



FEDERAȚIA ROMÂNĂ
DE FOTBĂL

BRAND GUIDELINES

v 1.0, Martie 2019

Despre brand

Federatia Romana de Fotbal este un tip de brand complex, cu relevanta in multiple categorii, cu comportamente si manifestari caracteristice. FRF este in principal un brand institutional, intr-un mix atipic de brand public si brand privat, cu multiple valente: de brand institutional (social & public brand), corporate brand, sports brand, entertainment brand, brand de tara, brand ideologic, brand de servicii, brand comercial. Toate aceste fatete ale brandului sustin relationari de diverse tipuri, cu diversi stakeholders.

Un comportament comun, in toate situatiile de relationare cerute de tipologiile de brand expuse mai sus, este cel de facilitator, de suport. Menirea brandului FRF este cea a unui **enabler** pentru toate entitatatile care pun umarul la procesul de transformare moderna a fotbalului romanesc.

La baza acestor tipuri diferite de relationari, sta un comportament de brand instructat de seturi de valori distincte:

Credibilitate si Tinuta/Onoare
Performanta si Progres
Patriotism si Implicare sociala
Parteneriat si Sustinere
Pasiune si Spectacol/Bucurie

Astfel, comportamentul brandului FRF este unul:

Vizionar
Programmatic/metodic
Leader
Patriot
Responsabil
Perseverent
Fairplay
Networker
Devotat

Personalitate si tone of voice ale brandului:

Facilitator
Ambitios
Inspirant
Progresist
De incredere
Implicit
Energetic
High Achiever
Orientat catre obiective
Carismatic

Brandul FRF va vorbi: incurajator, matur, inteligent, pozitiv, dar si pasional si implicit.

Slogan de brand:
Mai buni împreună

Toolkit **Simbolul FRF**

Acesta este simbolul colorat al Federatiei Romane de Fotbal. Poate fi folosit independent de Logoul FRF (Simbol+Wordmark-ul "Federatia Romana de Fotbal" (vezi paginile 5-7).

Se va folosi intotdeauna artwork-ul livrat si nu se va incerca recrearea acestuia sub nicio forma.

Simbolul colorat este valabil in CMYK, RGB si culori speciale PANTONE si se va folosi conform metodei de productie alese. A nu se converti dintr-un format in altul pentru ca pot aparea diferente neintentionate de culoare.



Toolkit

Aplicarea simbolului

Simbolul FRF full-color are aceeasi forma si in pozitiv si in negativ (in negativ se poate observa conturul alb.)

Simbolul FRF monocrom este albastru in pozitiv, iar in negativ va prelua culoarea fundalului.

Simbolul FRF alb-negru se va folosi in situatii de exceptie, atunci cand folosirea colorilor este limitata, dar exista si situatii in care se doreste folosirea intentionata a acestei variante (steaguri, livery etc.)

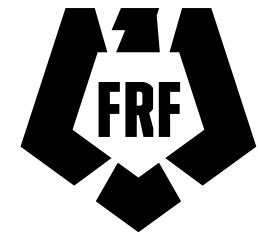
Simbol FRF – full-color, pozitiv



Simbol FRF – monocrom, pozitiv



Simbol FRF – alb-negru, pozitiv



Simbol FRF – full-color, negativ



Simbol FRF – monocrom, negativ



Simbol FRF – alb-negru, negativ



Toolkit Logo vertical

Logoul vertical FRF este compus din simbol, sub care este pozitionat wordmarkul "Federatia Romana de Fotbal". Aplicarea se face conform schemei alaturate.

Logo FRF vertical – full-color, pozitiv



Logo FRF vertical – monocrom, pozitiv



Logo FRF vertical – alb-negru, pozitiv



Logo FRF vertical – full-color, negativ



Logo FRF vertical – monocrom, negativ



Logo FRF vertical – alb-negru, negativ



Toolkit Logo orizontal

Logoul orizontal FRF este compus din simbol, în dreapta caruia este poziționat wordmarkul "Federatia Romana de Fotbal". Aplicarea se face conform schemei alăturate.

Logo FRF orizontal – full-color, pozitiv



Logo FRF orizontal – full-color, negativ



Logo FRF orizontal – monocrom, pozitiv



Logo FRF orizontal – monocrom, pozitiv



Logo FRF orizontal – alb-negru, pozitiv



Logo FRF orizontal – alb-negru, negativ



Toolkit

Logo cu slogan

Logoul cu slogan se va aplica dupa regulile deja stabilite in paginile anterioare.

Logo FRF cu slogan vertical – full-color, pozitiv



**FEDERATIA ROMÂNĂ
DE FOTBAL**
Mai buni împreună



FEDERATIA ROMÂNĂ DE FOTBAL
Mai buni împreună

Logo FRF cu slogan orizontal – full-color, pozitiv



Toolkit Paleta de culori

In functie de metoda de productie aleasa, se vor folosi urmatoarele valori ale culorilor ce constituie paleta cromatica a brandului FRF.

PANTONE 7686 C

CMYK 100/80/0/0
RGB 30/80/145

PANTONE 285 C

CMYK 90/50/0/0
RGB 0/115/205

PANTONE 285 C 50%

PANTONE 7406 C

CMYK 0/20/100/0
RGB 240/195/0

PANTONE 485 C

CMYK 0/100/100/0
RGB 220/40/30

PANTONE BLACK C

CMYK 0/0/0/100
RGB 0/0/0

Toolkit Fonturi

Familia de fonturi Soho Pro da voce brandului FRF. Se recomanda cumpararea licentelor de utilizare a greutatilor selectate din schema alaturata, ca mai apoi, in functie de nevoie, sa fie completata si cu alte greutati (necesare la arhitectura de brand, signage etc.)

FONTURI FOLOSITE IN ARHITECTURA, SEGNALIZARE, COMUNICARE

Soho Pro Light Condensed

AaBbCc1234

Soho Pro Condensed

AaBbCc1234

Soho Pro Bold Condensed

AaBbCc1234

Soho Pro Light

AaBbCc1234

Soho Pro Regular

AaBbCc1234

Soho Pro Bold

AaBbCc1234

FONTURI FOLOSITE IN MEDIUL DIGITAL EX: WEBSITE

Soho Pro Light Condensed

AaBbCc1234

Soho Pro Condensed

AaBbCc1234

Soho Pro Bold Condensed

AaBbCc1234

FONTURI DE SISTEM PENTRU UZ INTERN EX: EMAIL, PREZENTARI POWERPOINT

Soho Pro Regular

AaBbCc1234

Soho Pro Bold

AaBbCc1234

Toolkit

Element grafic corporate

Principalul element grafic folosit in materialele corporate este reprezentat de vulturul provenit din simbolul FRF. Acesta va fi folosit supradimensionat si multiplicat concentric. Astfel, se creeaza o textura care poate fi aplicata pe carti de vizita, mape, steaguri, website, bannere etc.



Toolkit

Element grafic de comunicare

Aripile

"Aripile" reprezinta elementul principal folosit in comunicarea brandului FRF. Este obtinut prin recolorarea simbolului FRF la o singura culoare, eliminarea acronimului, a capului si a cozii acvilei.

Poate fi folosit ca fundal pentru persoane, premii si alte elemente grafice. Functioneaza ca un "spotlight".



Arhitectura de Brand

Endorsement de fond v.1

Reguli de compositie



Exemple de aplicare



un brand
FRF



un eveniment
FRF



tip de relație
FRF

un eveniment
FRF



un eveniment
FRF



un eveniment
FRF



un eveniment
FRF

Arhitectura de Brand

Endorsement de fond v.2

Reguli de compositie



Exemple de aplicare



un brand
FRF



un eveniment
FRF



tip de relatie
FRF

un eveniment
FRF



un eveniment
FRF



un eveniment
FRF



un eveniment
FRF

Arhitectura de Brand Endorsement

Reguli de compositie

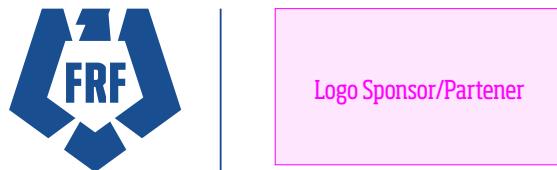
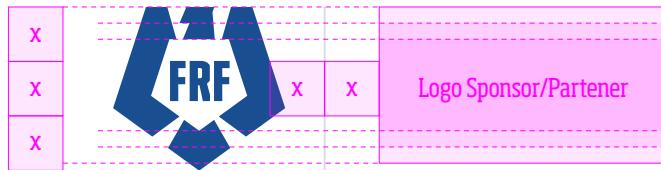


Exemple de aplicare



Arhitectura de Brand Co-branding

Reguli de compositie



Exemple de aplicare



Arhitectura de Brand

Proiecte/Programe – Programe Interne

Reguli de componitie



Exemple de aplicare



Arhitectura de Brand Proiecte/Programe – Institutii

Reguli de compositie



Exemple de aplicare



Arhitectura de Brand Proiecte/Programe – Competitii mici

Reguli de compositie



Exemple de aplicare



Arhitectura de Brand Proiecte/Programe – Sub-branduri

Reguli de compositie



Exemplu de aplicare



Exemple de aplicatii

