

Brandbook

РУКОВОДСТВО ПО ПРИМЕНЕНИЮ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ
БАНКА «AREAL BANK»

СОДЕРЖАНИЕ

1. КОНЦЕПЦИЯ.....	2	7. ДЕЛОВАЯ ДОКУМЕНТАЦИЯ.....	13
2. ЭЛЕМЕНТЫ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ.....	3	7.1. Визитка.....	13
2.1. Модульное построение логотипа.....	3	7.2. Мокап визитки.....	14
2.2. Охранное поле.....	4	7.3. Фирменный бланк и конверт.....	15
2.3. Масштабирование.....	5	7.4. Мокап фирменного бланка и конверта....	16
2.4. Цветовые вариации логотипа.....	6	7.5. Банковская карта.....	17
2.5. Запрещенные варианты использования логотипа.....	7	7.6. Бейдж.....	18
3. ФИРМЕННАЯ ПАЛИТРА.....	8	8. Рекламные материалы.....	19
3.1. Корпоративные цвета.....	8	8.1. Рекламный щит.....	19
3.2. Градиент.....	9	8.2. Брошюра.....	20
4.ТИПОГРАФИКА.....	10	8.3. Билборд.....	21
5. ЭЛЕМЕНТЫ КОММУНИКАЦИЙ.....	11	9. СУВЕНИРНАЯ ПРОДУКЦИЯ.....	22
6. ФИРМЕННЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ.....	12	9.1. Кружка.....	22
		9.2. Ручка, блокнот.....	23
		9.3. Бумажный пакет.....	24
		9.4. Коробка.....	25

1. КОНЦЕПЦИЯ

Основой данного дизайн-проекта послужил образ птиц. Птица как существо, способное к полету, образует ассоциацию человека с мечтой о свободе и вызволении его от природных ограничений. Она вдохновляет на принятие рисков и смелых решений.

Дизайн-проект, основывающийся на данном образе, открывает богатый мир возможностей и фантазии; призывает к активному исследованию новых горизонтов и переосмыслению уже привычных вещей. Уникальность заключается в способности создать атмосферу, в которой человек сможет найти свою свою свободу и выразить мечты.

В работе использовалась комбинированная пластика с применением контрастной гаммы. Основные цвета дают ощущение безопасности, настраивают на продуктивную работу, повышают концентрацию, избавляют от стресса.

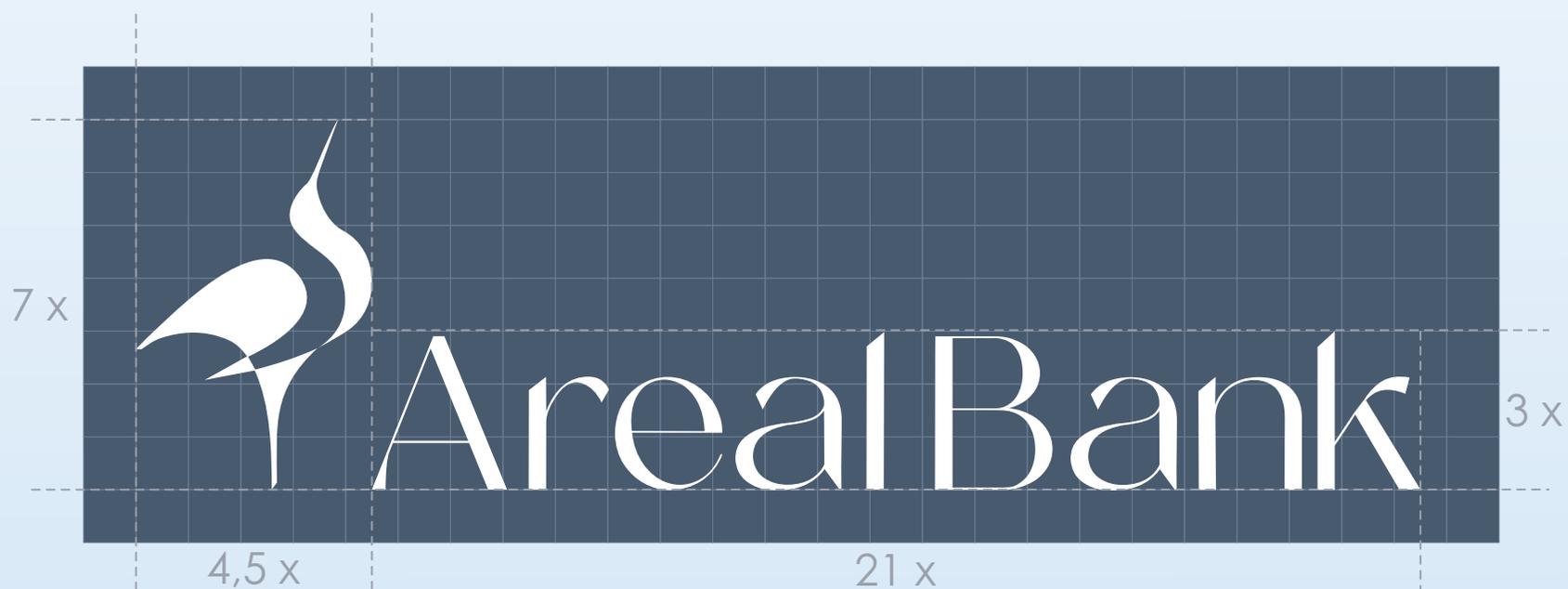


2. ЭЛЕМЕНТЫ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ

2.1. Модульное построение логотипа

Логотип состоит из фирменного знака и шрифтового начертания «Areal Bank». Такой вид логотипа дает больше информации, т.к. фирменный знак дает представление (напрямую или абстрактно) о сфере деятельности компании.

Соотношения элементов логотипа должны соответствовать приведенной схеме. Порядок размещения и пропорций элементов логотипа не могут быть изменены.



2. ЭЛЕМЕНТЫ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ

2.2. Охранное поле

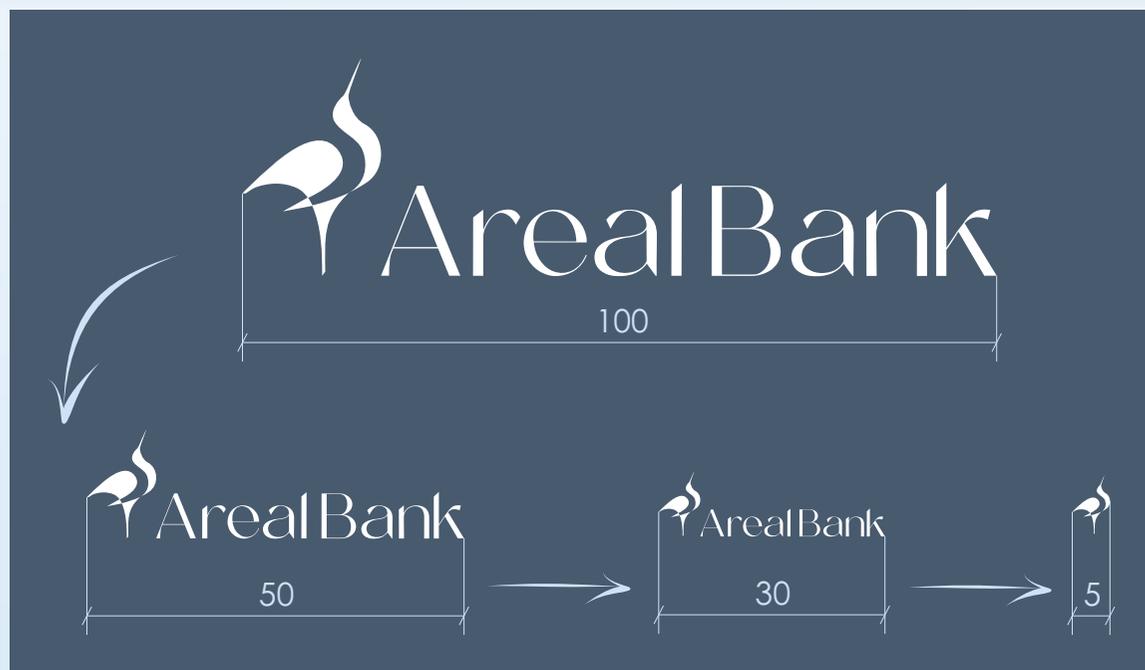
Охранное поле — это пространство вокруг фирменного блока, свободное от текста, графики и каких-либо значимых изображений. Величина охранного поля равна ширине и высоте буквы «е». В верхней части логотипа используется половина буквы «е», для сохранения визуально правильных пропорций.



2. ЭЛЕМЕНТЫ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ

2.3. Масштабирование

Масштабирование — это относительный размер одного элемента дизайна по сравнению с размером другого элемента. Масштабирование отвечает за создание визуальной иерархии среди элементов.



2. ЭЛЕМЕНТЫ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ

2.4. Цветовые вариации логотипа



2. ЭЛЕМЕНТЫ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ

2.5. Запрещенные вариации использования логотипа



3. ФИРМЕННАЯ ПАЛИТРА

3.1. Корпоративные цвета

Корпоративная цветовая палитра является неотъемлемой частью визуального стиля и не подлежит модификации. PANTONE 4139 UP и PANTONE 000 C являются основными цветами и используются во всех коммуникациях.

Дополнительные цвета вводятся на веб-сайте, в рекламной и полиграфической продукции. Нельзя заменять фирменные цвета дополнительными, для окрашивания фирменного стиля: логотипа, заголовков, паттерна.

Основной цвет



Дополнительные цвета



3. ФИРМЕННАЯ ПАЛИТРА

3.1. Градиент

Градиент — это графический эффект, который создается плавным переходом между двумя и более цветами или оттенками. с его помощью можно создавать эффект объемности, глубины, текстуры и

R72 G90 B110
C29 M20 Y13 K15
PANTONE 4139 UP



R155 G198 B235
C17 M5 Y0 K0
PANTONE P 112-11 C

R72 G90 B110
C29 M20 Y13 K15
PANTONE 4139 UP



R205 G227 B245
C23 M4 Y1 K0
PANTONE P 112-9 C

R155 G198 B235
C17 M5 Y0 K0
PANTONE P 112-11 C

R72 G90 B110
C29 M20 Y13 K15
PANTONE 4139 UP



R245 G183 B126
C0 M14 Y22 K0
PANTONE 7410 CP

R72 G90 B110
C29 M20 Y13 K15
PANTONE 4139 UP



R254 G254 B254
C0 M0 Y0 K0
PANTONE 000 C

R155 G198 B235
C17 M5 Y0 K0
PANTONE P 112-11 C



R254 G254 B254
C0 M0 Y0 K0
PANTONE 000 C

4. ТИПОГРАФИКА

Шрифт Tropical Avenue Personal Use On применяется в начертании основного текста в логотипе.
Century Gothic применяется в качестве дополнительного шрифта.

Tropical Avenue Personal Use On

A a B b C c D d E e F f G g H h I i J j K k L l M m N n O o P p Q q R r S s T t U u V v W w X x
Y y Z z

1234567890.:;'"!/?()[]\ / - = +

Century Gothic

А а Б б В в Г г Д д Е е Ё ё Ж ж З з И и Й й К к Л л М м Н н О о П п Р р С с Т т У у Ф ф Х х Ц ц Ч ч
Ш ш Щ щ Ъ ъ Ы ы Ь ь Э э Ю ю Я я

A a B b C c D d E e F f G g H h I i J j K k L l M m N n O o P p Q q R r S s T t U u V v W w X x Y y Z z

1234567890.:;'"!?() [] { } / - = +

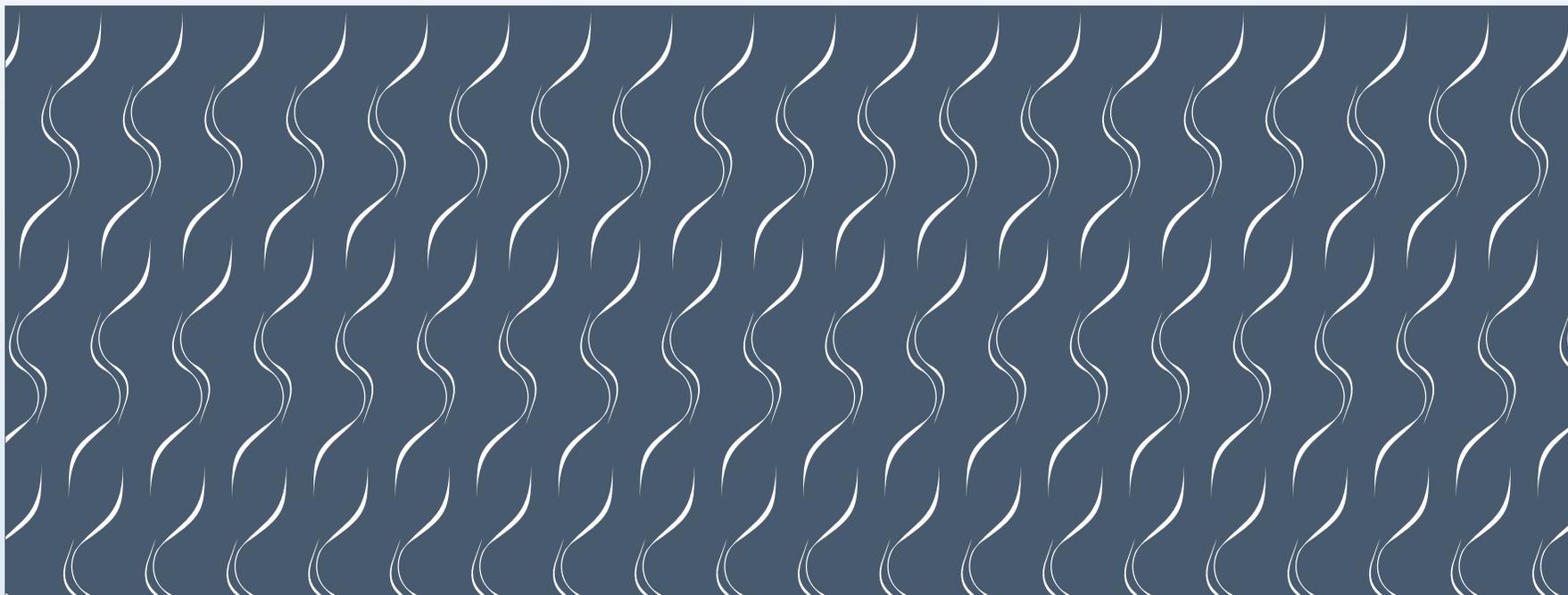
5. ЭЛЕМЕНТЫ КОММУНИКАЦИЙ

Информационные таблички — указатели с изображением стандартных или общепринятых условных обозначений. Разработка дополнительных пиктограмм возможна только при согласовании с агентством. В основе создания элементов визуальной коммуникации лежит фирменный шрифт Tropical Avenue Personal



6. ФИРМЕННЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ

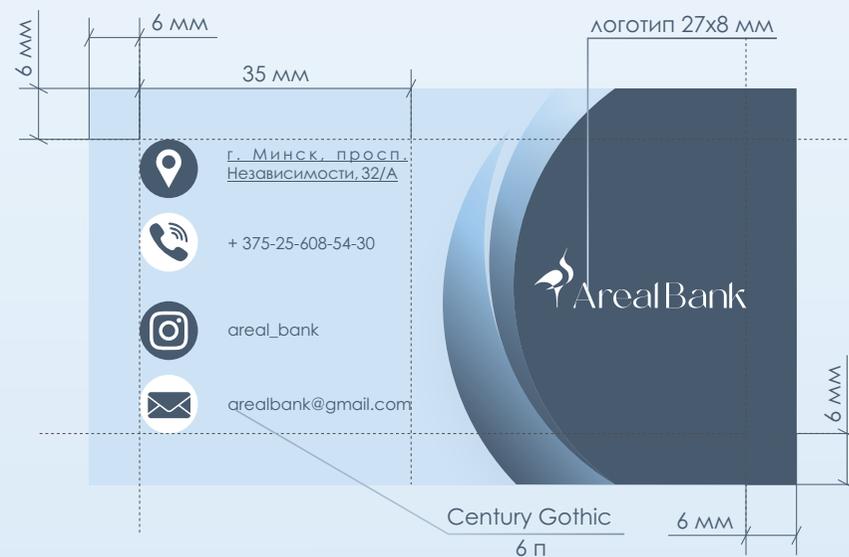
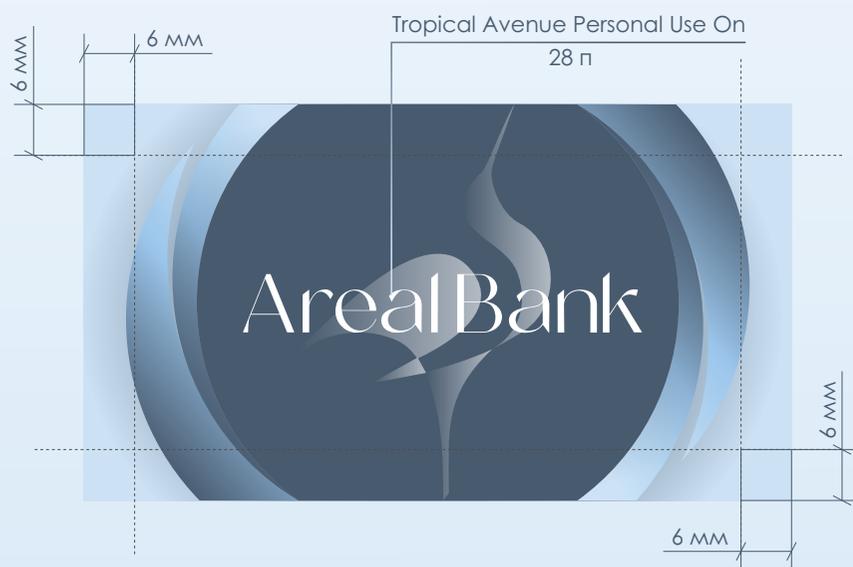
Паттерн — дополнительный графический элемент, который используется в печатной и сувенирной продукции.



7. ДЕЛОВАЯ ДОКУМЕНТАЦИЯ

7.1. Визитка

Размер: 90x50 мм.
Двухсторонняя печать.
Плотность бумаги: 250 г/м².



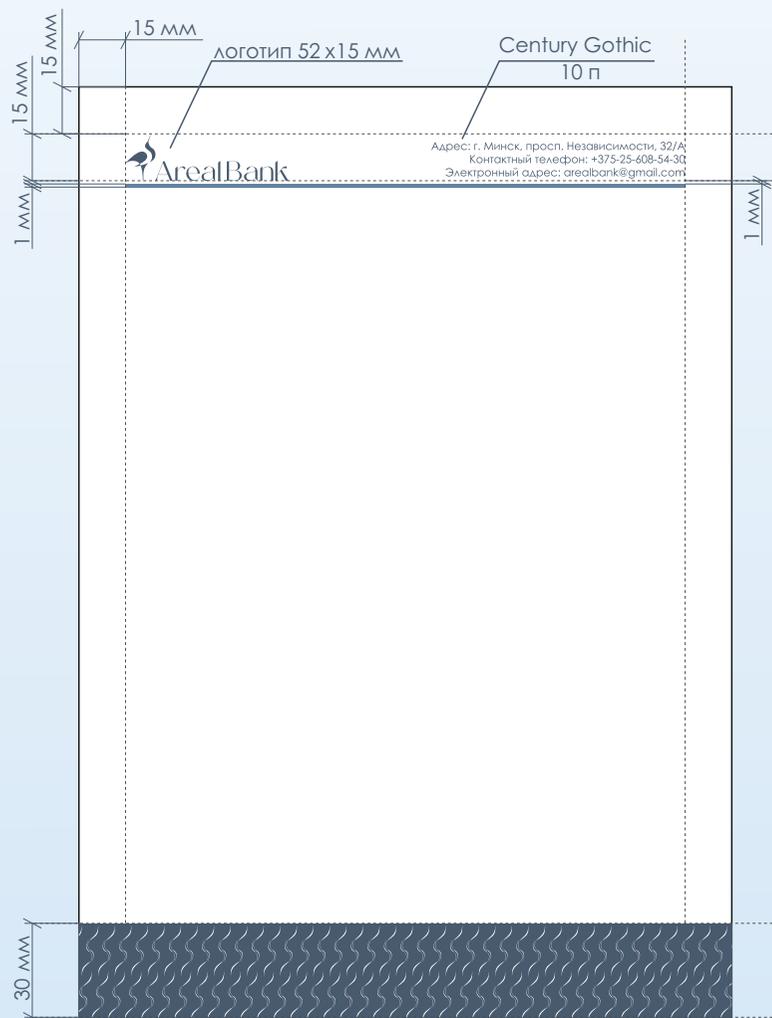
7. ДЕЛОВАЯ ДОКУМЕНТАЦИЯ

7.2. Мокап визитки



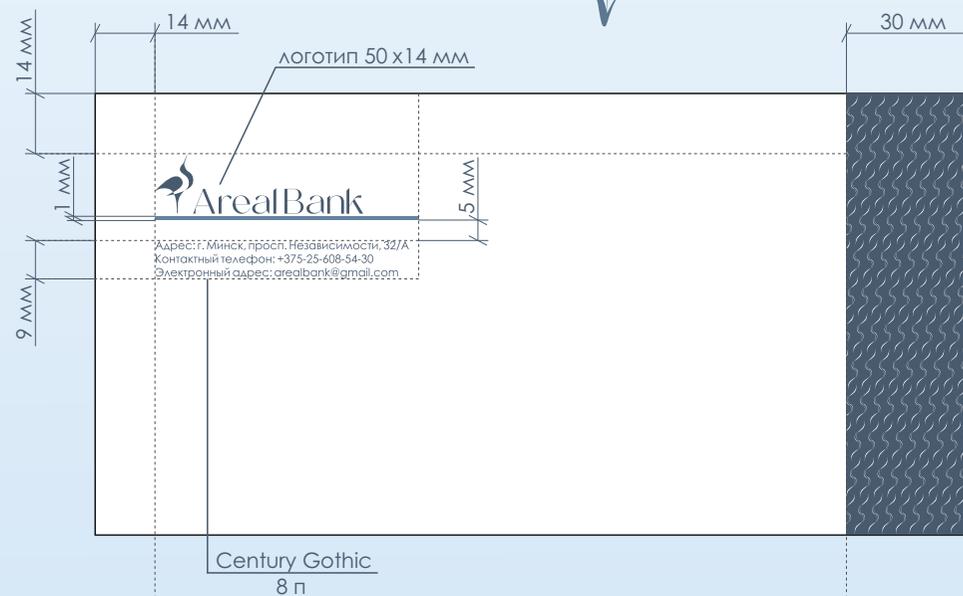
7. ДЕЛОВАЯ ДОКУМЕНТАЦИЯ

7.3. Фирменный бланк и конверт



Бланк А4 (210x297мм.)

Конверт: Е65 (210x110мм.)



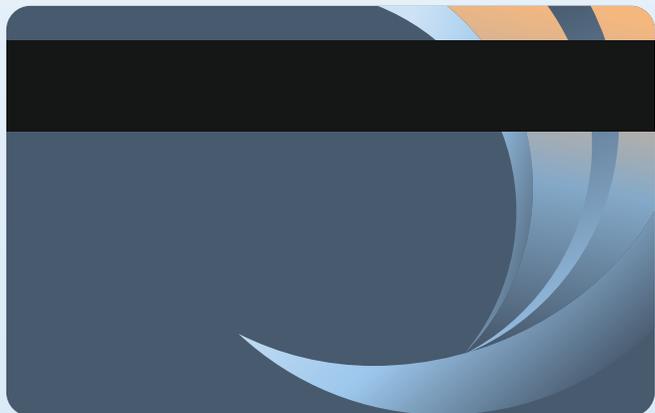
7. ДЕЛОВАЯ ДОКУМЕНТАЦИЯ

7.4. Мокап фирменного бланка и конверта



7. ДЕЛОВАЯ ДОКУМЕНТАЦИЯ

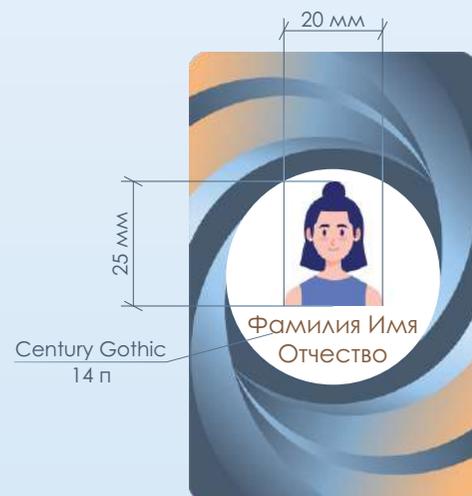
7.5. Банковская карта



7. ДЕЛОВАЯ ДОКУМЕНТАЦИЯ

7.6. Бейдж

Размер:
90x60 мм



8. РЕКЛАМНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

8.1. Рекламный щит



8. РЕКЛАМНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

8.2. Брошюра



8. РЕКЛАМНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

8.3. Билборд



9. Сувенирная продукция

9.1. Кружка



9. Сувенирная продукция

9.2. Ручка, блокнот



9. Сувенирная продукция

9.3. Бумажный пакет



9. Сувенирная продукция

9.4. Коробка



