



ROMÂNIA

MUNICIPIUL RÂMNICU SĂRAT



Str. N.Bălcescu nr. 1, Râmnicu-Sărat, Tel: 0238.561946; Fax: 0238.561947
Web: www.primariermsarat.ro E-mail: primarie_rmsarat@primariermsarat.ro
Nr. înregistrare ANSPDCP: 20680

Nr. 55070/30.09.2024

ANUNȚ

REFERITOR LA ELABORAREA UNUI PROIECT DE ACT NORMATIV

Astăzi, data de 30.09.2024, Primăria Municipiului Râmnicu Sărat anunță deschiderea procedurii de transparență decizională a procesului de elaborare a proiectului următorului act normativ: **PROIECT DE HOTĂRÂRE PRIVIND APROBAREA BRANDULUI, CU LOGO ȘI SLOGAN, AL MUNICIPIULUI RÂMNICU SĂRAT.**

Paragraf descriptiv:

Prin proiectul de hotărâre se propune spre aprobare **Brandul Municipiului Râmnicu Sărat, compus din logo și slogan, și Manualul de identitate vizuală a municipiului Râmnicu Sărat, ce cuprinde reguli generale de utilizare a brandului de localitate.**

Documentația aferentă proiectului de act normativ include:

- Proiectul de hotărâre al Consiliului Local al Municipiului Râmnicu Sărat;
- Referatul de aprobare al Primarului Municipiului Râmnicu Sărat - nr. 54635/26.09.2024;
- Raportul de specialitate al Compartimentului Contencios Administrativ și Juridic - nr. 54660/27.09.2024;
- Manualul de identitate vizuală a municipiului Râmnicu Sărat.

Documentația poate fi consultată:

- pe pagina de internet a instituției primariermsarat.ro, la secțiunea Transparență / Legea 52/2003 transparența decizională în administrația publică;

link: http://primariermsarat.ro/primarie_ramnicusarat/node/10390;

- la sediul instituției Primăriei Municipiului Râmnicu Sărat din strada Nicolae Bălcescu nr. 1;

Proiectul de act normativ se poate obține, în copie, pe bază de cerere scrisă depusă la Compartimentul Registratură din cadrul Primăriei Municipiului Râmnicu Sărat, în zilele de luni, marți, miercuri și joi între orele: 08:00 – 16:30, și în ziua de vineri, între orele: 08:00 – 14:00.

Propuneri, sugestii, opinii cu valoare de recomandare pentru proiectul de act normativ supus procedurii de transparență decizională se pot depune până la data de **10.10.2024**, astfel:

- ca mesaj în format electronic pe adresa de e-mail: primarie_rmsarat@primariermsarat.ro;
- prin poștă, pe adresa: Primăria Municipiului Râmnicu Sărat, strada Nicolae Bălcescu nr. 1, județul Buzău, cod postal 125300;
- la sediul instituției - Primăria Municipiului Râmnicu Sărat, strada Nicolae Bălcescu nr. 1, Compartiment Registratură, în zilele de luni, marți, miercuri și joi între orele: 08:00 – 16:30, și în ziua de vineri, între orele: 08:00 – 14:00.

Materialele transmise vor purta mențiunea „*Propuneri privind proiectul de hotărâre privind aprobarea Brandului, cu logo și slogan, al Municipiului Râmnicu Sărat.*”

Propunerile, sugestiile, opiniile cu valoare de recomandare vor fi publicate pe pagina de internet a instituției, la secțiunea Transparență/Legea nr. 52/2003 transparența decizională în administrația publică.

Nepreluarea recomandărilor formulate și înaintate în scris va fi justificată în scris.

Pentru cei interesați există și posibilitatea organizării unei întâlniri în care să se dezbată public proiectul de act normativ, în cazul în care acest

lucru este cerut în scris de către o asociație legal constituită sau de către o altă autoritate sau instituție publică până la data de **11.11.2024**.

Pentru informații suplimentare vă stăm la dispoziție cu următoarele date de contact:

- telefon: 0238/561946; fax 0238/561947;
- adresa de e-mail: primarie_rmsarat@primariermsarat.ro;
- persoană de contact - consilier juridic, Corbu Alina-Giorgiana - persoană responsabilă de aplicarea Legii nr. 52/2003 privind transparența decizională în administrația publică la nivelul Primăriei Municipiului Râmnicu Sărat.

PRIMAR,

CÎRJAN SORIN-VALENTIN



Întocmit,

Consilier juridic, Corbu Alina-Giorgiana,

Persoană responsabilă de aplicarea Legii nr. 52/2003 privind transparența decizională în administrația publică

PROIECT DE HOTARARE
privind aprobarea Brandului, cu logo și slogan, al
Municipiului Râmnicu Sărat

Consiliul Local al municipiului Râmnicu-Sărat, județul Buzău, întrunit în ședința de lucru ordinara în data de _____;

Având în vedere:

- referatul de aprobare al Primarului municipiului Rm.Sarat inregistrat sub nr. 54635/26.09.2024 în conformitate cu prevederile art.136, alin.(8), lit.a) din O.U.G nr.57/2019 privind Codul administrativ, în calitate de initiator, coroborat cu prevederile art.240 din același act normativ cu referire la angajarea răspunderii primarului în exercitarea atribuțiilor ce îi revin potrivit legii, raspundere aferenta actelor administrative;
- raportul Compartimentului Contencios Administrativ și Juridic din cadrul aparatului de specialitate al primarului municipiului Rm. Sarat inregistrat sub nr.54660/27.09.2024 în conformitate cu prevederile art.136, alin.(8), lit.b) din O.U.G nr.57/2019 privind Codul administrativ coroborat cu prevederile art.240 din același act normativ, cu referire la angajarea răspunderii funcționarilor publici și personalului contractual în exercitarea atribuțiilor ce le revin potrivit legii (întocmirea rapoartelor sau a altor documente de fundamentare prevazute de lege, respectiv semnarea/avizarea rapoartelor sau a altor documente de fundamentare, din punct de vedere tehnic și al legalității), raspundere aferenta actelor administrative, operatiuni anterioare adoptarii actului administrativ;
- avizul comisiei/comisiilor de specialitate a/ale Consiliului local;
- conceptul de Smart City disponibil la adresa <https://strategiesmart.ro/>;
- prevederile Legii nr. 8/1996 privind dreptul de autor și drepturile conexe, republicată, cu modificările și completările ulterioare;
- procedura de sistem «Inițierea proiectelor de hotărâri în vederea supunerii spre aprobare Consiliului Local»;
- prevederile HCL nr.190/30.07.2024 privind alegerea Presedintelui de sedinta al Consiliului local al Municipiului Rm.Sarat incepand cu luna august 2024 si pana la data la care Consiliul local nou-ales este legal constituit, dar nu mai mult de 3 luni;
- prevederile art. 129 alin. (1) și (2), art. 140 alin. (1) și (3), ale art. 196 alin. (1) lit. a), ale art. 197 (1), ale art. 243 alin. (1) lit. a) și b) din OUG nr. 57/ 2019 privind Codul administrativ, cu modificarile si completarile ulterioare;

Luand în considerare dispozițiile Legii nr.24/2000 privind normele de tehnica legislativa la elaborarea actelor normative republicata, cu modificarile si completarile ulterioare;

În temeiul art.133, alin.(1), art. 139, alin.(1) și ale art.196, alin.1, lit.a) din Ordonanta de Urgenta a Guvernului nr.57/2019 privind Codul administrativ, cu modificarile si completarile ulterioare;

HOTĂRĂȘTE:

Art.1. (1) Pentru promovarea municipiului Râmnicu Sărat, dezvoltarea și prosperitatea orașului, în contextul dezvoltării creativ-inteligente a comunității locale, se aprobă Brandul Municipiului Râmnicu Sărat, compus din logo și slogan, și Manualul de identitate vizuală a municipiului Râmnicu Sărat, ce cuprinde reguli generale de utilizare a brandului de localitate, conform anexei, parte integrantă din prezenta hotărâre.

(2) Brandul cu logoul aferent vor fi utilizate gratuit de autoritățile administrației publice locale, structurile de cazare și agențiile de turism; ele pot fi aplicate pe bannere, pliante de promovare, afișe, suveniruri, cărți de vizită, mobilier urban și alte elemente de infrastructură urbană, etc.

Art.2. În termen de maxim 30 de zile de la aprobare, municipiul își va înregistra, cu drepturi de autor, brandul și logoul aferent, la Oficiul de Stat pentru Invenții și Mărci.

Art.3. Cu aducerea la îndeplinire a prezentei hotărâri se însărcinează Primarul municipiului Rm. Sărat prin toate structurile/compartimentele din cadrul aparatului de specialitate al primarului municipiului Rm. Sărat, precum și persoanele abilitate să exercite controlul financiar preventiv propriu, respectiv auditul public intern, operațiuni ce se exercită asupra tuturor operațiunilor care afectează fondurile publice locale și/sau patrimoniul public și privat, conform reglementărilor legale în domeniu, de către funcționarii publici din cadrul aparatului de specialitate al primarului abilitați în acest sens în strânsă corelare cu răspunderea administrativă și cu principiile răspunderii administrative conform competențelor celor implicați în răspunderea aferentă actelor administrative.

Art.4. Prezenta hotărâre se aduce la cunoștința publică, respectiv se comunică Primarului municipiului Rm. Sărat, celor nominalizați cu ducerea la îndeplinire și se comunică Instituției Prefectului Județului Buzău în vederea exercitării controlului cu privire la legalitate.

Această hotărâre a fost adoptată de către Consiliul Local al Municipiului Rm. Sărat în sesiunea ordinară din data de _____, cu respectarea prevederilor art.139, alin.1 (majoritate simplă) din O.U.G nr.57/2019 privind Codul administrativ, cu un număr de _____ voturi pentru, _____ abțineri și _____ voturi împotriva din numărul total de 19 consilieri locali în funcție și _____ consilieri locali prezenți.

**Initiator,
Primar,
Cirjan Sorin Valentin**



**Avizat,
Secretar general,
Vagyas-Davidoiu Manuela**



ROMÂNIA

MUNICIPIUL RÂMNICU SĂRAT



Str. N.Bălcescu nr. 1, Râmnicu-Sărat, Tel: 0238.561946; Fax: 0238.561947
Web: www.primariermsarat.ro E-mail: primarie_rmsarat@primariermsarat.ro
Nr. înregistrare ANSPDCP: 20680

Nr. 54635/26.09.2024

REFERAT DE APROBARE

la proiectul de hotărâre privind aprobarea Brandului, cu logo și slogan, al Municipiului Râmnicu Sărat

Având în vedere:

- prevederile Legii nr. 8/1996 privind dreptul de autor și drepturile conexe, republicată, cu modificările și completările ulterioare;
 - prevederile art. 129 alin. (1) și (2) din OUG nr. 57/2019 privind Codul administrativ, cu modificările și completările ulterioare;
- Ținând cont de conceptul de Smart City disponibil la adresa <https://strategiesmart.ro/>;

Motivat de faptul că Brandul municipiului Râmnicu Sărat reflectă tradiția bogată, spiritul inovator și viitorul promițător al orașului. Cu o identitate vizuală modernă și un mesaj plin de energie, obiectivul este să capturăm esența Râmnicului Sărat – un loc unde istoria se împletește cu dezvoltarea, iar ospitalitatea este o valoare de bază.

Utilizarea unui brand de localitate pentru Municipiul Râmnicu Sărat prezintă o serie de avantaje semnificative, atât pentru comunitatea locală, cât și pentru atragerea de vizitatori și investiții.

În primul rând, un brand puternic poate ajuta la creșterea recunoașterii orașului pe plan național și internațional. Acest lucru poate fi deosebit de util în promovarea turismului, atrăgând vizitatori interesați de patrimoniul cultural, istoric și natural al Râmnicului.

În al doilea rând, branding-ul poate sprijini dezvoltarea economică locală. Prin crearea unei identități de brand clare și atrăgătoare, municipiul poate deveni mai atractiv pentru investitori. Aceasta poate duce la creșterea oportunităților de afaceri, stimulând astfel economia locală și creând locuri de muncă.

Un alt avantaj important este consolidarea sentimentului de mândrie și apartenență în rândul locuitorilor. Un brand de localitate bine definit poate ajuta la crearea unei imagini pozitive a orașului, sporind astfel coeziunea comunității și implicarea civică. Aceasta poate contribui la un sentiment crescut de unitate și cooperare între cetățeni.

De asemenea, brandul de localitate va contribui la conservarea și promovarea patrimoniului cultural și istoric al Râmnicului Sărat. Prin punerea în valoare a tradițiilor,

istoriei și particularităților locale, se poate crește interesul pentru conservarea acestor valori, atât în rândul locuitorilor, cât și al vizitatorilor.

În baza prevederilor art. 136, alin. (1), alin. (8) lit. a) din O.U.G nr. 57/2019 privind Codul administrativ,

Inițiez proiectul de hotărâre privind aprobarea Brandului, cu logo și slogan, al Municipiului Râmnicu Sărat.

Descrierea brandului:

Formele grafice exprimă clădirile din oraș. Sunt prezente atât forme clasice cât și forme care exprimă modernism, simbolizând îmbinarea stilului clasic, tradițional cu cel modern.

Culorile utilizate sunt vii, calde, diverse și prin suprapunere creează nuanțe și culori compuse. Compoziția exprimă diversitatea culturală și etnică a comunității locale, dar în simbioză și armonie. Apare în compoziție culoarea albastru reprezentând tradiția orașului, care trebuie continuată și dezvoltată.

Calul – simbol al Municipiului Râmnicu Sărat, este prezent și în brandul orașului. Calul în heraldică simbolizează calități de invidiat precum: curajul, forța, inteligența și viteza. De aceea nu este de mirare că a fost utilizat în numeroase steme pe teritoriul României, aflându-se în competiție directă cu bourul, cu vulturul sau cu leul. În logo se regăsește un cal în mișcare, cu o alură elegantă. Din punct de vedere grafic, calul este reprezentat într-un stil modern, care face trimitere tot la calea pe care Municipiul Râmnicu Sărat a îmbrățișat-o și anume aceea a dezvoltării creativ-inteligente, a proiectelor profunde de modernizare și regenerare urbană.

Slogan

Sloganul “Oricând. Oriunde. Orașul Meu” captează esența profundă și conexiunea emoțională a râmnicenilor cu orașul lor, reflectând trei aspecte fundamentale ale comunității locale.

Primul element, “Oricând”, subliniază natura atemporală a orașului. Acesta nu este doar un loc pe harta geografică, ci și un spațiu în inimile oamenilor, care trăiește și respiră prin istoria și poveștile sale. Istoria îndelungată a orașului nu este o simplă colecție de date și evenimente, ci o pânză vie, în care fiecare locuitor își țese propriul fir, contribuind la tabloul cultural și istoric. Orașul nu este doar un martor al trecutului, ci și un participant activ în prezent și viitor, oferind o perspectivă unică asupra modului în care tradițiile și modernitatea se pot îmbina armonios.

Al doilea element, “Oriunde”, vorbește despre conexiunea universală și necondiționată pe care locuitorii o simt cu orașul lor, indiferent de locul în care se află în lume. Acest sentiment de apartenență transcende granițele geografice, creând o rețea nevăzută de legături între membrii comunității, oriunde s-ar afla ei. Este un sentiment de rădăcini adânci și legături inalienabile, care oferă confort și un sentiment de acasă, chiar și la mii de kilometri distanță. Orașul devine astfel un reper stabil într-o lume în continuă schimbare, un punct de întoarcere atât fizic, cât și emoțional.

În final, “Orașul Meu” este expresia personală a legăturii individuale și colective cu orașul. Fiecare locuitor își asumă un rol activ în conturarea identității urbane,

contribuind la viața și dezvoltarea orașului prin activitățile, tradițiile și valorile pe care le împărtășesc. Această proprietate personală asupra orașului întărește sentimentul de unitate și apartenență, promovând o cultură a implicării și responsabilității comune pentru bunăstarea și prosperitatea orașului.

În concluzie, sloganul “Oricând. Oriunde. Orașul Meu” este mai mult decât o simplă frază; este o declarație de dragoste și devotament față de oraș, o recunoaștere a rolului vital pe care fiecare locuitor îl joacă în crearea unui spațiu urban vibrant, divers și unit. Este un angajament pentru păstrarea moștenirii orașului, în timp ce se îmbrățișează schimbarea și inovația, garantând astfel că orașul va rămâne relevant, viu și apropiat de inimile locuitorilor săi, acum și în viitor.

Având în vedere dispozițiile Legii nr. 24/2000 privind normele de tehnică legislativă pentru elaborarea actelor normative, republicată,

Înaintez Consiliului Local al Municipiului Râmnicu Sărat, spre dezbateră și aprobare, **privind aprobarea Brandului, cu logo și slogan, al Municipiului Râmnicu Sărat**, în conformitate cu atribuțiile instituite acestei autorități deliberative prin Codul administrativ aprobat prin O.U.G nr. 57/2019, respectiv art. 129 alin. (1) și (2), art. 139 alin. (1), art. 196 alin. (1) lit. a), art. 240 alin. (2) .

**Inițiator,
Primarul Municipiului Râmnicu Sărat,
Cîrjan Sorin-Valentin**





ROMÂNIA

MUNICIPIUL RÂMNICU SĂRAT



Str. N.Bălcescu nr. 1, Râmnicu-Sărat, Tel: 0238.561946; Fax: 0238.561947
Web: www.primariersarat.ro E-mail: primarie_rmsarat@primariersarat.ro
Nr. înregistrare ANSPDCP: 20680

Nr. 54660/27.09.2024

APROB
Primar,
Cîrjan Sorin-Valentin

RAPORT DE SPECIALITATE **la proiectul de hotărâre privind aprobarea Brandului, cu logo și slogan, al** **Municipiului Râmnicu Sărat**

Văzând proiectul de hotărâre inițiat de domnul primar al Municipiului Râmnicu Sărat și Referatul de aprobare ce îl însoțește, cu referire la aprobarea Brandului, cu logo și slogan, al Municipiului Râmnicu Sărat,

Având în vedere:

- prevederile Legii nr. 8/1996 privind dreptul de autor și drepturile conexe, republicată, cu modificările și completările ulterioare;
- prevederile art. 129 alin. (1) și (2) din OUG nr. 57/2019 privind Codul administrativ, cu modificările și completările ulterioare;

Ținând cont de conceptul de Smart City disponibil la adresa <https://strategiesmart.ro/>;

Descrierea brandului:

Formele grafice exprimă clădirile din oraș. Sunt prezente atât forme clasice cât și forme care exprimă modernism, simbolizând îmbinarea stilului clasic, tradițional cu cel modern. Orașul a evoluat și arhitectura de asemenea, însă comunitatea rămâne unită în diversitate.

Culorile utilizate sunt vii, calde, diverse și prin suprapunere creează nuanțe și culori compuse. Compoziția exprimă diversitatea culturală și etnică a comunității locale, dar în simbioză și armonie. Apare în compoziție culoarea albastru reprezentând tradiția orașului, care trebuie continuată și dezvoltată.

Calul – simbol al Municipiului Râmnicu Sărat, este prezent și în brandul orașului. Calul în heraldică simbolizează calități de invidiat precum: curajul, forța, inteligența și viteza. De aceea nu este de mirare că a fost utilizat în numeroase steme pe teritoriul României, aflându-se în competiție directă cu bourul, cu vulturul sau cu leul. În logo se regăsește un cal în mișcare, cu o alură elegantă. Din punct de vedere grafic, calul este reprezentat într-un stil modern, care face trimitere tot la calea pe care

Municipiul Râmnicu Sărat a îmbrățișat-o și anume aceea a dezvoltării creativ-inteligente, a proiectelor profunde de modernizare și regenerare urbană.

Slogan

Sloganul “Oricând. Oriunde. Orașul Meu” captează esența profundă și conexiunea emoțională a râmnicenilor cu orașul lor, reflectând trei aspecte fundamentale ale comunității locale.

Primul element, “Oricând”, subliniază natura atemporală a orașului. Acesta nu este doar un loc pe harta geografică, ci și un spațiu în inimile oamenilor, care trăiește și respiră prin istoria și poveștile sale. Istoria îndelungată a orașului nu este o simplă colecție de date și evenimente, ci o pânză vie, în care fiecare locuitor își țese propriul fir, contribuind la tabloul cultural și istoric. Orașul nu este doar un martor al trecutului, ci și un participant activ în prezent și viitor, oferind o perspectivă unică asupra modului în care tradițiile și modernitatea se pot îmbina armonios.

Al doilea element, “Oriunde”, vorbește despre conexiunea universală și necondiționată pe care locuitorii o simt cu orașul lor, indiferent de locul în care se află în lume. Acest sentiment de apartenență transcende granițele geografice, creând o rețea nevăzută de legături între membrii comunității, oriunde s-ar afla ei. Este un sentiment de rădăcini adânci și legături inalienabile, care oferă confort și un sentiment de acasă, chiar și la mii de kilometri distanță. Orașul devine astfel un reper stabil într-o lume în continuă schimbare, un punct de întoarcere atât fizic, cât și emoțional.

În final, “Orașul Meu” este expresia personală a legăturii individuale și colective cu orașul. Fiecare locuitor își asumă un rol activ în conturarea identității urbane, contribuind la viața și dezvoltarea orașului prin activitățile, tradițiile și valorile pe care le împărtășesc. Această proprietate personală asupra orașului întărește sentimentul de unitate și apartenență, promovând o cultură a implicării și responsabilității comune pentru bunăstarea și prosperitatea orașului.

În concluzie, sloganul “Oricând. Oriunde. Orașul Meu” este mai mult decât o simplă frază; este o declarație de dragoste și devotament față de oraș, o recunoaștere a rolului vital pe care fiecare locuitor îl joacă în crearea unui spațiu urban vibrant, divers și unit. Este un angajament pentru păstrarea moștenirii orașului, în timp ce se îmbrățișează schimbarea și inovația, garantând astfel că orașul va rămâne relevant, viu și apropiat de inimile locuitorilor săi, acum și în viitor.

Utilizarea unui brand de localitate pentru Municipiul Râmnicu Sărat prezintă o serie de avantaje semnificative, atât pentru comunitatea locală, cât și pentru atragerea de vizitatori și investiții.

Un brand puternic poate ajuta la creșterea recunoașterii orașului pe plan național și internațional. Acest lucru poate fi deosebit de util în promovarea turismului, atrăgând vizitatori interesați de patrimoniul cultural, istoric și natural al Râmnicului.

Branding-ul poate sprijini dezvoltarea economică locală. Prin crearea unei identități de brand clare și atrăgătoare, municipiul poate deveni mai atractiv pentru

investitori. Aceasta poate duce la creșterea oportunităților de afaceri, stimulând astfel economia locală și creând locuri de muncă.

Un brand de localitate bine definit poate ajuta la crearea unei imagini pozitive a orașului, sporind astfel coeziunea comunității și implicarea civică. Aceasta poate contribui la un sentiment crescut de unitate și cooperare între cetățeni.

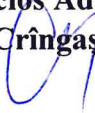
De asemenea, brandul de localitate va contribui la conservarea și promovarea patrimoniului cultural și istoric al Râmnicului Sărat. Prin punerea în valoare a tradițiilor, istoriei și particularităților locale, se poate crește interesul pentru conservarea acestor valori, atât în rândul locuitorilor, cât și al vizitatorilor.

Raportat la considerentele expuse propunem consiliului local:

- aprobarea Brandului, cu logo și slogan, al Municipiului Râmnicu Sărat;
- aprobarea Manualului de identitate vizuală a municipiului Râmnicu Sărat, ce cuprinde reguli generale de utilizare a brandului de localitate;

În temeiul art. 133, alin. (1), art. 139, alin. (1) și art. 196, alin. (1), lit. a) din Ordonanța de Urgență a Guvernului nr. 57/2019 privind Codul Administrativ, propunem spre analiză și aprobare Consiliului Local al Municipiului Râmnicu Sărat **privind aprobarea Brandului, cu logo și slogan, al Municipiului Râmnicu Sărat.**

Compartiment Contencios Administrativ și Juridic
Consilier juridic, Crîngășu Nona-Monica





RÂMNICU SĂRAT

Oricând. Oriunde. Orașul Meu.

MANUAL DE IDENTITATE VIZUALĂ

**Brandul
Municipiului
Râmnicu Sărat**

2024

CUPRINS

Preambul	2
Brandul Municipiului Râmnicu Sărat	3
Varianta color (standard)	3
Varianta pentru modul întunecat (dark mode)	3
Descrierea brandului	4
LOGO	4
Font – Denumirea localității	5
Font – Slogan	6
Slogan	7
Date tehnice pentru diferite utilizări ale siglei	8
Utilizarea corectă a brandului de oraș	10
Produse Digitale	10
Tipar digital și/sau offset	10
Produse Promoționale	10
Produse Vopsite (cu Coduri RAL Furnizate)	10
Exemple de aplicare incorectă a siglei și indicații privind evitarea acestor situații	11
Asociere inadecvată a brandului de oraș, respectiv a siglei.	14
Culorile de bază ale stilului de comunicare	16
Reguli generale de comunicare cu utilizarea brandului de localitate	17
Comunicare Offline	17
1. Documente oficiale	17
2. Pliante	17
3. Bannere și alte materiale de tip big print	17
4. Cărți de Vizită	18
5. Mobilier urban și alte elemente de infrastructură urbană	18
Comunicare Online	18
1. E-mail	18
2. Facebook	18
3. Video (Facebook, Youtube, TikTok, Instagram)	18
Anexă – Exemple de utilizare a brandului Municipiului Râmnicu Sărat	20

Preambul

Brandul unei localități nu trebuie confundat cu **stemele** municipiilor, orașelor și comunelor. Acestea sunt simboluri oficiale, reglementate prin HG Nr. 25 din 16 ianuarie 2003 privind stabilirea metodologiei de elaborare, reproducere și folosire a stemelor județelor, municipiilor, orașelor și comunelor, cu modificările și completările ulterioare.

Brandul este un element mult mai complex și are alte valențe. În primul rând ajută la conturarea unei noi culturi în rândul comunității locale. Aceasta își identifică apartenența la un grup bine definit.

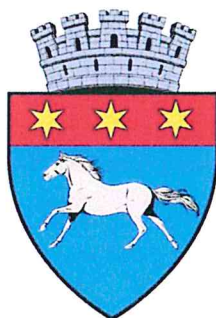
Utilizarea unui brand de localitate pentru Municipiul Râmnicu Sărat prezintă o serie de avantaje semnificative, atât pentru comunitatea locală, cât și pentru atragerea de vizitatori și investiții. În primul rând, un brand puternic poate ajuta la creșterea recunoașterii orașului pe plan național și internațional. Acest lucru poate fi deosebit de util în promovarea turismului, atrăgând vizitatori interesați de patrimoniul cultural, istoric și natural al Râmnicului.

În al doilea rând, branding-ul poate sprijini dezvoltarea economică locală. Prin crearea unei identități de brand clare și atrăgătoare, municipiul poate deveni mai atractiv pentru investitori. Aceasta poate duce la creșterea oportunităților de afaceri, stimulând astfel economia locală și creând locuri de muncă.

Un alt avantaj important este consolidarea sentimentului de mândrie și apartenență în rândul locuitorilor. Un brand de localitate bine definit poate ajuta la crearea unei imagini pozitive a orașului, sporind astfel coeziunea comunității și implicarea civică. Aceasta poate contribui la un sentiment crescut de unitate și cooperare între cetățeni.

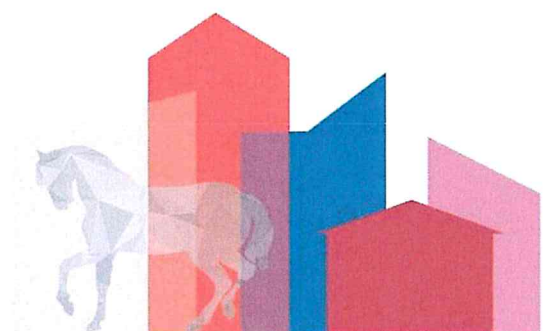
De asemenea, brandul de localitate va contribui la conservarea și promovarea patrimoniului cultural și istoric al Râmnicului Sărat. Prin punerea în valoare a tradițiilor, istoriei și particularităților locale, se poate crește interesul pentru conservarea acestor valori, atât în rândul locuitorilor, cât și al vizitatorilor.

În concluzie, adoptarea unui brand de localitate pentru Municipiul Râmnicu Sărat are multiple beneficii, de la promovarea turismului și atractivitatea pentru investiții, până la consolidarea comunității și păstrarea patrimoniului cultural. Brandul Municipiului Râmnicu Sărat este un instrument strategic care contribuie semnificativ la dezvoltarea și prosperitatea orașului, în contextul dezvoltării creativ-inteligente a comunității locale.

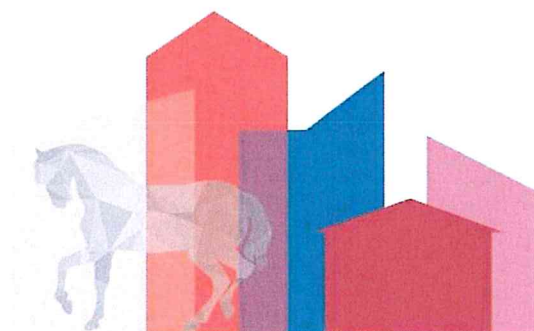


Brandul Municipiului Râmnicu Sărat

Varianta color (standard)

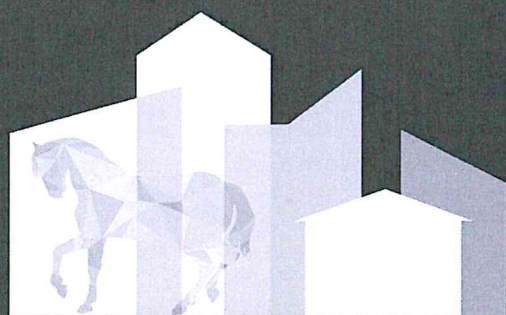


RÂMNICU SĂRAT
Oricând. Oriunde. Orașul Meu.

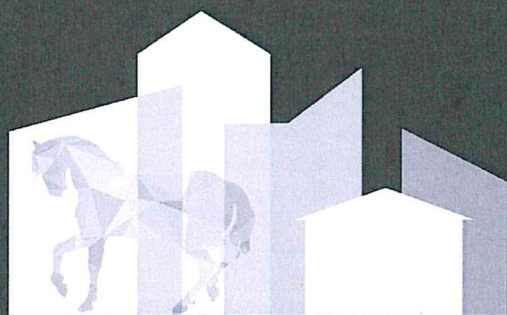


RÂMNICU SARAT
Any Time. Any Place. My City.

Varianta pentru modul întunecat (dark mode)



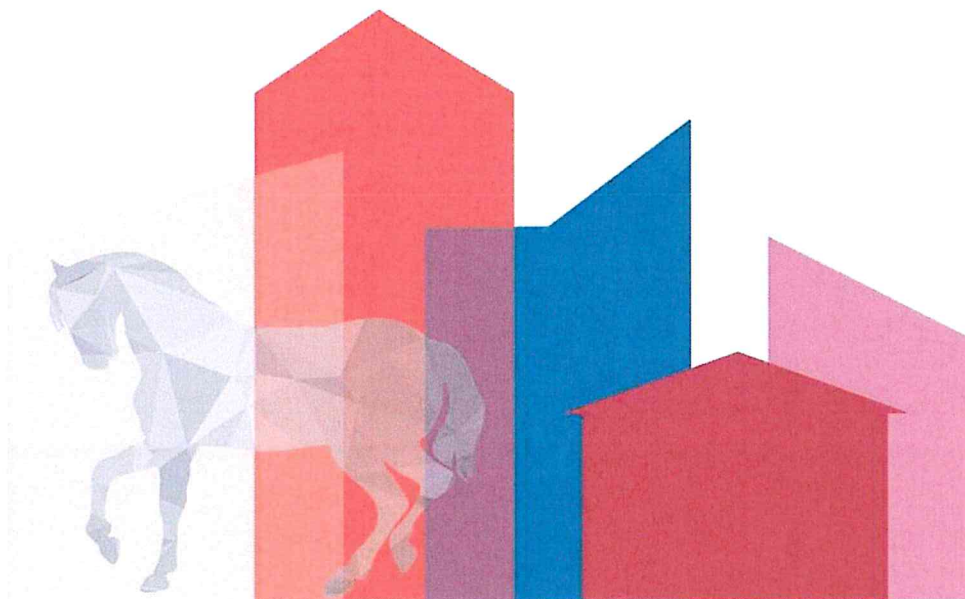
RÂMNICU SĂRAT
Oricând. Oriunde. Orașul Meu.



RÂMNICU SĂRAT
Any Time. Any Place. My City.

Descrierea brandului

LOGO



Formele grafice exprimă clădirile din oraș. Sunt prezente atât forme clasice cât și forme care exprimă modernism, simbolizând îmbinarea stilului clasic, tradițional cu cel modern.

Orașul a evoluat și arhitectura de asemenea, însă comunitatea rămâne unită în diversitate.

Culorile utilizate sunt vii, calde, diverse și prin suprapunere creează nuanțe și culori compuse. Compoziția exprimă diversitatea culturală și etnică a comunității locale, dar în simbioză și armonie. Apare în compoziție culoarea albastru reprezentând tradiția orașului, care trebuie continuată și dezvoltată.

Calul – simbol al Municipiului Râmnicu Sărat, este prezent și în brandul orașului. Calul în heraldică simbolizează calități de învidiat precum: curajul, forța, inteligența și viteza. De aceea nu este de mirare că a fost utilizat în numeroase steme pe teritoriul României, aflându-se în competiție directă cu bourul, cu vulturul sau cu leul. În logo se regăsește un cal în mișcare, cu oalură elegantă. Din punct de vedere grafic, calul este reprezentat într-un stil modern, care face trimitere tot la calea pe care Municipiul Râmnicu Sărat a îmbrățișat-o și anume aceea a dezvoltării creativ-inteligente, a proiectelor profunde de modernizare și regenerare urbană.

Font – Denumirea localității

Fontul ales pentru **denumirea localității** exprimă o etapă de dezvoltare modernă, traseul pe care Municipiul Râmnicu Sărat se încadrează prin NOUA SA VIZIUNE STRATEGICĂ. Este un font modern, dar nu este unul exagerat cu forme exclusiv futuriste. Fontul ales menține o linie conservatoare într-o viziune adaptată vremurilor în care trăim.

RÂMNICU SĂRAT

Font name: Pirulen
Version: Version 1.000 2004 initial release
TrueType Outlines

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890.,:; ' " (!?) +-*/=

12 THE QUICK BROWN FOX JUMPS OVER THE LAZY DOG. 1234567890

18 THE QUICK BROWN FOX JUMPS OVER THE LAZY DOG. 1234567890

24 THE QUICK BROWN FOX JUMPS OVER THE LAZY DOG. 1234567890

36 THE QUICK BROWN FOX JUMPS OVER THE LAZY DOG. 1234567890

48 THE QUICK BROWN FOX JUMPS OVER THE LAZY DOG. 1234567890

60 THE QUICK BROWN FOX JUMPS OVER THE LAZY DOG. 1234567890

72 THE QUICK BROWN FOX JUMPS OVER THE LAZY DOG. 1234567890

Font – Slogan

Fontul ales pentru **slogan** completează perfect din punct de vedere grafic brandul Municipiului Râmnicu Sărat, fiind un font modern caracterizat prin atingerea sa geometrică, remarcat pentru designul său elegant și contemporan, ceea ce îl face perfect pentru logo-uri, titluri și afișarea lucrărilor pe ecranele computerelor. Stilul său modern și unic îl face, de asemenea, potrivit pentru site-uri web care necesită un font contemporan și distinctiv.

Oricând. Oriunde. Orașul Meu.

Font name: Gilroy-Bold
 Version: Version 1.000;PS 001.000;hotconv 1.0.88;makeotf.lib2.5.64775;com.myfonts.easy.radomir-tinkov.gilroy.bold.wfkit2.version.4BUZ
 OpenType Layout: TrueType Outlines

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 1234567890.,:;'" (!?) +-* / =

12 The quick brown fox jumps over the lazy dog. 1234567890

18 The quick brown fox jumps over the lazy dog. 1234567890

24 The quick brown fox jumps over the lazy dog. 1234567890

36 The quick brown fox jumps over the lazy dog. 1234567890

48 The quick brown fox jumps over the lazy dog. 1234

60 The quick brown fox jumps over the lazy

72 The quick brown fox jumps over tl

Slogan

Oricând. Oriunde. Orașul Meu. Any Time. Any Place. My City.

Sloganul "**Oricând. Oriunde. Orașul Meu**" captează esența profundă și conexiunea emoțională a râmnicenilor cu orașul lor, reflectând trei aspecte fundamentale ale comunității locale.

Primul element, "**Oricând**", subliniază natura atemporală a orașului. Acesta nu este doar un loc pe harta geografică, ci și un spațiu în inimile oamenilor, care trăiește și respiră prin istoria și poveștile sale. Istoria îndelungată a orașului nu este o simplă colecție de date și evenimente, ci o pânză vie, în care fiecare locuitor își țese propriul fir, contribuind la tabloul cultural și istoric. Orașul nu este doar un martor al trecutului, ci și un participant activ în prezent și viitor, oferind o perspectivă unică asupra modului în care tradițiile și modernitatea se pot îmbina armonios.

Al doilea element, "**Oriunde**", vorbește despre conexiunea universală și necondiționată pe care locuitorii o simt cu orașul lor, indiferent de locul în care se află în lume. Acest sentiment de apartenență transcende granițele geografice, creând o rețea nevăzută de legături între membrii comunității, oriunde s-ar afla ei. Este un sentiment de rădăcini adânci și legături inalienabile, care oferă confort și un sentiment de acasă, chiar și la mii de kilometri distanță. Orașul devine astfel un reper stabil într-o lume în continuă schimbare, un punct de întoarcere atât fizic, cât și emoțional.

În final, "**Orașul Meu**" este expresia personală a legăturii individuale și colective cu orașul. Fiecare locuitor își asumă un rol activ în conturarea identității urbane, contribuind la viața și dezvoltarea orașului prin activitățile, tradițiile și valorile pe care le împărtășesc. Această proprietate personală asupra orașului întărește sentimentul de unitate și apartenență, promovând o cultură a implicării și responsabilității comune pentru bunăstarea și prosperitatea orașului.

În concluzie, sloganul "**Oricând. Oriunde. Orașul Meu**" este mai mult decât o simplă frază; este o declarație de dragoste și devotament față de oraș, o recunoaștere a rolului vital pe care fiecare locuitor îl joacă în crearea unui spațiu urban vibrant, divers și unit. Este un angajament pentru păstrarea moștenirii orașului, în timp ce se îmbrățișează schimbarea și inovația, garantând astfel că orașul va rămâne relevant, viu și apropiat de inimile locuitorilor săi, acum și în viitor.

Coduri de culoare CMYK – Pentru tipar

C = 9
M = 9
Y = 20
K = 0

C = 9
M = 71
Y = 76
K = 0

C = 0
M = 92
Y = 100
K = 0

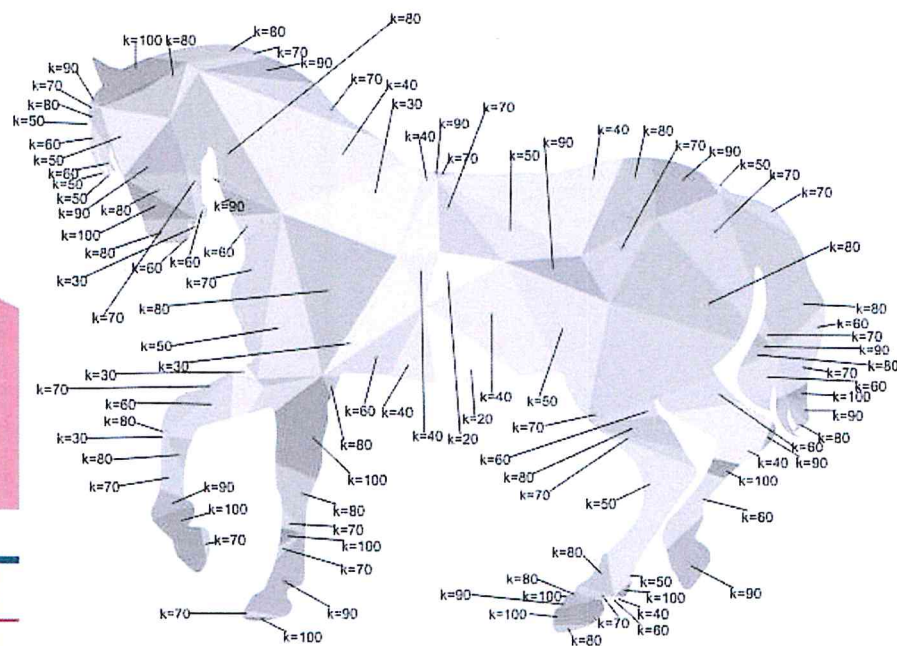
C = 96
M = 61
Y = 6
K = 25

C = 96
M = 61
Y = 6
K = 25

C = 6
M = 100
Y = 100
K = 29

C = 11
M = 64
Y = 33
K = 8

CMYK - C=0, M=0, Y=0, K=Variabil (10-100)
 Transparență obiect în grafică: 57%

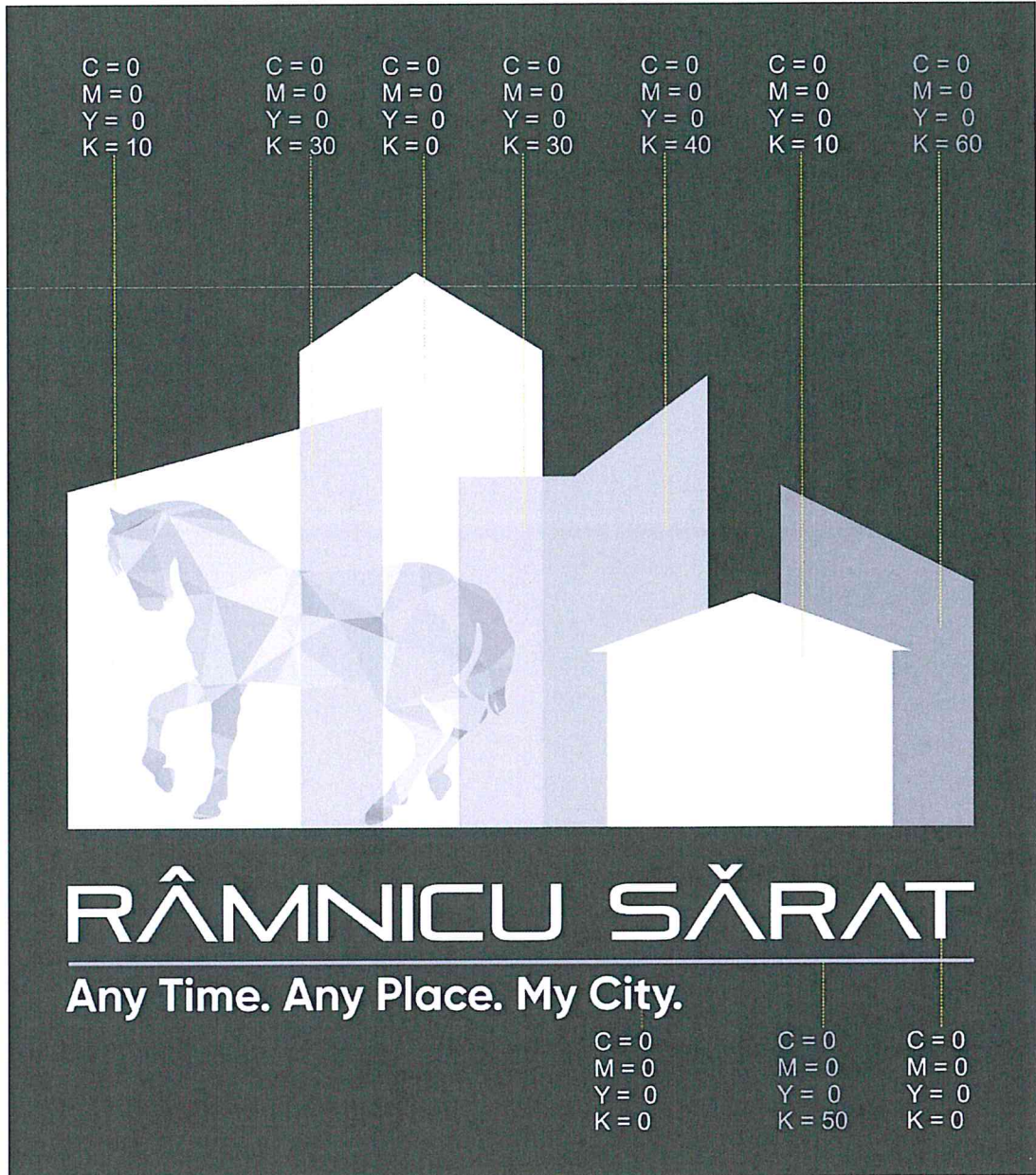


RÂMNICU SĂRAT
Oricând. Oriunde. Orașul Meu.

C = 100
M = 65
Y = 10
K = 47

C = 2
M = 100
Y = 93
K = 9

C = 100
M = 65
Y = 10
K = 47



The advertisement features a dark background with a stylized cityscape in white and light blue. A white silhouette of a horse is positioned on the left side of the cityscape. Above the cityscape, there are seven sets of data points, each consisting of four lines: C=0, M=0, Y=0, and K= followed by a value. These data points are connected by thin yellow lines to the cityscape elements. Below the cityscape, the text 'RÂMNICU SĂRAT' is written in a large, white, serif font. Underneath this, the tagline 'Any Time. Any Place. My City.' is written in a smaller, white, sans-serif font. To the right of the tagline, there are three more sets of data points, each consisting of four lines: C=0, M=0, Y=0, and K= followed by a value.

Set	C	M	Y	K
1	0	0	0	10
2	0	0	0	30
3	0	0	0	0
4	0	0	0	30
5	0	0	0	40
6	0	0	0	10
7	0	0	0	60
8	0	0	0	0
9	0	0	0	50
10	0	0	0	0

Utilizarea corectă a brandului de oraș

Produse Digitale

1. Rezoluție: Utilizați întotdeauna versiuni ale siglei cu rezoluție înaltă pentru a preveni pixelarea.
2. Proportii: Mențineți proporțiile originale ale siglei; nu o deformați.
3. Spațiu de Siguranță: Lăsați spațiu liber în jurul siglei pentru a asigura claritatea și impactul vizual.
4. Fonduri: Folosiți varianta color a siglei pe fonduri luminoase și varianta alb-negru pe fonduri întunecate.
5. Interzicerea Modificărilor: Nu modificați sigla cu excepția redimensionării proporționale.

Tipar digital și/sau offset

1. Culoare: Utilizați varianta color a siglei când tipăriți pe fond alb sau pe fonduri care nu intră în conflict cu culorile siglei.
2. Claritate: Sigla trebuie să fie clară și lizibilă, indiferent de dimensiunea printului.
3. Spațiu de Siguranță: Asigurați-vă că există suficient spațiu în jurul siglei pentru a nu fi înghesuită de text sau alte elemente de design.
4. Interzicerea Modificărilor: Nu adăugați efecte suplimentare siglei (umbre, contururi, etc.).

Produse Promoționale

1. Consistența: Sigla trebuie să fie consistentă cu identitatea vizuală a brandului în toate materialele promoționale.
2. Spațiu de Siguranță: Respectați spațiul de siguranță pentru a asigura vizibilitatea siglei.
3. Dimensiuni: Sigla nu trebuie redimensionată la o mărime la care detaliile devin greu de distins.
4. Fonduri: Alegeți culori de fundal care să nu contrasteze sau să distorsioneze sigla.

Produse Vopsite (cu Coduri RAL Furnizate)

1. Fidelitatea Culorilor: Utilizați conform codurilor RAL specificate pentru a asigura uniformitatea pe toate produsele.
2. Tehnica de Vopsire: Asigurați-vă că tehnica de vopsire nu alterează detaliile sau claritatea produselor.
3. Durabilitate: Vopseaua folosită trebuie să reziste la condiții exterioare fără a se decolora sau deteriora.

4. Testare: Testați vopseaua pe o mostră pentru a vă asigura că culoarea și aplicarea sunt corecte înainte de a proceda la producția în masă.

5. Adăugarea siglei: Sigla se poate adăuga dar se va realiza separat prin alte metode și nu prin vopsire, fiind o siglă complexă, iar riscul de distorsionare a culorilor la vopsire fiind foarte mare.

Exemple de aplicare incorectă a siglei și indicații privind evitarea acestor situații

Exemple de aplicare incorectă a siglei pot include, dar nu se limitează la, următoarele:

Situații neconforme și indicații privind evitarea acestora

Distorsiuni

Modificarea proporțiilor siglei, fie prin întindere orizontală sau verticală, ceea ce denaturează forma originală.

Există, de altfel, două versiuni pentru a ușura alegerea în funcție de tipul fiecărei situații în parte.

Se va alege varianta care se potrivește cel mai bine ca proporții față de dimensiunea și formatul materialului pe care trebuie utilizată sigla.

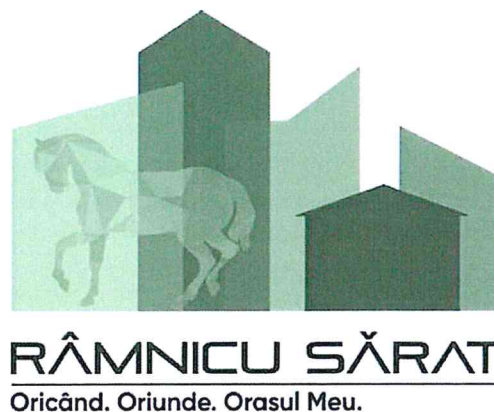
Exemple grafice de utilizare greșită a siglei



Modificarea Culoarelor

Schimbarea nuanțelor originale ale siglei cu alte culori care nu sunt aprobate în prezentul Manual de Identitate Vizuală.

Nu se vor adapta culorile siglei la materialul care se lucrează. Se va opta pentru varianta cea mai potrivită – color sau alb/negru (modul întunecat)



Situații neconforme și indicații privind evitarea acestora

Suprapunerea Elementelor.

Plasarea de text sau alte elemente grafice peste siglă, ceea ce împiedică citirea sau recunoașterea acesteia.

Orice material în care se utilizează sigla va trebui să fie formatat astfel încât orice suprapunere să fie evitată complet.

Exemple grafice de utilizare greșită a siglei



Pentru a evita utilizarea greșită brandului de oraș, este important să urmați întotdeauna manualul de identitate vizuală și să vă asigurați că toți cei care lucrează cu sigla au acces la aceste reguli.

Folosirea pe fundaluri nepotrivite

Utilizarea siglei color pe un fundal care nu oferă suficient contrast sau utilizarea versiunii pentru modul întunecat pe fundaluri deschise.

Criterii care trebuie luate în considerare pentru a decide care variantă a siglei să fie folosită:

Contrast. Se va alege versiunea siglei care oferă cel mai bun contrast față de culoarea fundalului. Sigla trebuie să fie ușor de distins și citit. Dacă fundalul este deschis la culoare, se va folosi versiunea color; dacă fundalul este întunecat, cea alb-negru.

Mediu de Afișare.

Pentru **tipar** se vor lua în considerare calitatea hârtiei și tipul de imprimare. Versiunea color este adesea preferată pentru materiale de înaltă calitate și imprimare full-color.

Pentru produse **digitale** se va lua în calcul că ecranele digitale pot reproduce o gamă largă de culori, deci versiunea color este potrivită dacă mediul digital permite. Se va utiliza versiunea pentru modul întunecat pe fundaluri digitale întunecate pentru a reduce oboseala ochilor și a păstra estetica modului întunecat.



Situații neconforme și indicații privind evitarea acestora

Exemple grafice de utilizare greșită a siglei

Scopul Utilizării

Fiind un **brand de oraș** varianta color a siglei poate fi preferată pentru situațiile oficiale unde se dorește o reprezentare formală a brandului.

Anumite produse promoționale - versiunea alb-negru poate fi mai potrivită pentru articole promoționale, mai ales dacă fundalul este întunecat sau produsul este monoton.



Lizibilitate

Elemente mici. Dacă sigla va fi utilizată la o dimensiune mică, unde detaliile fine pot deveni greu de distins, alegeți versiunea care maximizează lizibilitatea.

Elemente mari. Dacă sigla va fi folosită la o scară mare, cum ar fi un banner sau un afiș, versiunea color va avea un impact mai mare vizual.

Consistența brandului. Asigurați-vă că versiunea aleasă a siglei este în concordanță cu alte materiale de branding și cu mesajul pe care doriți să-l comunicați.

Redimensionare necorespunzătoare. Aplicarea siglei la o dimensiune atât de mică încât detaliile devin imposibil de citit sau la o dimensiune excesiv de mare care distorsionează elementele grafice.

Pentru produse promoționale se va opta mai degrabă pentru imprimarea sloganului, cu respectarea fontului și codului de culoare, conform prevederilor prezentului Manual de Identitate Vizuală.

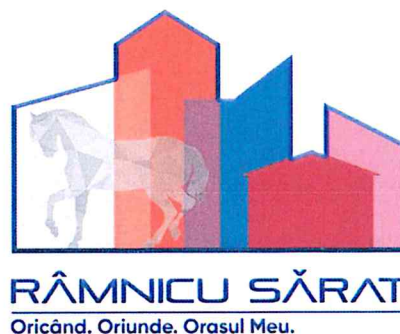


Situații neconforme și indicații privind evitarea acestora

Adăugarea de efecte neaprobate.

Aplicarea de efecte cum ar fi umbre, contururi, sau strălucire care nu sunt prevăzute în standardele de brand.

Exemple grafice de utilizare greșită a siglei



Încălcarea Spațiului de Siguranță

Ignorarea spațiului de siguranță din jurul siglei, care este necesar pentru a menține integritatea vizuală a brandului.

Zona de siguranță reprezintă un spațiu în jurul siglei care este direct proporțional cu dimensiunea textului din slogan (inclusiv punctuația diacriticelor)



Asociere inadecvată a brandului de oraș, respectiv a siglei.

Utilizarea siglei într-un context care contravine valorilor sau imaginii brandului.

Asocierea inadecvată a brandului de oraș poate avea loc atunci când sigla sau numele orașului este folosit în contexte care nu reflectă sau chiar subminează imaginea, valorile sau standardele pe care orașul dorește să le transmită. Iată câteva exemple concrete:

1. Promovarea comportamentelor nedorite:

- Folosirea siglei orașului în campanii publicitare pentru produse sau servicii ilegale sau imorale.
- Utilizarea siglei în materiale care promovează excesul de alcool sau tutun, contrar inițiativelor de sănătate publică ale orașului.

2. Evenimente sau organizații contrare valorilor orașului

- Asocierea siglei cu grupuri sau evenimente care promovează discriminarea, intoleranța sau violența.
- Sponsorizarea orașului pentru evenimente care sunt în opoziție cu politicile de sustenabilitate sau protecție a mediului adoptate de oraș.

3. Produse sau servicii de calitate inferioară:

- Folosirea siglei orașului pe produse de slabă calitate care nu respectă standardele de siguranță sau care au un impact negativ asupra imaginii orașului.
- Asocierea cu servicii care au un istoric de recenzii negative sau care nu respectă normele de bună practică în afaceri.

4. Mesaje confuze sau contradictorii:

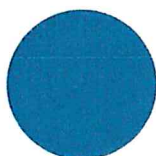
- Utilizarea siglei orașului în campanii politice sau în mesaje ideologice care ar putea diviza comunitatea.
- Asocierea cu mesaje de marketing care contrazic sau distorsionează istoria și cultura orașului.

5. Utilizare nesancționată în spațiul public:

- Plasarea siglei orașului în locații neautorizate, cum ar fi graffiti ilegal sau afișe în locuri nepermise, ceea ce poate sugera un nivel de neglijență sau lipsă de control din partea administrației locale.

Culorile de bază ale stilului de comunicare

Varianta color (standard)



HEX (web)

#113E68

RGB (digital)

17,62,104

CMYK (tipar digital)

100,65,10,47

PANTONE (tipar offset)

2955c

RAL (vopsea)

5003



HEX (web)

#ce1126

RGB (digital)

206,17,38

CMYK (tipar digital)

2,100,93,9

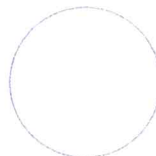
PANTONE (tipar offset)

2035c

RAL (vopsea)

3028

Varianta pentru modul întunecat



HEX (web)

#FEFEFE

RGB (digital)

254,254,254

CMYK (tipar digital)

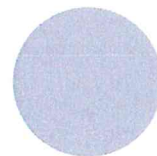
0,0,0,0

PANTONE (tipar offset)

000c

RAL (vopsea)

9010



HEX (web)

#9D9E9E

RGB (digital)

157,158,158

CMYK (tipar digital)

0,0,0,50

PANTONE (tipar offset)

423c

RAL (vopsea)

9022

Reguli generale de comunicare cu utilizarea brandului de localitate

Comunicare Offline

1. Documente oficiale

- Brandul și stema oficială a orașului: Atât brandul cât și stema oficială a orașului trebuie să fie prezente pe toate documentele oficiale. Acestea trebuie plasate în colțul din stânga sus sau pe antetul documentului.
- Culori: Utilizați culorile oficiale ale brandului localității. Evitați variațiile de nuanțe, care nu sunt aprobate.
- Tipografie: Folosiți fonturile oficiale ale brandului pentru toate documentele. Fonturile secundare sunt permise doar pentru textul documentului. Se recomandă ca font secundar (pentru conținut), fontul ARIAL sau CALIBRI. Ambele sunt fonturi disponibile gratuit.
- Format: Asigurați-vă că toate documentele au un aspect coerent, cu un spațiu alb adecvat și margini uniforme.

Arial aaaa

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789 01234567890

Calibri

ABCDabcd - Regular

ABCDabcd - Bold

ABCDabcd - Italic

ABCDabcd - Bold Italic

2. Pliante

- Orice material tipărit de tip pliant va include brandul de localitate. Varianta optimă va fi aleasă în funcție de formatul pliantului, gamă cromatică, limbă;
- Design: Pliantele trebuie să fie atractive și informative, utilizând imaginile reprezentative ale localității. Furnizați graficienilor responsabili de design brandul localității în format VECTORIAL – PDF sau COREL (ambele au fost furnizate către autoritatea locală);
- Dimensiuni: Respectați dimensiunile standard pentru pliante (A4, A5, A6), asigurându-vă că textul este lizibil;

3. Bannere și alte materiale de tip big print

- Vizibilitate: Bannerele trebuie să aibă brandul de localitate vizibil;
- Mesaj Clar: Mesajul pe bannere trebuie să fie scurt, clar și la obiect, capturând atenția rapid.
- Dimensiuni: Respectați dimensiunile standard pentru bannere și asigurați-vă că elementele grafice și textul sunt proporționale.
- Material: Folosiți materiale durabile și de calitate, potrivite pentru utilizarea pe termen lung în exterior.

4. Cărți de Vizită

- Identitate vizuală uniformă: Cărțile de vizită pentru factorii de conducere ai primăriei sau pentru alți funcționari, după caz, vor avea un design unitar.
- Informații: Se vor include următoarele informații: numele, funcția, telefonul, adresa de email profesională și site-ul oficial al primăriei.

5. Mobilier urban și alte elemente de infrastructură urbană

- Pe cât posibil mobilierul urban va avea culorile conform datelor prezentate în secțiunea privind **culorile de bază ale stilului de comunicare**.
- Brandul de localitate trebuie afișat pe toate elementele de mobilier urban care se realizează după intrarea în vigoare a brandului de localitate

Comunicare Online

1. E-mail

- Adresă de e-mail: Pentru aspecte legate de activitatea Primăriei Municipiului Râmnicu Sărat se vor utiliza exclusiv adrese de e-mail cu domeniul primăriei;
- Semnătură: Se va configura fiecare adresă de e-mail astfel încât să existe o semnătură standardizată pentru toți angajații, care să includă brandul Municipiului Râmnicu Sărat, numele complet, funcția, datele de contact și un link către site-ul oficial.
- Format: Mesajele email trebuie să fie clare și concise, respectând structura oficială de scriere.

2. Facebook

- Profil și Copertă: Fotografia de profil va fi formată din brandul localității, iar imaginea de copertă va încorpora obligatoriu și elemente grafice (culori) ale brandului de localitate, conform prezentului manual de identitate.
- Postări: Postările care includ fotografii trebuie să conțină un *watermark* cu brandul localității;
- Hashtags: Se vor utiliza „#” relevante pentru postare dar obligatoriu și următoarele două hashtag-uri: #RâmnicuSărat #OricândOriundeOrașulMeu

3. Video (Facebook, Youtube, TikTok, Instagram)

- Se va include obligatoriu *intro* și *outro* cu brandul localității.
- Se va ține seama de mediul pentru care se utilizează video-ul și se alege în consecință dimensiunea corectă a elementelor menționate mai sus:
 - o 16x9 – Video *YouTube* sau postare Facebook, alta decât *Story*, sau *Reel*,
 - o 9x16 – Video *YouTube Short*, sau Facebook *Story* sau Facebook *Reel*, TikTok
 - o Format pătrat – Postare Instagram

Prin respectarea acestor reguli generale de utilizare a brandului de localitate, veți asigura o comunicare coerentă și eficientă atât în mediul offline, cât și în cel online, consolidând identitatea și imaginea Municipiului Râmnicu Sărat în fața publicului.



Anexă – Exemple de utilizare a brandului Municipiului Râmnicu Sărat







