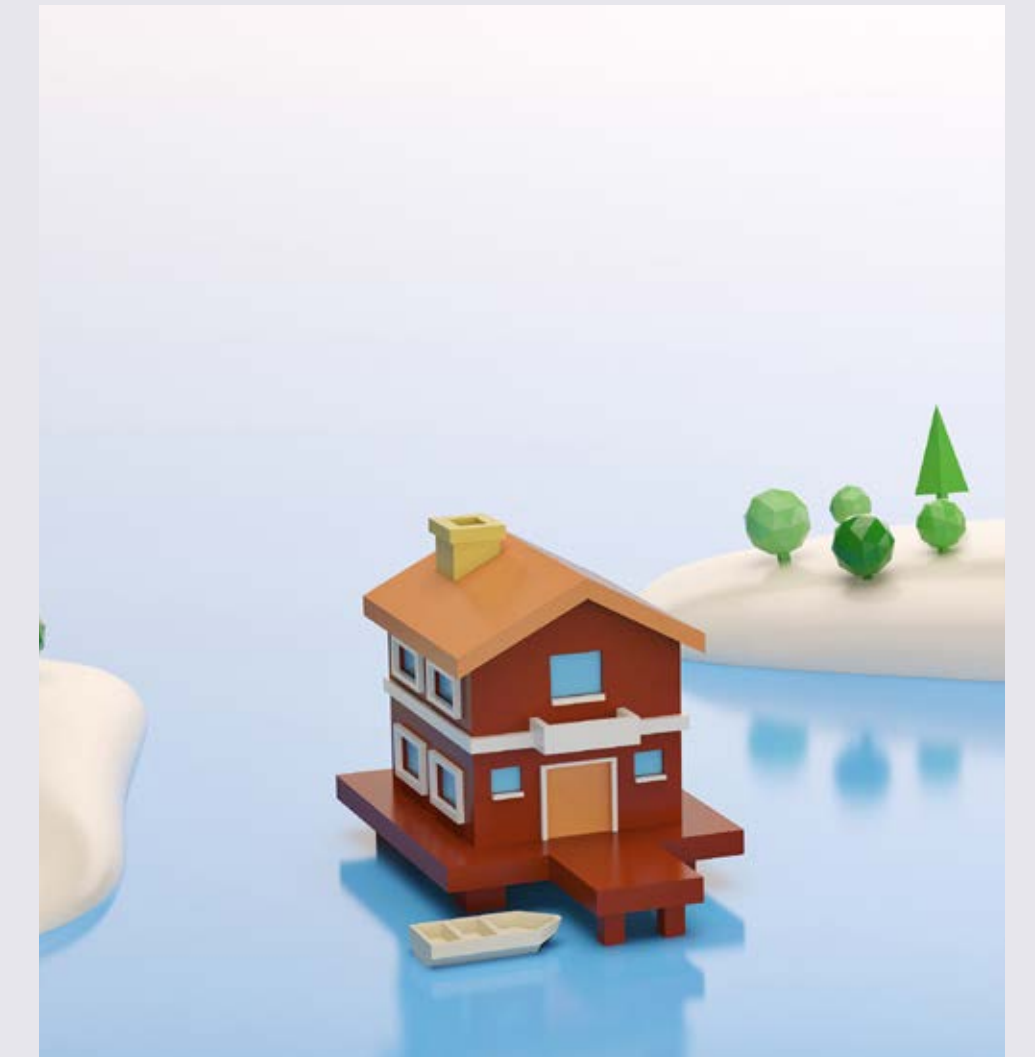




Exemplu de compoziție  
principală, cu masca de  
culoare Royal Blue











A

B



A

Nu folosim un vizual construit cu o culoare secundară ca main KV și nu alterăm proporțiile de folosire ale compozițiilor.

B

Nu folosim alte culori pentru construcția compozițiilor.





Just don't.





# 2.6 Reguli de construcție

2.6.1	Elemente&construcție	→
2.6.2	Formate standard	→
2.6.3	Formate atipice	→
2.6.4	Co-brand	→
2.6.5	Don't!	→



Elementele principale și construcția generală a vizualurilor noastre:

- A** Headline: uzual, recomandăm ca acesta să fie dispus pe maximum două linii.
- B** Mască vizual: înălțimea este variabilă, în funcție de cât de mult ocupă elementele de copy vizualul.
- C** Copy: la fel, înălțimea dedicată acestei zone este variabilă.
- D** Logo.
- E** “Linia” de semnătură.

**Pentru a păstra un limbaj vizual uniform, indiferent de mediu sau format, toate dimensiunile elementelor din vizual sunt dictate de mărimea logoului.**



D



A



C



B



E



Într-o zi îți vei mulțumi  
pentru decizia de azi



Dimensiunea fontului pentru body-copy este  
dată de dimensiunea folosită pentru headline.

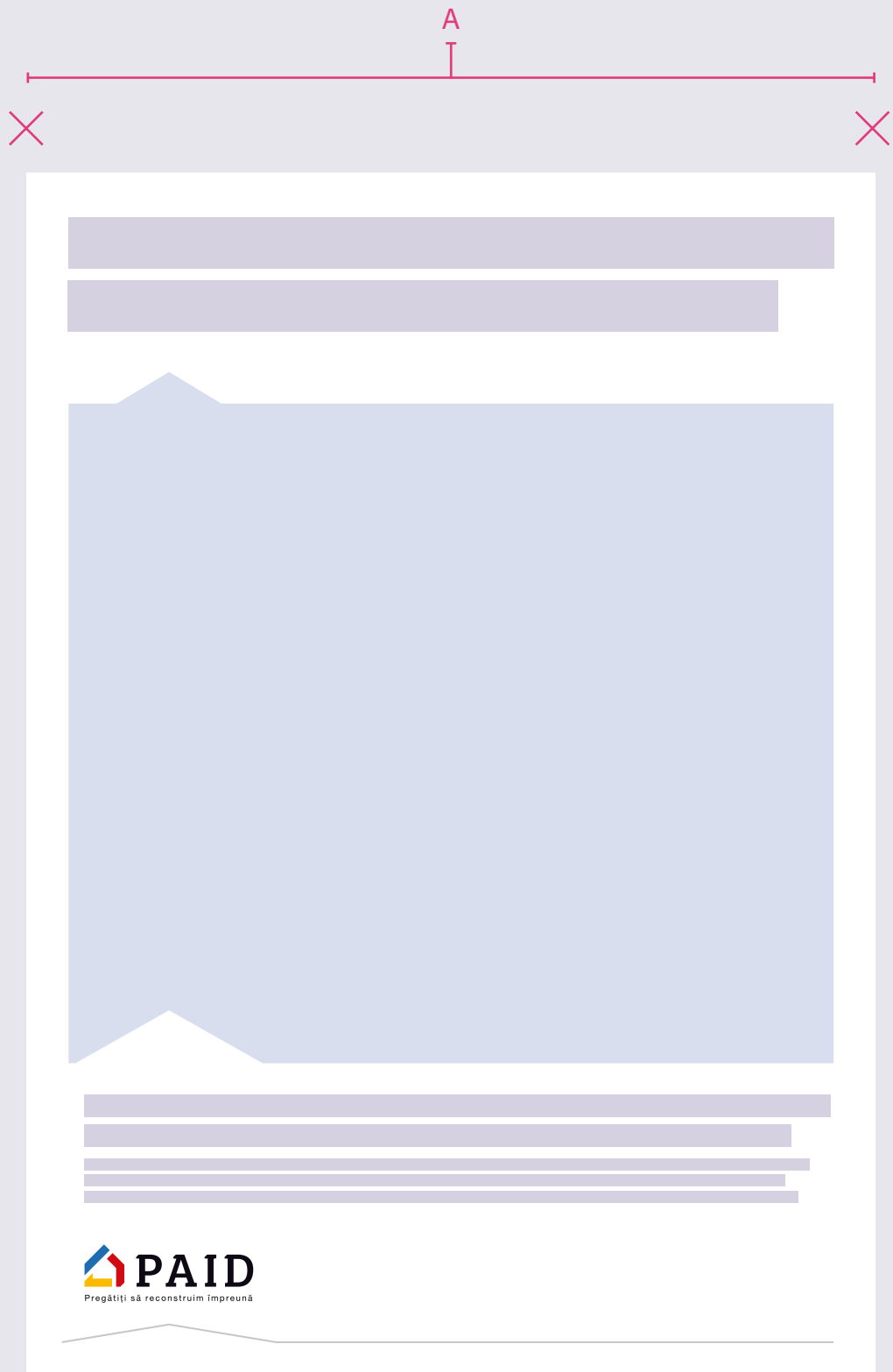
Înălțimea/suprafața pentru vizual este  
dată de spațiul rămas disponibil: proporția  
recomandată este de 2/3 din înălțime și nu mai  
puțin de 1/3 din înălțime.

Linia de semnătură are o poziție fixă.



## Reguli de construcție - elemente&construcție 3/3





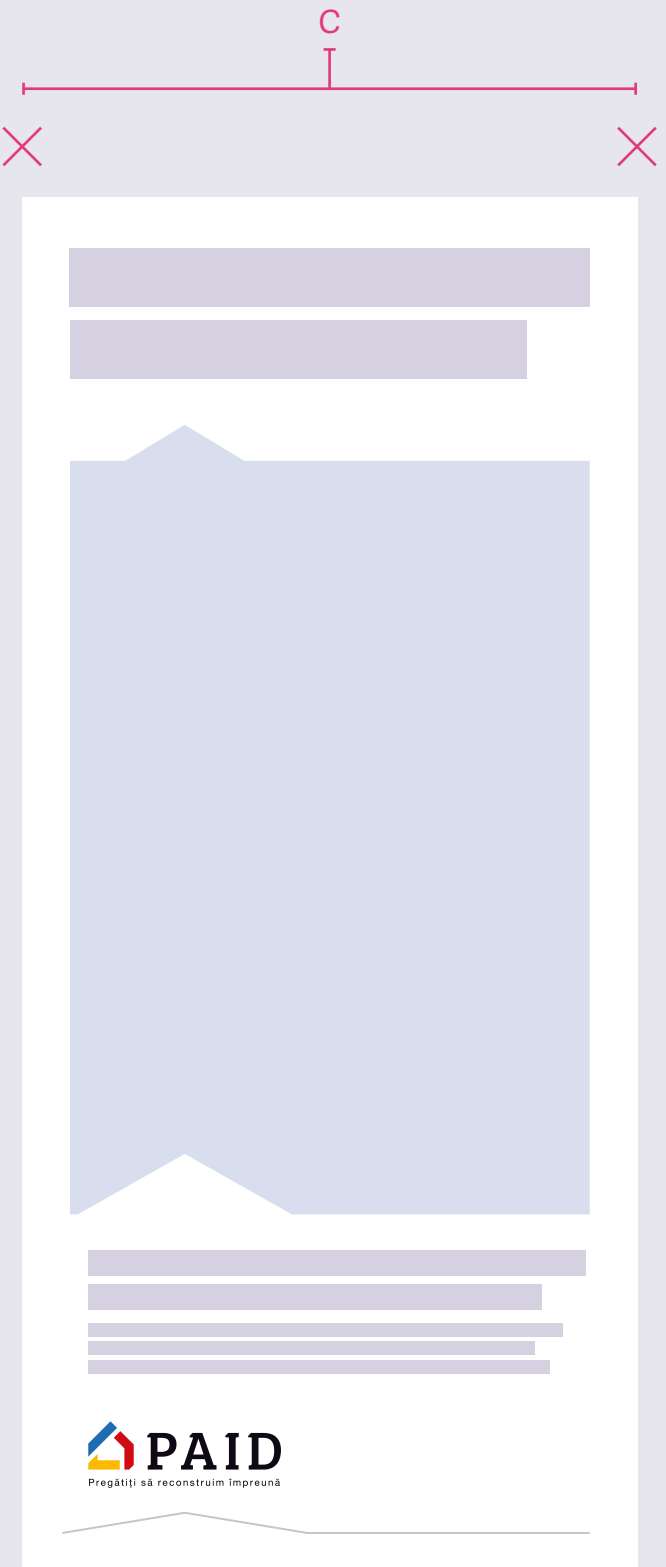
A

Seria A, portrait



B

Seria A, landscape



C

Seria DL, portrait. Considerăm formatul DL landscape, unul “extrem”, cu alte reguli de construcție





Pentru construcția vizualurilor pe formate atipice, alterăm regulile de construcție.

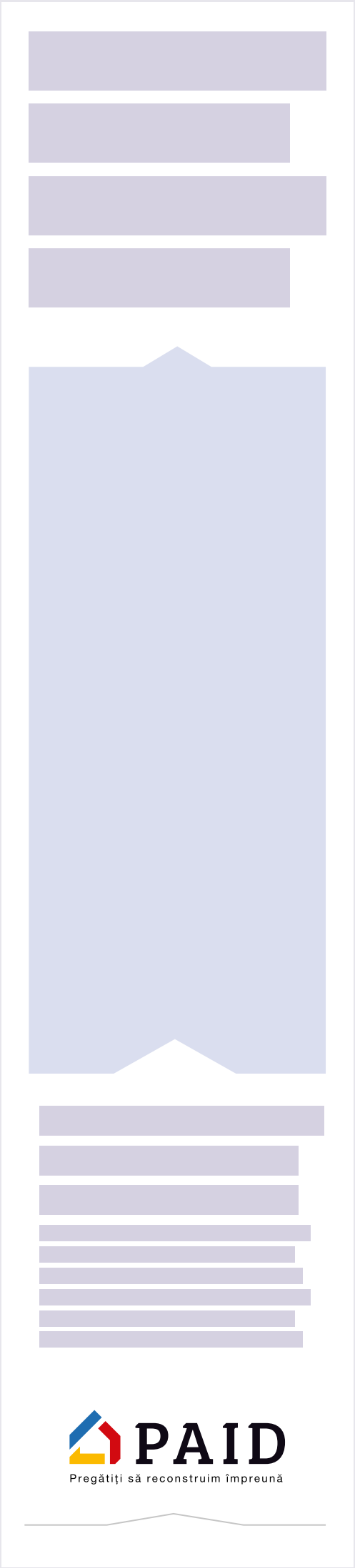


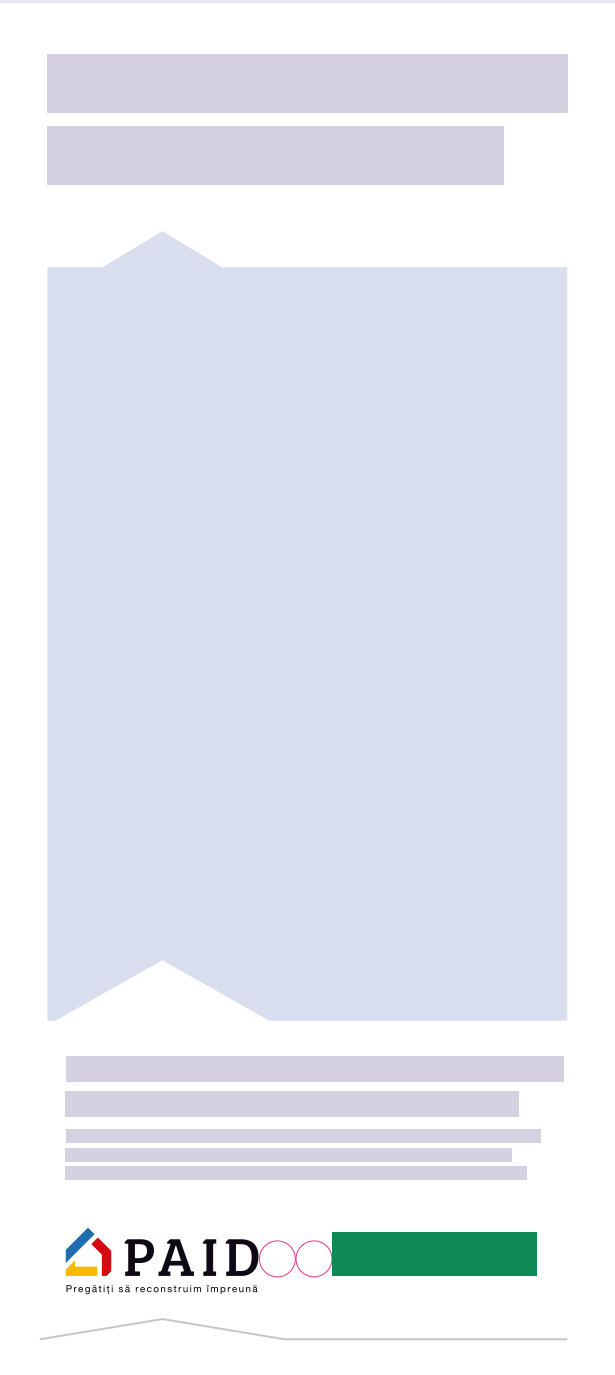
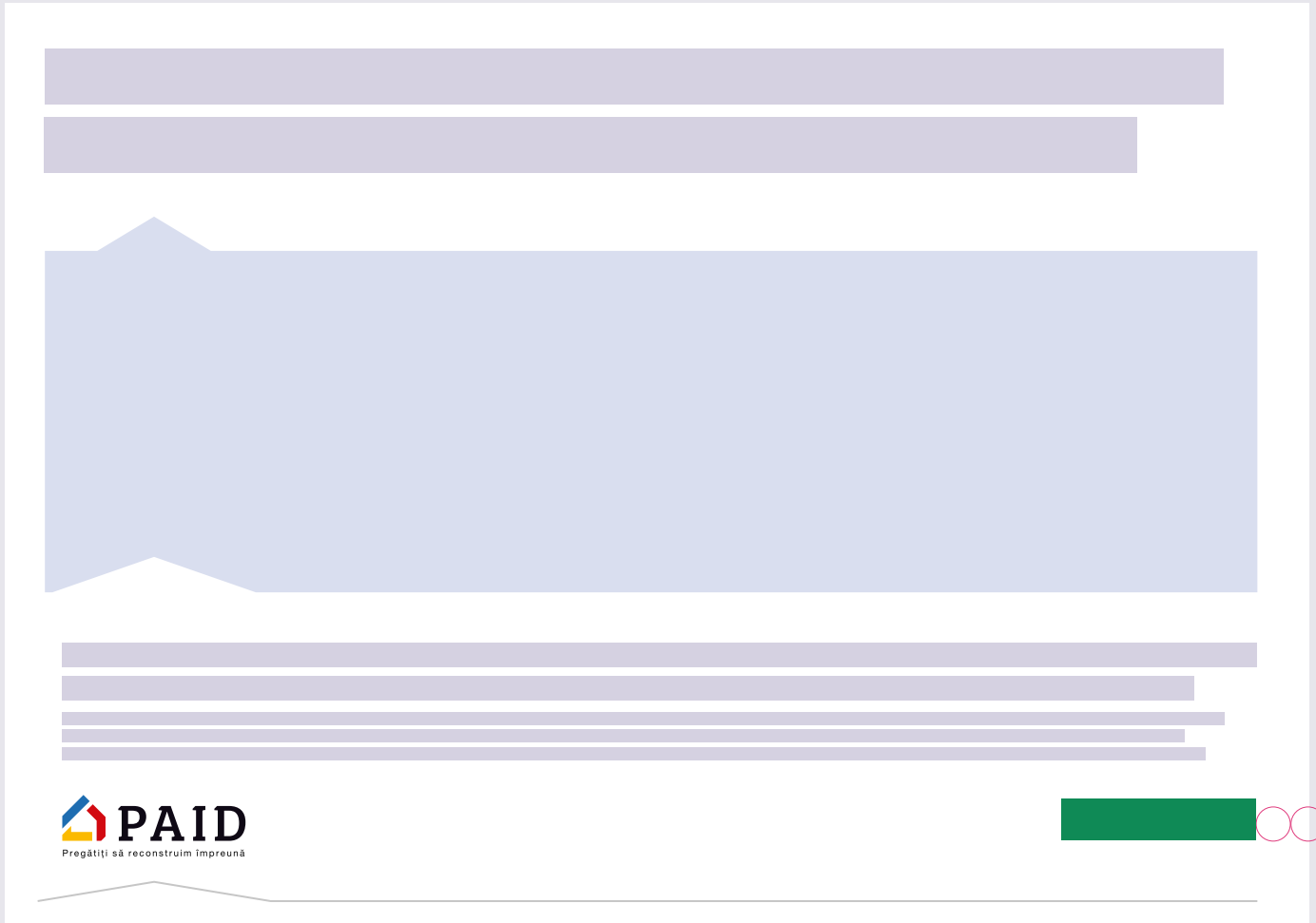
A

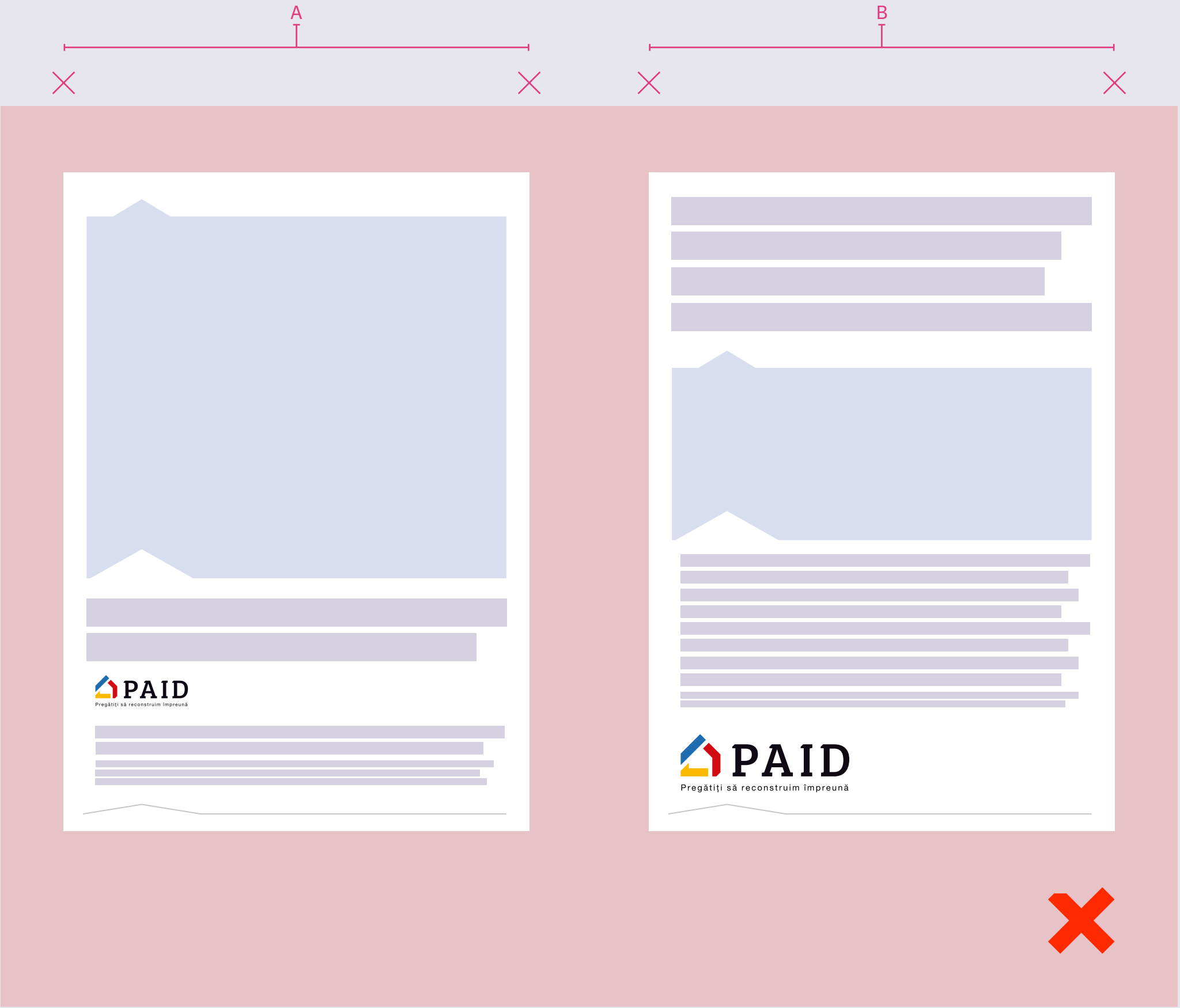
Landscape extrem

B

Portrait extrem







A

Nu alterăm ordinea elementelor care compun vizualul.

B

Nu schimbăm proporția, dimensiunea sau lungimea recomandată pentru elementele din vizual.



# 3. Comunicare ATL&BTL

3.1 KV&content: formate standard →

---

3.2 KV&content: formate atipice →

---



# 3.1 KV&content: formate standard

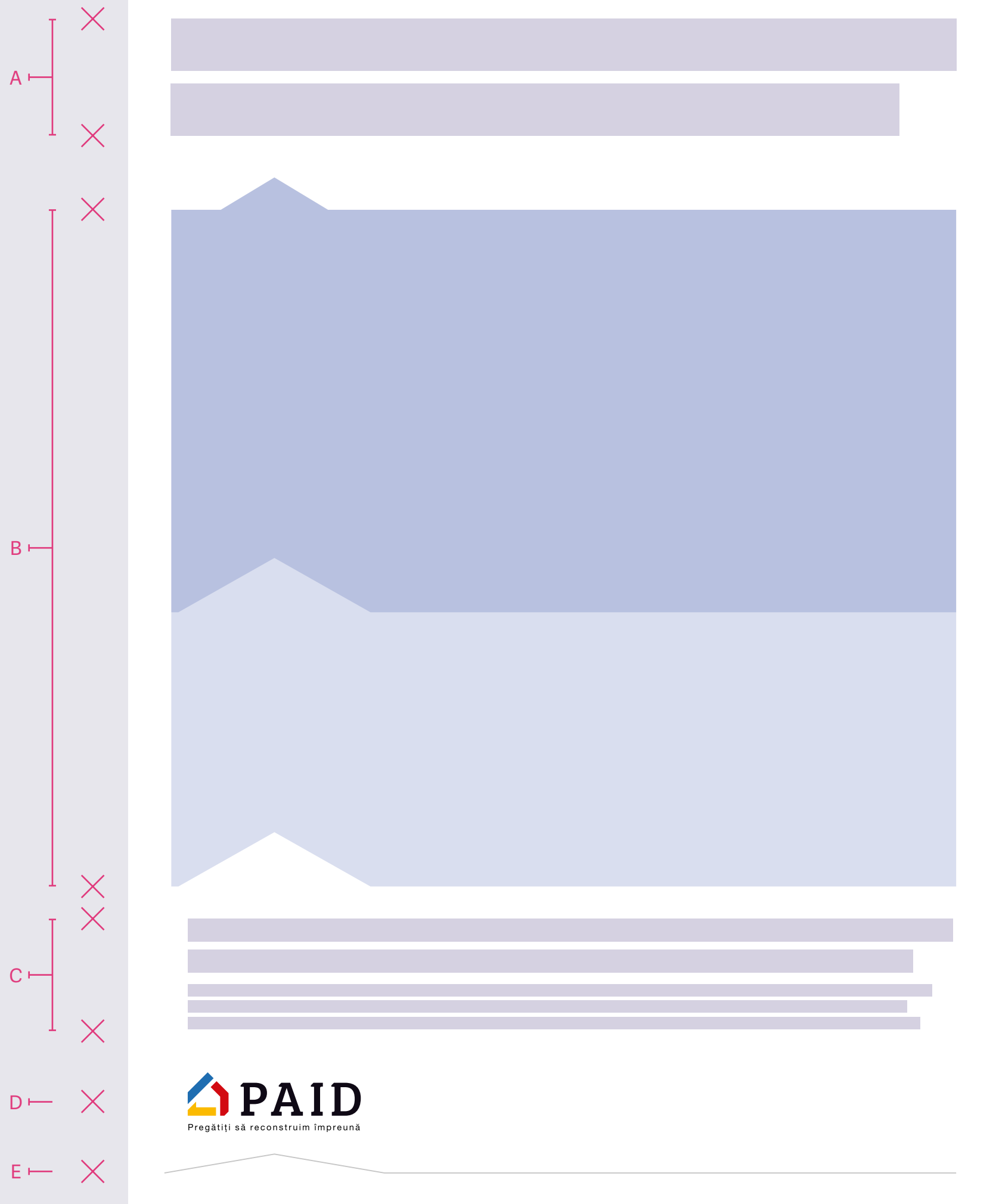
3.1.1 Seria A →

3.1.2 DL →

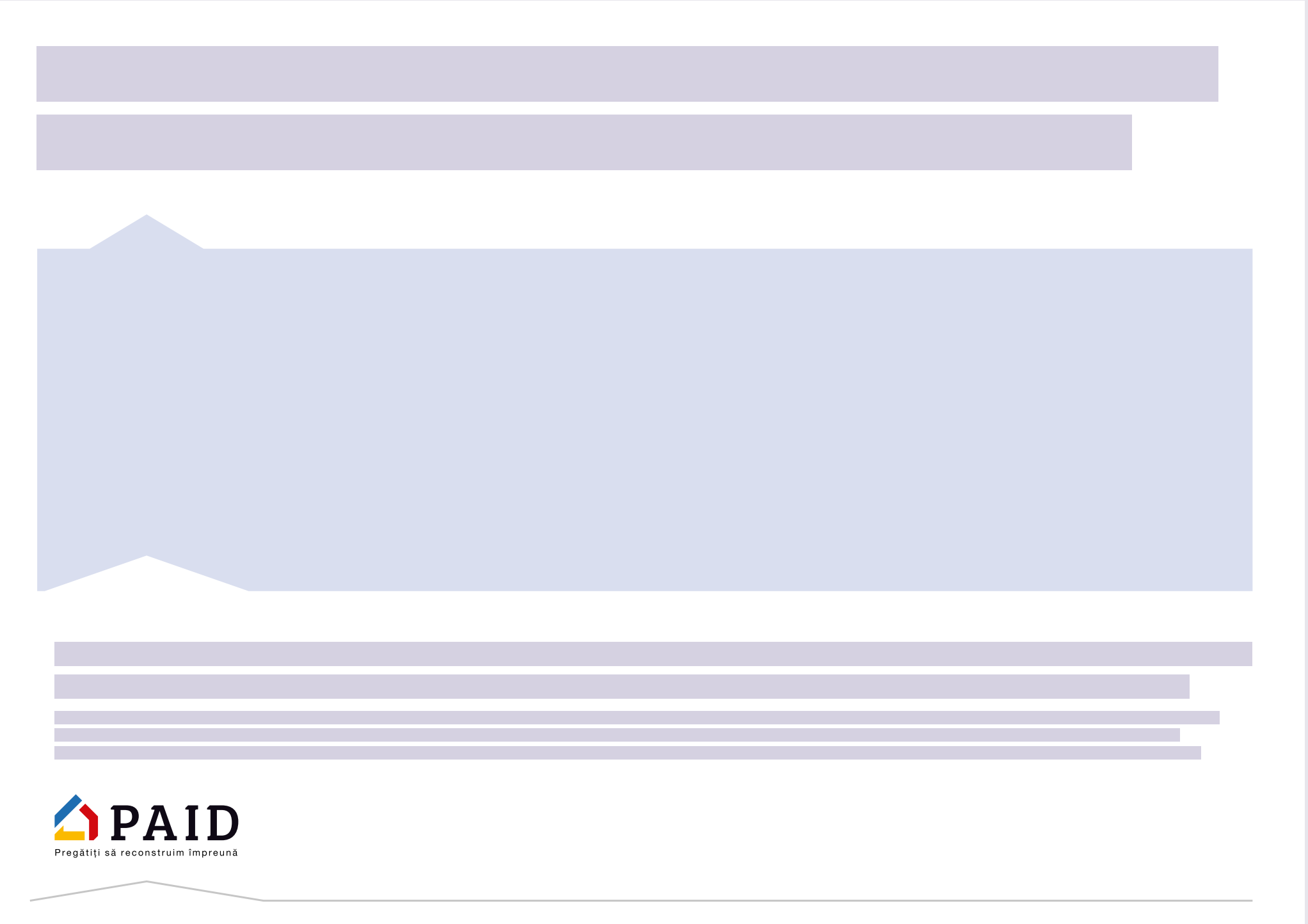


KV

portrait



landscape





Dimensiuni

	Portrait&landscape
A5	Ø 6mm
A4	Ø 8mm
A3	Ø 11,5mm
A2	Ø 16mm
A1	Ø 22,5mm

Elementele principale și construcția generală a layouturilor seria A:

- A

Headline: uzual, recomandăm ca acesta să fie dispus pe maximum două linii.
- B

Mască vizual: înălțimea este variabilă, în funcție de cât de mult ocupă elementele de copy vizualul.
- C

Copy: la fel, înălțimea dedicată acestei zone este variabilă.
- D

Logo.
- E

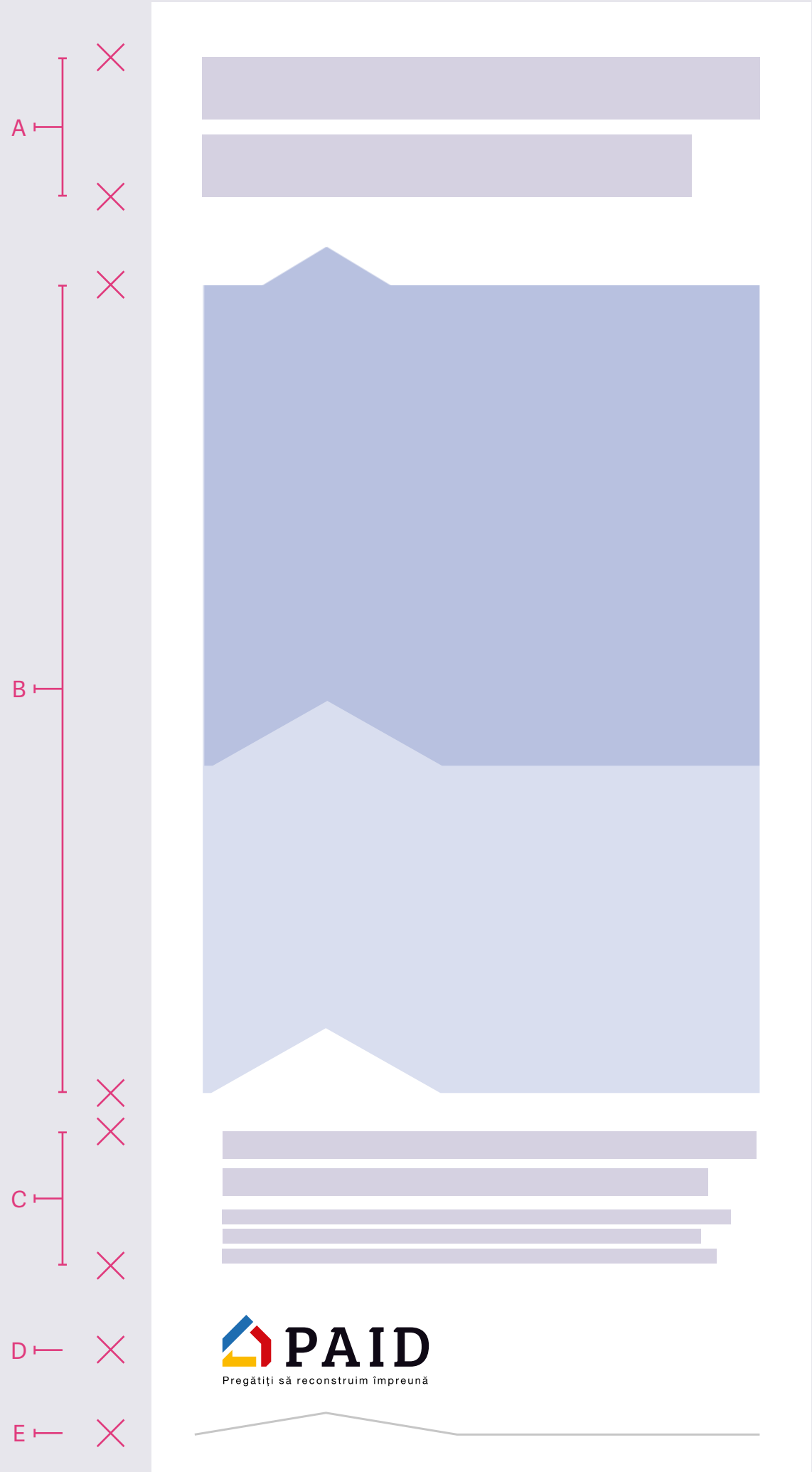
“Linia” de semnătură.

Toate dimensiunile elementelor din vizual sunt dependente de înălțimea acronimului PAID din logo.





KV



Elementele principale și construcția generală a layouturilor DL:

- A**      Headline: uzual, recomandăm ca acesta să fie dispus pe maximum două linii.
- B**      Mască vizual: înălțimea este variabilă, în funcție de cât de mult ocupă elementele de copy vizualul.
- C**      Copy: la fel, înălțimea dedicată acestei zone este variabilă.
- D**      Logo.
- E**      “Linia” de semnătură.

Dimensiuni&proporții

A	T 30pt
B	minim 30% din h
C	T 12pt
D	Ø 6mm
E	h = 3mm





# 3.2 KV&content: formate atipice

3.2.1 Pătrat →

3.2.2 Landscape extrem →

3.2.3 Portrait extrem →



Toate dimensiunile elementelor din vizual sunt dependente de înălțimea acronimului PAID din logo.



Elementele principale și construcția generală pentru format pătrat:

- A  
—  
Headline: uzual, recomandăm ca acesta să fie dispus pe maximum două linii.
- B  
—  
Mască vizual: înălțimea este variabilă, în funcție de cât de mult ocupă elementele de copy vizualul.
- C  
—  
Copy: la fel, înălțimea dedicată acestei zone este variabilă.
- D  
—  
Logo.
- E  
—  
“Linia” de semnătură.

Proporții

A	T = 0
—	—
B	aproximativ 1/2 din latură
—	—
C	dependent de [A]
—	—
D	= 1/5 din latură
—	—
E	dependent de [D]
—	—



Elementele principale și construcția generală pentru landscape extrem:

- A

Headline: uzual, recomandăm ca acesta să fie dispus pe maximum două linii sau maximum 1/2 din înălțimea formatului.
- B

Copy: înălțimea dedicată acestei zone poate varia, în funcție de mărimea headlineului.

- C

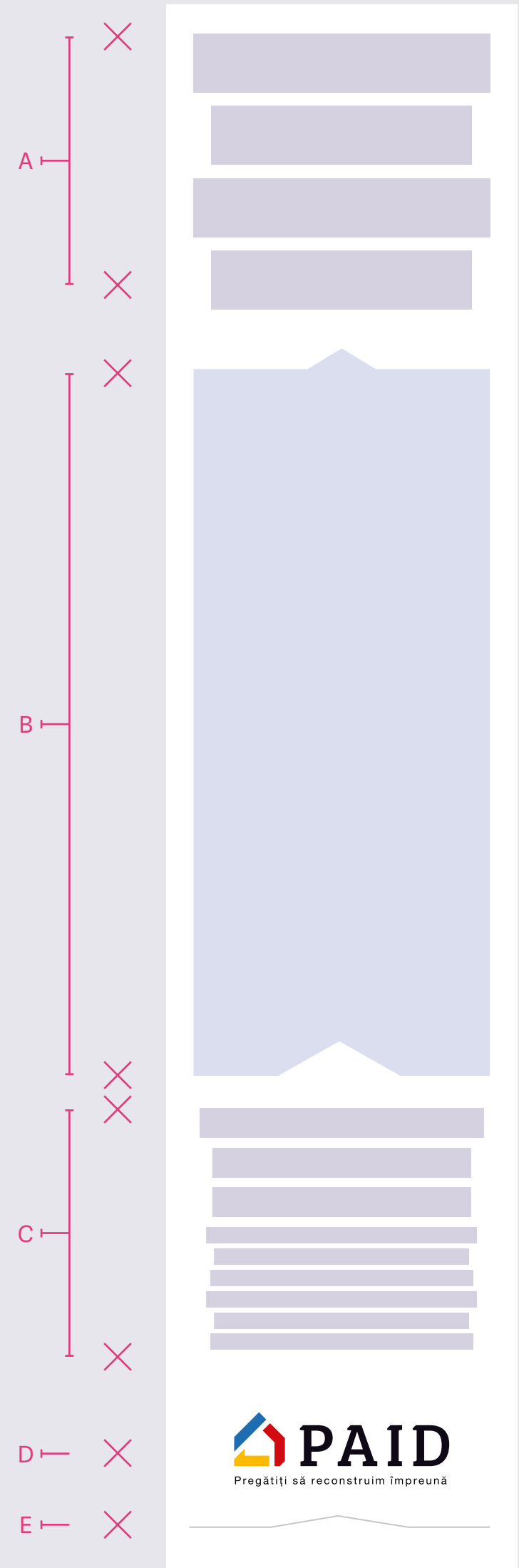
Mască vizual: recomandăm ca aceasta să ocupe aproximativ 1/2 din lungimea totală a formatului.
- D

Logo

Proporții

A	$T = 0$	C	1/2 din lățime
B	dependent [A]	D	1/3 din h





Elementele principale și construcția generală pentru portrait extrem:

**A**      Headline: uzual, recomandăm ca acesta să fie dispus pe maximum patru linii.

**B**      Mască vizual: recomandăm ca aceasta să ocupe aproximativ 1/2 din înălțimea totală a formatului.

**C**      Body copy

**D**      Logo

**E**      “Linia” de semnătură

Proporții

A	T = 0
B	1/2 din înălțime
C	dependent de [A]
D	2/3 din lățime
E	dependent de [D]



## 4. Comunicare: digital

4.1 newsletter →

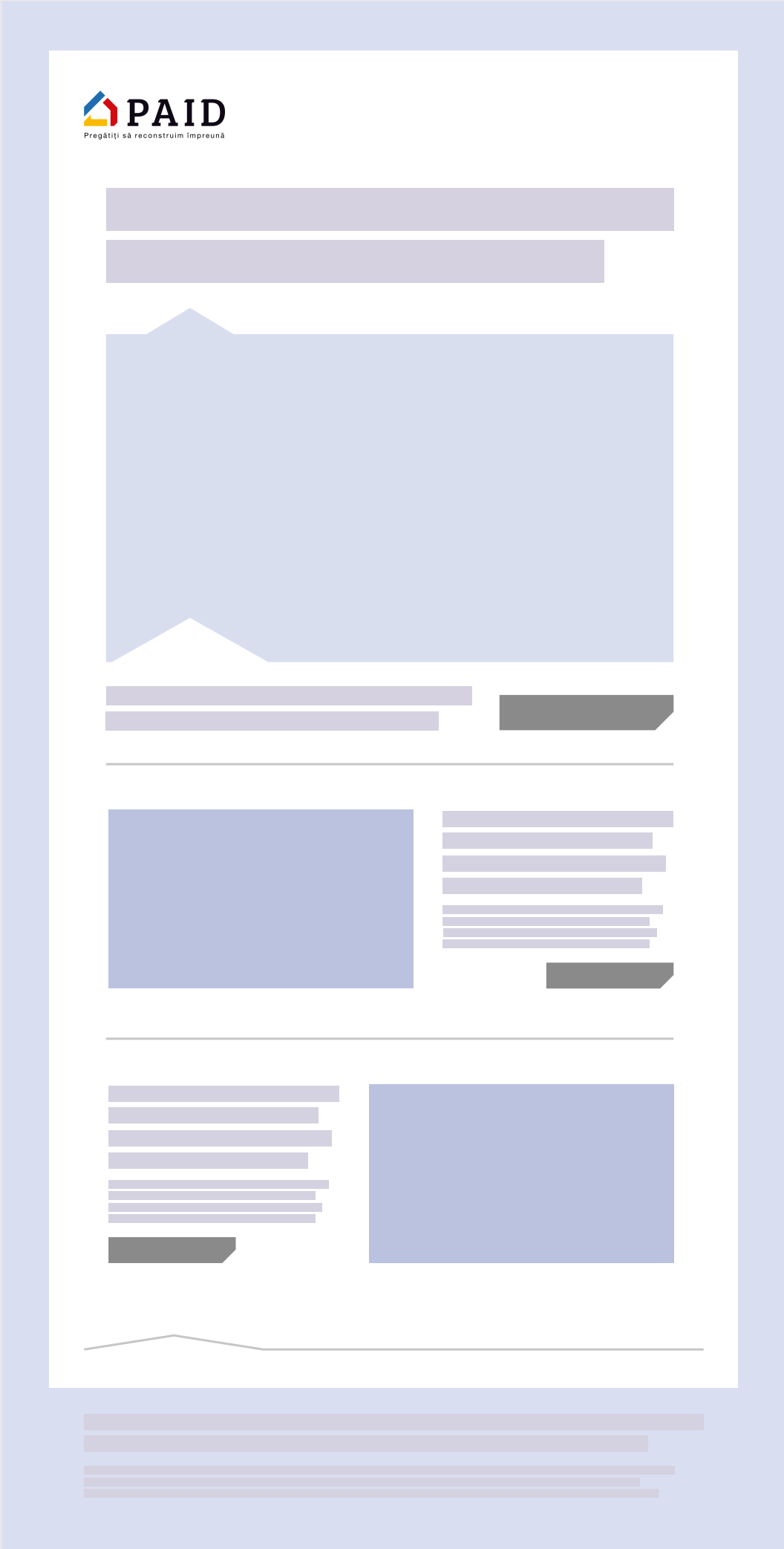
---

4.2 web banners →

---



A  
B  
C  
D  
E



× → F

Elementele principale și construcția generală a unui newsletter:

A

Logo: în acest caz, logo-ul devine semn introductiv, nu semnătură și este poziționat în header.

B

Subiect principal: respectă toate regulile de compoziție uzuale.

C

Subiect(e) secundar(e): respectă ierarhia fonturilor și stilul de compoziție pentru vizual, dar nu avem reguli specifice de construcție.

D

Linia de semnătură: poziționată întotdeauna la finalul conținutului și deasupra informațiilor din footer

E

Footer

F

Buton: recomandăm această formă pentru butoane.

Exemplificăm doar structura pentru cazul când trebuie să folosim bannere statice.

Pentru bannere dinamice/ animații trebuie doar să păstrăm intacte elementele principale ale identității noastre.

A  
T

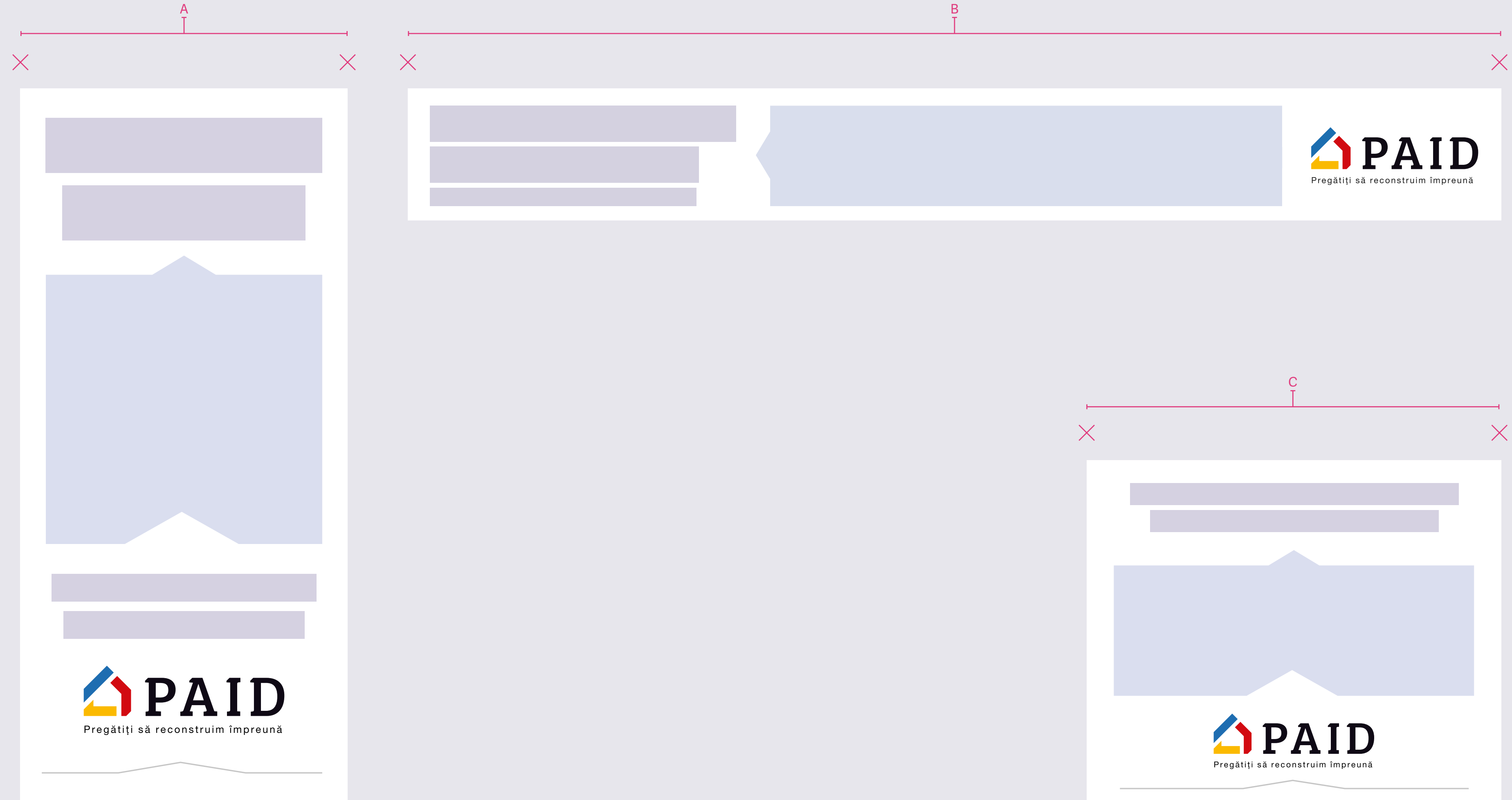
## Half Page Banner (300x600px)

B  
T

## Leaderboard (728x90px)

C

## Medium Rectangle (300x250px)





# 5. Corporate

5.1 Construcție vizual —→

5.2 Ștampila —→

5.3 roll-up —→

5.4 spider —→

5.5 foaie cu antet & comunicat de presă —→

5.6 cărți de vizită & carduri de acces —→

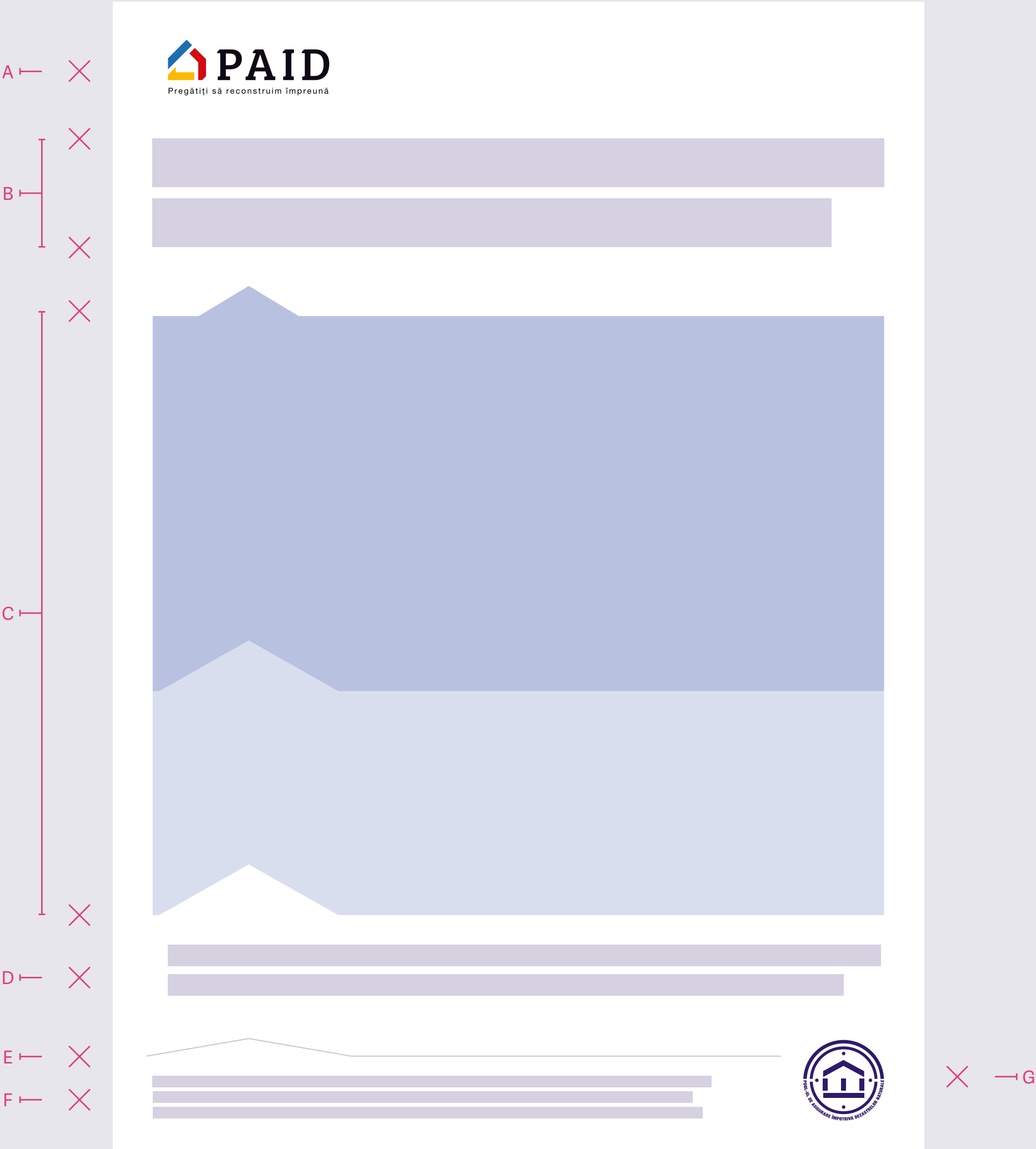
5.7 plicuri (seria A, C, DL) —→

5.8 mapă, bloc notes & pixuri —→

5.9 semnătură email —→

5.10 template prezentare —→





Documentele corporate au o structură puțin schimbată, față de materialele comerciale: logo este mutat în header, apare și zona de footer cu informații de natură legală.

- A Logo: devine semn introductiv, nu semnătură și este poziționat în header.
- B Headline: respectă toate regulile de compoziție uzuale.
- C Vizual: devine opțional/facultativ, în funcție de specificul comunicării.
- D Body copy: în funcție de document, poate ocupa inclusiv spațiul destinat vizualului.
- E Linia de semnătură: poziționată întotdeauna la finalul conținutului și deasupra informațiilor din footer
- F Footer: informații legale și alte repere obligatorii. Element opțional.
- G Ștampila. Este un element opțional.



# 5.2 Ştampila

5.2.1	Construcție	→
5.2.2	A/N, pozitiv&negativ	→
5.2.3	Reguli de utilizare	→
5.2.4	Don't!	→



A

Simbol: este reprezentarea legitimității instituționale a PAID.

B

Text: semnificația acronimului PAID.



A

Pentru fundaluri deschise, culoarea ștampilei poate fi și gri sau negru.

B

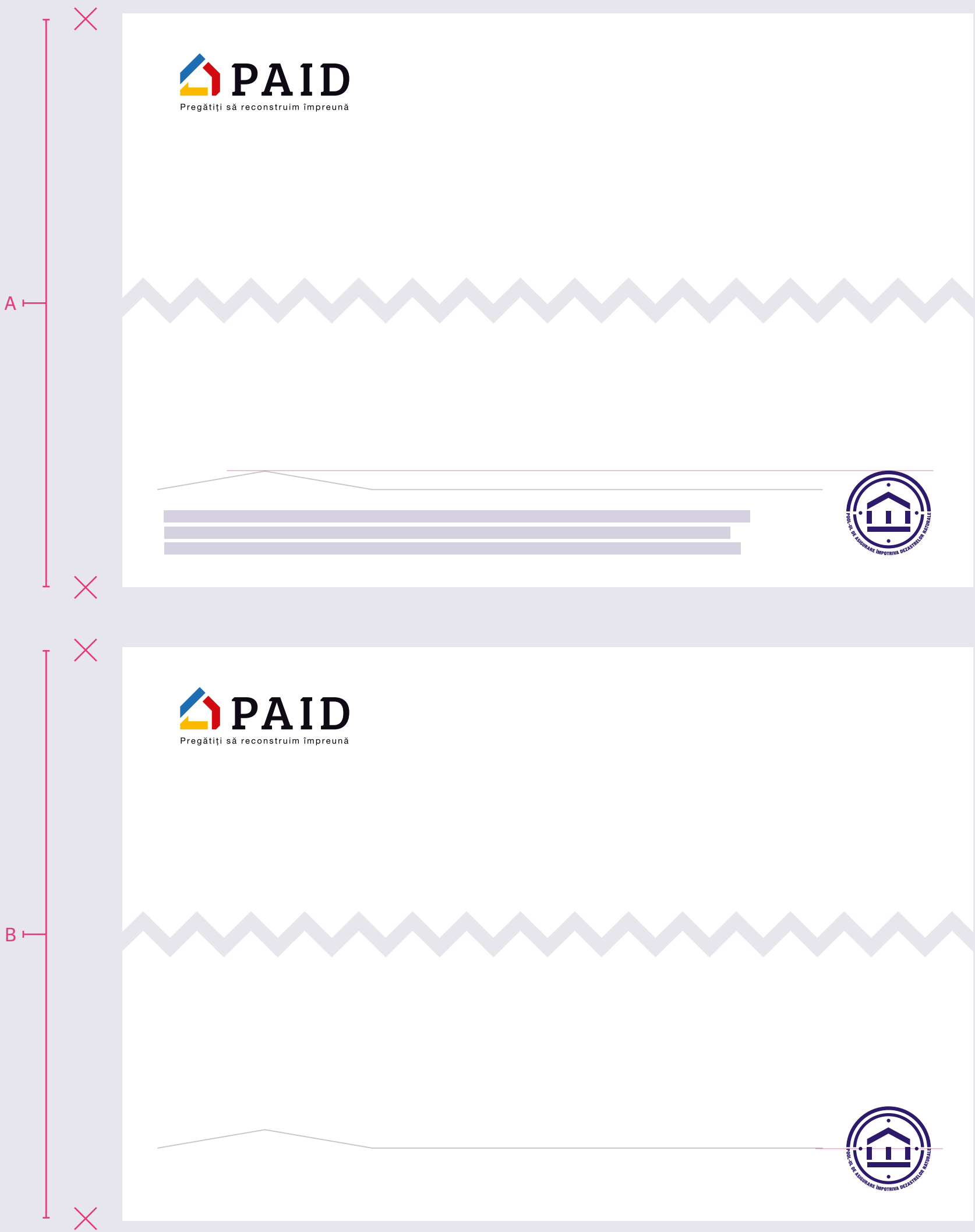
Folosim ștampila pe negativ când avem fundaluri care oferă un contrast suficient.



Utilizare

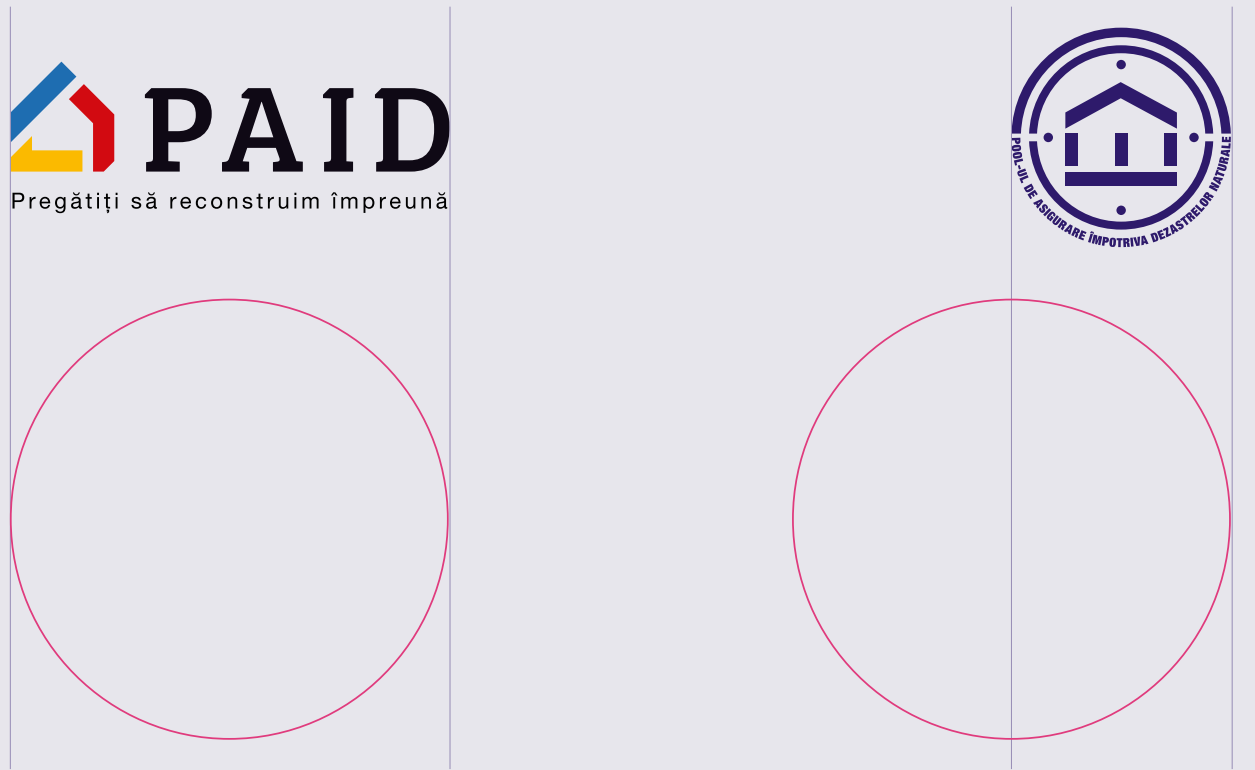
Ștampila se folosește, aproape în toate cazurile, doar în footer.

- A Poziționare ștampilei când avem informații în footer.
- B Poziționare ștampilei cu footer blank.



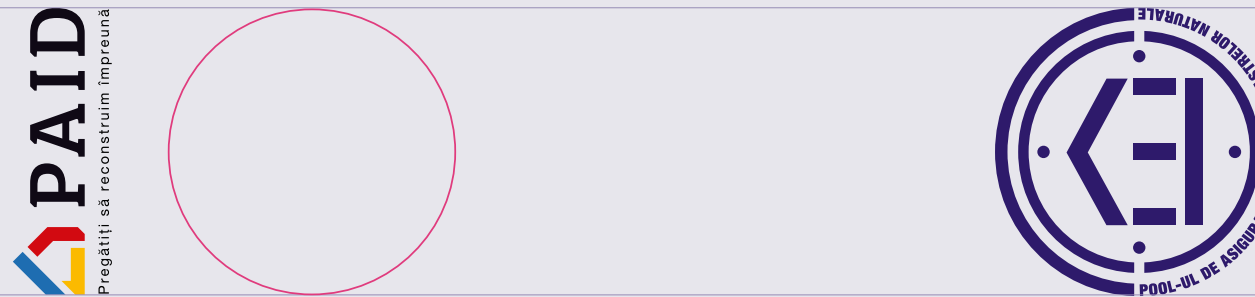
Dimensiuni recomandate

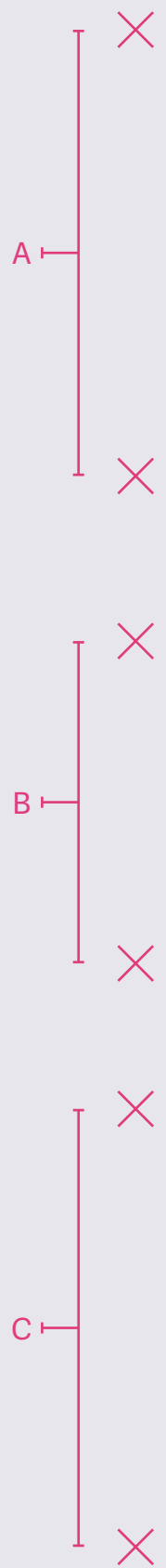
Recomandăm ca diametrul ștampilei să fie 1/2 din lungimea logoului.



Dimensiuni minime

În cazul în care ștampila trebuie folosită într-un context în care logoul este la dimensiunea lui minimă, atunci diametrul ștampilei va fi egal cu lungimea logoului.





A

Nu exagerăm dimensiunea ștampilei în raport cu logoul. Respectăm dimensiunile recomandate pentru aceasta.

B

Nu folosim culori secundare din paleta de culori a brandului sau alte culori.

C

Nu rotim ștampila. Niciun unghi nu este acceptat.



A — ✕

B — ✕  
— ✕

C — ✕

C — ✕

D — ✕

E — ✕

F — ✕

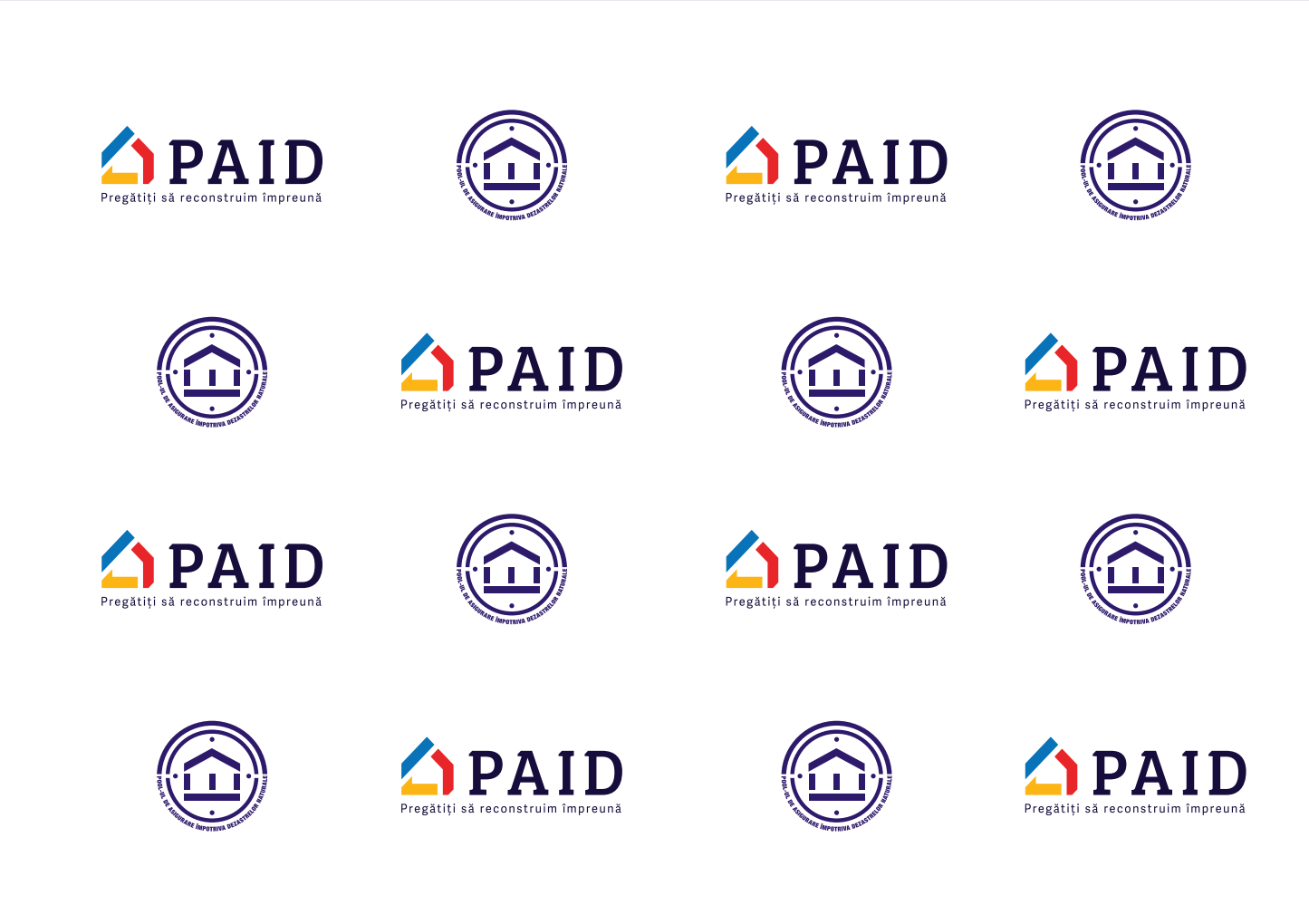


### Reguli generale de construcție roll-up.

- A** Logo: devine semn introductiv, nu semnătură și este poziționat în header.
- B** Headline: respectă toate regulile de compoziție uzuale.
- C** Vizual: devine opțional/facultativ, în funcție de specificul comunicării.
- D** Body copy: este element opțional în cazul roll-upului.
- E** Linia de semnătură: poziționată întotdeauna la finalul conținutului și deasupra informațiilor din footer
- F** Footer: informații legale și alte repere obligatorii. Element opțional.



Spiderul poate avea multe variante de construcție, în funcție de eveniment/context.



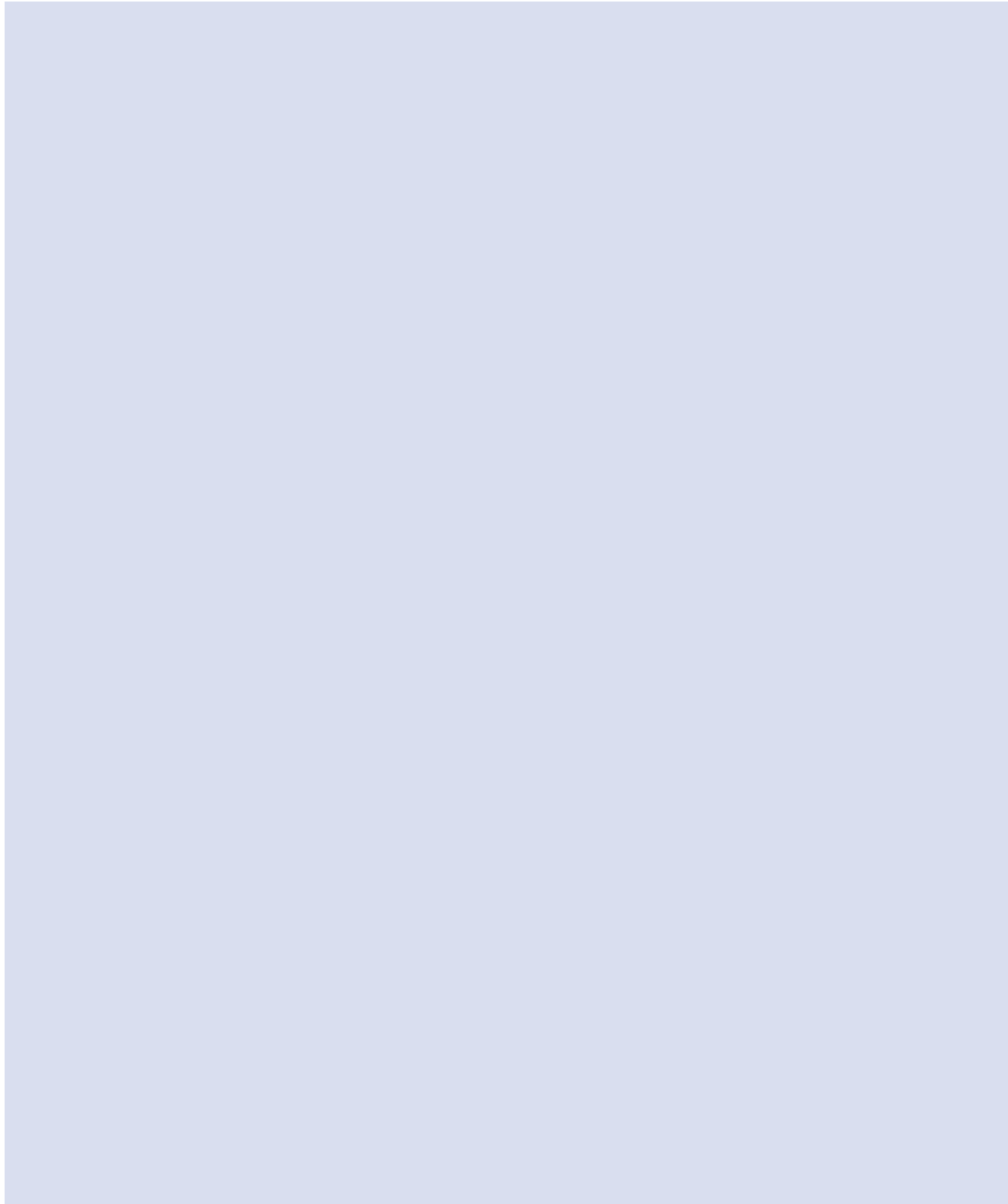




A



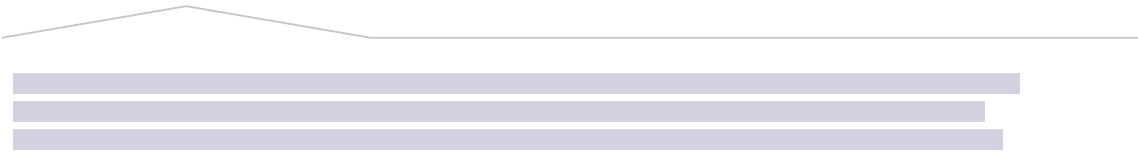
B



C



D



E

A



Logo.

B



Zonă content: în funcție de specificul comunicării, folosim elementele de care avem nevoie, păstrând regulile generale de compoziție.

C



Linia de semnătură.

D



Footer.

E

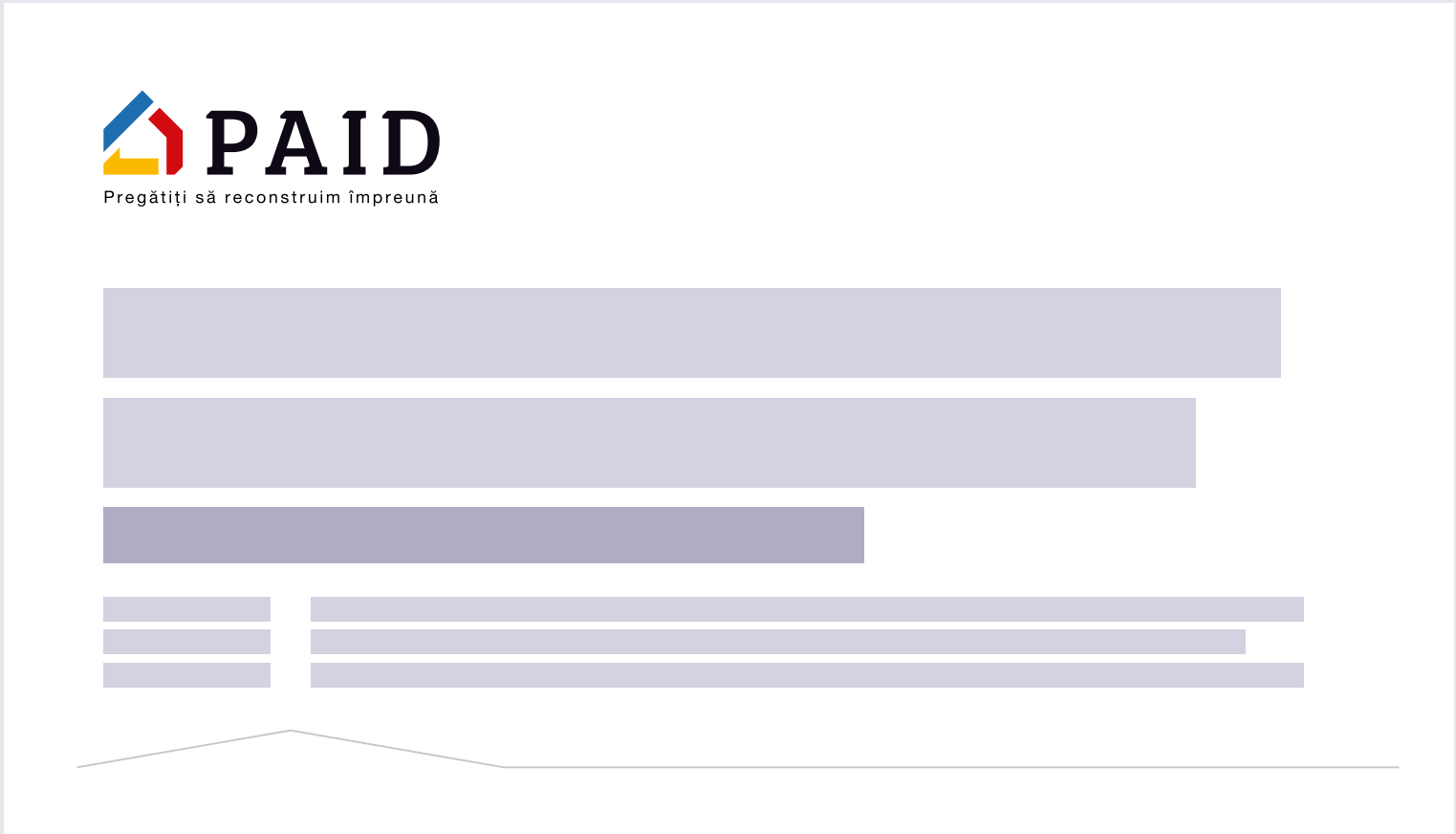


Ștampila.

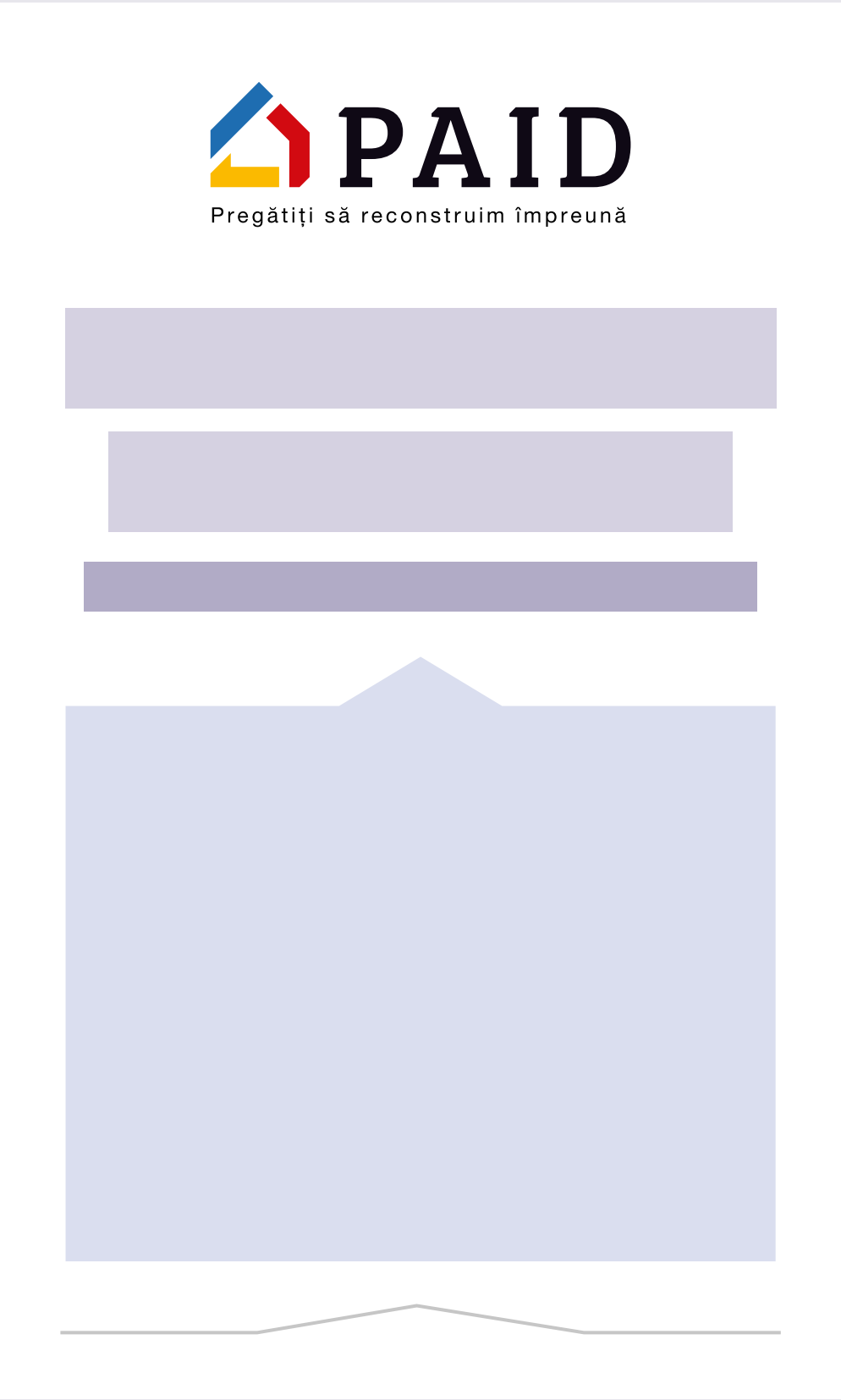


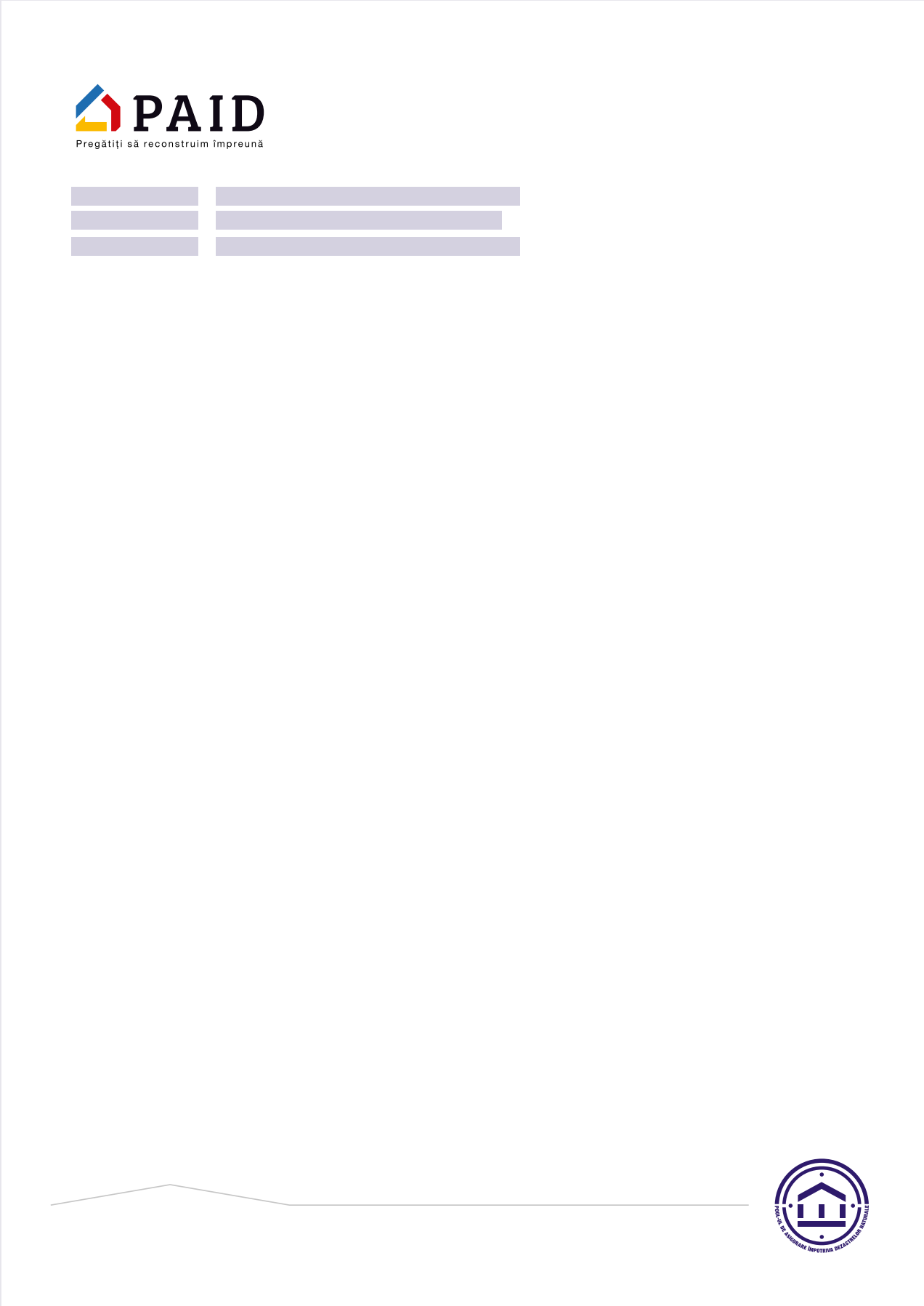
Structură generală  
carte de vizită și  
card de acces.

Carte de vizită



Card de acces





Seria C



Seria A



DL



Mapă



Față

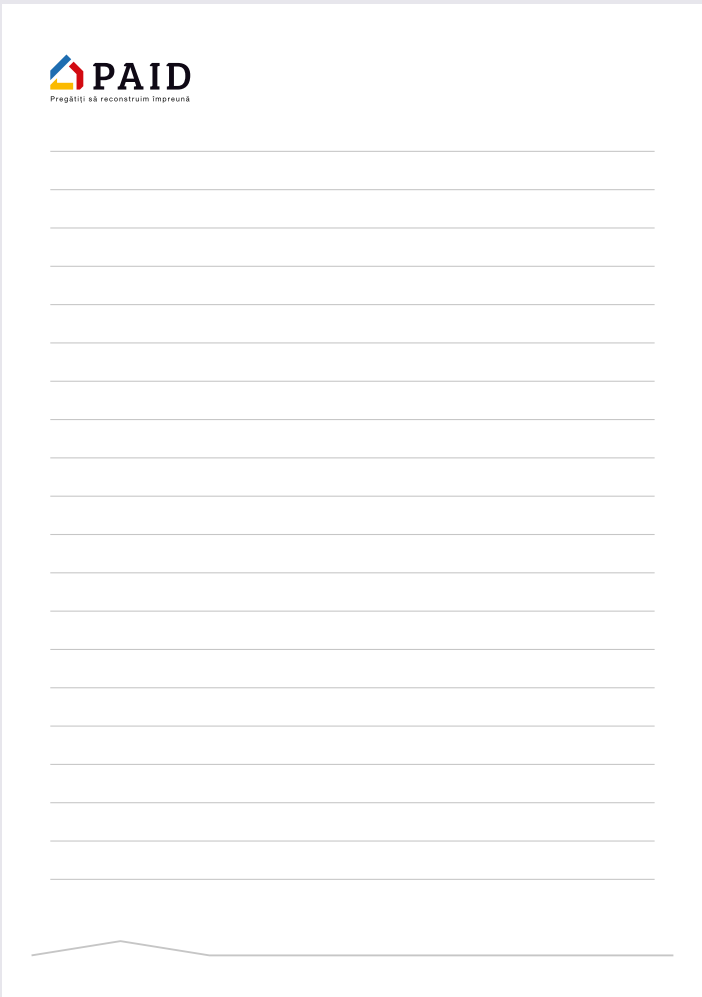


Verso

Notes

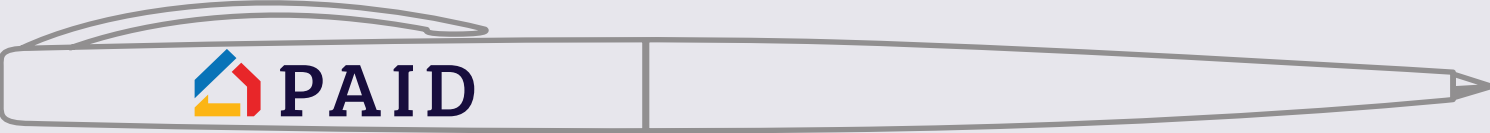


Copertă



Filă

Pix





[Redacted signature line]

[Redacted signature line]

[Redacted signature line]

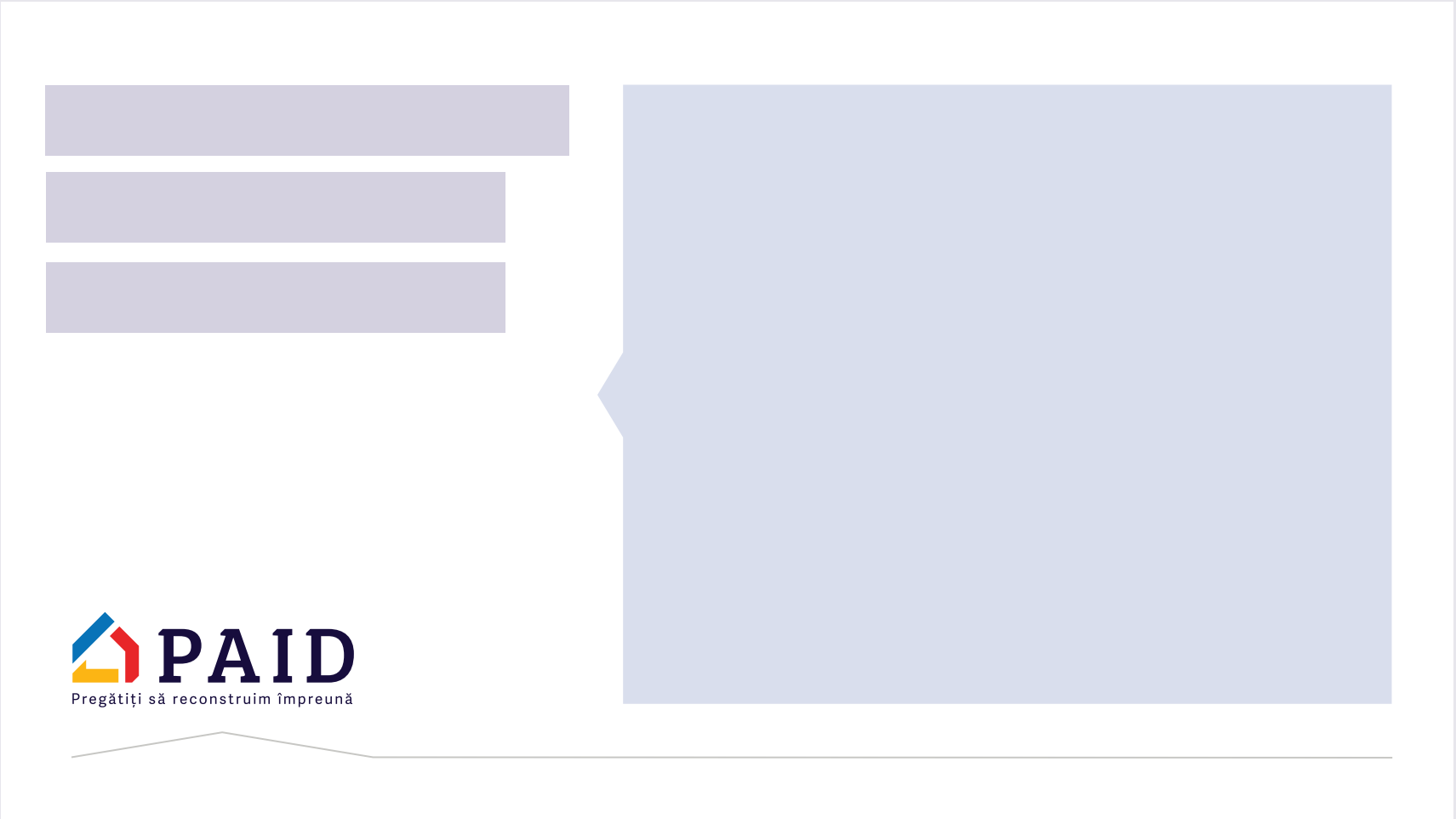
Semnătură email



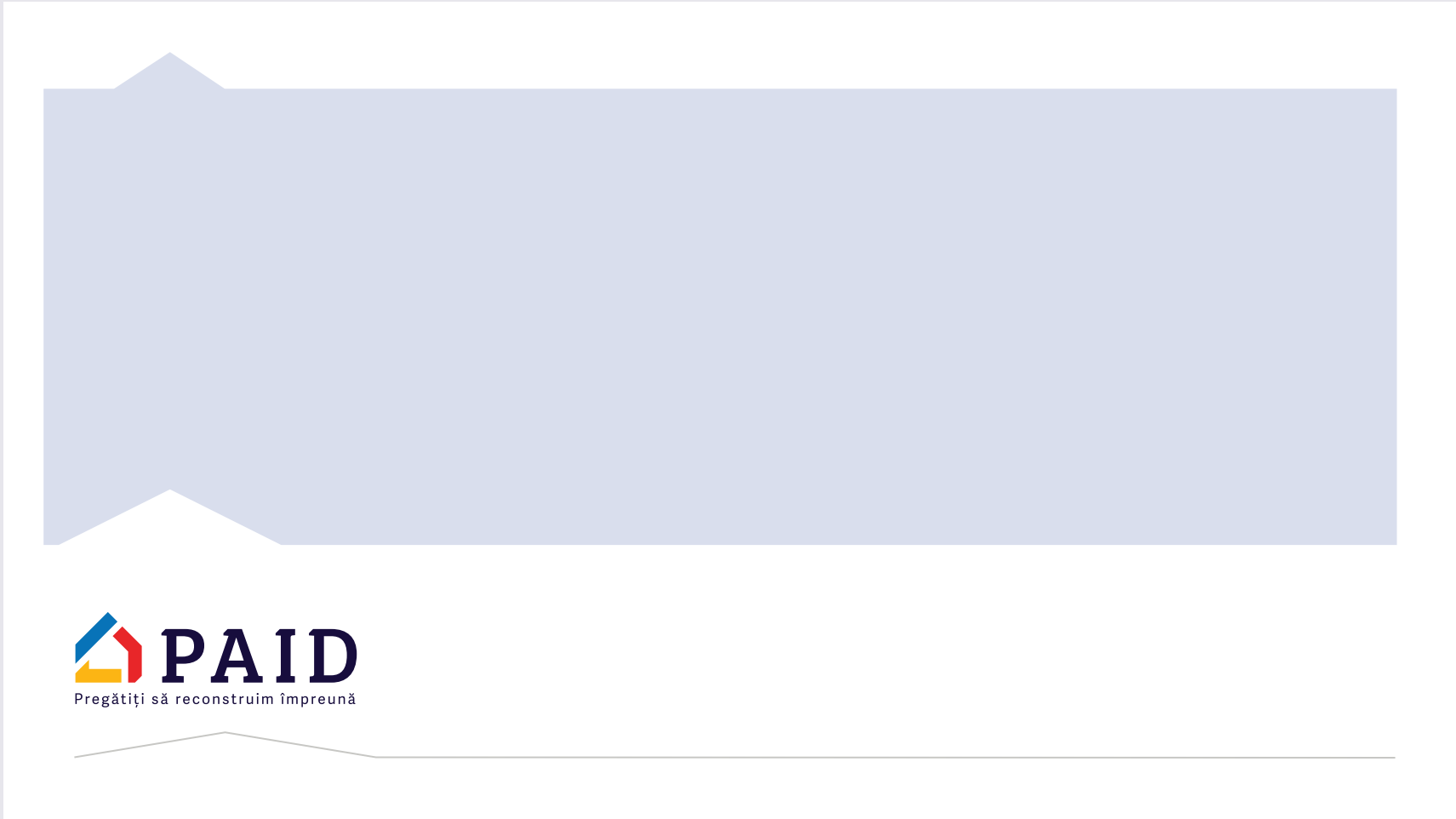
Structură generală  
slide-uri prezentări.



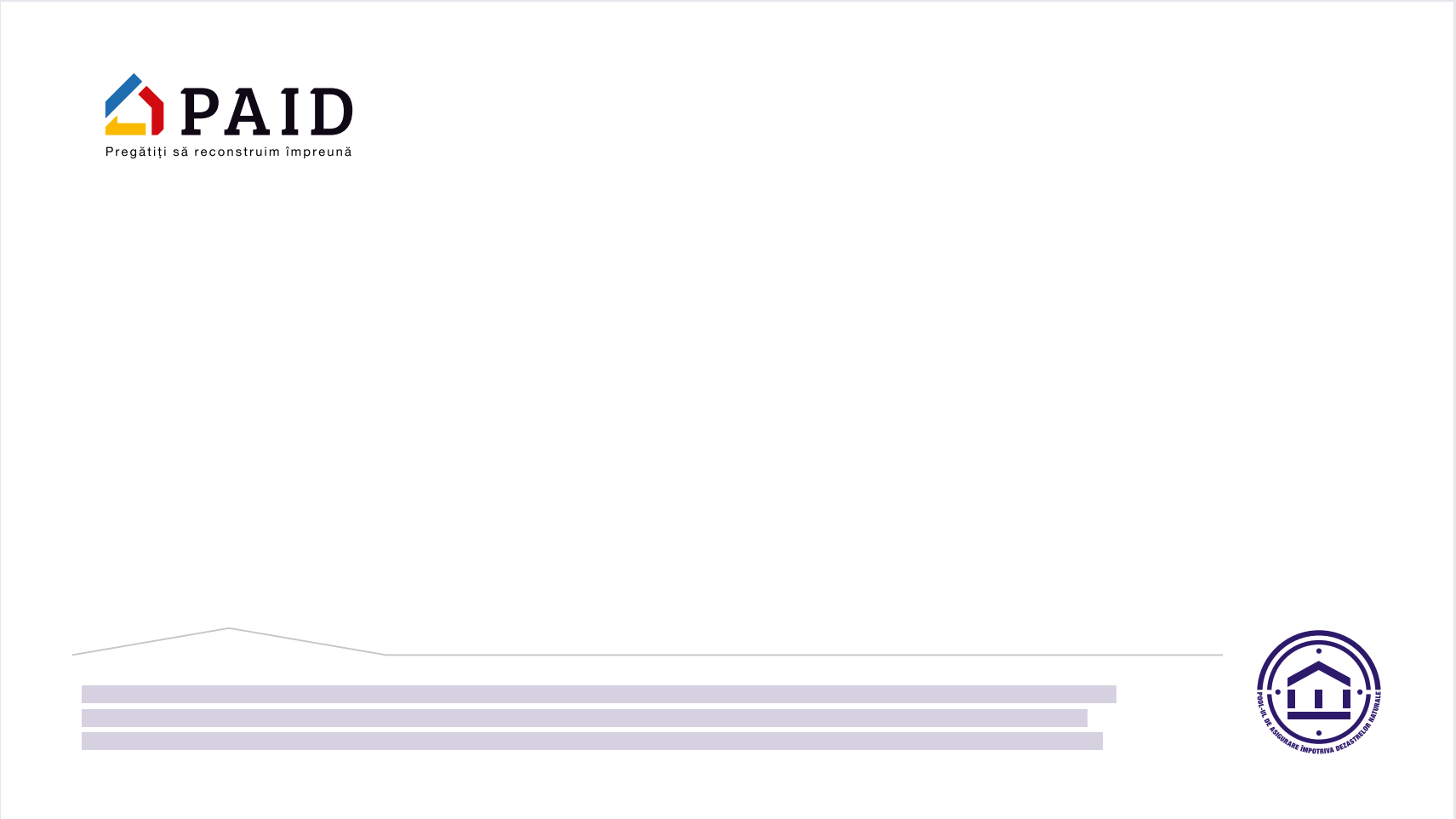
Cover slide



Content slide



Section slide



End slide



Pregătiți să reconstruim împreună

