



 FUNDAȚIA
ALBER

Brandbook

Puterea faptelor bune. Împreună!

Un bursier are nevoie de un mentor. Un copil are nevoie de o șansă.
O școală are nevoie de sprijin. Noi punem o cărămidă. Tu pui alta.
Profesorul, voluntarul, sponsorul, donatorul, fiecare contribuie cu
ceea ce poate.

**Așa construim, împreună, comunități în care oamenii nu rămân
singuri în fața greului.**

Despre noi. Pe scurt!

Fundația Alber a fost înființată în 2017, la Arad, ca parte a grupului Alber Holding, cu misiunea de a sprijini educația și de a investi în viitorul comunităților.

Prin proiectele sponsorizate, fundația demonstrează că binele nu este doar un gest punctual, ci o investiție pe termen lung în oameni și în viitor iar impactul până în prezent este vizibil în cifre: peste 250 de proiecte sponsorizate, peste 1.200 de persoane vulnerabile, sprijinite financiar, aproape 110.000 de beneficiari direcți și o valoare totală a sponsorizărilor de peste 13,5 milioane lei.

*Cifrele de mai sus sunt valabile la 1 septembrie 2025. Pentru acuratețe, se vor prelua de pe site-ul fundatiaalber.ro, unde se actualizeaza în timp real.

Sintagme de menționare a Fundației Alber și a partenerilor săi, în proiecte diverse.

1. Fundația sponsor

„Proiect sponsorizat de Fundația Alber.”

„Proiect realizat de Fundația Alber.” (pentru proiectele proprii ale Fundației)

„Un proiect al Fundației Alber.” (pentru proiectele proprii ale Fundației)

2. Divizia Alber Holding sponsor intern, Fundația partener

„Proiect sponsorizat de [Divizia Alber Holding] în parteneriat cu Fundația Alber.”

3. Sponsor extern grupului + Fundația Alber

„Proiect sponsorizat de [Sponsor extern] și Fundația Alber.”

„Proiect sponsorizat de [Sponsor extern] în parteneriat cu Fundația Alber.”



LOGO

Semnificația logo-ului

Zona de siguranță

Dimensiunea minimă

Variații ale logo-ului

Semnificația logoului

Logo-ul Fundației Alber este derivat din identitatea vizuală a Alber Holding, înființat în 1994, la Arad.

Simbolul grafic minimalist sugerează o literă „A”, inițiala numelui fondatorului Alber Holding.

Forma stilizată, asemănătoare unei porți deschise, transmite stabilitate, încredere și invitația de a merge împreună către viitor.

Linia verticală care separă simbolul de denumirea fundației adaugă structură și claritate, sugerând o delimitare profesională între identitate grafică și nume.

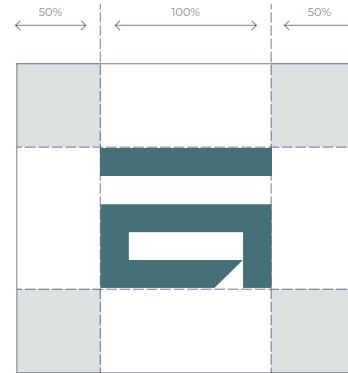
Tipografia folosită pentru „Fundația Alber” este sobră, cu o combinație de litere cu serife, care conferă tradiție, autoritate și responsabilitate, în contrast armonios cu modernitatea simbolului.

Culorile – un verde profund (verde-albăstrui) și un gri elegant – dau încredere, echilibru și profesionalism.



Logo simbol

Simbolul logo-ului se folosește într-un context prestabilit de către alte elemente deja cunoscute ale mărcii, ca semnătură sau avatar.



Zona de siguranță

Logo-ul are nevoie de spațiu în jurul său pentru a ieși mai mult în evidență atunci când este alăturat altor elemente grafice, cum ar fi texte, imagini etc.

Este varianta de bază și trebuie folosită de fiecare dată când contextul este favorabil. Se poate folosi înălțimea literei A a logo-ului pentru delimitarea cadrului zonei de siguranță. Acest principiu este aplicabil oricărei variante acceptate a logo-ului.



Dimensiunea minimă Logo-ul trebuie

să fie întotdeauna ușor lizibil în cadrul oricărui context.



Folosirea logoului pe negativ

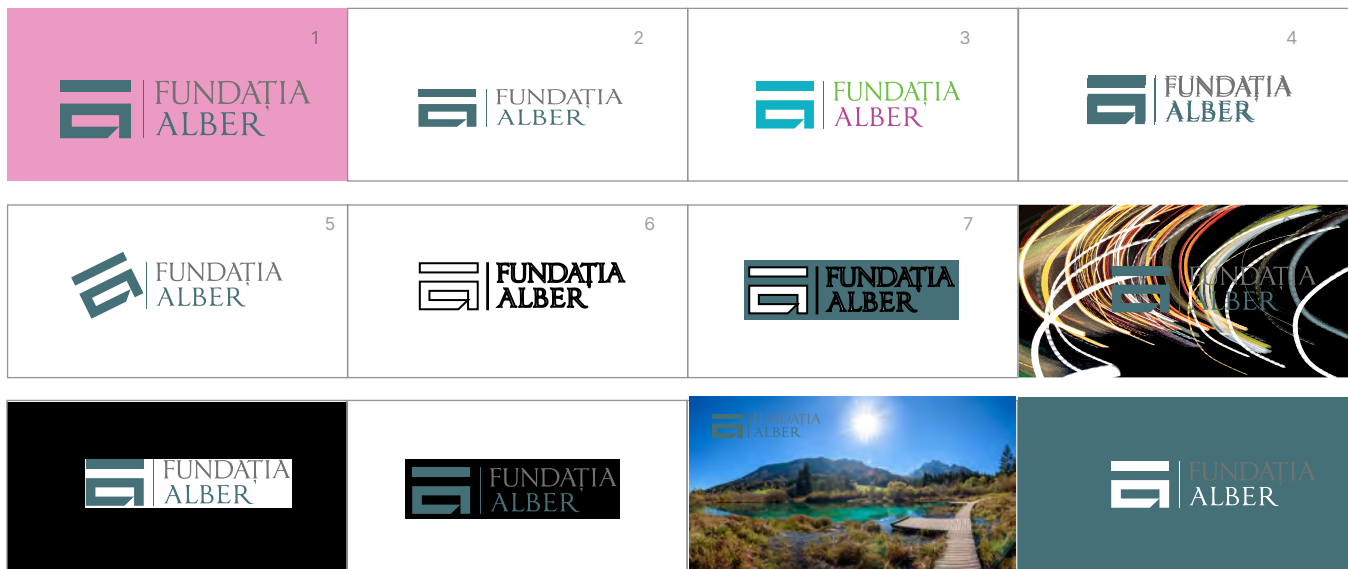
Pentru a asigura lizibilitatea și consistența vizuală, logo-ul Fundației Alber poate fi utilizat și pe negativ.

- Pe fundaluri închise 80% sau negru se va folosi varianta de logo în alb.
- Pe fundaluri deschise sau albe, acolo unde contextul o cere, se va folosi varianta de logo în negru, exceptând cazurile în care se poate folosi policromia originală.
- Indiferent de situație, trebuie respectat contrastul optim și nu se recomandă utilizarea logo-ului pe fundaluri complexe sau încărcate.



Pentru a fi consistenți în identitatea noastră vizuală, este esențial ca logo-ul să nu fie alterat.

1. Culoarea folosită pentru fundal trebuie să contrasteze cu logo-ul.
2. Nu se poate modifica proporția logo-ului.
3. Nu se pot folosi alte culori în afară de cele principale sau secundare.
4. Stilizarea logo-ului se poate face numai cu aprobare.
5. Nu se poate reconfigura logo-ul.
6. Nu se poate folosi logo-ul sub formă de contur.
7. Nu se poate încadra logo-ul.
8. Logo-ul nu poate fi folosit peste poze încărcate.



Slogan

Logo cu tagline





FUNDAȚIA
ALBER

Fapte bune.
Împreună.

Culori principale

Acestea sunt culorile care reprezintă cel mai bine brandul Fundației Alber. Acestea vor domina orice material tipărit sau digital.



#477078



#717373

Culori secundare

În cazul în care natura proiectului necesită o paletă mai largă de culori, se pot utiliza culorile secundare fără a depăși proporția celor principale.



#F1B950



#7EBBB3



#D04197



#F08C7B



#F7CF57

Ocru auriu
pentru energie, speranță și implicare

#F2B950

Magenta profundă
pentru a stimula vizual și reprezenta
un call to action puternic

#C23B8D

Galben Solar
Un galben cald, luminos, cu o tentă aurie subtilă, care evocă lumina, optimismul și creșterea. Este o culoare vie, dar prietenoasă, ce captează atenția fără a fi agresivă vizual.

#F7CF57

Turcoaz deschis
pentru claritate, transparență și
onestitate

#7EBBB3

Coral pentru a
transmite empatie și umanitate

#C46F5D

În loc de final

La fel ca binele pe care îl construim pas cu pas, identitatea unui brand nu este niciodată completă – ea crește, se rafinează și se adaptează odată cu oamenii din jurul său.

Acest manual conturează direcțiile esențiale de comunicare ale Fundației Alber, însă creativitatea, empatia și specificul fiecărei situații nu pot fi limitate într-un set rigid de reguli.

Dacă veți întâlni contexte care nu sunt acoperite în prezentul ghid, vă încurajăm să apelați cu încredere la echipa de comunicare sau la persoanele responsabile din cadrul Fundației Alber.

Împreună găsim mereu cele mai bune forme prin care să spunem poveștile care contează.

