

Руководство
по использованию
логотипа и основных
элементов фирменного стиля
Банка «ВБРР» (АО)

1. Назначение

Методические указания устанавливают единые требования и правила использования фирменной символики Банка «ВБРР» (АО) при изготовлении презентационных или коммуникационных материалов, сувенирной продукции, в рекламно-презентационной деятельности, создании дизайн-макетов рекламных модулей и иных носителей визуальной коммуникации во всех случаях указания на принадлежность к Банку.

Методические указания разработаны с учетом положений Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», четвертой части Гражданского кодекса Российской Федерации от 18.12.2006 № 230-ФЗ.

2. Область действия

Настоящие Методические указания обязательны для исполнения в структурных подразделениях Банка «ВБРР» (АО), использующих в своей работе элементы фирменной символики Банка, а также в дочерних обществах Банка «ВБРР» (АО) в рекламно-презентационной деятельности.

Распорядительные, локальные нормативные документы и иные внутренние документы не должны противоречить настоящим Методическим указаниям.

3. Период действия и порядок внесения изменений

Настоящие Методические указания являются локальным нормативным документом постоянного действия.

Настоящие Методические указания утверждаются, вводятся в действие, изменяются и признаются утратившими силу в Банке «ВБРР» (АО) на основании приказа Президента Банка «ВБРР» (АО).

Инициаторами внесения изменений в Методические указания являются: Управление корпоративных коммуникаций и рекламы Банка «ВБРР» (АО),

I. Вводные положения

а также иные структурные подразделения Банка «ВБРР» (АО) по согласованию с Управлением корпоративных коммуникаций и рекламы Банка «ВБРР» (АО).

Ответственность за поддержание настоящих Методических указаний в Банке «ВБРР» (АО) в актуальном состоянии возлагается на начальника Управления корпоративных коммуникаций и рекламы Банка «ВБРР» (АО).

Контроль за исполнением требований настоящих Методических указаний возлагается на начальника Управления корпоративных коммуникаций и рекламы Банка «ВБРР» (АО).

ЛОГОТИП

Оригинальное начертание фирменного наименования Банка.

СТИЛЕОБРАЗУЮЩИЙ ЭЛЕМЕНТ

Графическое изображение, применяемое наряду с константами фирменного стиля (товарный знак, логотип) в качестве дополнительного средства визуальной идентификации бренда.

ТОВАРНЫЙ ЗНАК (ФИРМЕННЫЙ ЗНАК)

Обозначение, служащее для индивидуализации товаров и (или) выполняемых работ или оказываемых услуг, удостоверяемое зарегистрированным в установленном порядке свидетельством на товарный знак.

ФИРМЕННАЯ ЦВЕТОВАЯ ГАММА

Цветовое решение элементов фирменной символики.

ФИРМЕННЫЙ БЛОК

Допустимая комбинация товарного знака и логотипа.

ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ или АЙДЕНТИКА

Совокупность постоянных шрифтовых и цветовых решений, художественно-графических элементов, выступающих средствами индивидуализации Банка. Константы фирменного стиля/айдентики: товарный знак, логотип, фирменный блок, стилеобразующие элементы, фирменная цветовая гамма.

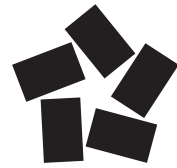
Примечание: Фирменный стиль является неотъемлемой составляющей корпоративной идентичности и применяется при оформлении носителей, указывающих на прямую или косвенную принадлежность к Банку «ВБРР» (АО).

III.

Основные элементы фирменного стиля

1. Фирменный блок

1.1. Описание фирменного блока



ВСЕРОССИЙСКИЙ БАНК РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ

Фирменный блок состоит из уникального графического знака (товарного знака), оригинального текстового написания наименования банка (логотип) и стилеобразующего элемента (полоса). Каждый из этих элементов обладает фиксированными пропорциями по отношению друг к другу.

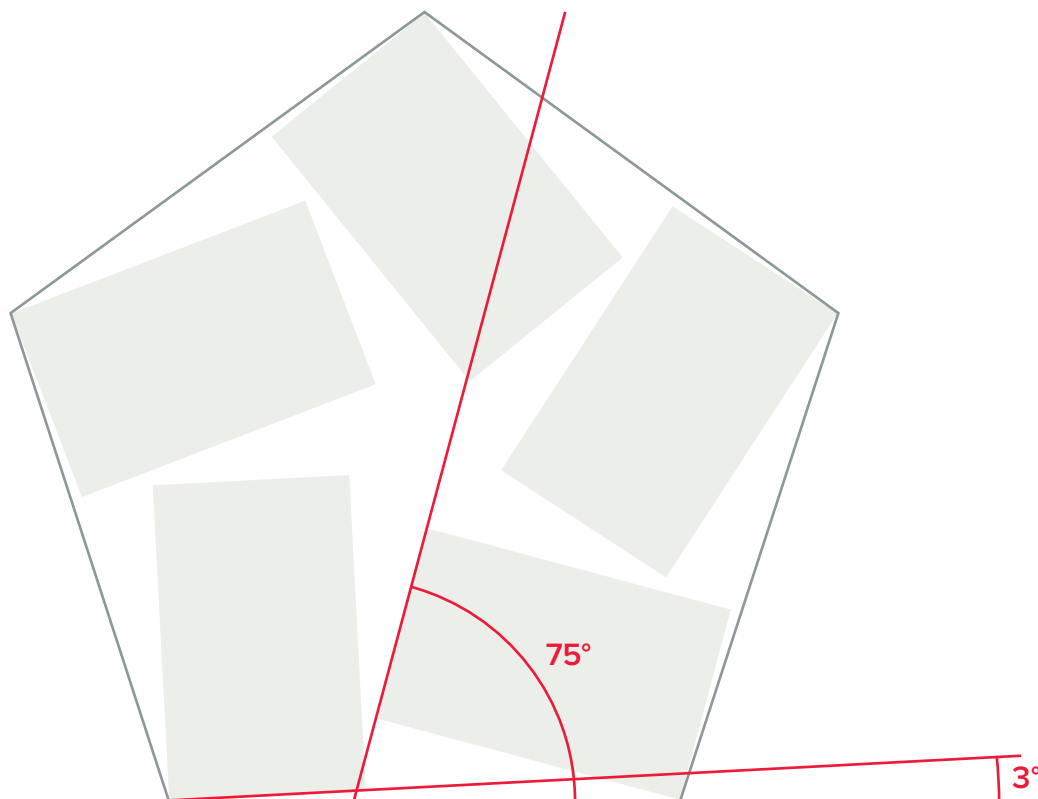
Фирменный знак представляет собой комбинацию одинаковых прямоугольников, образующих при сложении пятиконечную звезду и вписанных в пятигранник. Логотип банка выполнен на основе шрифта Proxima Nova.

III.

Основные элементы фирменного стиля

1. Фирменный блок

1.2. Построение фирменного знака



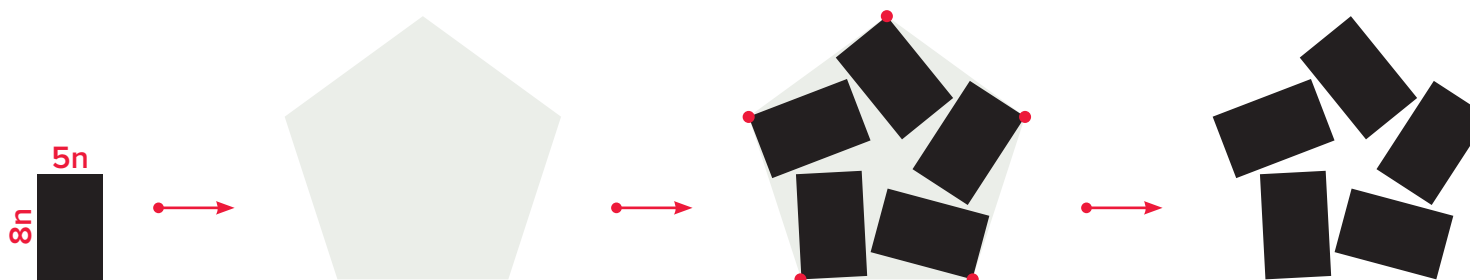
Фирменный знак состоит из пяти прямоугольников с соотношением сторон $8 \times 5n$.

Прямоугольники вписаны в равносторонний пятигранник. Каждый прямоугольник внутри пятигранника повернут против часовой стрелки относительно короткой стороны прямоугольника на 3° .

Внешняя вершина каждого прямоугольника совмещается с вершиной пятигранника. Так образуется динамическая пятиконечная звезда, как показано на схеме построения фирменного знака.

 [Logotype/VBRR-Trademark.eps](#)

Схема построения фирменного знака ВБРР



III.

Основные элементы фирменного стиля

1. Фирменный блок

1.3. Основные модификации фирменного блока

а)



**ВСЕРОССИЙСКИЙ БАНК
РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ**

б)



**ВСЕРОССИЙСКИЙ БАНК
РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ**

в)



ВБРР

В визуальных коммуникациях банка используются 3 основных модификации фирменного блока: вертикальный вариант с полным наименованием банка (а), горизонтальный вариант с полным наименованием банка (б), аббревиатура наименования банка (в).

Желтая полоса является неотъемлемой частью фирменного блока банка. Использование фирменного блока без желтой полосы недопустимо.

В случае использования фирменного блока в одноцветном исполнении цвет желтой полосы меняется на цвет логотипа.

III.

Основные элементы фирменного стиля

1. Фирменный блок

1.3. Основные модификации фирменного блока

г)



**RUSSIAN REGIONAL
DEVELOPMENT BANK**

д)



**RUSSIAN REGIONAL
DEVELOPMENT BANK**

е)



RRDB

Для англоязычных материалов в визуальных коммуникациях банка используются 3 основных модификации фирменного блока: вертикальный вариант с полным наименованием банка (г), горизонтальный вариант с полным наименованием банка (д), аббревиатура наименования банка (е).

Желтая полоса является неотъемлемой частью фирменного блока банка. Использование фирменного блока без желтой полосы недопустимо.

В случае использования фирменного блока в одноцветном исполнении цвет желтой полосы меняется на цвет логотипа.

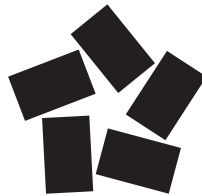
III. Основные элементы фирменного стиля
1. Фирменный блок
1.4. Дополнительные модификации фирменного блока

а)

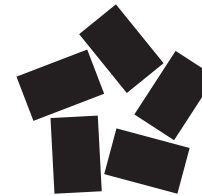
 **ВСЕРОССИЙСКИЙ БАНК РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ**

 **RUSSIAN REGIONAL DEVELOPMENT BANK**

б)



**ВСЕРОССИЙСКИЙ БАНК
РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ**



**RUSSIAN REGIONAL
DEVELOPMENT BANK**

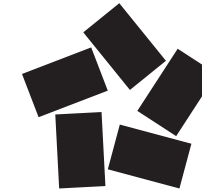
Дополнительные модификации фирменного блока используются для узких горизонтальных форматов (а): например, нанесение фирменного блока на карандаш или шнурок для бейджа. Модификация фирменного блока с увеличенным фирменным знаком (б): в дизайн-макетах визитных карточек и деловой документации.

 [Logotype/Special/](#)

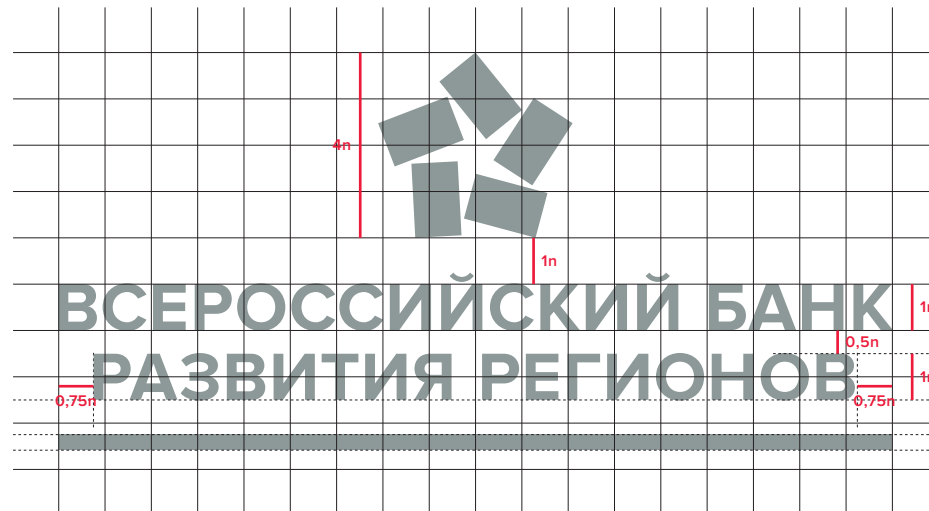
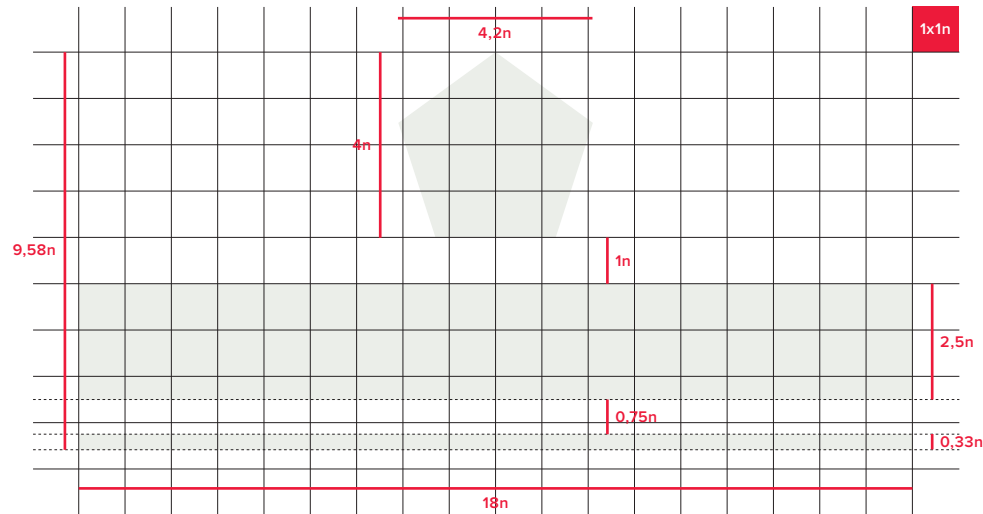
III. Основные элементы фирменного стиля

1. Фирменный блок

1.5. Построение фирменного блока



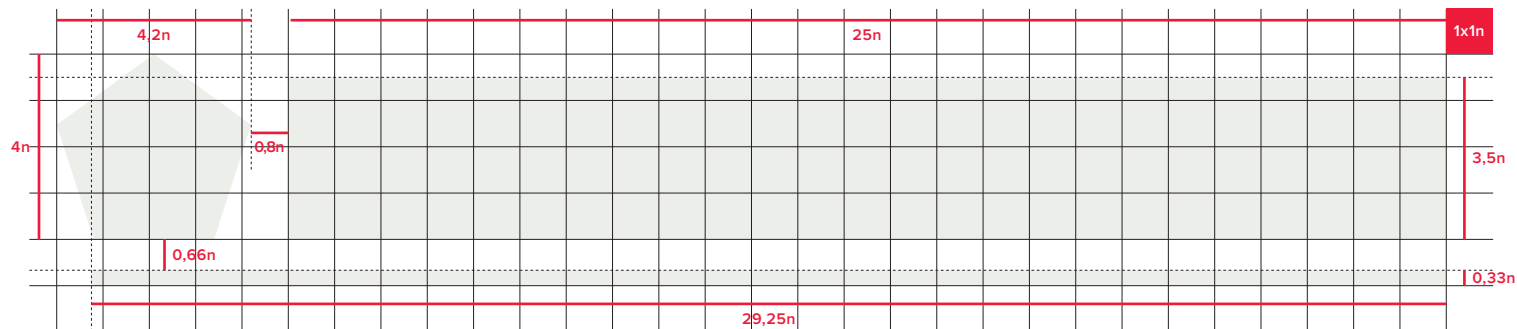
**ВСЕРОССИЙСКИЙ БАНК
РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ**



Пропорции построения вертикального фирменного блока с полным наименованием банка следующие: фирменный блок вписан в модульную сетку $9,58 \times 18n$, где пропорции знака — $4 \times 4,2n$, полное наименование банка вписано в сетку $2,5 \times 18n$, а пропорции желтой полосы — $0,33 \times 18n$. Высота буквы — $1n$, межстрочное расстояние — $0,5n$.

1. Фирменный блок

1.5. Построение фирменного блока



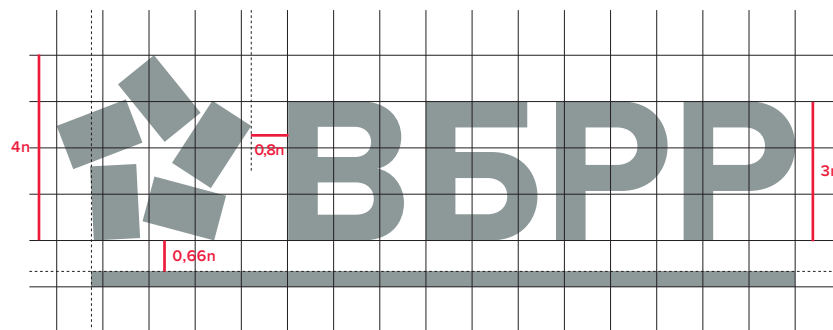
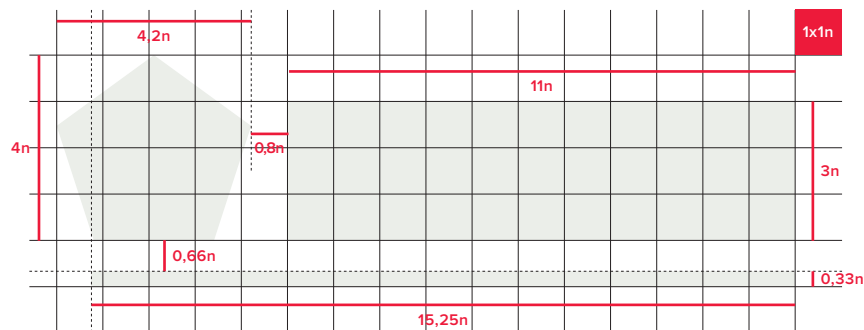
Пропорции построения горизонтального фирменного блока с полным наименованием банка следующие: фирменный блок вписан в модульную сетку $5 \times 30n$, где пропорции знака — $4 \times 4,2n$, полное наименование банка вписано в прямоугольник $3,5 \times 25n$, а пропорции желтой полосы — $0,33 \times 29,25n$. Высота буквы — $1,4n$, межстрочное расстояние — $0,7n$.

III.

Основные элементы фирменного стиля

1. Фирменный блок

1.5. Построение фирменного блока

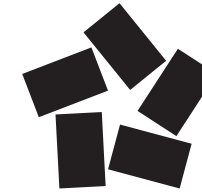


Пропорции построения фирменного блока–аббревиатуры следующие:
фирменный блок вписан в модульную сетку $5 \times 16n$, где пропорции знака — $4 \times 4,2n$, аббревиатура
вписана в прямоугольник $3 \times 11n$, а пропорции желтой полосы — $0,33 \times 15,25n$. Высота буквы — $3n$.

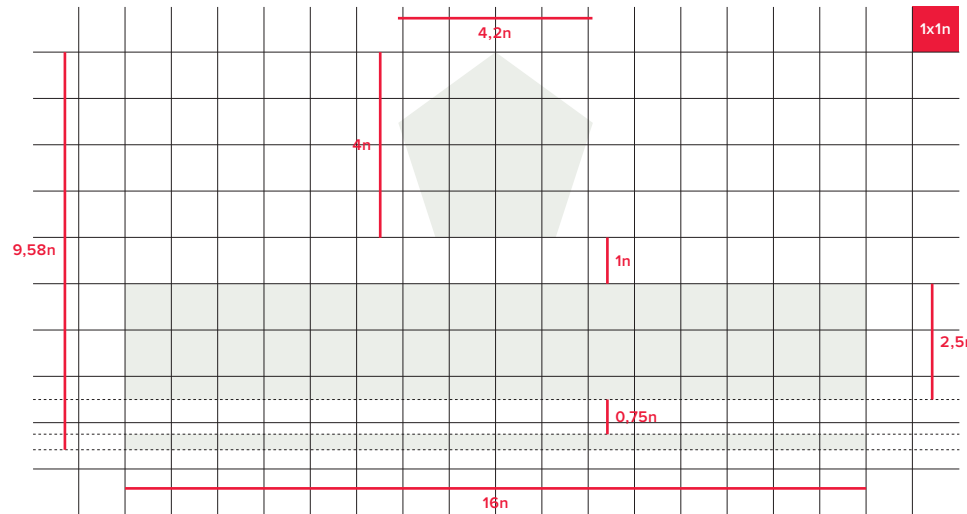
III. Основные элементы фирменного стиля

1. Фирменный блок

1.5. Построение фирменного блока



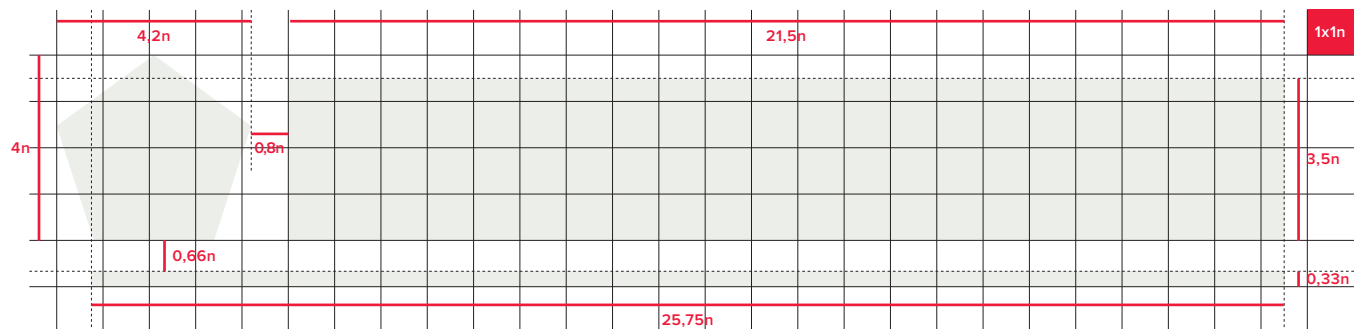
**RUSSIAN REGIONAL
DEVELOPMENT BANK**



Пропорции построения вертикального фирменного блока с полным наименованием банка следующие: фирменный блок вписан в модульную сетку $9,58 \times 16n$, где пропорции знака — $4 \times 4,2n$, полное наименование банка вписано в сетку $2,5 \times 16n$, а пропорции желтой полосы — $0,33 \times 16n$. Высота буквы — $1n$, межстрочное расстояние — $0,5n$.

1. Фирменный блок

1.5. Построение фирменного блока



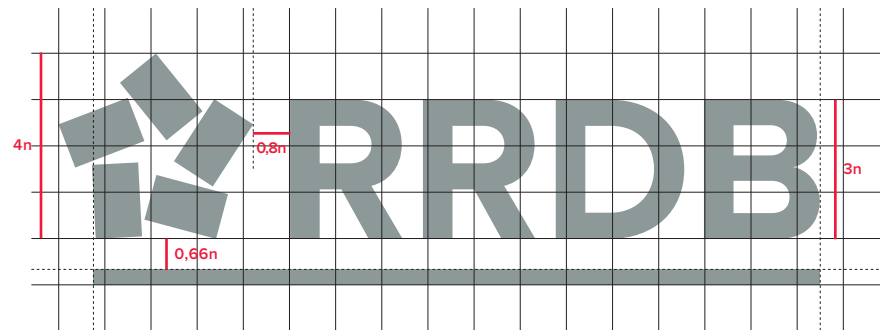
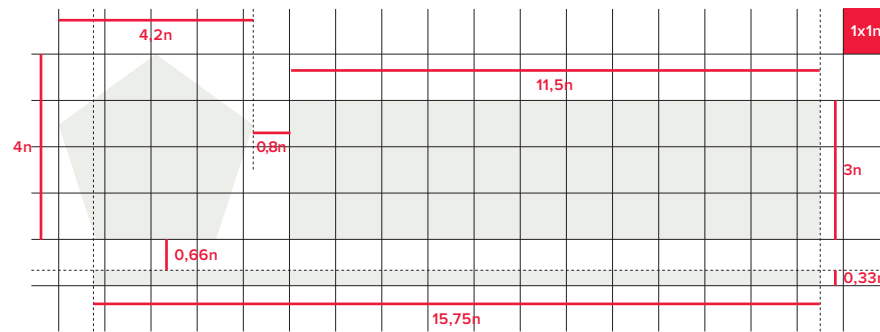
Пропорции построения горизонтального фирменного блока с полным наименованием банка на английском языке следующие: фирменный блок вписан в модульную сетку $5 \times 26n$, где пропорции знака — $4 \times 4,2n$, полное наименование банка вписано в прямоугольник $3,5 \times 21,5n$, а пропорции желтой полосы — $0,33 \times 25,75n$. Высота буквы — $1,4n$, межстрочное расстояние — $0,7n$.

III.

Основные элементы фирменного стиля

1. Фирменный блок

1.5. Построение фирменного блока



Пропорции построения фирменного блока–аббревиатуры на английском языке следующие: фирменный блок вписан в модульную сетку $5 \times 16,5n$, где пропорции знака — $4 \times 4,2n$, аббревиатура вписана в прямоугольник $3 \times 11,5n$, а пропорции желтой полосы — $0,33 \times 15,75n$. Высота буквы — $3n$.

III.

Основные элементы фирменного стиля

1. Фирменный блок

1.6. Охранное поле фирменного блока



Охранное поле вокруг фирменного
блока равно высоте вертикально-
го прямоугольника в фирменном
знаке.

Допустимые варианты
использования:

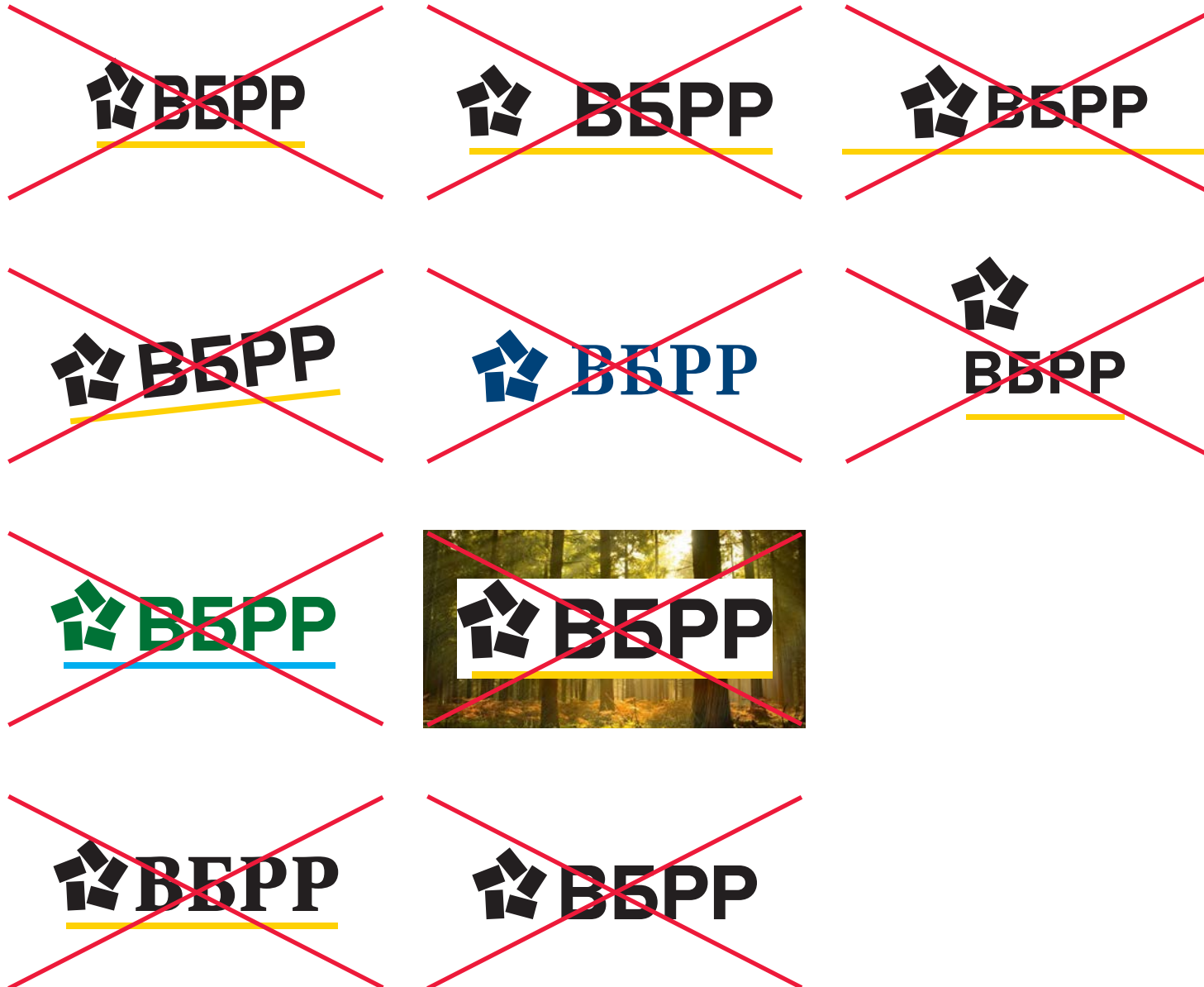


III.

Основные элементы фирменного стиля

1. Фирменный блок

1.7. Недопустимые варианты использования фирменного блока



Недопустимы следующие модификации фирменного блока: изменение пропорций фирменного знака и логотипа; изменение угла наклона; использование цветов, не соответствующих цветовой гамме бренда; изменение шрифта логотипа; изменение отступов в фирменном блоке; использование старой версии фирменного блока; нарушение охраняемых полей; использование фирменного блока без полосы; изменение пропорций полосы; нарушение пропорций построения фирменного блока.

III.

Основные элементы фирменного стиля

1. Фирменный блок

1.8. Масштабирование фирменного блока

Минимально возможное использование фирменного блока для варианта с аббревиатурой банка — 3 мм по высоте, для горизонтального варианта — 7 мм, для вертикального варианта — 15 мм.

Масштабирование фирменного блока осуществляется путем пропорционального увеличения файлов базового размера.



III.

Основные элементы фирменного стиля

2. Цветовая гамма бренда

2.1. Базовые цвета

Желтый <u>CMYK</u> 0/16/100/0 <u>RGB</u> 255/211/0 <u>Pantone</u> 116C <u>ORACAL</u> (641) 021/021M (951) 209 <u>RAL</u> 1021	Черный <u>CMYK</u> 0/0/0/100 <u>RGB</u> 0/0/0 <u>Pantone</u> BlackC <u>ORACAL</u> (641) 070/070M (951) 070 <u>RAL</u> 9011	Белый <u>CMYK</u> 0/0/0/0 <u>RGB</u> 255/255/255 <u>Pantone</u> – <u>ORACAL</u> (641) 010/010M (951) 010 <u>RAL</u> 9016
---	--	--

Базовые цвета бренда используются в фирменном блоке банка.

III. Основные элементы фирменного стиля

2. Цветовая гамма бренда

2.1. Базовые цвета

Желтый <u>CMYK</u> 0/16/100/0 <u>RGB</u> 255/211/0 <u>Pantone</u> 116C <u>ORACAL</u> (641) 021/021M (951) 209 <u>RAL</u> 1021	Черный <u>CMYK</u> 0/0/0/100 <u>RGB</u> 0/0/0 <u>Pantone</u> BlackC <u>ORACAL</u> (641) 070/070M (951) 070 <u>RAL</u> 9011	Белый <u>CMYK</u> 0/0/0/0 <u>RGB</u> 255/255/255 <u>Pantone</u> – <u>ORACAL</u> (641) 010/010M (951) 010 <u>RAL</u> 9016	Светло-серый <u>CMYK</u> 2/0/4/6 <u>RGB</u> 241/242/238 <u>Pantone</u> Cool Gray 1C <u>ORACAL</u> (641) 072/072M (951) 109 <u>RAL</u> 7047	Серый <u>CMYK</u> 15/5/10/40 <u>RGB</u> 157/163/162 <u>Pantone</u> 423C <u>ORACAL</u> (641) 076/076M (951) 076 <u>RAL</u> 7042	Темно-серый <u>CMYK</u> 20/7/10/65 <u>RGB</u> 103/110/111 <u>Pantone</u> 425C <u>ORACAL</u> (641) 073/073M (951) 073 <u>RAL</u> 7043	Серебро <u>CMYK</u> — <u>RGB</u> — <u>Pantone</u> 887C <u>ORACAL</u> (641) 090/090M <u>RAL</u> 9006
---	--	--	--	--	--	--

Основные цвета бренда применяются в элементах фирменного стиля бренда и в дизайн-макетах рекламной-информационной и полиграфической продукции Банка.

III.

Основные элементы фирменного стиля

2. Цветовая гамма бренда

2.2. Матрица использования фирменного блока на основных цветах бренда



III.

Основные элементы фирменного стиля

2. Цветовая гамма бренда

2.3. Матрица использования фирменного блока на цветных плашках



При использовании фирменного блока на цветном фоне рекомендуется сверить правильность выбранного цветового исполнения фирменного блока с данной матрицей.



Подготовлено Управлением корпоративных
коммуникаций и рекламы, эл. почта: pr@vbrr.ru

Банк «ВБРР» (АО), 2016

vbrr.ru