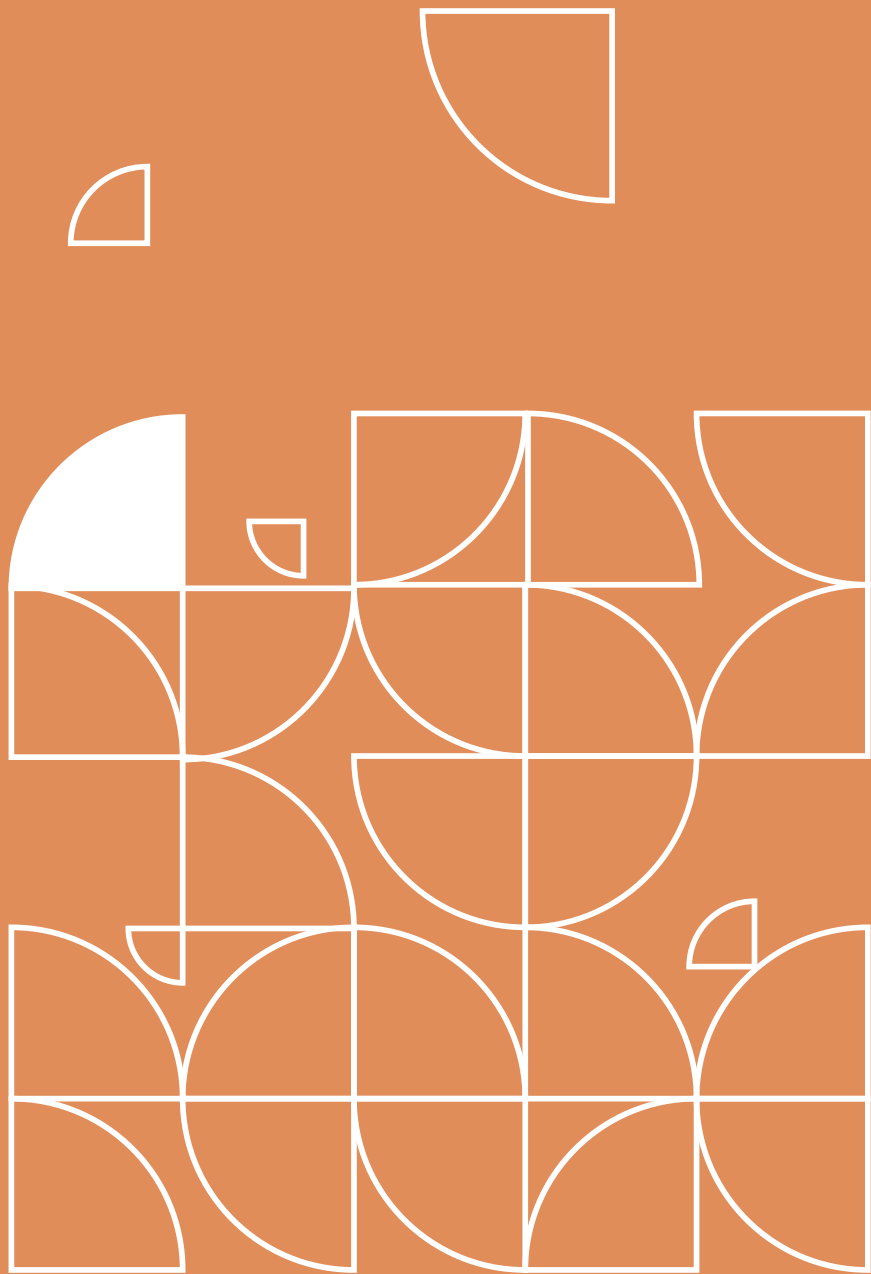


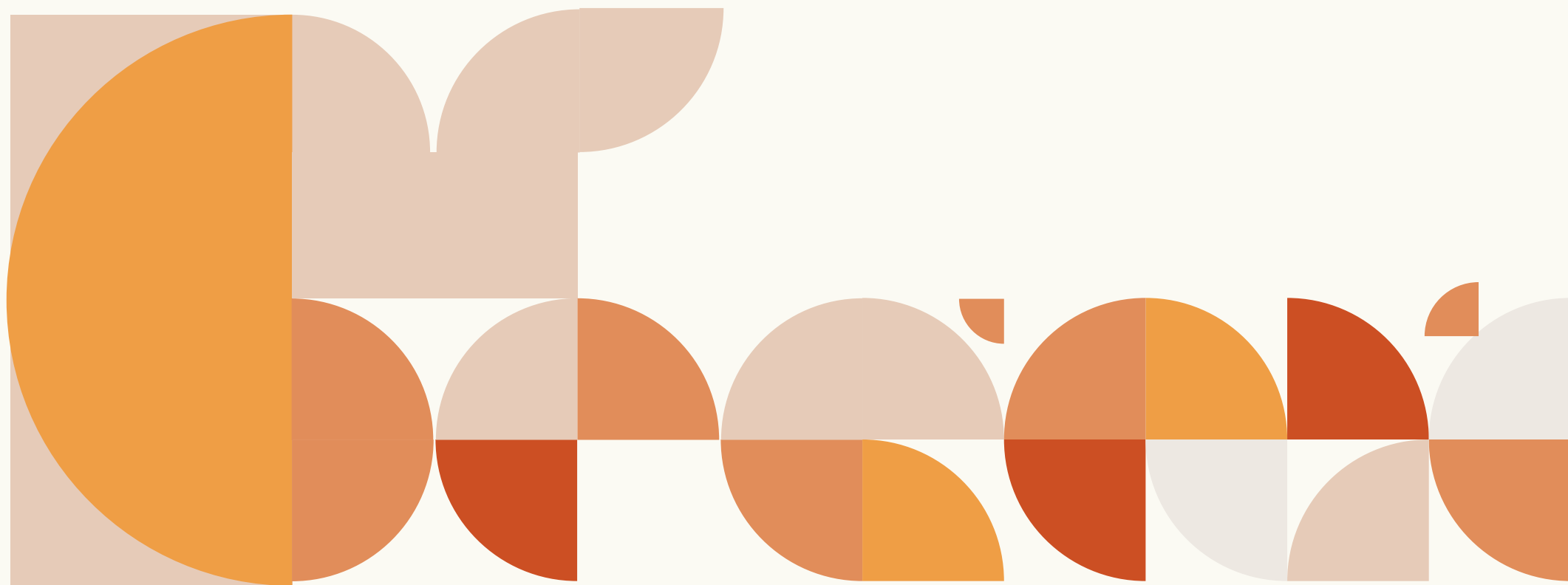
ЦИТ
РУС





Новые возможности
в новых границах

СОДЕРЖАНИЕ



03

ЛОГОТИП.
ОБЩИЙ ВИД

08

ЗАПРЕЩЕННЫЕ
ЦВЕТА

04

ПОСТРОЕНИЕ
ЛОГОТИПА

09

ШРИФТЫ

05

МАСШТАБНОСТЬ

10

ФИРМЕННЫЕ
ЦВЕТА

06

ОХРАННОЕ
ПОЛЕ

11

ПИКТОГРАММЫ

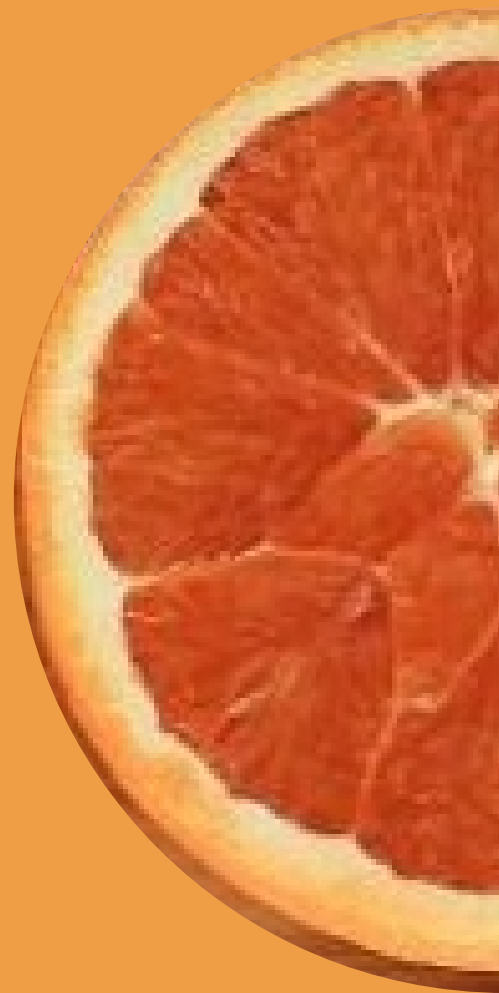
07

ЦВЕТОВЫЕ
ВАРИАЦИИ

12

МОКАПЫ

концепция

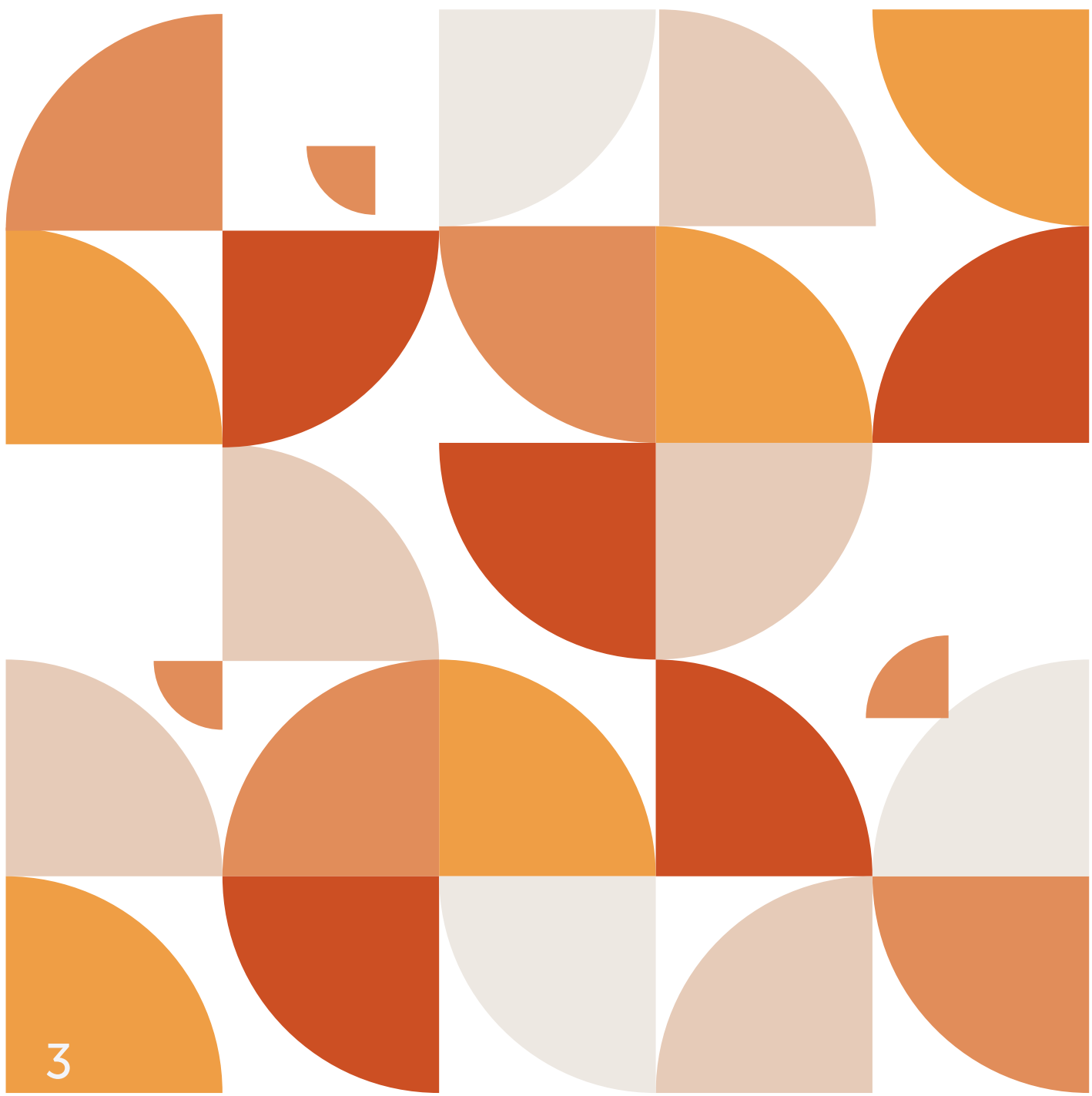


Книга будет полезна тем, кто работает в нашей компании или принимает участие в разработке и реализации наших коммуникационных задач, цель которых - мотивировать клиентов сделать выбор в пользу банка «Цитрус».

Этот документ является подробным описанием бренда «Цитрус»: из чего он состоит, каковы его миссия, стилистика и идея.

В основу дизайн-концепции положены цитрусовые. В разрезе они схожи на монеты, цветовая гамма для банка выбрана родственная: оранжевый, желтый. ЦИТ- центральная инвестиционная точка, РУС- русский. Целевой аудиторией банка являются люди от 18 до 50 лет.





УНИТОЗОВ



концепция знака

Знак Банка Цитрус
представляет собой
половинку дольки
фрукта.

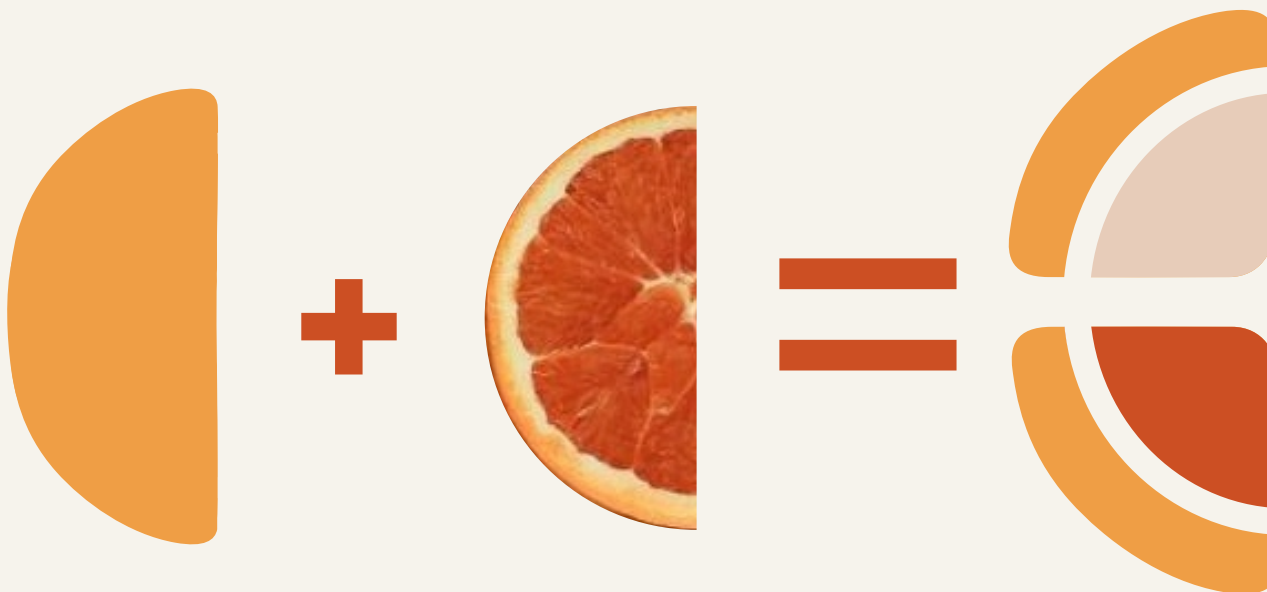
Мягкая, с закругленными
краями пластика придает
уверенности
и держит имидж банка.

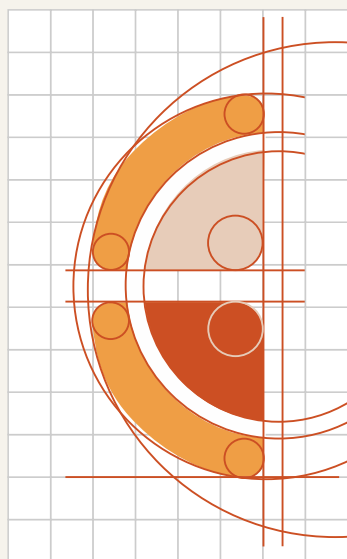
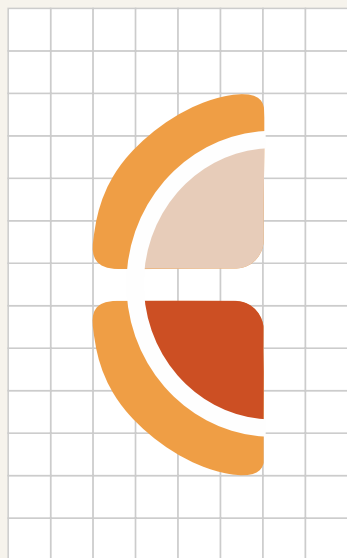


концепция знака

Для построения знака за основу была взята долька апельсина

Мягкая, с закругленными краями пластика придает уверенности и держит имидж банка.





ПОСТРОЕНИЕ ЗНАКА

Символ Цитрус банка лежит в основе создания идентификации. Этот символ представляет все виды деятельности банка. Символ разработан для использования как в качестве самостоятельного элемента, так и в составе логотипа.

Крайне важно соблюдать целостность символа: его нельзя дорисовывать или вносить другие изменения. При воспроизведении логотипа разрешается использовать только оригинальные мастер-копии. Неправильные оригиналы должны быть уничтожены.

охранное поле

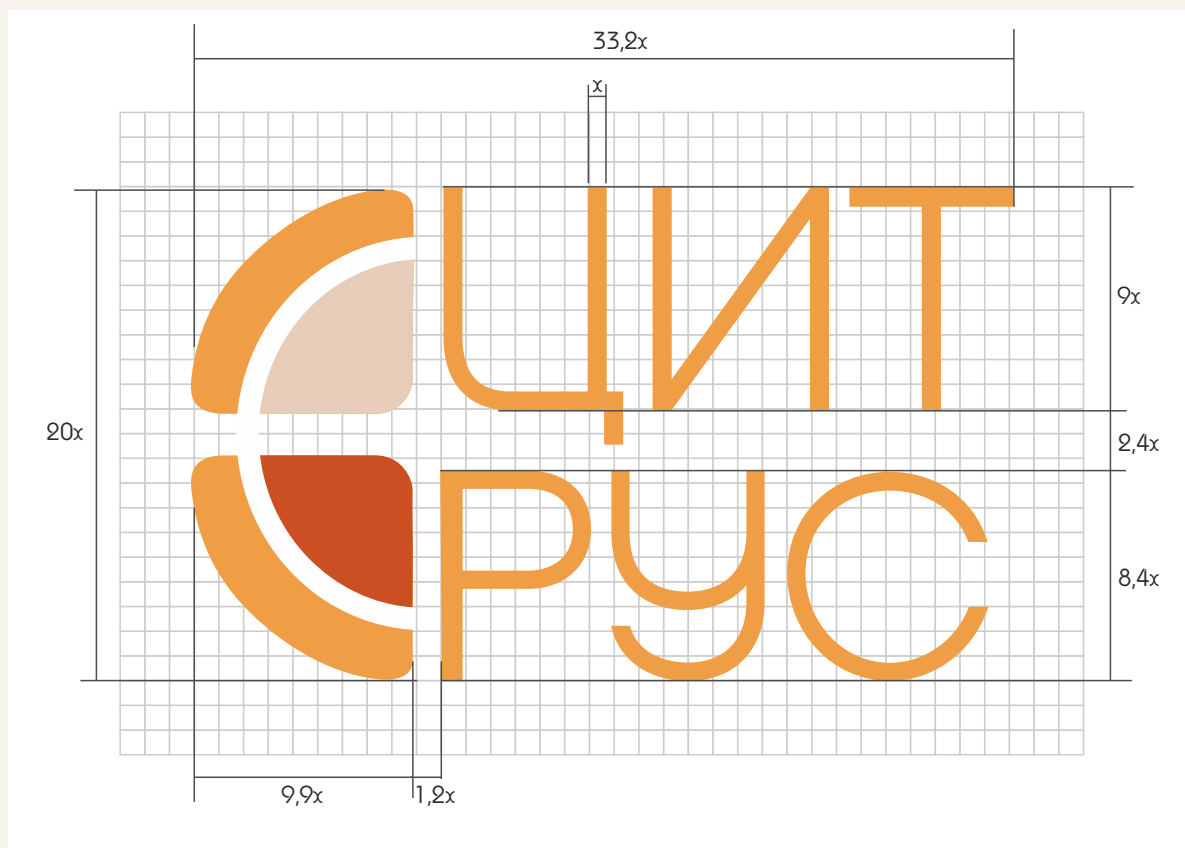


Для обеспечения оптимальной считываемости, логотип всегда окружается охранным полем. Никакие графические элементы, изображения или текст не могут помещаться в это пространство. Охранные поля масштабируются пропорционально логотипу.

X - 1/2 высоты букв

ПОСТРОЕНИЕ ЗНАКА (пропорции)

При разработке логотипа Цитрус-банка буква «Х» бралась в качестве постоянного размера. Все размеры логотипа основаны на этом значении. Во всех вариантах символа фигурирует так называемое «свободное поле», где недопустимо использование посторонних элементов. Это облегчает правильное использование логотипа и контроль над ним.



В качестве основного модуля была взята толщина символа в знаке

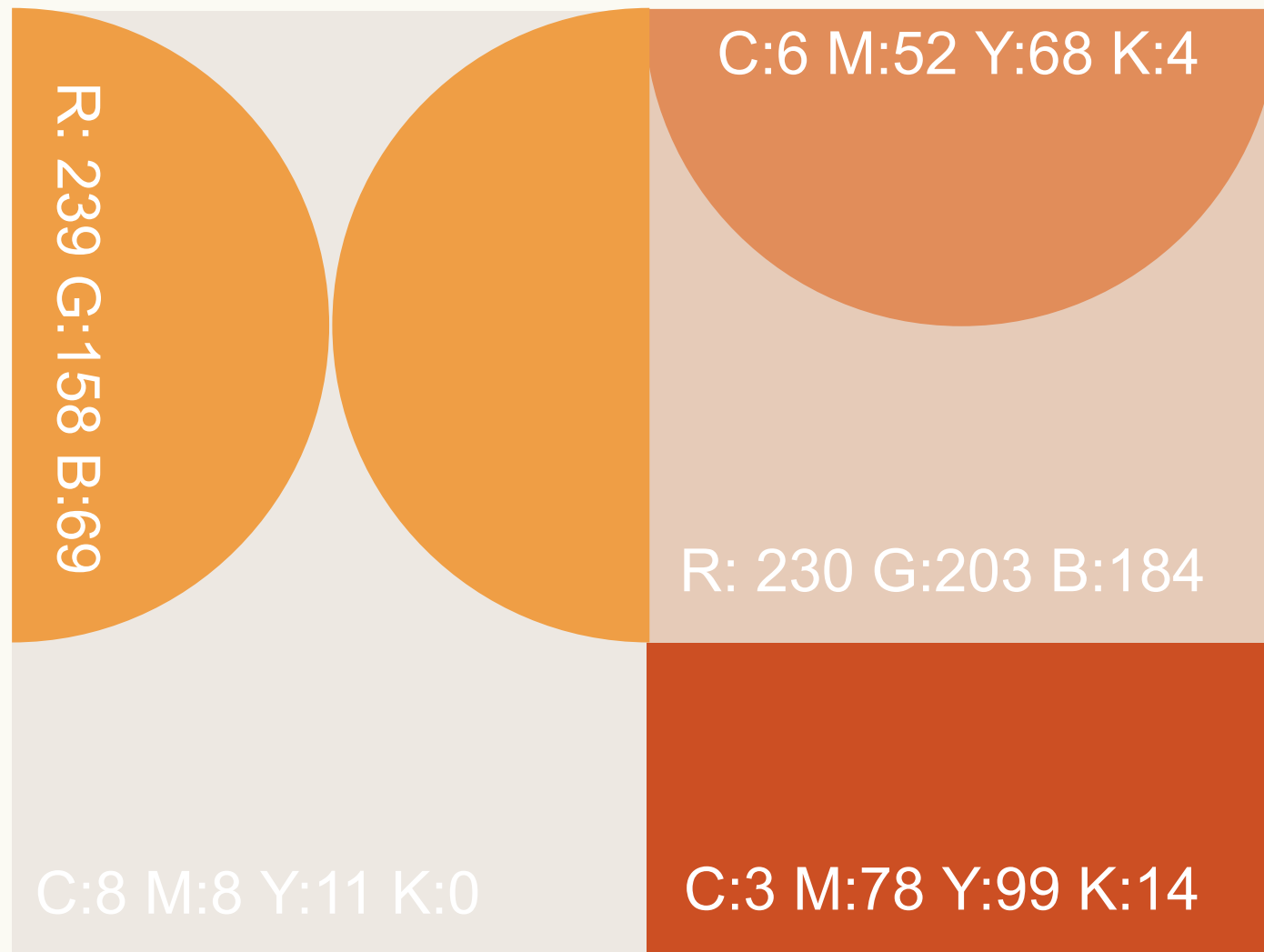




UBETA

ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ ЦВЕТА

В таблице показаны цвета CMYK для отображения на экране и веб-конструирования. Цветом знака является красный, желтый и бежевый. Для верстки текста, заголовков, таблиц и графики может также использоваться светло-оранжевый цвет, и бежевый. Для цветового кодирования в оформлении могут использоваться дополнительные цвета. Фирменные цвета нельзя заменять дополнительными, для окрашивания фирменного стиля.



допустимые варианты использования



Использование черно-белого логотипа допускается только в случае невозможности полноцветной печати.



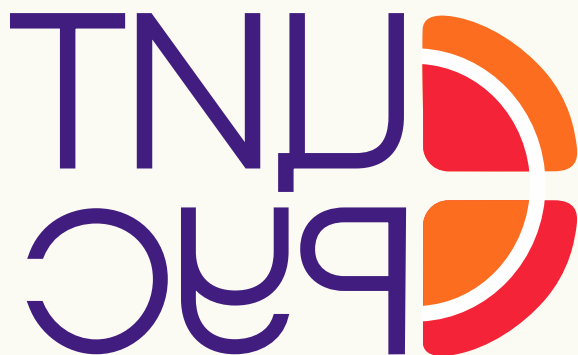
Существует определенный цветовой вариант логотипа. Изменять и использовать другие цвета запрещается.



ЧЕРНО-БЕЛАЯ
ВЕРСИЯ
ЛОГОТИПА



запрещенные варианты использования



Запрещается изменять пропорции, угол наклона, месторасположение элементов логотипа, шрифт и цвет логотипа, менять местами цвета знака.





фирменный
персонаж



Помощник или эксперт во всех финансовых вопросах. Объясняет и наглядно демонстрирует все возникающие вопросы у клиентов.

Забавного персонажа зовут Цитрик. Маленький герой живет в уютной и яркой вселенной «Цитрадости» и демонстрируют особенности тех или иных программ.

Цитрик любит собирать монеты - лимоны, у него их очень много. Для этого у него есть 4 руки и две ноги.



ПИКТОГРАММЫ



туалет м



туалет ж



вниз



вверх



кафетерий



гардероб



выгодные
проценты



бесконтактная
оплата



обмен валют



оказание помощи

Пиктограммы необходимы для ориентирования в банке. Лаконичные и простые формы линий помогают создать фирменный образ и стилистику помещения. Знаки визуальной коммуникации помогут ориентироваться на местности.

фирменный шрифт

фирменный шрифт

Фирменный шрифт используется при наборе текстов и заголовков в печатной продукции и всей полиграфии.

Основной Chalet-ParisNineteenEighty

абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя
АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
<!>№;%;?*()@#\$^

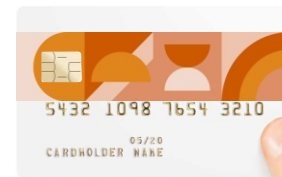
Дополнительный SoftlineBook

абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя
АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
<!>№;%;?*()@#\$^





МОЖАНЫ



ЦИТРУС

