



Manual de Identitate Vizuală OMV Petrom

Cuprins

Contact:

Pentru întrebări și sugestii, vă rugăm să contactați Departamentul Comunicare și Sustenabilitate: press.office@petrom.com

Surse materiale

Extern – pentru toate agențiile partenere

Pe omvpetrom.com: Manual de Identitate Vizuală OMV Petrom, logo-uri.

Intern – toți angajații

Intranet: template-uri digitale, manual de identitate vizuală, logo-uri.

Cuprins

Capitolul 1	Introducere	4
Capitolul 2	Principii de bază	8
	Logo	9
	Promisiunea de brand	10
	Culori	11
	Spațiul de siguranță și versiuni alternative ale logoului	12
	Dimensiuni	13
	Reguli de folosire a logoului	14
	Fonturi	15
	Stil tipografic	16
Capitolul 3	Construcția layoutului	19
	Culori utilizate în construcția layoutului	20
	Layout copertă	21
	Principii de design: Energy Flash	23
	Stilul fotografic	25
Capitolul 4	Aplicații	32
	Broșuri / Mape	33
	Postere	36
	Flyer	37
	Prezentare PowerPoint	38
	Papetărie business	40
	Arhitectură de brand	41
	Template-uri Word	42
	Branding pentru parteneri	43
	Materiale promoționale	44
	Roll-up și Spider	45
	Semnalistică OMV Petrom	46
	Stații de distribuție carburant	47
Capitolul 5	Publicitate	48
	Structura de bază	49
	Utilizarea logoului în materialele publicitare	53
	Cercul de energie	54
	Roll-up-uri	56
	Evidențiator	58

Cuprins

Capitolul 6	Website, bannere online & newsletter	60
	Website	61
	Bannere online	62
	Newsletter	63
Capitolul 7	Comunicare B2B	64
	Close to you	65
	Departamentul Product, Supply and Sales (PSS)	67
	Formate	68
	Exemple OMV Card	70
	Exemple OMV Aviație	72
	Exemple OMV Bitumen	73
	Exemple OMV Petrom Comercial	74
	Exemple OMV Petrom Marină	76
Capitolul 8	Resourcefulness	77
	Principii de bază	78
	Broșuri	79

Capitolul 1

Introducere

Energia pentru o viață mai bună.

OMV Petrom este cea mai mare companie de energie din Europa de Sud-Est, cu un impact semnificativ asupra vieților și businessurilor multor stakeholderi. Suntem prezenți în viețile partenerilor, angajaților și clienților noștri, iar designul nostru corporativ, o parte integrantă a comunicării OMV Petrom, trebuie să fie consecvent, unic și să țină pasul cu evoluția constantă a companiei.

Cu un design corporativ actualizat, ne prezentăm ca un lider în inovație – într-un mod armonios, modern și dinamic. Designul nostru de comunicare are rolul de a susține promisiunea de brand a OMV Petrom, împărtășită de întregul Grup OMV: Energia pentru o viață mai bună.

În consecință, am combinat cele două componente – energia și viața mai bună – componenta modernă, digitală, inovativă și componenta caldă, emoțională, umană. Ca un simbol pozitiv și dinamic, noul cerc de energie ilustrează forța, capacitatea de inovare și statutul de lider ale OMV Petrom.

Așadar, suntem pregătiți să creăm o identitate de brand unică și inconfundabilă în toate canalele media și pentru orice subiect într-un stil modern, puternic și emoțional. Folosiți acest ghid ca referință zilnică atunci când lucrați cu cele mai importante componente din designul nostru corporativ.

Identitatea OMV Petrom

Elementele care constituie identitatea vizuală trebuie să fie întotdeauna folosite conform setului de reguli incluse în prezentul manual. Numai așa brandul OMV Petrom își păstrează imaginea puternică, serioasă și de încredere, atât în interiorul companiei, cât și în exterior.

În comunicarea OMV Petrom trebuie să se folosească numai elementele grafice originale. Pentru a comanda aceste elemente sau Manualul de Identitate Vizuală OMV Petrom, vă rugăm contactați Departamentul Comunicare și Sustenabilitate al OMV Petrom.

OMV Petrom Marketing S.R.L. este direct responsabil de comunicarea brandurilor de retail: OMV și Petrom, asigurându-se că benzinăriile respectă standardele de identitate vizuală OMV și respectiv Petrom. OMV Petrom Marketing S.R.L. supervizează aplicarea corectă a regulilor din manualele dedicate, în comunicarea de marketing.



Capitolul 2

Principii de bază

Logo

Logoul este principalul element de identificare al brandului OMV Petrom. Reprezintă experiența și succesul mărcii noastre până în prezent, dar și deschiderea spre viitor.

Logotipul

Reunește cele două elemente vizuale reprezentative pentru fiecare dintre cele două identități: wordmark-urile Petrom și respectiv OMV, subliniate cu o linie verde. Astfel, se creează o nouă entitate de sine stătătoare, ce capătă valoare de brand.

Logotipul OMV Petrom se va folosi ca atare și nu va fi reconstruit dintr-un font anume. El va apărea întotdeauna însoțit de linia verde.

Simbolul Petrom

Capul de lup încadrat în inițiala P - Petrom este cel mai reprezentativ simbol al companiei.

Simbolul este marcă înregistrată a OMV Petrom și nu trebuie modificat sau disproporționat în niciun fel.

Noul logo este astfel format prin alăturarea unor elemente grafice specifice ambelor identități, atât Petrom, cât și OMV: simbolul lupului și wordmark-ul Petrom, plus wordmark-ul OMV.

Simbolul și logotipul trebuie întotdeauna utilizate împreună.

Logoul OMV Petrom este disponibil în toate formatele pe www.omvpetrom.com > Despre noi > Branding.



OMV Petrom

Energia pentru o viață mai bună.



OMV Petrom

The energy for a better life.



OMV Petrom

Die Energie für ein besseres Leben.

Promisiunea de brand

„Energia pentru o viață mai bună.” este promisiunea brandului și reflectă substanța brandului OMV Petrom.

Energia pentru o viață mai bună.

Promisiunea „Energia pentru o viață mai bună.” evidențiază profilul brandului și este, în primul rând, utilizată în materialele de comunicare promoțională (ex.: materiale de publicitate, postere, cartioane video de final), dar și în broșurile OMV Petrom și activitățile de sponsorizare. Logoul OMV Petrom fără promisiune poate fi utilizat doar în situații de excepție, care sunt determinate de restricții de producție și doar cu aprobarea scrisă din partea Departamentului Comunicare și Sustenabilitate al OMV Petrom.

Promisiunea de brand și logo

Promisiunea de brand nu apare niciodată singură, este întotdeauna utilizată alături de logo. Distanța dintre cele două elemente trebuie să fie egală cu cea dintre linia verde și numele OMV Petrom ce apare deasupra liniei. Promisiunea este întotdeauna scrisă cu font Arial Bold, iar lungimea trebuie să fie egală cu lungimea liniei verzi.

Variante

Promisiunea de brand poate fi utilizată în trei variante: română, engleză și germană, conform nevoilor specifice ale fiecărui material de comunicare. Toate variantele sunt disponibile pentru descărcare la: www.omvpetrom.com > Despre noi > Branding.



OMV Petrom

Energia pentru o viață mai bună.

Culori principale

Logoul – versiunea în patru culori

Versiunea în patru culori a logoului este simbolul corporatist OMV Petrom și trebuie folosit în toate materialele OMV Petrom. Această versiune a logoului are prioritate absolută.

Folosirea logoului pe fundal alb este prioritară.

Pe materialele care nu țin exclusiv de OMV Petrom (ex: sponsorizări, apariții publicitare secundare), dacă fundalul nu este alb, trebuie adăugat un câmp alb în jurul logoului OMV Petrom. Acest câmp are caracteristicile din schema de pe pagina următoare.

Culori OMV Petrom



Roșu OMV Petrom

PANTONE® 485 C
CMYK 0 / 100 / 90 / 0
RGB 230 / 0 / 0
HEX #E60000
RAL 3020



Galben OMV Petrom

PANTONE® 012 C
CMYK 0 / 10 / 100 / 0
RGB 255 / 235 / 0
HEX #FFEB00
RAL 1021



Albastru OMV Petrom

PANTONE® 295 C
CMYK 100 / 60 / 0 / 50
RGB 0 / 51 / 102
HEX #003366
RAL 5010 Gentian Blue



Verde OMV Petrom

PANTONE® 368 C
CMYK 65 / 0 / 100 / 0
RGB 102 / 204 / 0
Hex #66CC00
RAL 6018 Yellow-Green



OMV Petrom

Energia pentru o viață mai bună.

Spațiul de siguranță și versiuni alternative ale logoului OMV Petrom

Spațiul de siguranță

Spațiul de siguranță al logoului este determinat de înălțimea simbolului Petrom pe care îl definim cu „X”. (vezi schema alăturată).

Versiunea monocromă a logoului

Este o versiune secundară alternativă a logoului OMV Petrom, se va folosi în cazuri excepționale acolo unde posibilitățile de producție nu permit folosirea policromiei.

- ▶ În cazul în care logoul apare într-o aplicație alb/negru, de care nu este responsabil OMV Petrom, logoul poate fi plasat pe un fond care este până la 50% negru (vezi schema alăturată).
- ▶ Dacă fondul este colorat mai mult de 50% negru, se va folosi versiunea alb/negru negativă a logoului.

Logoul poate fi aplicat și pe fundal albastru. În acest caz, logotipul OMV Petrom va fi alb (nu galben sau orice altă culoare), iar conturul albastru și umbra albastră vor dispărea din simbol.



Logo OMV Petrom – Proportii și spațiu de siguranță



Logo OMV Petrom la o culoare, pe fundal deschis și pe fundal închis.



Logo OMV Petrom color pe fundal închis

Dimensiuni

Pentru ca logoul OMV Petrom să fie cât mai vizibil în raport cu dimensiunea layoutului, recomandăm folosirea dimensiunilor din tabelul de mai jos.

Dimensiuni elemente în comunicarea corporativă

Format	Lăţime logo
A0–841x1189mm	244
A1–594x841mm	159
A2–420x594mm	114
A3–297x420mm	79,5
A4–210x297mm	56
A5 / A6 / DL	53.5

Pentru formate landscape, dimensiunile logoului rămân aceleaşi ca în cazul formatelor portret.

Dimensiunea standard
pentru format A4



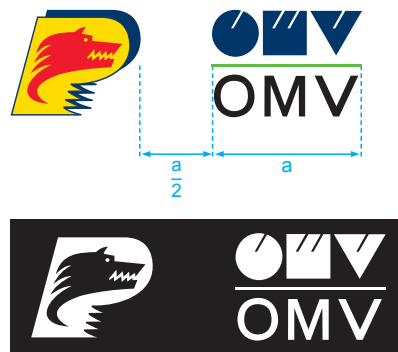
Dimensiunea minimă



Asocierea cu logoul OMV

Logo OMV în asociere cu logoul OMV Petrom

Dacă logoul **OMV** este folosit împreună cu cel al **OMV Petrom**, nu se mai foloseşte niciun claim. Cele două logouri au aceeaşi înălţime şi sunt distanţate unul faţă de celălalt la jumătate de lăţime de logo OMV. Logo OMV este aşezat întotdeauna la dreapta logoului OMV Petrom. Exemplele alăturate sunt obligatorii pentru situaţiile în care apar ambele logouri.



Reguli de folosire a logoului OMV Petrom

Reguli de folosire

Prin logo, OMV Petrom este identificat ca sursă a mesajului transmis prin materialele de comunicare vizuală. Folosirea corectă a logoului întărește identitatea mărcii.

Următoarele reguli privind folosirea logoului sunt esențiale:

- ▶ Logoul trebuie întotdeauna reprodus la cele mai înalte standarde de calitate.
- ▶ Logoul se folosește de preferat pe fond alb.
- ▶ Logoul trebuie să fie întotdeauna plasat orizontal.

- ▶ Logoul este întotdeauna pus într-o poziție vizibilă.
- ▶ Pe materialele de papetărie, logoul va fi pus în partea superioară.
- ▶ Zona de protecție din jurul logoului trebuie respectată (vezi pagina 12).
- ▶ Dimensiunea logoului trebuie respectată conform indicațiilor de la pagina 13, iar poziția logoului trebuie să respecte indicațiile din acest manual.

Folosiți întotdeauna doar materiale de comunicare în original.



Fontul OMV Petrom

Arial este fontul OMV Petrom. Este un font clar, cu aspect tehnic, în concordanță cu spiritul brandului. Arial este utilizat în toată comunicarea.

O particularitate a stilului tipografic OMV Petrom este utilizarea fontului Arial Narrow în titluri. Acest lucru conferă un aspect aparte, recognoscibil, în toate mediile de comunicare.

Este importantă folosirea consecventă a fontului Arial în toată comunicarea OMV Petrom, atât externă, cât și internă, pentru consolidarea imaginii de brand.

Utilizarea culorilor

Albastru se utilizează numai pentru titluri, note adiacente și numerotarea paginilor; textul este negru. Excepție: textul este alb pe fond albastru sau poze întunecate.

Galbenul și roșul nu se vor folosi pentru nici un fel de text.

De evitat:

Nu sunt permise: fonturi evidențiate prin contur, fonturi cu umbră, text subliniat cu linie, text evidențiat prin spațiere și fonturi cu degradé sau plasate pe fundal cu degradé.

Arial Narrow

Aa Bb Cc

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890 !@#\$%^&*()_+

Arial Regular

Aa Bb Cc

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890 !@#\$%^&*()_+

Arial Bold

Aa Bb Cc

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890 !@#\$%^&*()_+

16 | Stil tipografic

Texte outline, umbre, sublinieri de text,
cuvinte evidențiate cu spațiere excesivă sau
fonturi cu gradient de culoare.
De asemenea nu este permisă folosirea
fundalurilor de orice fel.

matra reddit, scire velim, chartis erum
annus. scriptor abhic annos centum qui
perfectos.

Subtitlu Lorem Ipsum

Sil meliora dies, ut vina, poemata reddidit, sicre
velim, chartis pretium quous arrotet annum.
scriptor abhic annos centum qui elidit
inter perfectos veteresque referri debet ad
inter villas atque novos? Excludat iurgia perficit
annos." Quid, qui deperit minor uno
mense vel anno, inter quos referendum est?
postera respuat aetas? "Iste quidem veteres
inter ponitur honeste, qui vel mense brevi
vel toto est iunior anno."

Quid, qui deperit minor uno mense vel anno,
inter quos referendum est? postera respuat
aetas? "Iste quidem veteres inter ponitur
honeste, qui vel mense brevi vel toto est
iunior anno.

Quid, qui deperit minor uno mense vel anno,
inter quos referendum est? postera respuat
aetas? "Iste quidem veteres inter ponitur
honeste, qui vel mense brevi vel toto est
iunior anno; Quid, qui deperit minor uno
mense vel anno, inter quos referendum est?
postera respuat aetas? "Iste quidem veteres
inter ponitur honeste. Quid, qui deperit
minor uno mense vel anno, inter quos
referendum est? postera respuat aetas? "Iste
quidem veteres inter ponitur honeste, qui
vel mense brevi vel toto est iunior anno.

Utor permisso, caudequo pilos ut equinae
pauletim velanno, domo etiam unum,
dom cedat ellusus ratione necteri aevri,
qui redit in fastos et virtutibus illius meliore dies,
vina, poemata reddidit, scire velim, Quid,
qui deperit minor uno mense vel anno, inter
quos referendum est? postera respuat aetas?
"Iste quidem veteres inter ponitur honeste,
qui vel mense brevi vel toto est iunior anno.

Quid, qui deperit minor uno mense vel
anno, inter quos referendum est? postera
respuat ponitur honeste. Quid, qui
deperit minor uno mense vel anno, inter
quos referendum est?

dolor sit

consequat

Si meliora dies, ut vina, poemata reddidit,
scire velim, chartis pretium quotus arrogat
annus. scriptor abhinc annos centum qui
decidit, inter perfectos veteresque efferri
debet an inter vilis atque novos? Excludat
iurgia perficit annos." Quid, qui deperit
minor uno mense vel anno, inter quos
referendus erit? postera respuat aetas?
"Iste quidem veteres inter ponetur
honeste, qui vel mense brevi vel toto est
iunior annus."

Iste quidem veteres inter
ponetur honeste

Subtitulu Lore

Si meliora dies, ut
velim, chartis pre
scriptor abhinc a
perfectos veteres
atque novos? Ex
Quid, qui deperit
inter quos refere
aetas? "Iste quid
honeste, qui vel
anno."

Quid, qui deperit
inter quos refer
aetas? "Iste
honeste, qui
anno."

Quid
inter

dolor sit

Sit meliora dies, ut vina, poemata reddat, scire velim,
chartis pretium quotus arroget annus. scriptor alii nunc
annos centum qui decedit, inter perfectos veteresque
referri debet an inter vilis atque novus? Excludat iurgia
perficat annos.” Quid, qui deponit minor uno mense vel
anno, inter quos referendus erit? postera respuat aetas?
“Iste quidem veteres inter ponetur honeste, qui vel
mense brevi vel toto est iunior anno.”

Iste quidem veteres inter
ponitur honeste

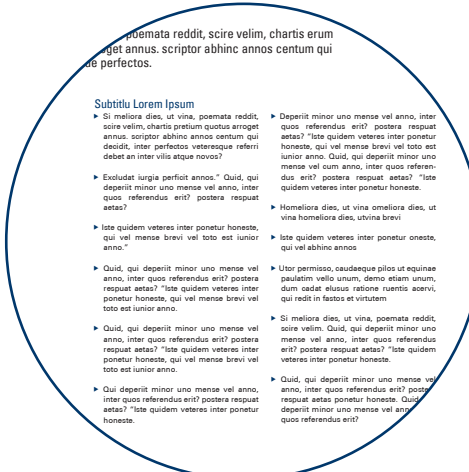
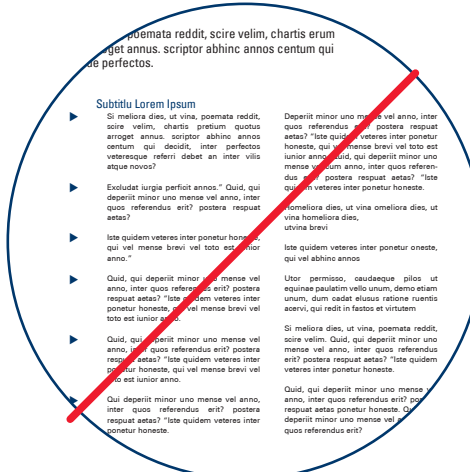
Subtitulu Lore
Si meliora dies, ut
velim, chartis pro
scriptor abbas et
perfectos veteres
atque novos? Ex
Quid, qui deperi
inter quos refere
aetas? “Iste qui
honeste, qui vel
anno.”

Quid, qui depo
inter quos refe
aetas? “Iste
honeste, qui
anno.

Quid
in

Intertitlurile să nu fie așezate la întâmplare, ele trebuie poziționate imediat deasupra textului. Nu trebuie să aibă spații albe între ele.

Săgeata albastră nu trebuie să devină un element grafic de sine stătător, ea trebuie așezată întotdeauna la aceeași distanță față de text.



Capitolul 3

Construcția layoutului

Culorile în alcătuirea layoutului

De la broșuri la postere sau pagini de web, culorile clare și puternice conferă brandului nostru un caracter unic.

Culori principale

Două culori vor fi folosite în toate proiectele:

- ▶ Albastru, culoare principală.
- ▶ Galben, culoare secundară, utilizată doar în scop de accentuare.

Codul RAL se aplică în cazul vopsirii sau lăcuirii industriale. Codul RGB și hexadecimal se aplică în cazul utilizării pe Internet sau digital.

Vizualizare

Culorile OMV Petrom pot fi utilizate în gradații de 10% (10%, 20%, 30% etc.). Când se utilizează două sau mai multe gradații de galben, este de preferat să se folosească o diferență de 20% între gradații (de ex. 20% și 40% etc.).

Negrul se folosește numai la scrierea textului din cuprins.

De evitat:

Degradouri. O suprafață colorată trebuie să fie mereu de aceeași culoare.

Proporția culorilor

Utilizarea generoasă a suprafeței albe accentuează culorile OMV Petrom și subliniază identitatea distinctă a mărcii.

Culorile OMV Petrom trebuie utilizate cu moderație, în limitele rezonabile, cu discernământ.

Albastru OMV Petrom	100%
	90%
	80%
	70%
	60%
	50%
	40%
	30%
	20%
	10%

Pantone® 295 C
CMYK 100/60/0/50
RGB 0/51/102
Hex #003366
RAL 5010 Gentian Blue

Galben OMV Petrom	100%
	90%
	80%
	70%
	60%
	50%
	40%
	30%
	20%
	10%

Pantone® Yellow 012 C
CMYK 0/10/100/0
RGB 255/235/0
Hex #FFEB00
RAL 1021

Proporția culorilor în layout



Layout – Copertă

Structura de bază

Această structură este folosită pe coperta oricărui material de comunicare (de ex. rapoarte anuale, rapoarte trimestriale, raport de sustenabilitate, broșuri, publicații, flyere etc.), cu excepția materialelor publicitare:



Zonele paginilor

Paginile unice (cum ar fi coperta broșurii sau postere interne) sunt împărțite în trei zone:

► Zona emoțională ► Energy Flash ► Zona de branding

Definiția X

Înălțimea totală a logoului = X

Pentru formate non-standard, potrait,

înălțimea logo = lățimea paginii / 20.

Pentru formate non-standard, landscape,

înălțimea logo = înălțimea paginii / 20,

1. Zona emoțională

Aici este zona pentru poza de copertă cu cercul de energie și titlu. Titlul poate fi plasat oriunde, cu o distanță minimă de 1X față de margine. Dimensiunea imaginii rezultă din poziția Energy Flash și a zonei de branding (a se vedea tabelul de mai jos).

Cercul de energie trebuie să fie centrat și poate fi deplasat în plan vertical, dar nu mai jos de centrul subiectului imaginii. Distanța dintre cercul de energie și marginile paginii variază între X și 2X, iar față de flash-ul de energie este plasat la cel puțin X și la cel mult 2X. Cercul de energie poate fi utilizat diferit numai în cazuri speciale* (vezi pagina 64).

2. Energy Flash

Flash-ul de energie este compus din **linia galbenă – cu o înălțime de 0,1X – și gradientul albastru – cu o înălțime de 0,65X**. Acestea rezultă din tabelul de mai jos.

3. Zona de branding

Această zonă este rezervată exclusiv pentru logo și text. Înălțimea zonei de branding este de 4X. Textul, inclusiv URL-ul, este aliniat la stânga iar pe verticală nu poate coborî sub marginea superioară a logoului. Spațiul pentru flash-ul de energie este X. Lățimea textului este de maxim 11X în zona tipografică.

Spațierea

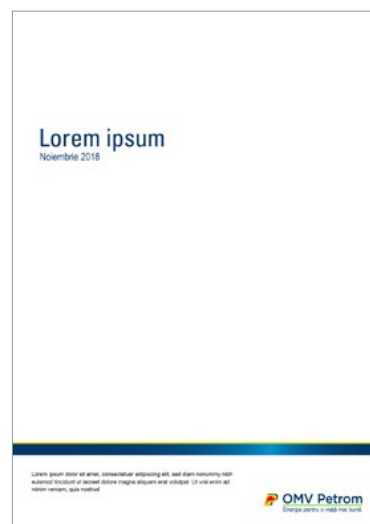
Orientare portret	Lățimea logo	Înălțimea zonei de branding	Înălțimea gradientului albastru	Înălțimea liniei galbene
A0	244 mm	215 mm	30 mm	4,5 mm
A1	159 mm	150 mm	20 mm	3 mm
A2	114 mm	90 mm	15mm	2 mm
A3	79,5 mm	62 mm	10 mm	1,5 mm
A4/210x280	56 mm	44 mm	7 mm	1 mm
A5/A6/DIN long	53,5 mm	38 mm	5 mm	0,7 mm

Unele rezultate din tabel sunt rotunjite.

*Cercul de energie poate fi folosit diferit numai la cerere specială.

Distanța față de margine variază între cel puțin X și cel mult 2X. Mențineți întotdeauna același spațiu la stânga și la dreapta. Spre exemplu, aici este folosit spațiul X de la marginea inferioară. Spațiul poate fi varia între cel puțin X și cel mult 2X. Logoul și promisiunea de brand se află pe această linie.

Titlul nu poate fi amplasat pe fețele oamenilor și nu pot ascunde detalii importante din imagini. Trebuie amplasat pe un fundal cât mai generic.



Exemplu: copertă fără imagini

Dacă nu e folosită nici o imagine pe copertă, fundalul rămâne alb iar pentru titlu este folosită culoarea albastru OMV Petrom, fără cercul de energie. Energy flash (gradientul albastru + linia galbenă) rămân la fel. În această situație, titlul poate fi mai mare.

Energy Flash

Energy Flash

Flash-ul de energie este compus din linia galbenă și gradientul de culoare albastră; desparte imaginea de zona de branding pe pagini individuale (cu logo și promisiunea de brand) și este zona de semnalare a diviziei OMV Petrom. În cazul paginilor desfășurate, acesta desparte imaginile din partea de sus de restul conținutului.

Reguli de folosire a gradientului de culoare albastră pe pagini individuale și pagini desfășurate (exemplu A4 orientat portret*):

- **Gradient de culoare albastră în pagini individuale:**
„Albastru deschis” este poziționat întotdeauna la dreapta, 30% distanță de margine (ceea ce este aplicabil și la spatele copertei).
- **Gradientul de culoare albastră pe pagini desfășurate:**
„Albastru deschis” este menținut pe pagina din dreapta și este poziționat la fel ca pe pagina individuală (copertă); pe pagina din stânga, întreaga bară se extinde în albastru OMV Petrom

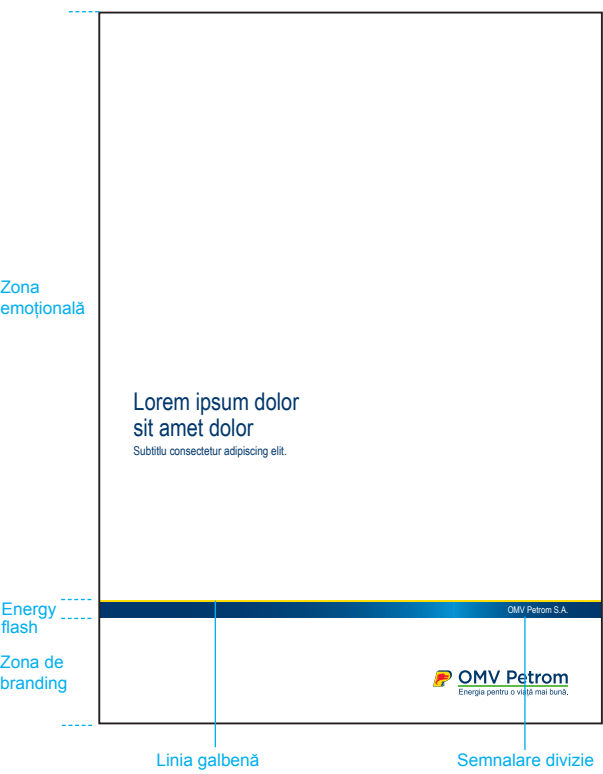
Dacă Energy Flash este printat în alb-negru, culoarea gradientului trebuie rasterizată corespunzător

*Alte formate ale copertei trebuie adaptate conform tabelului (vezi pagina 22).

- Mărime minimă:**
Mărimea minimă la copertă:
Linie galbenă: cel puțin 0,7 mm
Gradient albastru: cel puțin 5 mm
Mărime minimă pagini desfășurate:
Linie galbenă: cel puțin 0,5 mm
Gradient albastru: cel puțin 3,5 mm

Linia galbenă poate fi folosită ca separator.
Grosimea maximă este: **0,5 pt = 0,18 mm.**

Pagină individuală

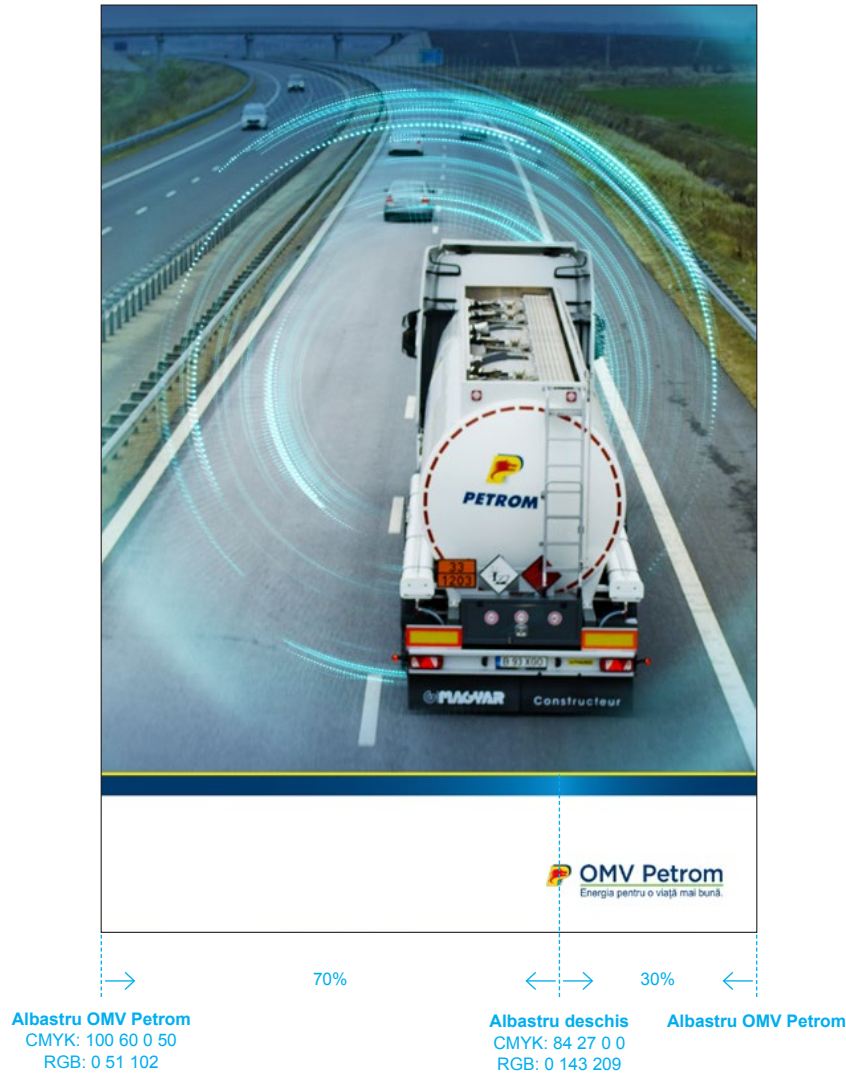


Pagini desfășurate



Energy Flash

Energy flash –
compoziție de culoare



Trăim într-o eră vizuală, în care imaginile joacă un rol esențial, creând universul brandului și modul în care el își construiește mesajul către cei din jur. Fotografia atrage atenția, generează emoții și transmite mesajul legat de brand. Iar pentru că mesajul unui brand trebuie să aibă coerență și unicitate, este important ca imaginile folosite în comunicare să poarte aceeași amprentă a stilului și a valorilor OMV Petrom.

În procesul de definire a brandului, au fost identificate 5 principii care ajută la păstrarea unui stil vizual omogen, dacă sunt respectate liniile generale din Manualul de Identitate Vizuală OMV Petrom la ședințele foto și la căutările în bazele de imagini.

Cea mai importantă trăsătură a imaginilor folosite în comunicarea OMV Petrom este **autenticitatea**. Ipostazele vizuale utilizate trebuie să înfățișeze situații reale, cu oameni reali, să transmită emoții autentice, naturale, într-un context dinamic.

Normele HSSE trebuie respectate în toate imaginile folosite.

Sunt permise procesarea imaginii și corecțiile de culoare pentru a curăța fotografiile și pentru a le da un aspect mai plăcut și premium. Trebuie evitată folosirea de montaje, ilustrații și colaje.

Reguli generale pe care imaginile folosite în comunicarea OMV Petrom trebuie să le respecte:

1. Să înfățișeze o situație autentică;
2. Să prezinte o companie axată pe tehnologie și inovație;
3. Lumina trebuie să fie naturală, iar registrul de culoare cald;
4. Să inspire optimism;
5. Să comunice dinamism.

Structură subiect

Cercul de energie



Non-publicitar, intern

Structură subiect

Cercul de energie

Focus

Imaginile sunt astfel selectate încât centrul subiectului să coincidă cu centrul cercului de energie.

Cercul de energie

Cercul de energie trebuie centrat și poate fi deplasat în plan vertical, dar nu poate fi plasat mai jos de centrul orizontal al subiectului imaginii. Trebuie poziționat în interiorul spațiului de siguranță al machetei; poate fi scos la tăiere doar în cazuri speciale (vezi pagina 62).

În jurul cercului de energie se află un cerc de energie secundar, care este mai mare și în mod voit neclar pentru a conduce privirea către centru.

Focalizarea neclară poate fi ajustată pentru a conduce atenția spre zona de mijloc a cercului și a o scoate în evidență față de fundal.

Cercul de energie nu trebuie poziționat peste fețele persoanelor sau deasupra conținutului esențial.

Titlu (non-publicitar)

Titlul poate fi poziționat oriunde în zona tipografică atâta timp cât este lizibil.

Vignetare

Ideal, marginile imaginilor vor fi ușor întunecate în post-procesare. Dacă poza este deja foarte întunecată, această modificare nu este necesară.



Non-publicitar, intern

Imagini cu Cercul de energie

Aplicare în cazul copertelor

Offline

- Pentru distribuție **externă** (de ex. rapoarte anuale, postere, roll-up-uri, PPT, website), cercul de energie trebuie utilizat întotdeauna în corelare cu o imagine de mari dimensiuni.
- Pentru distribuție **internă**, aplicarea nu este necesară, dar ar trebui folosit în print-uri de calitate înaltă.
- **Fără Cercul de energie în cazurile:** reprezentărilor grafice, icon-urilor sau oricând nu este folosită o fotografie.
- **Pentru formate publicitare speciale**, doar după aprobarea Departamentului Comunicare și Sustenabilitate.



Raport anual (extern)



Folder (intern)

Slide text:
Titlu așezat pe maxim două rânduri (28pt, bold)

Arial este, de asemenea, fontul utilizat pentru prezentări. Titlul trebuie să fie scris cu 28pt, iar restul de text cu 18pt.
Spațierea este prestabilită la 0.9, cu spațiere înaintea paragrafului de 6pt.
Pentru **accentuarea** porțiunilor definitorii de text, folosiți bolduirea.

Subtitlurile
sunt de culoare neagră și bolduite.

8 OMV Petrom S.A., nume prezentare/raport, zi lună an.

PowerPoint fără imagine (fără Cercul de energie)

Stil fotografic Cercul de energie



DE EVITAT



Cercul de energie trebuie integrat în imagine (nu suprapus ca în exemplul de mai sus). Trebuie să nu fie nici în prim-plan, nici în spatele imaginii și ar trebui să se suprapună cu părți din ea.



Cercul de energie nu ar trebui amplasat pe imagini mult prea luminoase. Pentru a rămâne vizibil, imaginile ar trebui întunecate sau editate cu un efect de vigneta la margini.



Integrarea cercului de energie în imagini alb-negru nu este permisă.



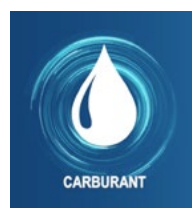
Cercul de energie nu poate fi tăiat. Excepții: vezi pagina 62



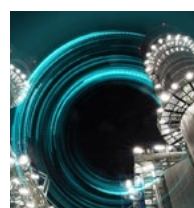
Culoarea acestuia nu poate fi schimbată.



Cercul de energie nu poate fi distorsionat.



Cercul de energie nu poate fi folosit cu grafice, iconuri etc.



Focusul imaginii cu Cercul de energie trebuie să fie relevant.

Principii pentru utilizarea imaginilor în pagini desfășurate

Următoarele 6 principii trebuie luate în considerare în realizarea și selectarea imaginilor:

1. Fără cercul de energie

Cercul de energie nu trebuie utilizat în imagini editoriale sau în pagini desfășurate pentru publicații.

2. Crearea unei situații autentice.

Autenticitatea este principiul de bază. Prezentarea trebuie să fie clară; fără situații imaginare sau care par foarte regizate.

3. Reflectarea luminii și a tonurilor naturale

Imaginea creează o atmosferă prietenoasă și naturală prin intermediul luminii naturale și a tonurilor. Acest principiu se aplică atât imaginilor cu persoane, cât și imaginilor cu facilități.

4. Generarea sentimentelor pozitive.

Elementele prietenoase transmit deschidere și optimism. Sunt de evitat situații care sugerează pericol.

5. Transmiterea calmului și profesionalismului.

Imaginile trebuie să portretizeze un sentiment de calm la o adâncime vizuală cât mai mare. Elementele aranjate asimetric pot genera tensiune. De evitat tensiunea cauzată de poziția camerei foto sau focus exagerat pe detalii.



1. Pagini desfășurate fără Cercul de energie



2. Crearea unei situații autentice



3. Reflectarea luminii și a tonurilor naturale



4. Generarea sentimentelor pozitive



5. Transmiterea calmului și profesionalismului

6. Exprimarea knowhow-ului tehnic

Conținutul imaginii reflectă performanța tehnică a OMV Petrom. Elementele au directă legătura cu partea tehnică.



6. Exprimarea knowhow-ului tehnic

Notă:

Trebuie luate în considerare drepturile de autor, GDPR și HSSE pentru toate imaginile folosite.

DE EVITAT



Ipstaze evident planificate; oameni pozând și zâmbind la camera



Elemente uzate, vechi



Culori luminoase, lumină puternică, contraste puternice



Ilustrând situații care par periculoase din afară



Ilustrând elemente care nu surprind caracterul high-tech al OMV Petrom



Fotografii alb-negru



Forme mixte precum alb&negru și culori



Imagini duotone



Colaje



Distorsiuni extreme



Cercul de energie nu poate fi folosit pentru imagini editoriale



Cercul de energie nu trebuie folosit în publicații de dimensiuni mici

Capitolul 4

Aplicații

Broșuri / Mape

Layout

Layoutul corespunde principiilor de design de bază. Următoarele reguli se aplică pentru coperte | DIN A4*.

Zona emoțională

Înălțimea rezultă din poziția energy flash (linie galbenă + gradient albastru) și dimensiunea zonei de branding.

Font

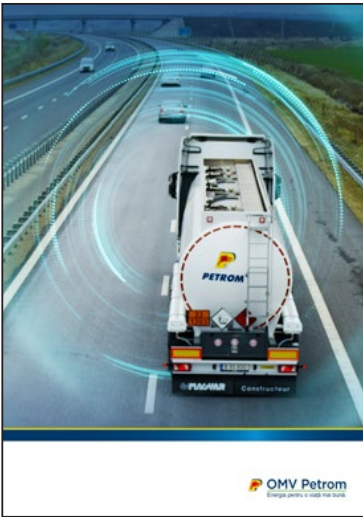
Fonturile Arial sau Arial Narrow sunt folosite pentru printuri de înaltă calitate (vezi pagina 15-16).

Energy flash: Tipuri de print DIN A4	Gradient de culoare Înălțime	Linie galbenă grosime
Copertă	7 mm	1 mm
Pagini desfășurate	3,5 mm	0,5 mm



*Alte formate trebuie adaptate conform tabelului „dimensiuni” (vezi pagina 22).

Pentru a transmite emoție, o imagine reprezentativă trebuie folosită pe pagini individuale, precum paginile de copertă a unei broșuri sau postere.



Copertă



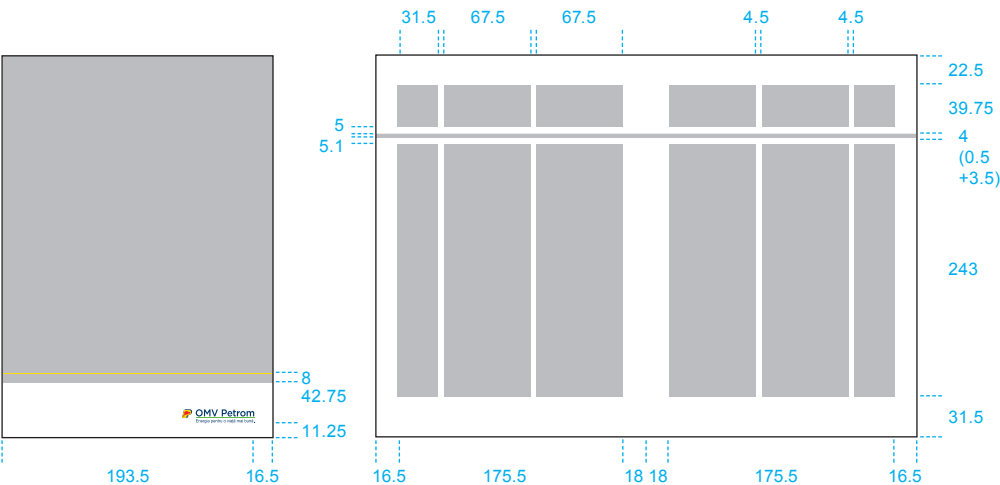
Pagini desfășurate



Pagini desfășurate



Separator de capitol



Zonă de text
Dimensiuni pentru
copertă și pentru pagină
de interior (în mm)

Broșuri / Mape

Spatele broșurilor (U4)

U4 poate fi folosită ca text, dar numai până la zona de branding. Următoarele principii se aplică designului:

- ▶ U4 trebuie să fie alb
- ▶ Imprint este poziționat în partea de stânga jos a zonei emoționale.
- ▶ U4 nu trebuie să conțină obligatoriu logo.

Cotor

Dacă cotorul broșurii este mai lat de 2,5 mm, titlul trebuie poziționat pe el, de jos în sus.

Secțiune informații

Secțiunile de informații pot fi realizate în culorile OMV Petrom, galben sau albastru și cu un font lizibil și clar.

Formatul

În Europa, broșurile respectă formatul A4.



Spate (U4)

Coperta (U1)

DE AVUT ÎN VEDERE:

Titlurile trebuie să fie scurte și concise.

Textul introductiv și subtitlurile nu trebuie să depășească 100 de caractere.

Textul cursiv de pe pagini desfășurate-uri nu trebuie introdus niciodată într-o singură coloană, ci întotdeauna în 2.



Postere

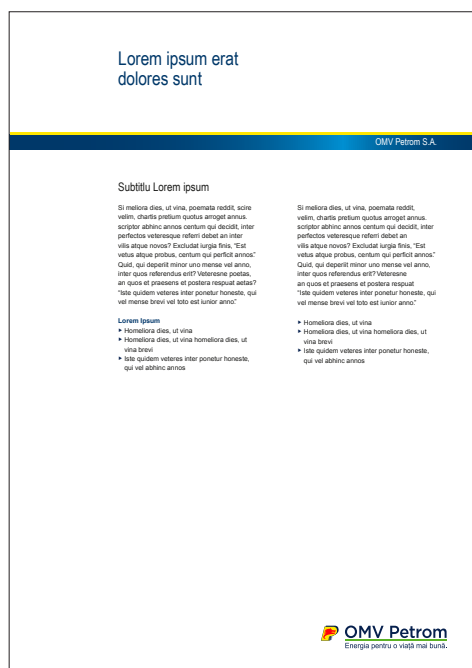
Fie că e vorba de o broșură cu imagini sau un raport anual, publicațiile OMV Petrom surprind vizual combinația dintre experiență și inovație printr-un design clar și concis.



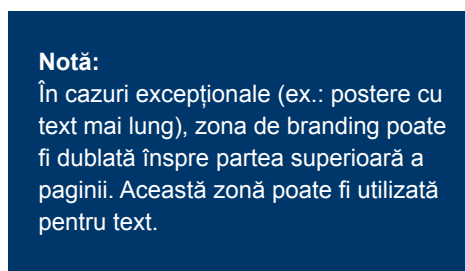
Exemplu poster cu imagine



Exemplu poster cu imagine și body copy



Exemplu poster text



Flyer

Design flyer

La fel ca în broșuri și postere, flyer-ul are două zone: cea emoțională (aici fie este plasată o imagine, fie este albă cu titlu albastru OMV Petrom) și zona de branding (aici este plasat logoul).

Aceste zone sunt despărțite de Energy Flash.

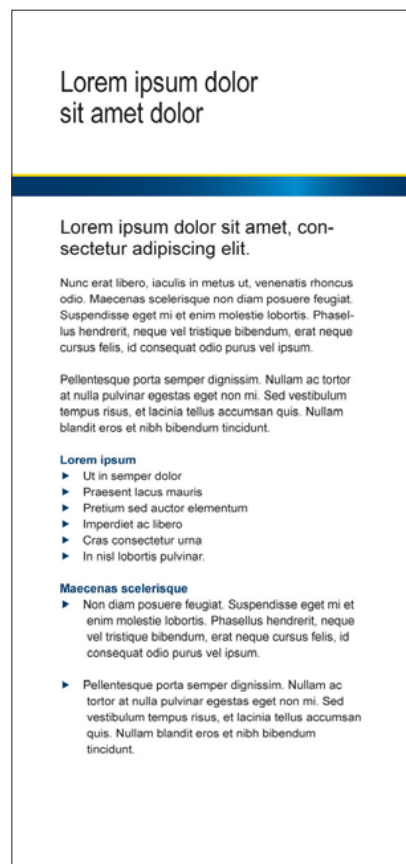
Regulile de bază pentru designul layoutului se găsesc la pagina 21, la capitolul Layout.



Flyer simplu



Coperta flyer simplu cu text



Flyer – verso

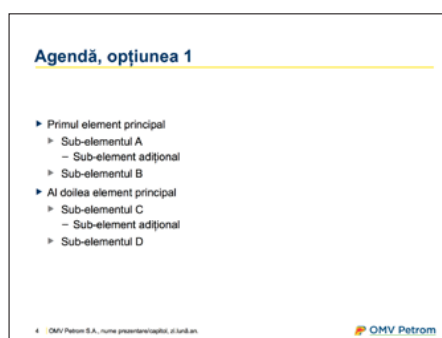
Prezentare PowerPoint

Prezentarea PowerPoint este disponibilă ca șablon (template) pe intranet, în secțiunea Reglementări&Guvernanță > Standarde de Comunicare Corporativă OMV Petrom.

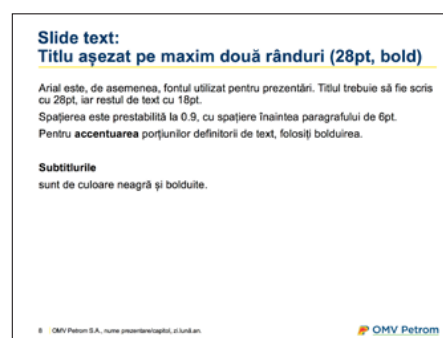
Pentru a evita problemele de afișare, prezentările sunt trimise extern ca fișiere **PDF**.



Slide cu imagine 4:3



Slide fără imagine 4:3



Slide text 4:3



Slide titlu cu imagine 16:9



Slide titlu fără imagine 16:9

Prezentările sunt un mod convingător de caracterizare a mărcii. Structura clară și design-ul unitar transmit seriozitate și atrag atenția asupra conținutului prezentat.



Slide copertă cu imagine 4:3



Slide copertă cu imagine 16:9

Materiale de comunicare organizațională

Prima impresie contează: scrisorile și plicurile sunt mai mult decât un schimb de informații – OMV Petrom se prezintă ca brand prin intermediul lor.

Scrisori:

- Hârtia pentru scrisori este pre-imprimată cu logoul în partea de sus. Toate celelalte informații vor fi tipărite din computer.

Cărți de vizită:

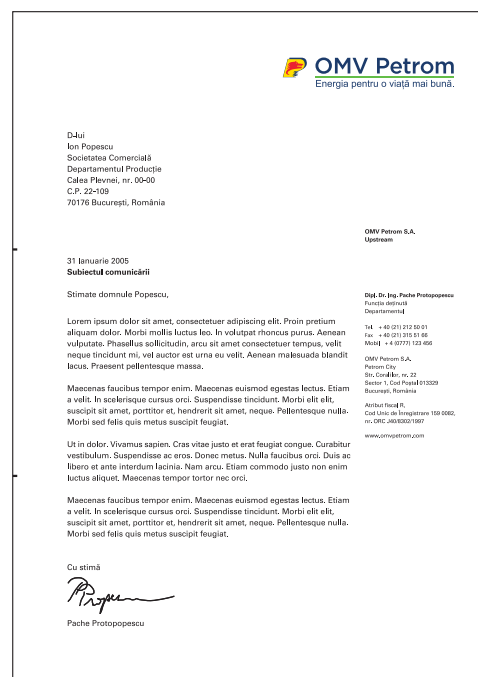
- ▶ Zona de sus cuprinde logoul OMV Petrom, iar cea din dreapta, centrală, următoarele: denumirea companiei, adresa și numerele de telefon ale acesteia.
- ▶ Dacă sunt necesare mai multe rânduri (pentru numere de telefon, e-mail), se vor adăuga rânduri în partea stângă, în direcție ascendentă.

Dimensiunea logoului

- ▶ Pe materialele de comunicare organizațională – scrisoare, fax, plic și alte materiale – înălțimea logoului este de 6,2 mm.



Carte de vizită



Scrisoare



Compliment card

Arhitectura de brand

Toate companiile care fac parte din Grupul OMV Petrom vor respecta aceleași reguli în ceea ce privește materialele de comunicare. Această abordare unitară este baza unei comunicări coerente și integrate și este caracteristică unui brand solid precum OMV Petrom. Doar prin consecvență și unitate, imaginea brandului rămâne puternică, recunoscutibilă și memorabilă.

Toate companiile din Grupul OMV Petrom:

- OMV Petrom S.A.
- OMV Petrom Marketing S.R.L.
- OMV Petrom Gas S.R.L.
- OMV Petrom Aviation S.A.
- OMV Petrom Global Solutions S.R.L.

vor respecta următoarele reguli în realizarea materialelor de comunicare organizațională.

Scrisori:

- Zona superioară din dreapta cuprinde logoul OMV Petrom, iar zona centrală din dreapta cuprinde numele companiei, adresa și numerele de telefon ale acesteia.

Cărți de vizită

- Zona din dreapta cuprinde denumirea companiei din grup, adresa și numerele de telefon ale acesteia.

Dacă sunt necesare mai multe rânduri (pentru numere de telefon, e-mail), se vor adăuga rânduri în partea stângă, în direcție ascendentă.

Următoarea regulă se aplică în general:

- Dacă numele companiei este prea lung (carte de vizită, ștampilă), acesta trebuie împărțit în mod logic.

Dimensiunea logoului

- Pe materialele de comunicare organizațională – scrisoare, fax, plic și alte materiale – înălțimea logoului este de 6,2 mm.

Carte de vizită OMV Petrom Marketing S.R.L.

	
Dipl. Dr. Ing. Pache Protopopescu	
Funcția deținută	OMV Petrom Marketing S.R.L.
Denumire departament	Petrom City, str. Coralilor, nr. 22
	Sector 1, Cod Postal 013329
	București, România
	Tel.: (+4-021) 2125 001
	Tel/Fax: (+4-021) 3155 166
	Mobil: (+4-0777) 123 456
	Rând de informație
pache.protopopescu@petrom.com	
www.omvprom.com	

Carte de vizită OMV Petrom Gas S.R.L.

	
Dipl. Dr. Ing. Pache Protopopescu	
Funcția deținută	OMV Petrom Gas S.R.L.
Denumire departament	Petrom City, str. Coralilor, nr. 22
	Sector 1, Cod Postal 013329
	București, România
	Tel.: (+4-021) 2125 001
	Tel/Fax: (+4-021) 3155 166
	Mobil: (+4-0777) 123 456
	Rând de informație
pache.protopopescu@petrom.com	
www.omvprom.com	

Carte de vizită OMV Petrom Aviation S.R.L.

	
Dipl. Dr. Ing. Pache Protopopescu	
Funcția deținută	OMV Petrom S.A.
Denumire departament	Petrom City, str. Coralilor, nr. 22
	Sector 1, Cod Postal 013329
	București, România
	Tel.: (+4-021) 2125 001
	Tel/Fax: (+4-021) 3155 166
	Mobil: (+4-0777) 123 456
	Rând de informație
pache.protopopescu@petrom.com	
www.omvprom.com	

Scrisoare OMV Petrom Marketing S.R.L.

	
D-ului Ion Popescu Societatea Comercială Departamentul Producție Cămin Ploiești, nr. 0000 C.P. 22-109 70176 București, România	
31 Ianuarie 2005 Subiectul comunicării	
Stimate domnule Popescu,	
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Proin pretium aliquam dolor. Morbi nulla luctus leo. In volutpat rhoncus purus. Aenean volutpat. Phasellus pellentesque, arcu sit amet consectetur tempus, velit neque incidunt mi, vel auctor est urna eu velit. Aenean malesuada blandit lacus. Praesent pellentesque massa. Maeenas faucibus tempor enim. Maeenas euismod agestas lectus. Etiam a velit. In scelerisque cursus orci. Suspendisse incidunt. Morbi elit elit, suscipit sit amet, portitor et, hendrerit sit amet, neque. Pellentesque nulla. Morbi sed felis quis metus suscipit feugiat. Ut in dolor. Vivamus sapien. Cras vitae justo et erat feugiat congue. Curabitur vestibulum. Suspendisse ac eros. Donec metus. Nulla faucibus orci. Duis ac libero et ante interdum lacinia. Nam arcu. Etiam commodo justo non enim luctus aliquet. Maeenas tempor tortor nec orci. Maeenas faucibus tempor enim. Maeenas euismod agestas lectus. Etiam a velit. In scelerisque cursus orci. Suspendisse incidunt. Morbi elit elit, suscipit sit amet, portitor et, hendrerit sit amet, neque. Pellentesque nulla. Morbi sed felis quis metus suscipit feugiat.	OMV Petrom Marketing S.R.L. D-ului Dr. Ing. Pache Protopopescu Funcția deținută Departamentul 14 + 40 212 212 001 Fax + 40 212 315 166 Mobil + 40 777 123 456 OMV Petrom S.A. Petrom City Str. Coralilor, nr. 22 Sector 1, Cod Postal 013329 București, România Arhitectură de Brand Cămin de Imprimare 100 000 nr. 000 000000 000 www.omvprom.com
Cu stimă  Pache Protopopescu	

Scrisoare OMV Petrom Gas S.R.L.

	
D-ului Ion Popescu Societatea Comercială Departamentul Producție Cămin Ploiești, nr. 0000 C.P. 22-109 70176 București, România	
31 Ianuarie 2005 Subiectul comunicării	
Stimate domnule Popescu,	
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Proin pretium aliquam dolor. Morbi nulla luctus leo. In volutpat rhoncus purus. Aenean volutpat. Phasellus pellentesque, arcu sit amet consectetur tempus, velit neque incidunt mi, vel auctor est urna eu velit. Aenean malesuada blandit lacus. Praesent pellentesque massa. Maeenas faucibus tempor enim. Maeenas euismod agestas lectus. Etiam a velit. In scelerisque cursus orci. Suspendisse incidunt. Morbi elit elit, suscipit sit amet, portitor et, hendrerit sit amet, neque. Pellentesque nulla. Morbi sed felis quis metus suscipit feugiat. Ut in dolor. Vivamus sapien. Cras vitae justo et erat feugiat congue. Curabitur vestibulum. Suspendisse ac eros. Donec metus. Nulla faucibus orci. Duis ac libero et ante interdum lacinia. Nam arcu. Etiam commodo justo non enim luctus aliquet. Maeenas tempor tortor nec orci. Maeenas faucibus tempor enim. Maeenas euismod agestas lectus. Etiam a velit. In scelerisque cursus orci. Suspendisse incidunt. Morbi elit elit, suscipit sit amet, portitor et, hendrerit sit amet, neque. Pellentesque nulla. Morbi sed felis quis metus suscipit feugiat.	OMV Petrom Gas S.R.L. Dipl. Dr. Ing. Pache Protopopescu Funcția deținută Departamentul 14 + 40 212 212 001 Fax + 40 212 315 166 Mobil + 40 777 123 456 OMV Petrom S.A. Petrom City Str. Coralilor, nr. 22 Sector 1, Cod Postal 013329 București, România Arhitectură de Brand Cămin de Imprimare 100 000 nr. 000 000000 000 www.omvprom.com
Cu stimă  Pache Protopopescu	

Scrisoare OMV Petrom Aviation S.R.L.

	
D-ului Ion Popescu Societatea Comercială Departamentul Producție Cămin Ploiești, nr. 0000 C.P. 22-109 70176 București, România	
31 Ianuarie 2005 Subiectul comunicării	
Stimate domnule Popescu,	
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Proin pretium aliquam dolor. Morbi nulla luctus leo. In volutpat rhoncus purus. Aenean volutpat. Phasellus pellentesque, arcu sit amet consectetur tempus, velit neque incidunt mi, vel auctor est urna eu velit. Aenean malesuada blandit lacus. Praesent pellentesque massa. Maeenas faucibus tempor enim. Maeenas euismod agestas lectus. Etiam a velit. In scelerisque cursus orci. Suspendisse incidunt. Morbi elit elit, suscipit sit amet, portitor et, hendrerit sit amet, neque. Pellentesque nulla. Morbi sed felis quis metus suscipit feugiat. Ut in dolor. Vivamus sapien. Cras vitae justo et erat feugiat congue. Curabitur vestibulum. Suspendisse ac eros. Donec metus. Nulla faucibus orci. Duis ac libero et ante interdum lacinia. Nam arcu. Etiam commodo justo non enim luctus aliquet. Maeenas tempor tortor nec orci. Maeenas faucibus tempor enim. Maeenas euismod agestas lectus. Etiam a velit. In scelerisque cursus orci. Suspendisse incidunt. Morbi elit elit, suscipit sit amet, portitor et, hendrerit sit amet, neque. Pellentesque nulla. Morbi sed felis quis metus suscipit feugiat.	OMV Petrom Aviation S.R.L. Dipl. Dr. Ing. Pache Protopopescu Funcția deținută Departamentul 14 + 40 212 212 001 Fax + 40 212 315 166 Mobil + 40 777 123 456 OMV Petrom S.A. Petrom City Str. Coralilor, nr. 22 Sector 1, Cod Postal 013329 București, România Arhitectură de Brand Cămin de Imprimare 100 000 nr. 000 000000 000 www.omvprom.com
Cu stimă  Pache Protopopescu	

Şabloane Word

Layout

Layoutul corespunde principiilor de design corporate de bază.

Energy flash: Şabloane Word DIN A4	Gradient albastru înălţime	Linia galbenă grosime
Cover page Pagini desfăşurate	7 mm 3,5 mm	1 mm 0,5 mm

Comunicat de presă OMV Petrom

1 Noiembrie 2019

OMV Petrom S.A.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh

► Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat.

► Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.

► Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugait nulla facilisi.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugait nulla facilisi.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.

1/2

 OMV Petrom
Energia pentru o viaţă mai bună.

Comunicat de presă, pagina 1

Lorem ipsum dolor sit amet

OMV Petrom
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugait nulla facilisi.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.

Pentru mai multe informaţii, vă rugăm să contactaţi:

OMV Petrom Media Relations: Nume Prenume, Tel., E-Mail:

OMV Petrom Homepage: <http://www.omvpetrom.com>

2/2

 OMV Petrom
Energia pentru o viaţă mai bună.

Comunicat de presă, pagina 2

Notă: Documentele Word nu trebuie printate cu zonă de bleed.

În spatele unei companii de succes se află mereu parteneri de încredere. Acest lucru este valabil și în cazul companiei OMV Petrom, care, împreună cu partenerii săi, dorește să ofere cele mai bune produse și servicii clienților. Suntem o echipă în tot ceea ce facem și acest lucru trebuie să se vadă în primul rând printr-o identitate vizuală unitară.

Branding Parteneri

Scrisori:

- Hârtia pentru scrisori este pre-imprimată cu logoul OMV Petrom în partea de sus și cu logoul partenerului OMV Petrom, în partea dreaptă jos; Logoul OMV Petrom trebuie să aibă înălțimea egală cu 6,2 mm, iar cel al partenerului să fie în echilibru cu acesta;
- Zona centrală din partea dreaptă va conține textul „Partener OMV Petrom”, denumirea companiei partener și datele de identificare ale reprezentantului acesteia, precum și datele de contact și de identificare fiscală ale partenerului OMV Petrom.

Cărți de vizită:

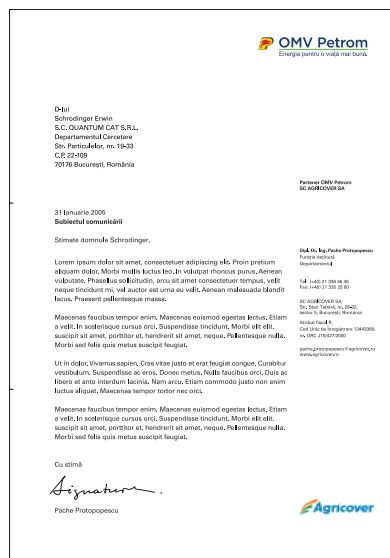
- Partea superioară cuprinde logoul companiei OMV Petrom (înălțimea acestuia trebuie să fie de 4,8 mm), iar în partea dreaptă avem denumirea partenerului, precum și adresa și numerele de telefon ale reprezentantului acestuia.
- În partea stângă jos va fi imprimat textul „Partener OMV Petrom”.
- Zona din partea dreaptă jos va conține logoul partenerului OMV Petrom (dimensiunea logoului OMV Petrom și cea a logoului partenerului său trebuie să fie în echilibru).
- Dacă sunt necesare mai multe rânduri (pentru numere de telefon, e-mail), se vor adăuga rânduri în partea stângă, în direcție ascendentă.

Plic:

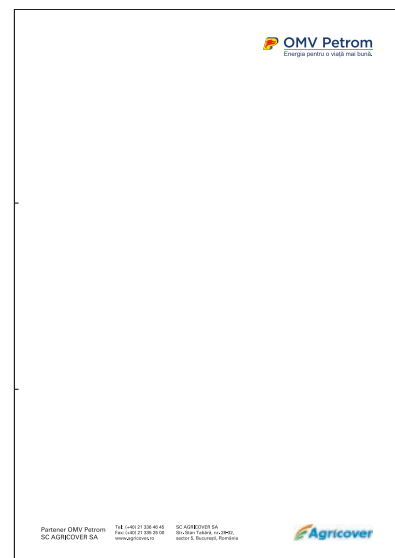
- Zona de sus va cuprinde logoul OMV Petrom iar cea de jos următoarele: textul „Partener OMV Petrom”, numele Companiei partener, datele de contact ale acesteia și logoul Companiei partener.

Antet:

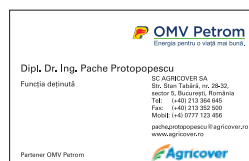
- Zona de sus va cuprinde logoul OMV Petrom, iar cea de jos următoarele: în stânga textul „Partener OMV Petrom”, numele companiei partener și datele de contact ale acesteia, iar în dreapta logoul companiei partener.



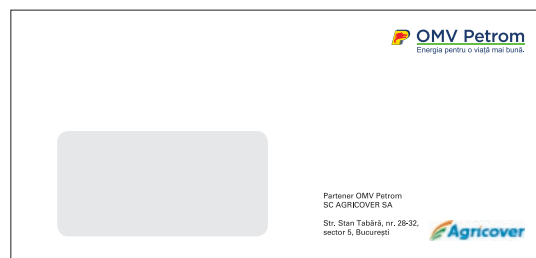
Scrisoare



Antet



Carte de vizită

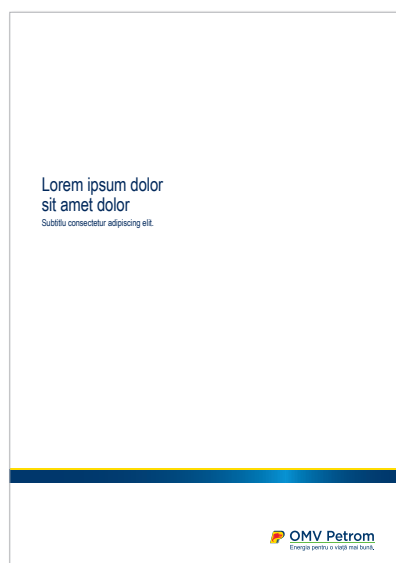


Plic

Obiectele promoționale reprezintă suportul fizic al imaginii OMV Petrom. Calitatea acestor obiecte este esențială, pentru că ele comunică brandul în modul cel mai palpabil.

Obiecte promoționale

Puteți comanda obiectele promoționale folosind catalogul existent pe pagina dedicată de intranet.



Notebook



Tricou



Branding tricou competiție



USB Stick



Pix



Roll-up și Spider



Semnalistică OMV Petrom

04.37z

OMV Petrom Upstream

Lorem Ipsum

George Vasile



Semnalistică uși

06.37

OMV Petrom Marketing

Procurement & Facility Management
Lorem Ipsum

**Ing. George Vasile
Andrei Dumitrescu
Ioana Dinu**



Semnalistică exterioară



OMV Petrom Upstream

22, Coralilor Str.

Stații de distribuție carburant

În comunicarea pentru retail, cele două branduri, Petrom și OMV, vor fi, în continuare, tratate ca două identități separate și se vor supune regulilor de identitate vizuală specifice.

Stații Petrom



Stații OMV



Capitolul 5

Publicitate

Structură de bază – orientare portret

Această structură e folosită pentru comunicare externă și toate materialele publicitare cu orientare portret (precum postere, display-uri, OOH, POS):



TITLU 3D
Arial Narrow
Regular

COPY
Arial Regular
Corp: 9 pt
Line spacing: 11.5 pt
Culoare: alb

URL
Arial Bold
Corp: 9 pt
Line spacing: 16 pt
Culoare: alb

Zonele paginilor

Paginile individuale (precum display-uri și postere publicitare) sunt împărțite în 2 secțiuni:

► Zona emoțională ► Energy flash

Definiția X

Lățimea formatului / 20 = X

X = înălțimea logoului

1. Zona emoțională

Aici este zona pentru vizual, cu cercul de energie și titlu. Dimensiunea imaginii rezultă din poziția flash-ului de energie (a se vedea tabelul de mai jos).

Cercul de energie trebuie să fie centrat în această zonă; poate fi deplasat în plan vertical, dar nu mai jos de centrul orizontal al subiectului imaginii. Distanța dintre cercul de energie și marginea superioară variază între X și 2X, iar față de energy flash între 2X și 4X. Cercul de energie poate fi utilizat diferit numai în cazuri speciale* (vezi capitolul 6, pagina 62).

2. Energy Flash

Flash-ul de energie este compus din linia galbenă și gradientul albastru ce acoperă întreaga zonă de branding. Calculul înălțimii acestuia este bazat pe tabelul de mai jos. În acest exemplu, linia galbenă este definită ca X/10. Înălțimea Energy Flash variază între 4X și 7X.

Zona aceasta este destinată exclusiv pentru logo și text. Textul este alb pe fundal de gradient albastru (vezi pagina 24).

Înălțimea zonei de branding este variabilă și poate fi modificată până la un punct. Dimensiunea ideală este când baza textului, inclusiv URL, se liniază la marginea de sus a logoului. Textul nu poate coborî mai jos de acest punct. Lățimea maximă ocupată de text este de 11X în zona destinată acestuia.

Spațierea

Dimensiunea spațiului de siguranță poate varia între X și 2X. Mențineți întotdeauna același spațiu la stânga și la dreapta. Spre exemplu, spațiul X de la marginea inferioară este utilizat aici. Logoul și promisiunea de brand sunt plasate la o distanță cuprinsă între X și 2X față de margini.

Orientare Portret	Lățime Logo	Înălțime zona branding	Linia galbenă
A0	244 mm	212 mm - 298 mm	4,5 mm
A1	159 mm	150 mm - 210 mm	3 mm
A2	114 mm	110 mm - 154 mm	2 mm
A3	79,5 mm	75 mm - 105 mm	1,5 mm
A4/210x280	56 mm	52 mm - 72 mm	1 mm
A5/A6/DIN long	53,5 mm	38 mm - 52 mm	0,7 mm

Unele rezultate din tabel sunt rotunjite.

*Cercul de energie poate fi folosit diferit doar la cerere.

Structură de bază – orientare landscape

Această structură este folosită pentru comunicare externă și toate materialele publicitare cu orientare landscape (precum postere, display-uri, OOH, POS):

Zonele paginilor

Paginile individuale (precum display-uri și postere publicitare) sunt împărțite în două zone:

- ▶ Zona emoțională ▶ Energy flash



Definiția X

X = înălțimea logoului

$0,75X$ = distanță minimă de la marginea paginii.

$2X$ = distanță maximă de la marginea paginii.

1. Zona emoțională

Aici este zona pentru vizualul cu cercul de energie și titlu. Dimensiunea imaginii rezultă din poziția Energy Flash-ului. ($4X+X/20$)

Cercul de energie trebuie să fie centrat și complet vizibil în interiorul imaginii. Cercul de energie poate fi utilizat diferit numai în cazuri speciale* (vezi capitolul 6, pagina 62).

Titlul este centrat și poate avea cel mult 2 rânduri. Distorsiunea titlului depinde de subiect și trebuie adaptată la perspectiva imaginii. Punctul de fugă trebuie să fie întotdeauna în centrul imaginii. Cercul de energie este mai transparent și mai puțin clar în zona de titlu, pentru ca acesta să rămână lizibil.

2. Energy Flash

Flash-ul de energie este compus din linia galbenă și gradientul albastru ce acoperă întreaga zonă de branding. Înălțimea gradientului albastru este de $2,5X$. În acest exemplu, linia galbenă este definită ca $X/20$.

Această zonă este rezervată exclusiv pentru logo și text. Textul este alb pe gradientul albastru (vezi pagina 24).

Dimensiunea zonei de branding este variabilă și poate fi ajustată până la un anumit punct.

Textul incluzând URL are, ideal, aceeași înălțime ca logo-ul. Marginea de jos a textului este aliniată cu marginea de jos a logoului.

Distanța față de margini variază între X și $2X$. Trebuie păstrat întotdeauna același spațiu la stânga și la dreapta.

*Cercul de energie poate fi folosit diferit doar la cerere.

Utilizarea logoului în materialele publicitare

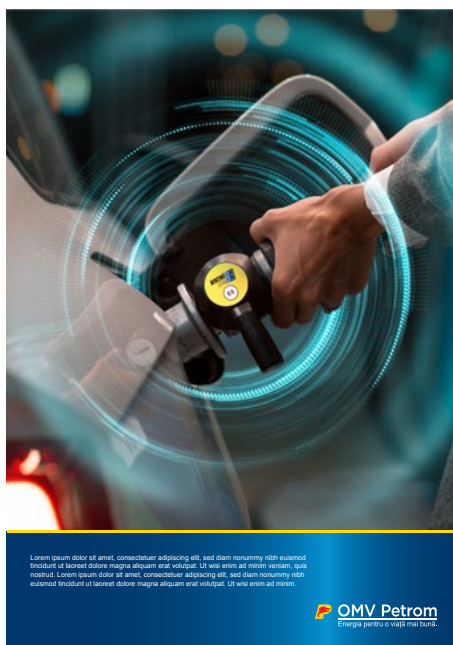
Exemple: print și digital (offline)

Varianta pozitivă/negativă a logoului

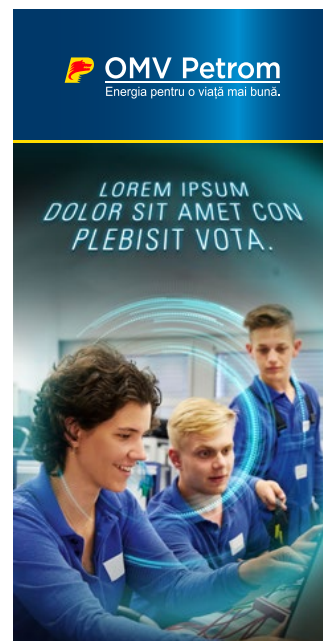
Varianta albă de logo este utilizată în materialele publicitare externe și trebuie să fie poziționată pe gradientul albastru (sau pe un fundal neutru sau negru).



Folder



Display



Roll up

Varianta pozitivă/negativă a logoului la o culoare cu fundal transparent

În **cazuri speciale** (precum video-uri, postere motivaționale etc.), varianta la o culoare a logoului poate fi tipărită direct pe subiect, atâta timp cât există destul contrast și poate fi citită ușor. Dacă este necesar, se aplică o vignetare neagră cu opacitate maximă de 60% pe elementele luminoase.



Video



Poster

Cercul de energie

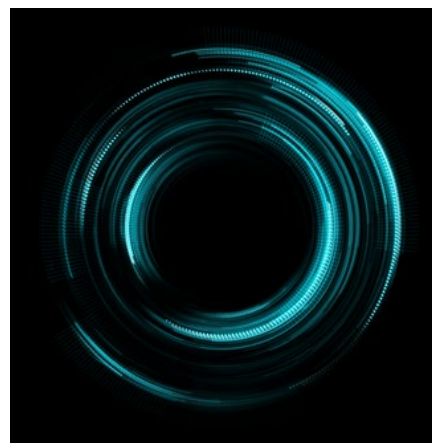
Imaginile sunt un mijloc de comunicare estențial în designul corporat.

Domenii de folosire

Print și digital (offline):

Cercul de energie va fi utilizat în print și digital după cum urmează:

- ▶ În comunicarea publicitară: numai pe coperta rapoartelor, broșurilor, rapoartelor anuale, prezentărilor PowerPoint, QB, raport de sustenabilitate etc.
- ▶ În materialele publicitare externe: pe postere, roll-up, OOH, video etc.



DE EVITAT



Cercul de energie trebuie integrat în imagine (nu suprapus ca în exemplul de mai sus). Trebuie să nu fie nici în prim-plan, nici în spatele imaginii și ar trebui să se suprapună cu părți din ea.



Cercul de energie nu ar trebui amplasat pe imagini mult prea luminoase. Pentru a rămâne vizibil, imaginile ar trebui întunecate sau editate cu un efect de vignetație la margini.



Integrarea cercului de energie în imagini alb-negru nu este permisă.



Cercul de energie nu poate fi tăiat. Excepții: vezi pagina 62



Culoarea acestuia nu poate fi schimbată.



Cercul de energie nu poate fi distorsionat.



Cercul de energie nu poate fi utilizat în combinație cu ilustrații, icon-uri etc.



Focusul cercului de energie trebuie să fie relevant din punct de vedere al conținutului.

Excepții precum cele pentru formatele publicitare speciale trebuie aprobate de Departamentul Comunicare și Sustenabilitate.

Cercul de energie

Arii de aplicare pentru imagini dinamice

Orice producții video sau TV OMV Petrom trebuie coordonate de Departamentul Comunicare și Sustenabilitate. În outro, cercul de energie trebuie să apară în conexiune cu logoul. Outro-ul poate fi folosit ca intro atunci când e nevoie.

Cercul de energie poate fi folosit în video-uri și TV în conexiune cu logoul OMV Petrom.



Video intro / outro

Roll-up extern

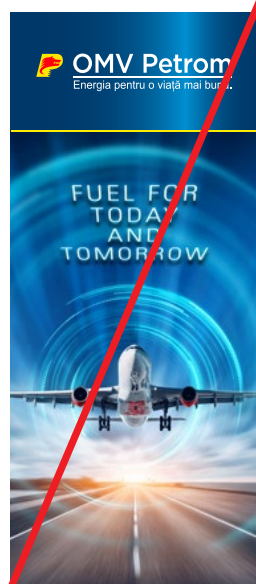
Pentru roll-up-uri fără imagine și uz general, logo-ul este folosit la 4 culori pe fundal alb.

Pentru roll-up-uri cu imagine folosite în scop publicitar, varianta logoului la o culoare e amplasat pe un gradient de culoare albastră.

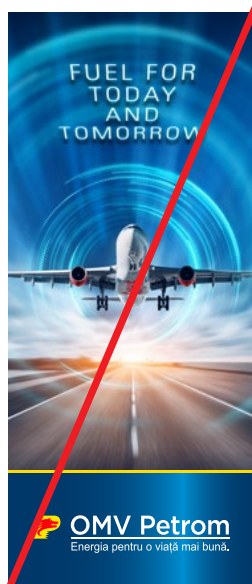
Titlurile sunt poziționate deasupra subiectului pentru a asigura lizibilitatea corespunzătoare.



DE EVITAT



Când este realizată distorsionarea perspectivei, textul din titlu trebuie să fie din ce în ce mai mare.

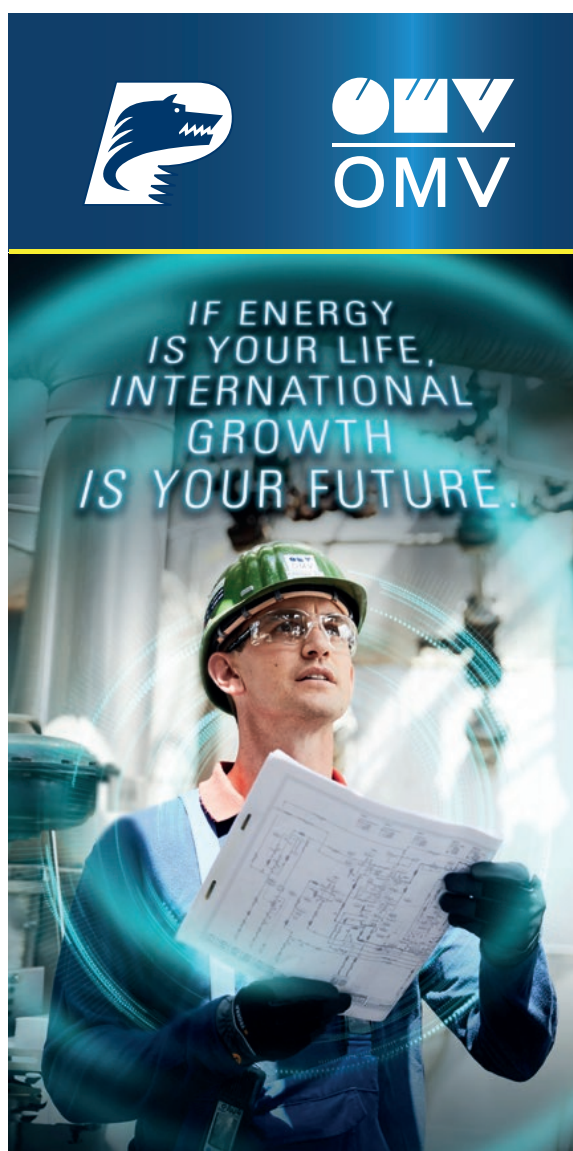
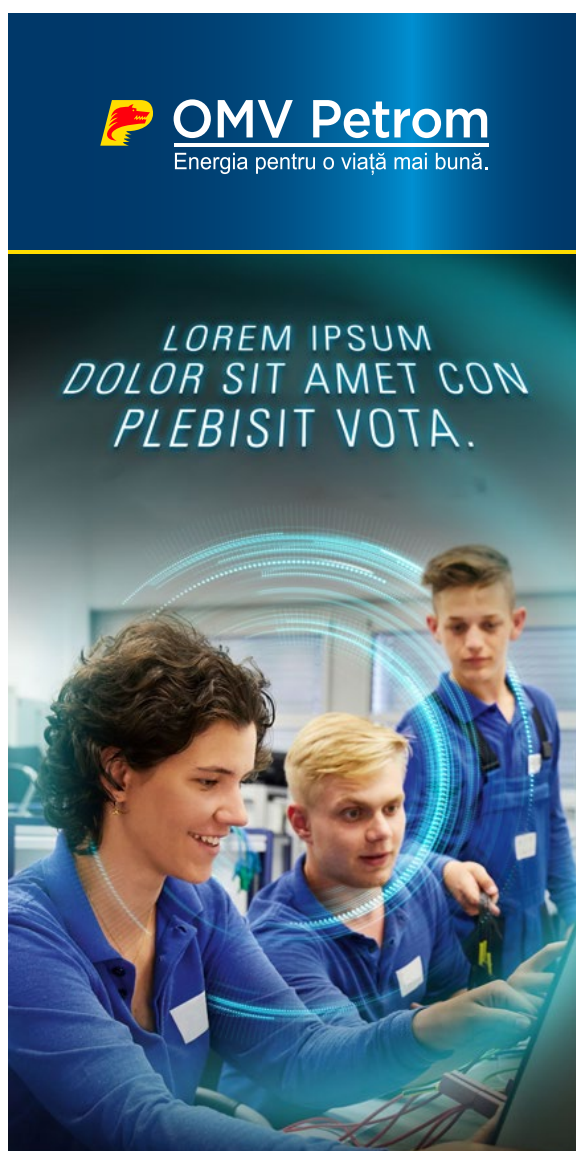


Energy Flash nu poate fi folosit în partea de jos pentru lizibilitate.

Energy Flash

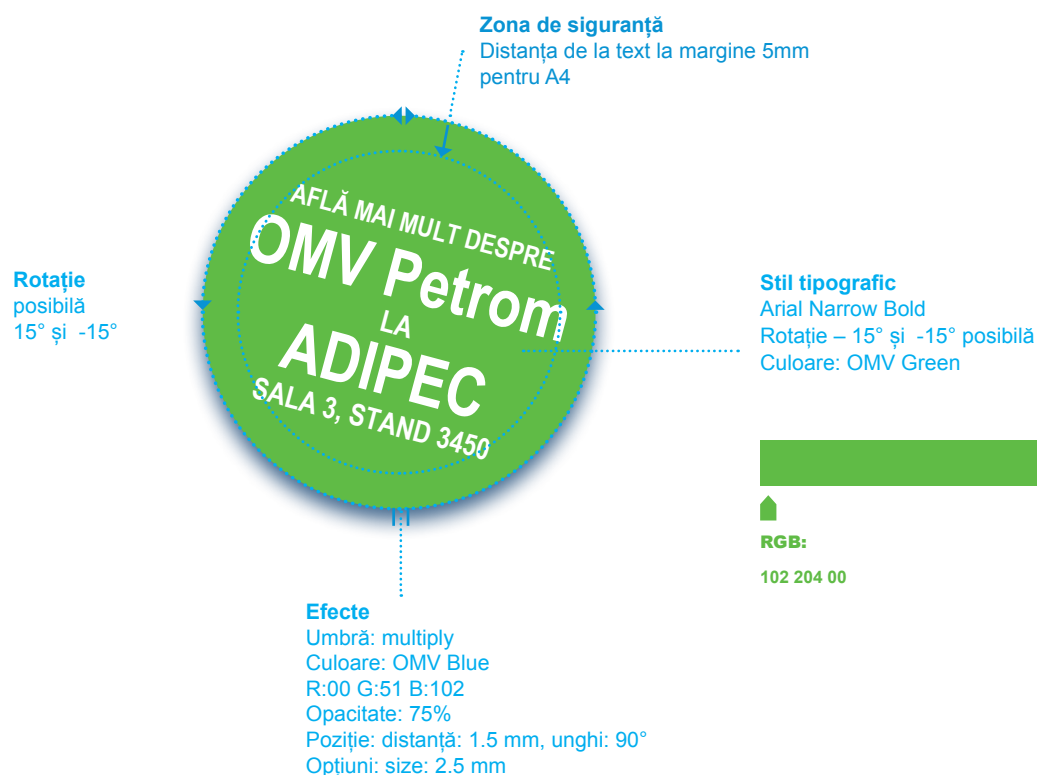
Pentru formate și materiale publicitare de dimensiuni mari și/sau nevizibile imediat (roll-up-uri, perete de stand expozițional, website), Energy Flash poate fi poziționat în partea de sus. Astfel, linia galbenă trebuie mutată în partea de jos a gradientului, făcând mai clară separarea conținutului imaginii. În aceste cazuri, logoul va fi poziționat și el în partea de sus.

Energy Flash +
linia galbenă
(acoperă întreaga zonă
de branding)



Evidențiator

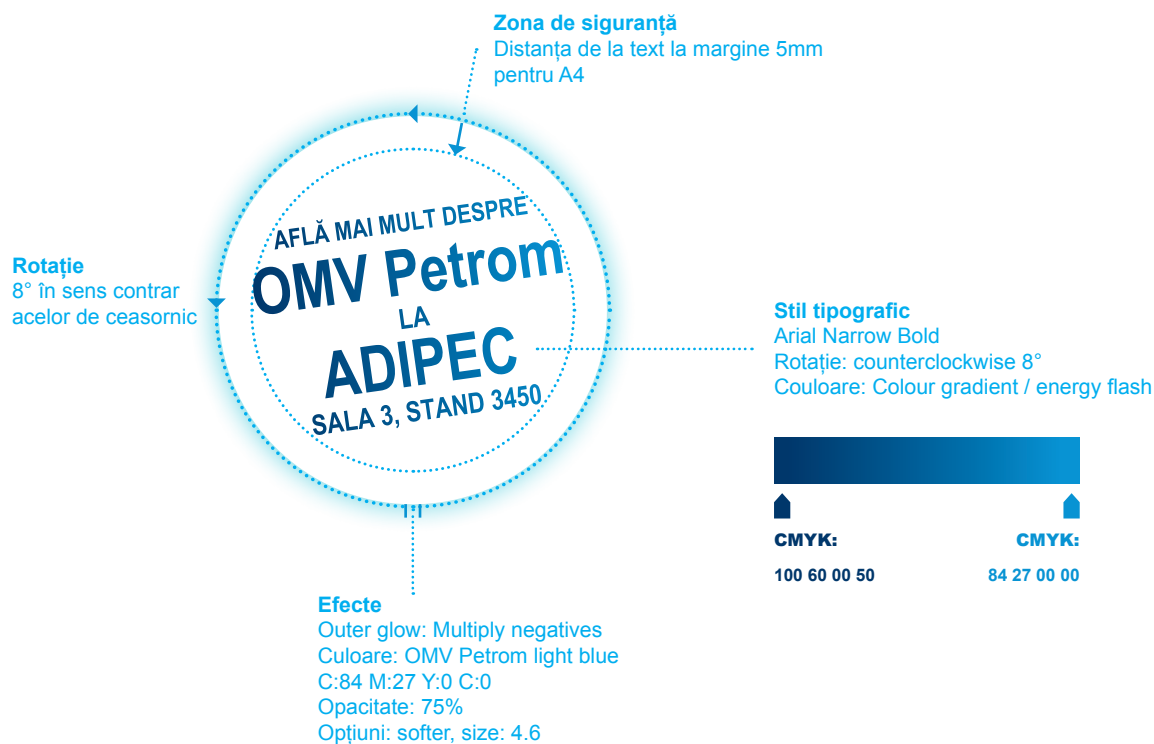
Structură de bază evidențiator – video/TV



Poziționare:
Într-un punct liber.

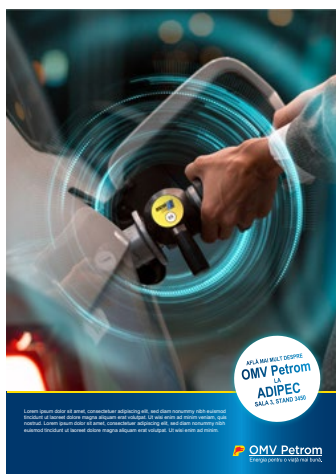


Structură de bază evidențiator – print



Poziționare:

În dreapta sus într-o zonă liberă sau în dreapta jos deasupra liniei galbene.



Capitolul 6

Website, Bannere Online, Newsletter

Website

Logo

Site-urile externe și newsletterele utilizează întotdeauna logoul la o culoare (în energy flash-ul lărgit) și logoul în 3 culori în footer. Pentru site-uri și newslettere interne, logoul în 4 culori este folosit atât în zona de header, cât și în cea de footer. Pentru bannere online, în general este utilizat logoul într-o culoare în energy flash-ul lărgit. Bannerele online trebuie aprobate de Departamentul Comunicare Digitală înainte de utilizare.

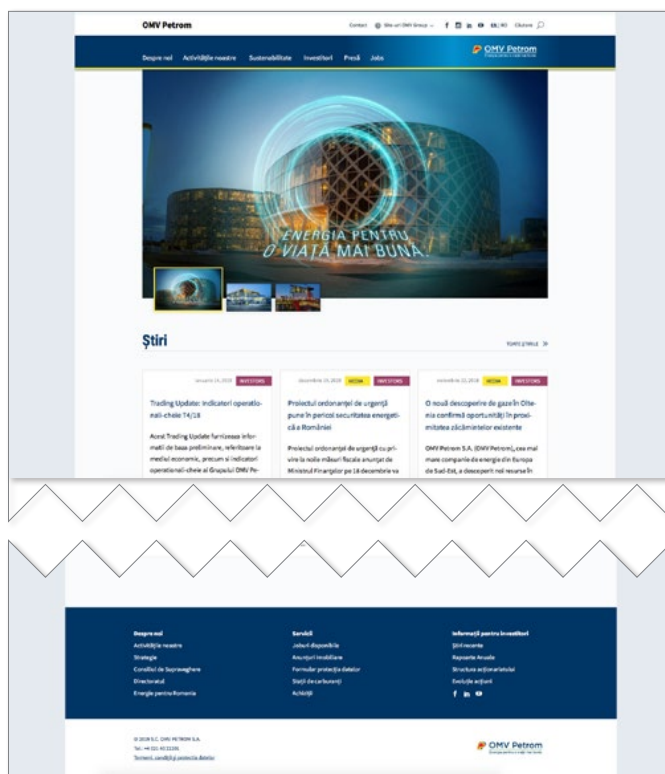
Cercul de energie

În site-urile interne și externe, Cercul de energie este utilizat numai în homepage, iar în cazuri deosebite pe homepage-urile diviziilor (exemplu: homepage HR). Secțiunea imaginii este întotdeauna selectată astfel încât centrul subiectului să fie în centrul cercului.

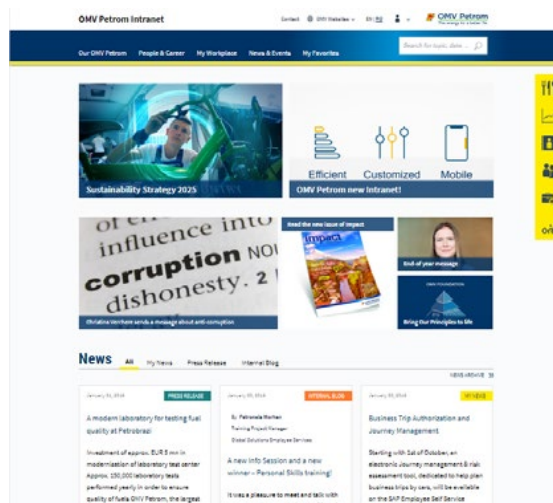
Pentru formatele de portret/landscape extreme, Cercul de energie poate fi tăiat. Cercul de energie nu poate fi utilizat pe oricare alte imagini de pe site (ex. zona de conținut sau teasere). În newslettere, în cazuri excepționale, cercul de energie poate fi utilizat în zona de titlu sau pe imaginea de header, dar acest lucru trebuie aprobat în avans de Departamentul Comunicare Digitală.

Energy Flash

Pentru site-uri externe și comunicarea prin newslettere, gradientul albastru este poziționat în partea de sus a paginii, pe toată lățimea suportată a acesteia și conține logoul corespunzător, varianta la o culoare. Dedesubt, este poziționată linia galbenă, cu rol de despărțitor între header și zona de conținut. Pe website-uri interne și newslettere, Energy Flash este de asemenea poziționat în partea de sus a paginii, pe toată lățimea suportată a acesteia, dar logoul în 4 culori este așezat deasupra lui. Pe bannere, gradientul albastru poate fi poziționat în partea de jos. În acest caz, linia galbenă este poziționată deasupra Energy Flash.



External website (www.omv.com)



Intranet

Bannere Online

Image overlay
Zonă transparentă albastră (RGB 0/51/102, opacity: 80%) pentru o mai bună lizibilitate.

Această zonă a imaginii e selectată astfel încât centrul acesteia să fie centrul cercului. Pentru formatele portret/landscape extreme, cercul de energie poate fi tăiat și poziționat în afara centrului.

Butoane
Culoare: OMV Petrom Galben
RGB: 102, 204, 0
Format: margini rotunjite (poate devia ușor în funcție de dimensiune).

Ambele logo-uri (4 culori și o culoare) sunt folosite pe website, blog, newsletter și intranet. În general, numai cel dintr-o culoare este folosit pe energy flash-ul extins pentru bannere online.

Skyscraper

OMV Petrom
Energia pentru o viață mai bună.

OMV Petrom
Energia pentru o viață mai bună.

DE EVITAT



În contrast cu publicitatea clasică, titlurile 3D nu pot fi folosite online. Linia trebuie să fie albastră (cu gradient).

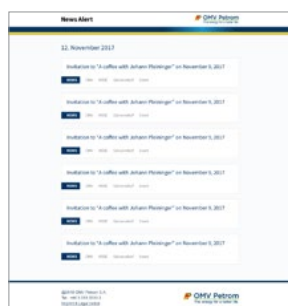


Leaderboard

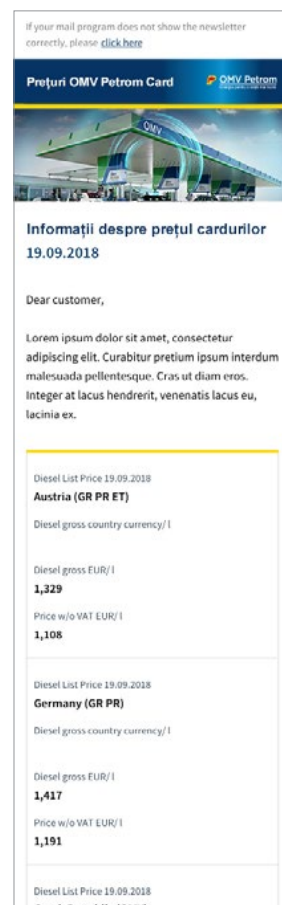
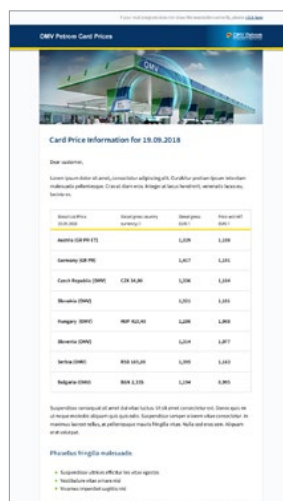
Bannere online & Newsletter



Banner mediu dreptunghiular



Newsletter intern desktop și mobil



Newsletter extern desktop și mobil

Capitolul 7

Comunicare B2B

Departamentul Product, Supply & Sales – Close to You

„Close to You” exprimă valorile noastre
și cum ne diferențiem față de competiție

Aproape de clienții noștri din punct de vedere geografic

- ▶ Suntem liderul de piață în CEE.
- ▶ Suntem dedicați regiunii printr-o prezență continuă.

Aproape de business-ul clienților noștri

- ▶ Înțelegem business-ul clienților noștri și nevoile lor.
- ▶ Traducem această înțelegere în CVP-uri relevante nevoilor.

Menținerea cooperării & parteneriatului cu clienții noștri

- ▶ Credem în parteneriate locale pe termen lung, bazate pe beneficii reciproce.
- ▶ Account management proactiv și competent, prin intermediul echipelor noastre profesioniste de vânzări și relații clienți.

Departamentul Product, Supply & Sales – Close to You

Beneficiile clientului



Siguranța alimentării

- ▶ Trei rafinării
- ▶ Rețea de terminale corespunzătoare
- ▶ Logistică de încredere
- ▶ Cele mai înalte standarde de siguranță și sănătate în muncă



Ușor de făcut business

- ▶ Relații cu clienții la nivel local, în limba maternă
- ▶ Servicii online user-friendly
- ▶ Procese back-office de încredere
- ▶ Răspuns rapid și eficient



Condiții competitive

- ▶ Condiții echitabile și transparente
- ▶ Contracte la termen sustenabile
- ▶ Mecanisme avansate de stabilire a prețurilor
- ▶ Modele de prețuri diferite în funcție de țară



Produse de calitate

- ▶ Asigurarea calității pe întreg lanțul de aprovizionare
- ▶ Portofoliu de produse adresate nevoilor
- ▶ Componente bio sustenabile
- ▶ Facilități de cercetare & dezvoltare de înaltă calitate



Profesioniști din industrie

- ▶ Account manager local care înțelege piața
- ▶ Experți din industrie care cunosc business-ul clientului
- ▶ Suport tehnic de la specialiști autorizați
- ▶ Angajamentul unei relații pe termen lung

Departamentul Product, Supply & Sales (PSS)

Departamentul PSS comunică sub umbrela a două branduri diferite, după cum urmează:

**Energia
pentru o viață mai bună.**



- Carduri de carburant
- Aviație
- Bitum

Toate materialele de comunicare sunt dezvoltate conform specificațiilor brandului OMV.

Flyerele și fișele sunt diferențiate de eticheta verde CLOSE TO YOU aplicată în colțul din dreapta sus.

OMV Commercial
CLOSE TO YOU

Eticheta CLOSE TO YOU OMV



OMV Petrom
Energia pentru o viață mai bună.

- Vânzări en-gros
- Marină

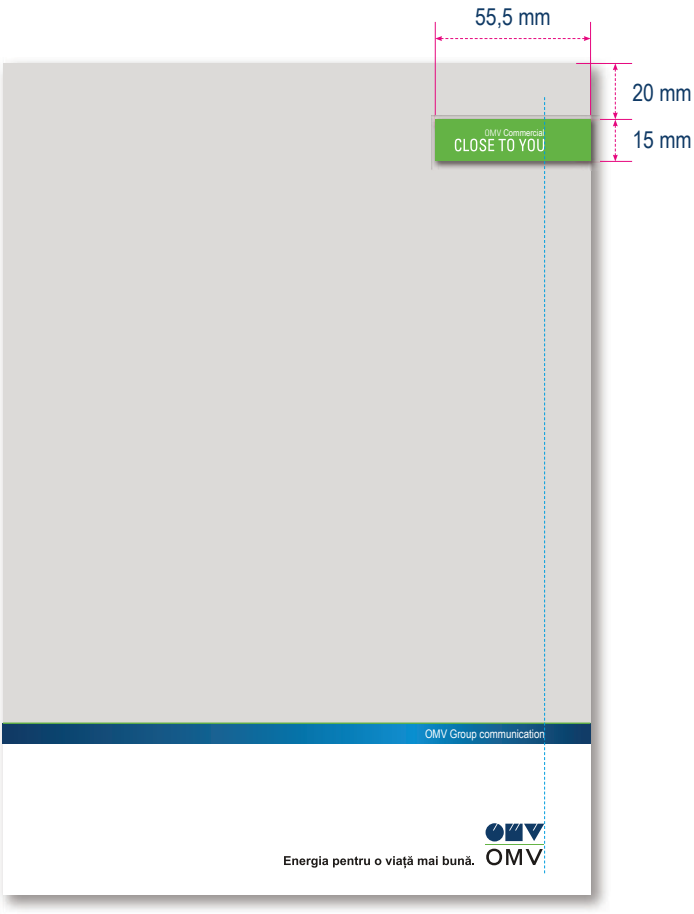
Toate materialele de comunicare sunt dezvoltate conform specificațiilor brandului OMV Petrom.

Flyerele și fișele sunt diferențiate de eticheta albastră CLOSE TO YOU aplicată în colțul din dreapta sus.

OMV Petrom
CLOSE TO YOU

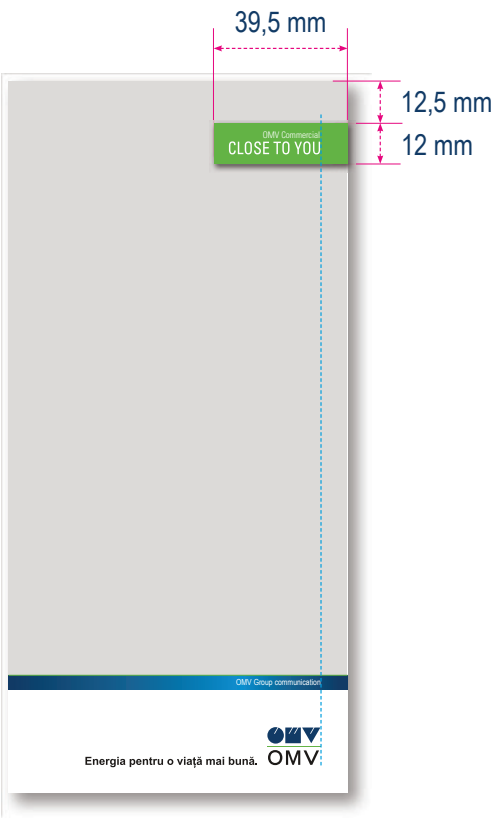
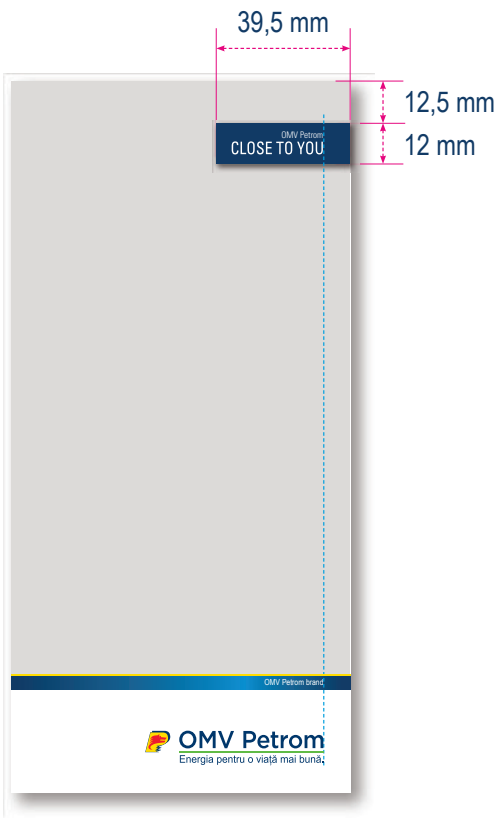
Eticheta CLOSE TO YOU OMV Petrom.

Fișă de produs – format A4



Flyer – format DL

Flyer – format DL



Exemple OMV Card



Print



Broşură



Poster



Roll-up banner



Flyer



Factsheet

Exemple OMV Card

Now experience OMV technology.

And win a helicopter flight over the region.





PLAY HERE!



Skyscraper



THE FUTURE OF MOBILITY?





Now experience OMV technology.

And win a helicopter flight over the region.





Now experience OMV technology.

And win a helicopter flight over the region.

PLAY HERE!



Leaderboard



HOW DO WE EXPERIENCE TECHNOLOGY TODAY?





HOW DO WE EXPERIENCE TECHNOLOGY TODAY?

LOREM IPSUM



Banner Standard

Lorem ipsum

Dolor Magna



Facebook

71 | CLOSE TO YOU – Exemple OMV Card

Exemple OMV Aviație



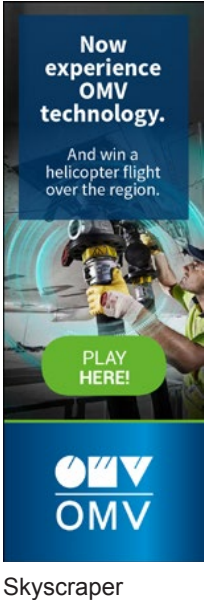
Print



Poster



Flyer



Skyscraper



Leaderboard



Banner Standard

Exemple OMV Bitumen



Print



Broșură



Roll-up banner



Invitație simpozion

Exemple OMV Petrom Comercial (vânzări en-gros)



Print



Broșură



Poster



Roll-up banner



Flyer



Factsheet

Exemple OMV Petrom Comercial



Skyscraper



Leaderboard



Banner Standard

Exemple OMV Petrom Marină



Print



Broșură



Poster



Roll-up banner



Flyer

Capitolul 8

Resourcefulness

Principii de bază

Ca regulă generală, orice material de comunicare trebuie să respecte principiile enunțate în Manualul de Identitate Vizuală OMV Petrom.

Cu toate acestea, design-ul OMV Petrom RFN poate fi diferit, din următoarele două puncte de vedere:

1. Energy Flash Verde

Pentru OMV Petrom RFN, se va folosi întotdeauna banda verde Energy Flash (pentru celelalte segmente corporate, se folosește banda albastră Energy Flash).

2. Denumirea OMV Petrom RFN

Denumirea OMV Petrom RFN apare mereu pe Energy Flash verde. Energy Flash-ul verde, dar și denumirea OMV Petrom RFN, vor apărea pe toate materialele RFN.



Linia albastră =
albastru OMV Petrom

Verde OMV Petrom

70%

Verde deschis
CMYK: 26 0 40 0
RGB: 228 228 183

30%

Verde OMV Petrom

Broșuri

În ceea ce privește design-ul broșurilor, se vor aplica principiile de bază descrise în Manualul de Identitate Vizuală OMV Petrom.

În plus, broșurile OMV Petrom RFN includ: Energy Flash verde, denumirea OMV Petrom RFN și imaginea dublă.

Coperțile broșurilor

Așa cum am descris în Ghidul Corporate de Design OMV Petrom, coperțile broșurilor trebuie să respecte următoarele reguli:

- Poza de pe copertă trebuie să încapă în orice format, de la coperta 1 la coperta 4.
- Dacă nu este acesta cazul, ultima copertă va fi albă cu Energy Flash.
- Datele companiei (adresă, telefon, website) sunt poziționate în colțul din stânga jos al zonei emoționale.
- Coperta 4 nu va conține logo.

Cotor

Dacă cotorul broșurii este mai mare de 2,5 mm, titlul trebuie poziționat pe el, de jos în sus.

Formatul

În Europa, broșurile respectă formatul A4.



Copertă broșură



Interior Broșură

OMV Petrom S.A.
Petrom City
22, Coralilor
1st District, P.C. 013329
Bucharest, Romania
www.omvpetrom.com

