

Setul de identitate vizuală al unui ONG

Pentru a transmite profesionalism și încredere, orice ONG ar trebui să aibă o **identitatea vizuală simplă, clară și aplicată coerent**.

O organizație aflată la început de drum nu are nevoie de o **identitate vizuală complexă**, însă este esențial să dețină un set minim de elemente care să-i ofere o imagine coerentă și ușor de recunoscut.

Lista de verificare de mai jos te ajută să identifici și să construiești elementele de bază ale identității vizuale din organizația ta. Ea include componentele esențiale pe care orice ONG ar trebui să le aibă și îți permite să verifici ce materiale sunt deja pregătite și ce mai trebuie completat.

1. Pachetul de logo

Logo-ul este elementul central al identității vizuale. El trebuie să fie ușor de recunoscut, lizibil și scalabil.

Setul complet de fișiere logo ar trebui să includă:

- ☐ Versiune principală (color)
- ☐ Versiune secundară (alb-negru sau monocrom)
- ☐ Varianta cu fundal transparent (pentru a putea fi plasat pe diverse culori/fotografii)
- ☐ Variante pentru utilizare orizontală și verticală (dacă există)
- ☐ Dimensiuni și formate uzuale (.png, .jpg, .svg)
- ☐ Indicații despre cum se aplică logoul pe fundal deschis/închis
- ☐ Exemple de utilizări greșite ale logo-ului (nu îl întindem, nu schimbăm culorile, nu adăugăm umbre sau efecte)

2. Paleta de culori

Paleta cromatică definește personalitatea vizuală a ONG-ului și trebuie aplicată unitar în toate materialele. Ea trebuie să conțină:

- ☐ **3–5 culori** (1–2 principale, 2–3 secundare)
- ☐ Codurile **HEX** și **RGB** ale identității vizuale (**pentru mediul digital**) și valorile **CMYK** și **Pantone (PMS)** pentru materiale printate
- ☐ Indicații despre utilizare (ex. „Culoarea principală pentru titluri, culoarea secundară pentru fundaluri”)

3. Tipografia (fonturi)

Fonturile contribuie la consistența vizuală și la tonul organizației.

Tipografia include:

- ☐ Un font pentru titluri (vizibil, ușor de citit)
- ☐ Un font pentru text curent (clar, profesional)
- ☐ Instrucțiuni privind spațierea și combinațiile între fonturi (dacă există mai multe)

4. Stilul vizual

Acest set de reguli asigură coerența între toate materialele create (online și offline).

Ar trebui să cuprindă:

- ☐ Exemple de layout-uri (aranjarea elementelor într-un spațiu vizual) pentru postări social media: format pătrat, vertical etc.
- ☐ Stil de fotografie preferat (ex. cu oameni în acțiune, culori naturale, ton cald)
- ☐ Elemente grafice simple (linii, pictograme, pattern-uri) care pot fi refolosite
- ☐ Stil de ton general (profesionist, prietenos, civic, optimist) – pentru alinierea mesajelor vizuale și textuale

6. Materiale de bază pregătite

Pentru o comunicare coerentă, organizația ar trebui să aibă câteva șabloane gata de folosit și anume:

- ☐ Șablon prezentare PowerPoint / Google Slides
- ☐ Șablon document Word cu antet și footer cu logo
- ☐ Șablon postare social media
- ☐ Cover de Facebook/LinkedIn
- ☐ Semnătură de e-mail cu logo și date de contact

Recomandări utile:

- 1) Păstrați toate materialele de identitate vizuală într-un singur loc (de exemplu: pe Google Drive sau OneDrive), astfel încât toți colegii să aibă acces și să le folosească în mod consecvent.
- 2) Nu investiți la început într-un manual de brand complicat (brandbook). Concentrați-vă pe consistență: folosiți aceleași culori, aceleași fonturi și același logo în toate materialele de comunicare. În timp, pe măsură ce organizația va crește, puteți extinde setul de identitate vizuală cu mai multe elemente.