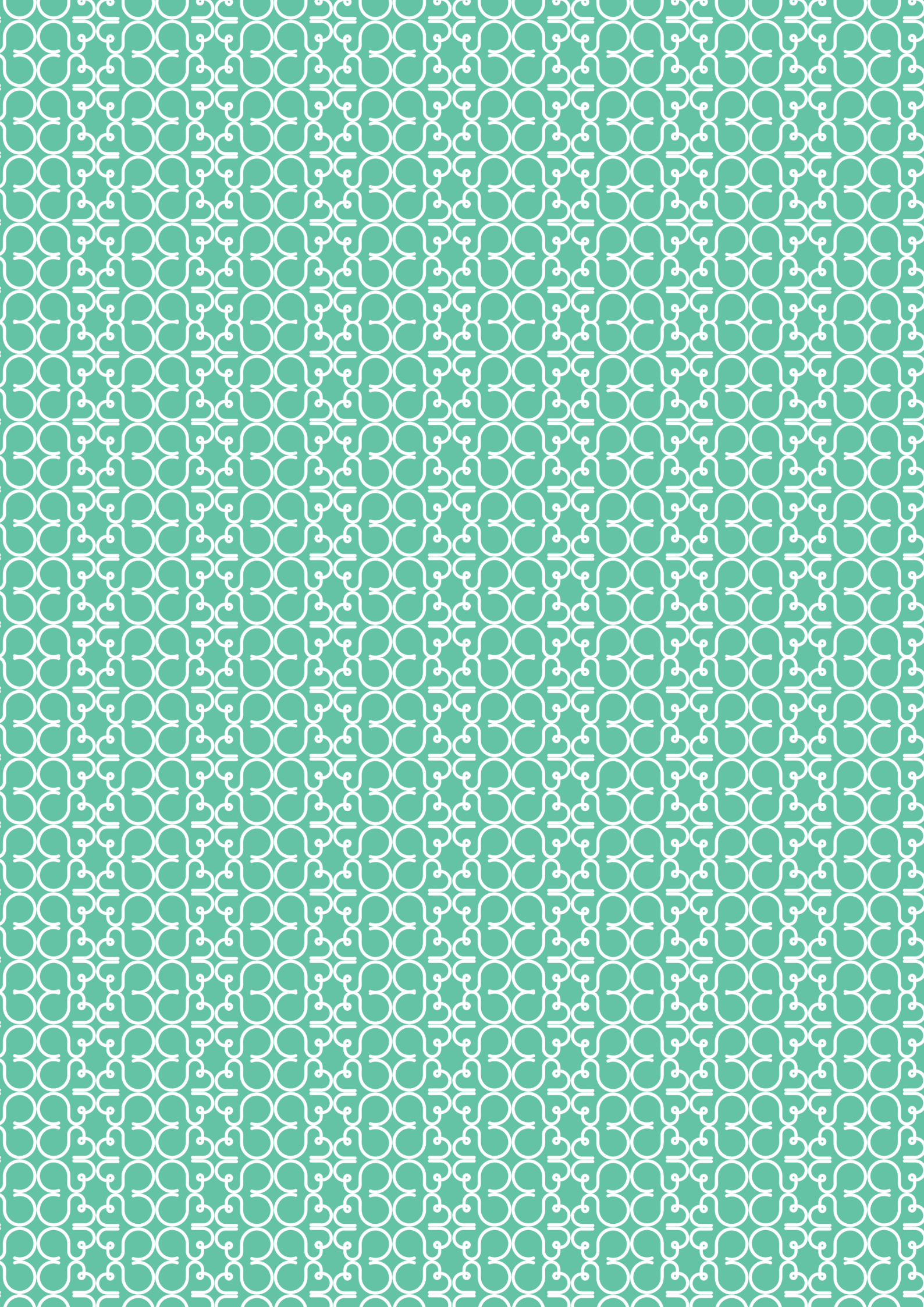




MANUAL DE NORMAS GRÁFICAS





MANUAL DE NORMAS GRÁFICAS

1. ÍNDICE

2. A MARCA CITIBRAIN	5
- <i>Visão</i>	
- <i>Missão</i>	
- <i>Valores da marca</i>	
- <i>Público-alvo</i>	
- <i>Tom de voz</i>	
- <i>Slogan</i>	
3. LOGÓTIPO PRINCIPAL	7
- <i>Principais características</i>	
- <i>Grelha de construção, margens de segurança e dimensões mínimas</i>	
- <i>Outras versões</i>	
4. SUBMARCAS	11
- <i>Principais características</i>	
- <i>Grelha de construção, margens de segurança e dimensões mínimas</i>	
- <i>Outras versões</i>	
5. ÍCONES	13
- <i>Principais características</i>	
- <i>Grelha de construção, margens de segurança e dimensões mínimas</i>	
- <i>Outras versões</i>	
6. UTILIZAÇÃO DO LOGÓTIPO	15
- <i>Versões cromáticas e aplicação sobre fundos de cor</i>	
- <i>Aplicação sobre fundos fotográficos</i>	
7. SISTEMA CROMÁTICO	19
8. TIPOGRAFIA	21
9. UTILIZAÇÕES INDEVIDAS	23
10. APLICAÇÃO DA MARCA	25

“

Uma cidade onde tudo está conectado, onde toda a informação é recolhida em tempo real para uma melhor gestão de tempo e recursos.

E, por isso, não só o quotidiano se torna melhor, mas também os cidadãos podem viver de uma forma mais tranquila e aproveitar verdadeiramente a vida da cidade.

Para além disso, estão a contribuir para a longevidade do planeta com uma diminuição de recursos consumidos e uma diminuição da poluição.”

2. A MARCA CITIBRAIN

A página anterior consiste na descrição idealizada de uma cidade Citibrain. A marca pretende assim transformar cidades actuais em cidades inteligentes através dos seus serviços e produtos.

VISÃO

Transformar cidades em cidades inteligentes, melhorando o estilo e qualidade de vida e a qualidade ambiental.

MISSÃO

Contribuir com soluções tecnológicas para uma melhor gestão de tempo e recursos, melhorando o estilo e a qualidade de vida na cidade e a qualidade ambiental.

VALORES DA MARCA

Estes são os três principais valores que identificam a marca Citibrain.



Inteligência



Inovação



Unificação

PÚBLICO-ALVO

O público-alvo directo são as Câmaras Municipais, mas também empresas e instituições, pois a venda dos produtos é-lhes dirigida. O público-alvo indirecto são os próprios cidadãos, acabando por abranger idades compreendidas entre os 18 e os 60 anos, visto que a marca não se foca concretamente em menores de idade e em pessoas mais idosas.

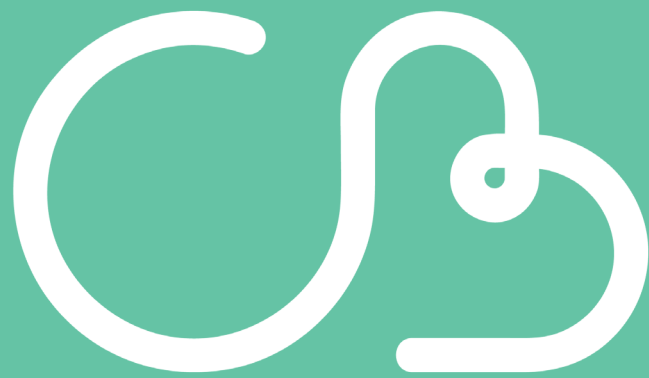
TOM DE VOZ

Tendo em conta o público-alvo, o tom de voz deve adequar-se ao mesmo, respeitando o nível de formalidade. No entanto, tratando-se de uma marca inovadora e próxima dos cidadãos, deverá existir um equilíbrio e fazer-se uma adequação para o seu público-alvo indirecto, não sendo demasiado formal, nem informal.

SLOGAN

O slogan da marca é *A smarter way to live*, com outras possíveis versões, como, por exemplo, *Do you want to live in a smarter way?*

Este pretende focar-se no que a marca proporciona aos seus clientes relativamente à própria experiência e sentimentos que evoca, contribuindo para uma maior aproximação ao público-alvo.



CITIBRAIN

3. LOGÓTIPO PRINCIPAL

A marca estipulou três principais regras para os seus logótipos, quer o principal, quer os das submarcas. São elas:

1. Comunicar a/o:
 - . Componente de sustentabilidade;
 - . Componente humana da marca;
 - . Ponto diferenciador da marca: soluções unificadas;
2. Não focar em “cidades inteligentes” - nome da marca já bastante representativo;
3. As submarcas devem partir do mesmo princípio da marca principal.

PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS

As principais características da construção do logótipo principal são:

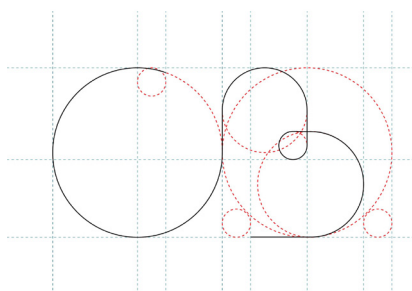
- a grelha que remete para o símbolo do infinito - componente sustentável por representar o equilíbrio e evolução;
- o símbolo construído apenas com uma linha - soluções unificadas;
- a linha que constitui a marca nunca é fechada - desenvolvimento permanente.

Existe um foco nas letras C de “Citi” e B de “Brain”, que evocam o que a própria marca representa, sendo que o seu nome é complementado com o logótipo.

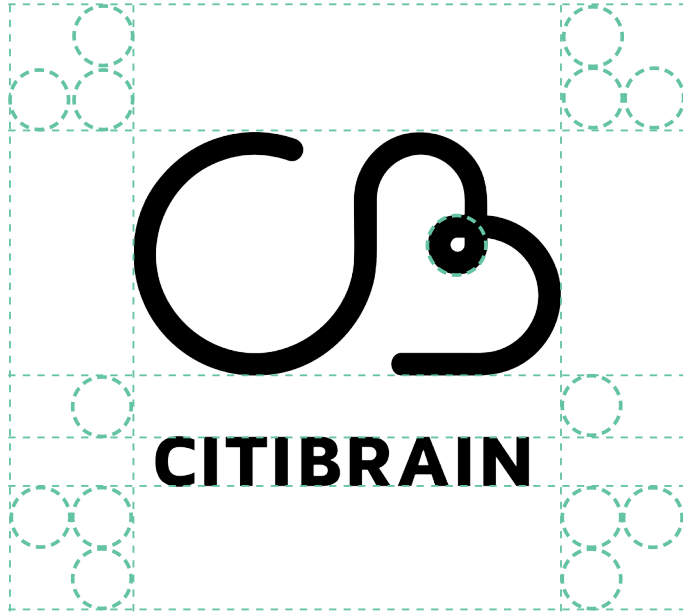
O logótipo principal pretende transmitir o lado humano e sustentável da marca pelo tipo de traço arredondado, e este, como um todo, acaba por suscitar uma sensação de movimento, de vida - pondo de parte a cidade vista apenas como estrutura.

A figura de um coração na letra B, transmite simultaneamente cumplicidade e ligação da marca com o seu público-alvo, criando uma maior aproximação com o mesmo, sendo uma marca feita de pessoas para pessoas, em prol das nossas cidades.

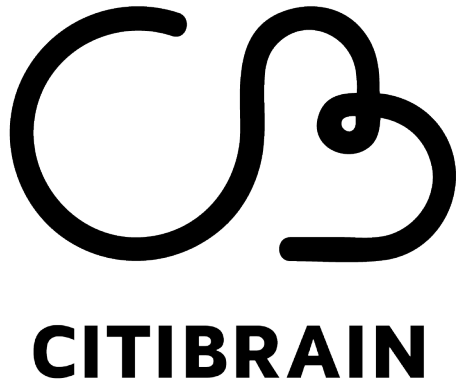
GRELHA DE CONSTRUÇÃO, MARGENS DE SEGURANÇA E DIMENSÕES MÍNIMAS



Grelha geométrica - a cinzento - que serve de base para a construção de todas as marcas e ícones Citibrain, com o exemplo da construção do logótipo principal, a vermelho e preto.



30mm :: 40% redução



20mm :: -25%



10mm :: -12.5%

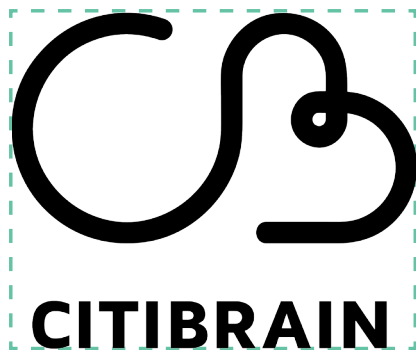


Todas as marcas devem ser construídas a partir da grelha base desenvolvida para o logótipo principal (página 7).

A área de protecção circundante (página 8) é baseada em duas vezes o diâmetro da circunferência formada na letra “B” da marca, não sendo permitida quaisquer interferências de algum elemento para o interior desta margem.

O logótipo deve ser sempre redimensionado, mantendo as proporções do original.

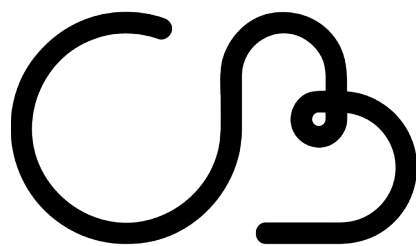
A partir da altura de 20mm até à redução mínima de altura de 10mm, é utilizada a versão do logótipo principal para versões reduzidas (pág. anterior).



OUTRAS VERSÕES

O logótipo original ocupa uma área quase quadrangular, não sendo um logótipo predominantemente horizontal ou vertical.

Em casos, por exemplo, em que o reconhecimento do material como pertencente à marca Citibrain é explícito ou o seu nome já se encontra presente, pode ser utilizada a outra versão do logótipo, sem nome.



Numa outra versão, em que seja necessária uma maior horizontalidade, o logótipo é apenas a palavra “Citibrain” na tipografia característica à marca.

CITIBRAIN



SMART PARKING

SMART WASTE



**SMART
ENVIRONMENT**

SMART TRAFFIC



SMART VENDING

SMART CARD



4. SUBMARCAS

As submarcas encontram-se em constante desenvolvimento, e, da mesma forma que podem surgir novas submarcas, algumas também poderão acabar por desaparecer.

Deverão ser cumpridas não só as regras para a preservação das submarcas já desenvolvidas (página anterior), mas também para o desenvolvimento de possíveis futuras submarcas.

PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS

As regras que deverão ser cumpridas quando necessário desenvolver novas submarcas, e que foram seguidas para o desenvolvimento das actuais, são:

- os símbolos devem ser construídos apenas com uma linha - soluções unificadas;
- a linha que constitui cada uma das submarcas nunca poder ser fechada - desenvolvimento permanente;
- utilização de traços arredondados.

Relativamente às submarcas, deve-se tentar encontrar um ícone de fácil reconhecimento e associação com a solução em questão, para que sejam facilmente distinguidas entre si, sem utilização de cor, e que a área de acção de cada uma delas seja minimamente perceptível.

A tipografia maioritariamente utilizada para os títulos, tal como para o logótipo principal, é a “Maven Pro-Black”, no entanto, poderá ser utilizada a tipografia “Libre Baskerville-Italic”.

GRELHA DE CONSTRUÇÃO, MARGENS DE SEGURANÇA E DIMENSÕES MÍNIMAS

A grelha de construção, como já referido anteriormente, deverá ser sempre a mesma (ver capítulo anterior).

A margem de segurança circundante a cada submarca é construída a partir de uma diferença de 5mm.

Não existe um lugar fixo para o nome das submarcas, no entanto, sempre que possível, deverá encontrar-se por baixo do ícone ou na sua lateral, desde que não interfira com a área de protecção.



Exemplificação das margens de segurança para as submarcas, com a submarca “Smart Parking”, através da limitação da área de protecção a partir de uma circunferência de 5mm.

OUTRAS VERSÕES

Tal como no logótipo principal, poderá ser utilizado apenas o ícone ou apenas o nome da solução, numa das tipografias características à marca.



INSTRUMENTOS



GESTÃO



NOTIFICAÇÕES



VISÃO GERAL



APLICAÇÃO

5. ÍCONES

Para o desenvolvimento de materiais para a marca Citibrain, existirá a necessidade de desenvolver vários ícones, tanto para materiais estacionários, como digitais. Na página anterior existem alguns ícones desenvolvidos e exemplificativos.

PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS

Tal como para todas as marcas desenvolvidas, também os ícones deverão cumprir as regras já referidas em capítulos anteriores:

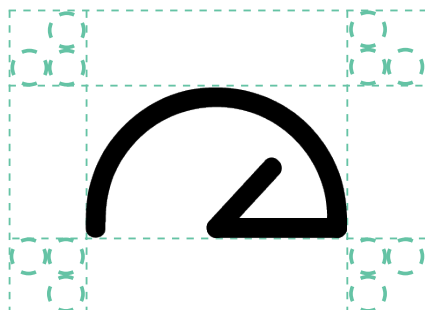
- os símbolos devem ser construídos apenas com uma linha - soluções unificadas;
- a linha que constitui cada uma das submarcas nunca poder ser fechada - desenvolvimento permanente;
- utilização de traços arredondados.

GRELHA DE CONSTRUÇÃO, MARGENS DE SEGURANÇA E DIMENSÕES MÍNIMAS

A grelha de construção, como referido anteriormente, deverá ser a mesma já utilizada (capítulo 3. Logótipo Principal).

A margem de segurança circundante de cada ícone é construída a partir de uma diferença de 5mm.

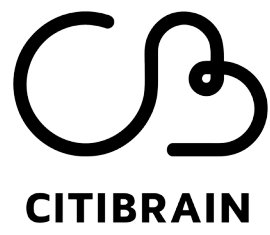
Não existe uma disposição fixa para os nomes que poderão acompanhar os ícones, no entanto, sempre que possível deverão encontrar-se por baixo dos mesmos ou na sua lateral, desde que não interfiram com a sua área de protecção.



Exemplificação das margens de segurança para os ícones - "Instrumentos", através da limitação da área de protecção a partir de uma circunferência de 5mm.

OUTRAS VERSÕES

Tal como no logótipo principal, poderá ser utilizado apenas o ícone ou apenas o nome da solução numa das tipografias já referidas anteriormente.



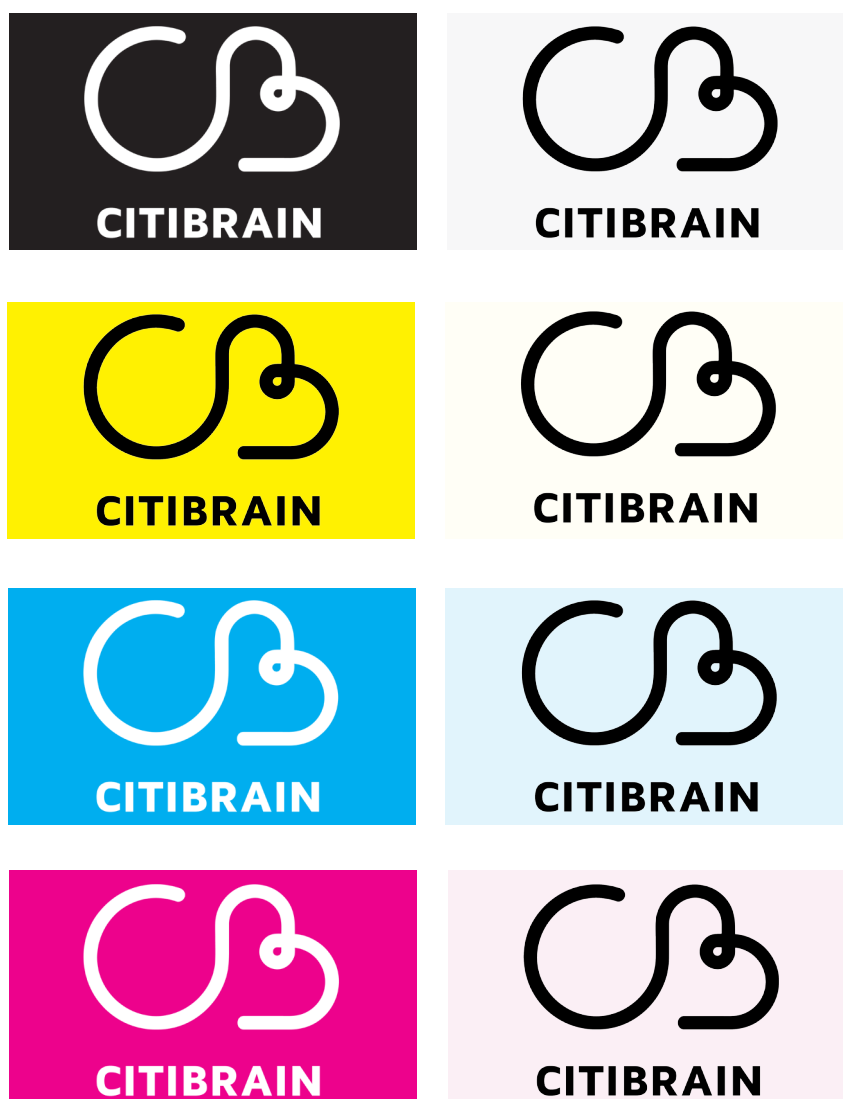
6. UTILIZAÇÃO DO LOGÓTIPO

VERSÕES CROMÁTICAS E APLICAÇÃO SOBRE FUNDOS DE COR

O logótipo principal, as submarcas e os ícones são sempre monocromáticos, tendo sempre apenas uma cor, que varia consoante a cor do fundo. Em algumas situações, como por exemplo, documentos formais, poderá ser utilizada a versão preta em fundo branco, caso contrário, sempre que possível, deve ser utilizado:

- logótipo/ícone verde em fundo branco;
- logótipo/ícone branco em fundo verde.

Em casos excepcionais, em fundos coloridos, por exemplo, quando a utilização da marca em materiais de outras marcas, é utilizado o logótipo/ícone branco; apenas em fundos fluorescentes ou em fundos muito claros é utilizado o logótipo/ícone preto.



**DO YOU WANT TO LIVE IN
A SMARTER WAY?**

APLICAÇÃO SOBRE FUNDOS FOTOGRÁFICOS

Todos os fundos fotográficos utilizados pela marca Citibrain devem ser a preto e branco, sendo preferencialmente utilizados os ícones a branco, preferencialmente, mas também as verdes ou pretas; ou devem possuir um filtro esverdeado com o verde da marca, sendo nesses casos, utilizado, preferencialmente, as marcas a branco.

Em fundos fotográficos não controlados pela marca, como, por exemplo, na aplicação da mesma em outros materiais de outras marcas, deverá ser utilizada a versão na cor que melhor a destaque. Caso seja necessário, em fundos com grandes contrastes, deve ser utilizado um fundo, com área correspondente à área de protecção, de cor branca, preta ou verde, com a opacidade adequada.





C:0 M:0 Y:0 K:100
R:0 G:0 B:0
HEX 000

7. SISTEMA CROMÁTICO

A paleta de cores utilizada neste sistema de identidade visual é constituída por uma cor principal, o verde, com suas respectivas opacidades e o preto, também com opacidade.

O objectivo é que não exista dependência cromática para a distinção entre as diferentes soluções. Isto, por vários motivos, tais como: o facto do número de soluções nunca ser um número fechado torna a distinção e conjugação de cores complexa e confusa; e, por haver várias soluções, acabaria por haver várias cores, independentes, o que acabaria por afastar a ideia de que estas são soluções unificadas, que, apesar de serem distintas, elas fazem parte de um todo que é a marca Citibrain. A distinção é conseguida simplesmente através dos diferentes ícones.

A cor escolhida é a mais facilmente associada à marca, devido à sua componente ambiental e de sustentabilidade, elementos que acabam por ganhar mais força. Assim, acaba por também reforçar a ideia de unificação, uniformidade e coerência entre todos os materiais.



C:59 M:0 Y:45 K:0
R:101 G:195 B:165
HEX 65C3A5

MAVEN PRO BLACK PARA TÍTULOS.

- MAVEN PRO BLACK

Palanquin para a maioria
dos conteúdos Citibrain
(textos longos).

- PALANQUIN REGULAR

Libre Baskerville Italic para destacar!

- LIBRE BASKERVILLE ITALIC

8. TIPOGRAFIA

As tipografias utilizadas pela marca Citibrain são a “Maven Pro” para títulos, mais concretamente, a fonte “Maven Pro Black”, que será utilizada maioritariamente em maiúsculas; e a “Palanquin” para todos os textos, sendo que esta última possui diferentes fontes - Thin, ExtraLight, Light, Regular, Medium, SemiBold, Bold.

A tipografia “Libre Baskerville” possui três fontes diferentes - Regular, Italic e Bold - e é utilizada quando necessário obter um maior contraste com a fonte de texto “Palanquin”.

Maven Pro - Black:

QWERTYUIOPÇŁKJHGFDSA ZXC VBNM
qwertyuiopçłkjhgfsazxcvbnm
0123456789 @ ! | & \$ % / () = ? « » * ' + ° ~ ^ - ; : .

Palanquin - Thin:

QWERTYUIOPÇŁKJHGFDSA ZXC VBNM
qwertyuiopçłkjhgfsazxcvbnm
0123456789 @ ! | & \$ % / () = ? « » * ' + ° ~ ^ - ; : .

Palanquin - Light:

QWERTYUIOPÇŁKJHGFDSA ZXC VBNM
qwertyuiopçłkjhgfsazxcvbnm
0123456789 @ ! | & \$ % / () = ? « » * ' + ° ~ ^ - ; : .

Palanquin - Regular:

QWERTYUIOPÇŁKJHGFDSA ZXC VBNM
qwertyuiopçłkjhgfsazxcvbnm
0123456789 @ ! | & \$ % / () = ? « » * ' + ° ~ ^ - ; : .

Palanquin - Medium:

QWERTYUIOPÇŁKJHGFDSA ZXC VBNM
qwertyuiopçłkjhgfsazxcvbnm
0123456789 @ ! | & \$ % / () = ? « » * ' + ° ~ ^ - ; : .

Palanquin - Bold:

QWERTYUIOPÇŁKJHGFDSA ZXC VBNM
qwertyuiopçłkjhgfsazxcvbnm
0123456789 @ ! | & \$ % / () = ? « » * ' + ° ~ ^ - ; : .

Libre Baskerville - Italic

QWERTYUIOPÇŁKJHGFDSA ZXC VBNM
qwertyuiopçłkjhgfsazxcvbnm
*0123456789 @ ! | & \$ % / () = ? « » * ' + ° ~ ^ - ; : .*



x Alteração do símbolo "CB"



x Deformação do logótipo



x Alteração das proporções



x Desalinhamentos



x Aplicação de tipografia diferente



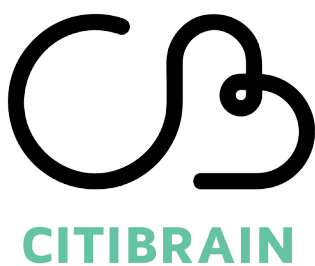
x Modificações da tipografia



x Aplicação de brilhos



x Aplicação de gradientes cromáticos



x Logótipo com mais de uma cor



x Utilização de outras cores

9. UTILIZAÇÕES INDEVIDAS

As regras presentes neste manual devem ser seguidas sempre que se aplique a marca Citibrain, em quaisquer situações, com o objectivo de que o sistema de identidade desenvolvido não seja quebrado e a marca seja mantida de forma coesa e uniforme, de forma a transmitir consistência e profissionalismo para com todos, principalmente, os seus clientes.

As regras consistem apenas em guias bases para a criação de uma uniformidade e coesão, não prejudicando a possibilidade de diversidade, flexibilidade e adaptabilidade às mais variadas situações. Não se restringe, de todo, a criatividade, que deve ser estimulada com o intuito de contribuir para o crescimento da marca, desde que não infrinja as regras aqui estipuladas. São dados alguns exemplos na página anterior do que não fazer com a marca Citibrain - logótipo principal e submarcas.

Apresenta-se em baixo o logótipo principal, para necessárias comparações entre o original e as versões alteradas da página anterior.





Cartão de Visita

10 . APLICAÇÃO DA MARCA



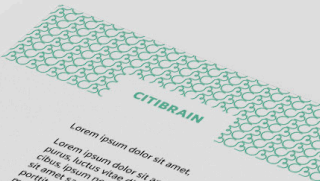


Envelope e papel de carta



Lorem ipsum dolor sit amet.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Donec orci purus, luctus vitae dignissim eu, iaculis sed purus. Vivamus faucibus, ipsum nec aliquet viverra, leo mauris condimentum ligula, sit amet sagittis enim ligula quis arcu. Nam egestas tortor id nisi porttitor mattis. In tortor ante, ultricies in suscipit a, tempus non massa. Vivamus et auctor mi. Fusce vel massa nulla. Phasellus nec eros mauris, et scelerisque orci. Donec malesuada orci vitae nulla



CITIBRAIN

Lorem ipsum dolor sit amet.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Donec
purus, luctus vitae dignissim eu, eleifend sed purus. Vivamus
sit amet sagittis enim. Igula quis arcu. Nam egeta. Tortor id
portitor mattis. In tortor ante. Ultricies in suscipit. A. torquos non
massa. Vivamus et auctor mi. Fusce vel massa nulla. Phasellus non
accumsan porta a id risque arc. Donec vel malevala orci. Vitae nulla
odit nash iuliam mi. Et tempit ante nisi eu rous. Vestibulum nunc
orci rhortus a placerat in. Ultricies et mi. Cras mattis varius eros, vel
fringilla nisi suscipit eget.

Quisque scelerisque sagittis nulla at portitor. Mousis a justo et
natus interdum tristique. Sed id augue vitae una euismod como-
do aliquet a diam. Pellentesque arcu velit, cursus et malesuada ut,
consequat et arcu. Nullam erat sem, morcus id ultriciesper vitae,
rhoncus et arcu. In ultrices ultrices nulla, ut rutrum nisi iaculis et
Donec eu magna a metus ornare dactibus. Fusce aliquet iaculis et
luctus. Morbi semper est id trincidunt gravibus sem arcu adipiscing
lacus. ac lobentiam nulla leo eu purus. Quisque nec diam sed rissa
consectetur a occumsan quis quis nibh. Vestibulum id purus lorem.

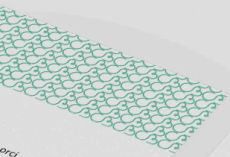
Vivamus vehicula accumsan lacinia. Aliquam erat volutpat. Pell
entesque consequat venenatis velit non gravida. Etiam et sem et
nulla congue aliquam sed eget augue. Nulla facilisi. Pellentesque
habeant morbi eratque senectus et netus et malesuada famesc
ac turpis egestas. Nulla a elit at sem iaculis congue. Nullam mollis
tristique lobortis.

Antonia J

Mindful Business Center, Rua Cristóvão Pinho Queimado, 79, 38000-012 Aveiro
+351 434 459 886 - info@antoniain.com - citibrain.com
Pontevedra

Mindful Business
+351

Papel de carta - versão informal e formal, respectivamente



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Donec orci purus, luctus vitae dignissim eu, aculis sed purus. Vivamus faucibus, ipsum nec aliquet viverra, leo mauris condimentum ligula, sit amet sagittis enim ligula quis arcu. Nam egetas tortor id nisi portitor mollis. In tortor, ante ultrices in suscipit a tempus, non massa vivamus et auctor mi. Fusce vel massa nulla. Phasellus eros mauris, et scelerisque orci. Donec maesuada orci vitae nulla accumsan porta a id massa. Quisque accumsan laculis magna sit amet fragilla. Maecenas consequat, magna eget tincidunt semper, odio nibh rutrum mi id feugiat ante nisi eu risus. Vestibulum nunc orci, rhoncus a placerat in, ultricies in mi.

Quisque scelerisque sagittis nulla at portitor. Mauris a justo et tellus interdum tristique. Sed id augue vitae urna nuncius commodo aliquet a quam. Pellentesque arcu velit cursus et malesuada ut, consequat et diam. Nullam erat sem, rhoncus id ullamcorper vitae, rhoncus et arcu. In ultricies ultricies nulla ut rutrum nisi laculis sit. Donec eu magna a metus ornare faucibus, fusce aliquet faucibus ultricies. Morbi semper, est id tincidunt gravida, sem arcu adipiscing lacus, ac bibendum nulla leo eu purus.

Vivamus vehicula accumsan lacinia. Aliquam erat volutpat. Pellentesque consequat venenatis velit non gravida. Eiam et sem et nulla congue aliquam sed eget augue. Nulla facilisi. Pellentesque habitant morbi tristique senectus et netus et malesuada fames ac turpis egestas. Nulla a elit at sem laculis congue. Nullam mollis tristique lobortis.

António J

Business Center, Rua Cristóvão Pinho Queimado 79 3800-012 Aveiro (Portugal) 234 459 586 = info@citibrain.com = citibrain.com



Papel de carta - frente (à direita) e verso (à esquerda)



Lorem ipsum dolor sit amet,

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Donec orci
 purus, luctus vitae dignissim eu, iaculis sed purus. Vivamus fau-
 cibus, ipsum nec aliquet viverra, leo mauris condimentum ligula,
 sit amet sagittis enim ligula quis arcu. Nam egestas tortor id nisi
 porttitor mattis. In auctor ante, ultricies in suscipit a, tempus non
 massa. Vivamus et scelerisque orci. Donec malesuada orci vitae nulla
 eros mauris, et scelerisque orci. Fusce vel massa nulla. Phasellus nec
 accumsan porta a id massa. Quisque accumsan iaculis magna sit
 amet fringilla. Maecenas consequat, magna eget tincidunt semper,
 odio nibh rutrum mi, id feugiat ante nisi eu risus. Vestibulum nunc
 orci, rhoncus a placerat in, ultricies in mi.

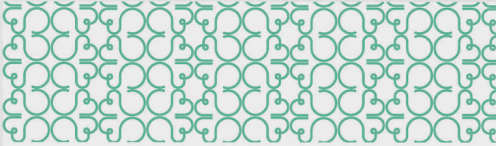
Quisque scelerisque sagittis nulla at porttitor. Mauris a justo et
 tellus interdum tristique. Sed id augue vitae urna euismod commo-
 do aliquet a quam. Pellentesque arcu velit, cursus et malesuada ut,
 consequat et diam. Nullam erat sem, rhoncus id ullamcorper vitae,
 rhoncus et arcu. In ultricies ultricies nulla, ut rutrum nisi iaculis at.
 Donec eu magna a metus ornare faucibus. Fusce aliquet faucibus
 ultricies. Morbi semper, est id tincidunt gravida, sem arcu adipiscing
 acus, ac bibendum nulla leo eu purus.

Vivamus vehicula accumsan lacinia. Aliquam erat volutpat. Pel-
 lentesque consequat venenatis velit non gravida. Etiam et sem et
 la congue aliquam sed eget augue. Nulla facilisi. Pellentesque
 habitant morbi tristique senectus et netus et malesuada fames
 turpis egestas. Nulla a elit at sem iaculis congue. Nullam mollis
 que lobortis.

António J.

Business Center, Rua Cristóvão Pinho Queimado 79 3800-012 Aveiro
 (Portugal)
 +351 934 459 586 = info@citibrain.com = citibrain.com





CENTRAL SYSTEM FUNCTIONS

- . Free parking detection
- . Support for multimodal
- . Parking management
- . Payments plan;
- . Infractions management
- . Remote configuration
- . Statistics, Reports and

CHARACTERISTICS

- . Magnetic Sensor
- . Long lasting battery
- . Wireless Communication Kiosk
- . Offline mode for
- . Payment by Device
- . Base Stations
- . Powered by a battery

BENEFITS

- . Improved quality of life
- . Search for a parking
- . Payments facilitated
- . Monitoring is less invasive surveillance;
- . Improve the city image
- . Traffic congestions are
- . Integration with multiple

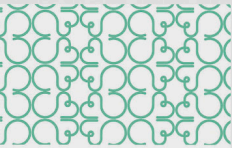


A P

Smart Parking by technology into one tion, communication, mobile applications life of the system

Thus it is a park key performance better policy and

This is also a rob ing spaces. For reduces accidents and reduces pol



SMART PARKING

PARKING TICKET THAT NEVER EXPIRES

ings together all aspects of parking management tech-
integrated system, from sensor-based vehicle detec-
tion gateway, informative boards, kiosks for payments,
on for drivers and information system, simplifying the
n manager.

ing management solution in real time, which collects
e indicators and translates them into knowledge to a
d optimised management.

ust way to provide users with the location of free park-
cities, the solution reduces operating costs of parking,
ts and traffic congestion, improves parking operations
lution peaks.





Cadernos informativos para cada submarca - capa



MANAGEMENT
IN WASTE



SMART CARD

A secure multimodal system essential for companies and organisations with a scattered location. Smart Card monitors physical access to buildings and controlled spaces and can be used in a wide range of applications.

The card is intended to support organisational management, bodies such as companies, governmental institutions and schools, in areas such as security, control, micro payments and information management.

The system is based in the assignment of a single and multifunctional card to each user, which serves simultaneously for their identification, installations access, parking, and also as a substitute for money in all controlled purchases by the institutions covered by the system.

AL SYSTEM FUNCTIONALITIES

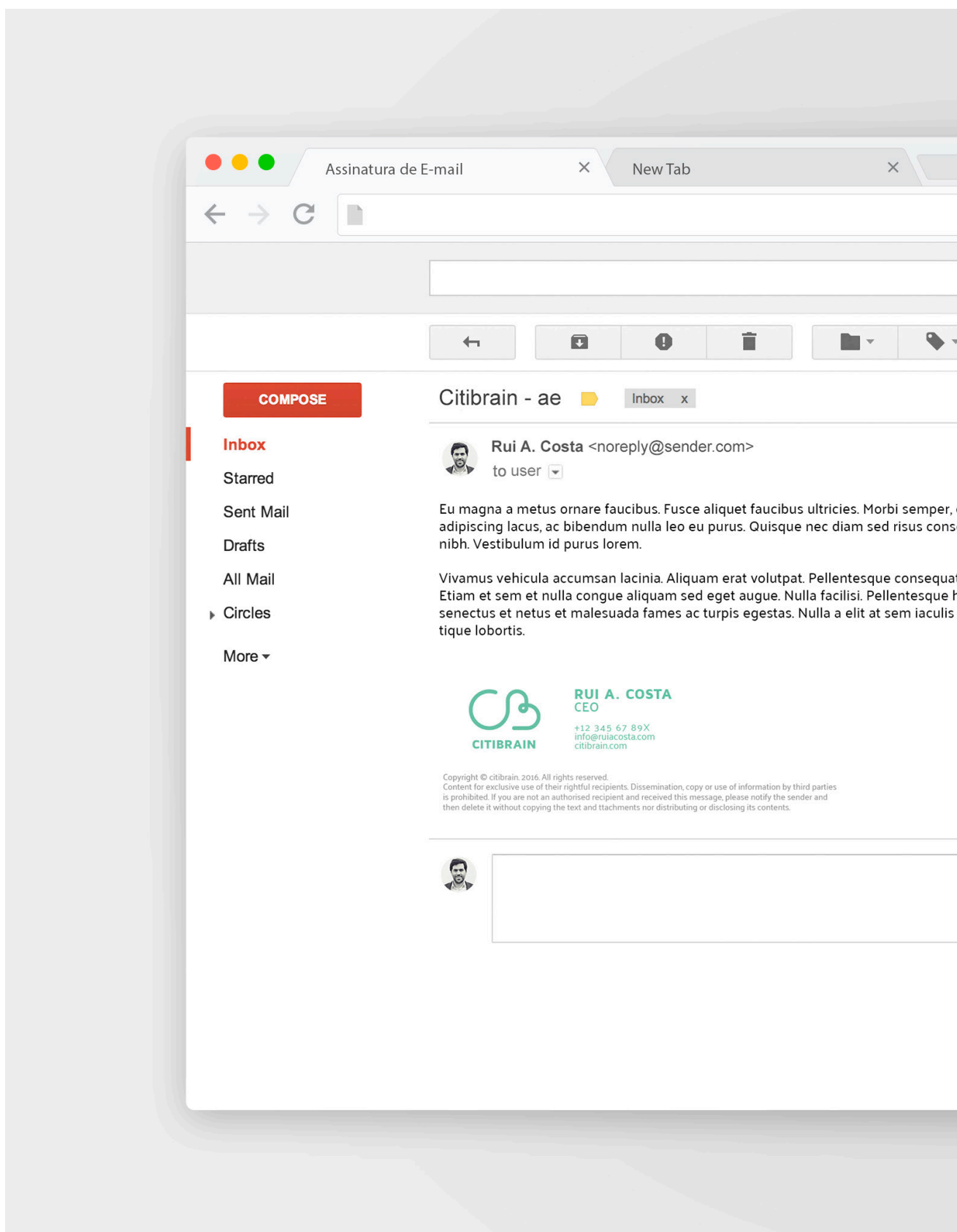
- Different access profiles;
- Integration with different hardware devices;
- Modular and flexible depending on the customers' needs;
- Resources management and configuration;
- Statistics and Reports;
- Alerts (SMS, e-mail).

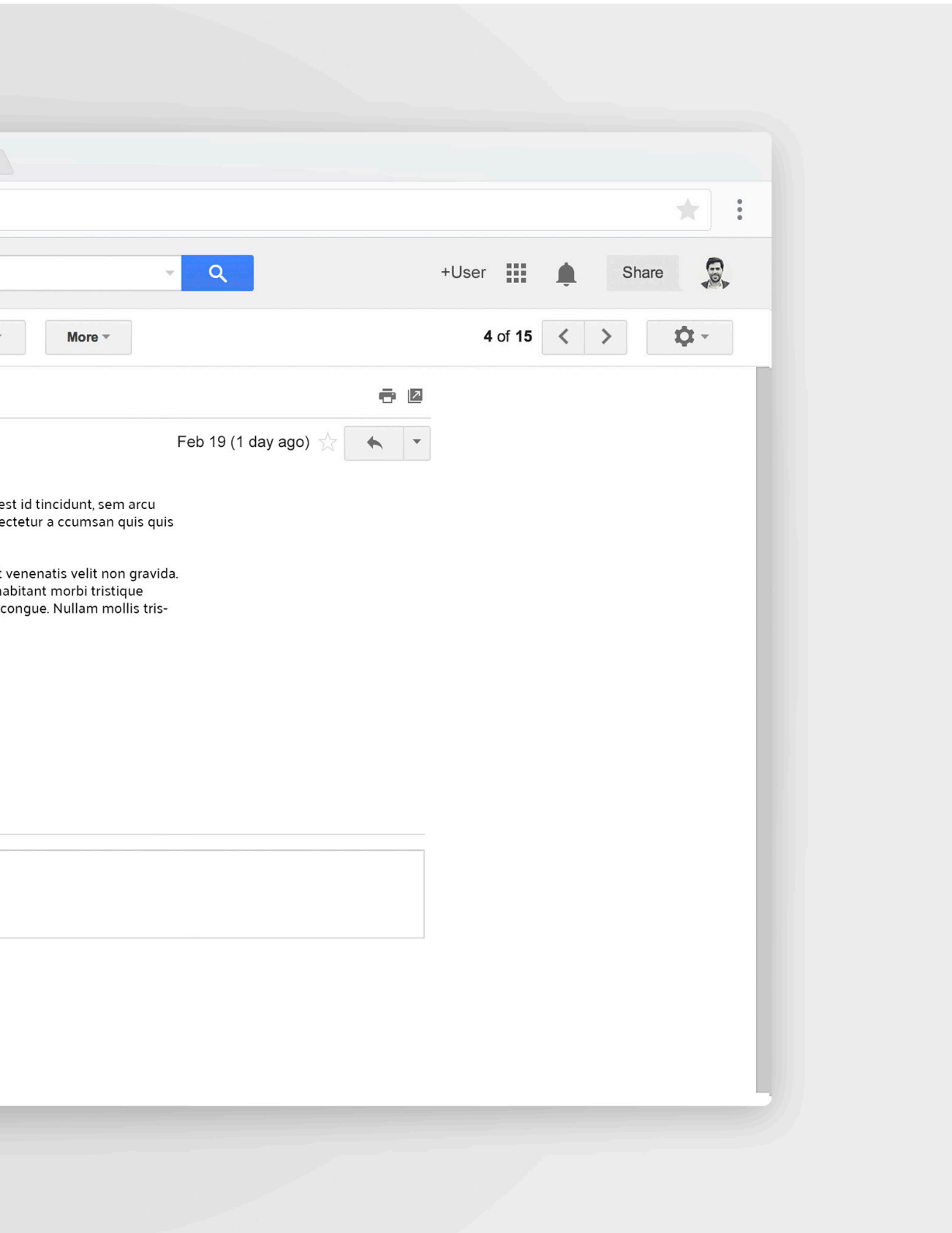
CHARACTERISTICS

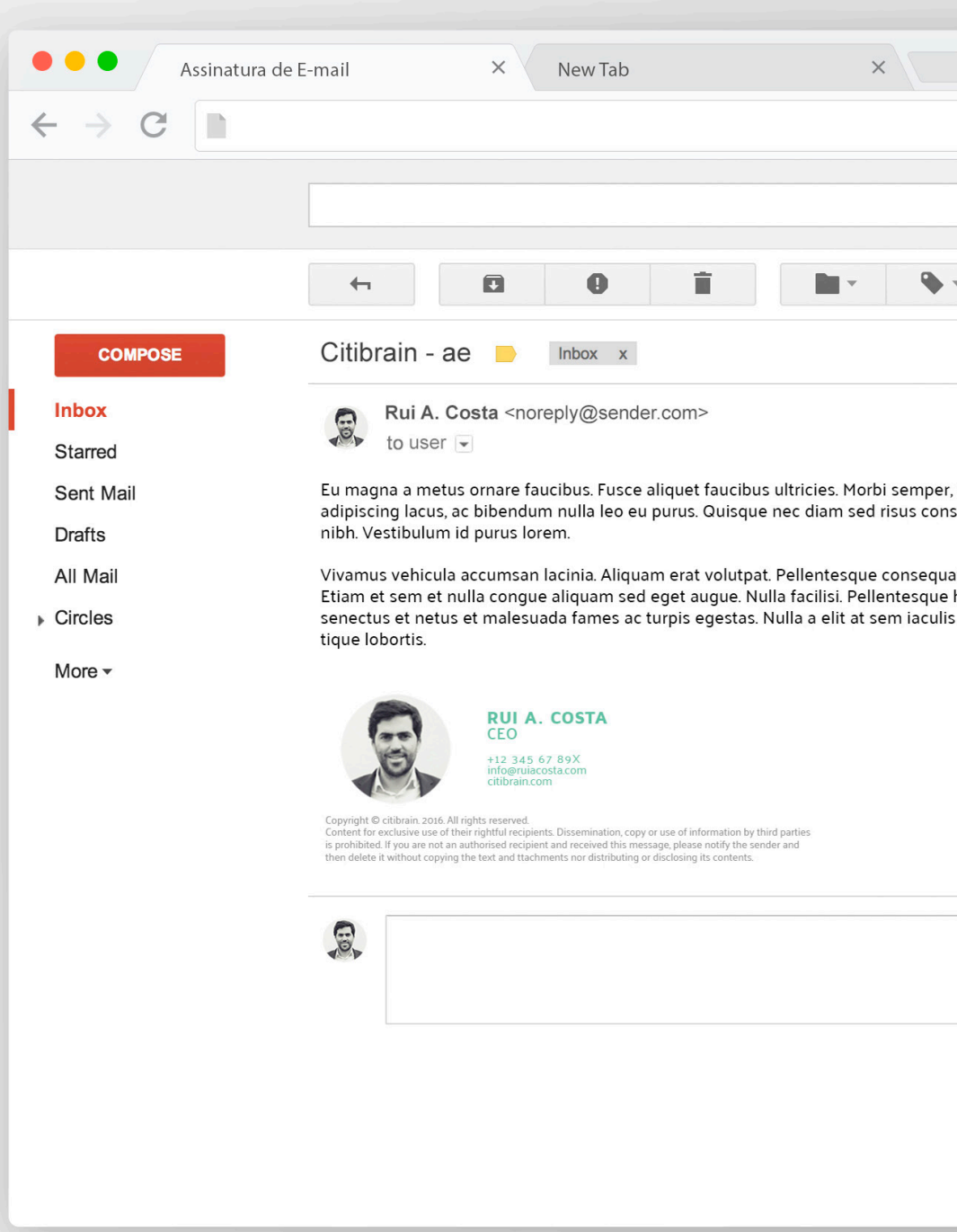
- RFID Card (Citibrain Smart Card) as central element of the application;
- Mechanisms
 - Kiosk
 - Money;
 - Debit and Credit Card;
- SaaS Platform
 - Debit and Credit Card;
 - Bank Transfer.

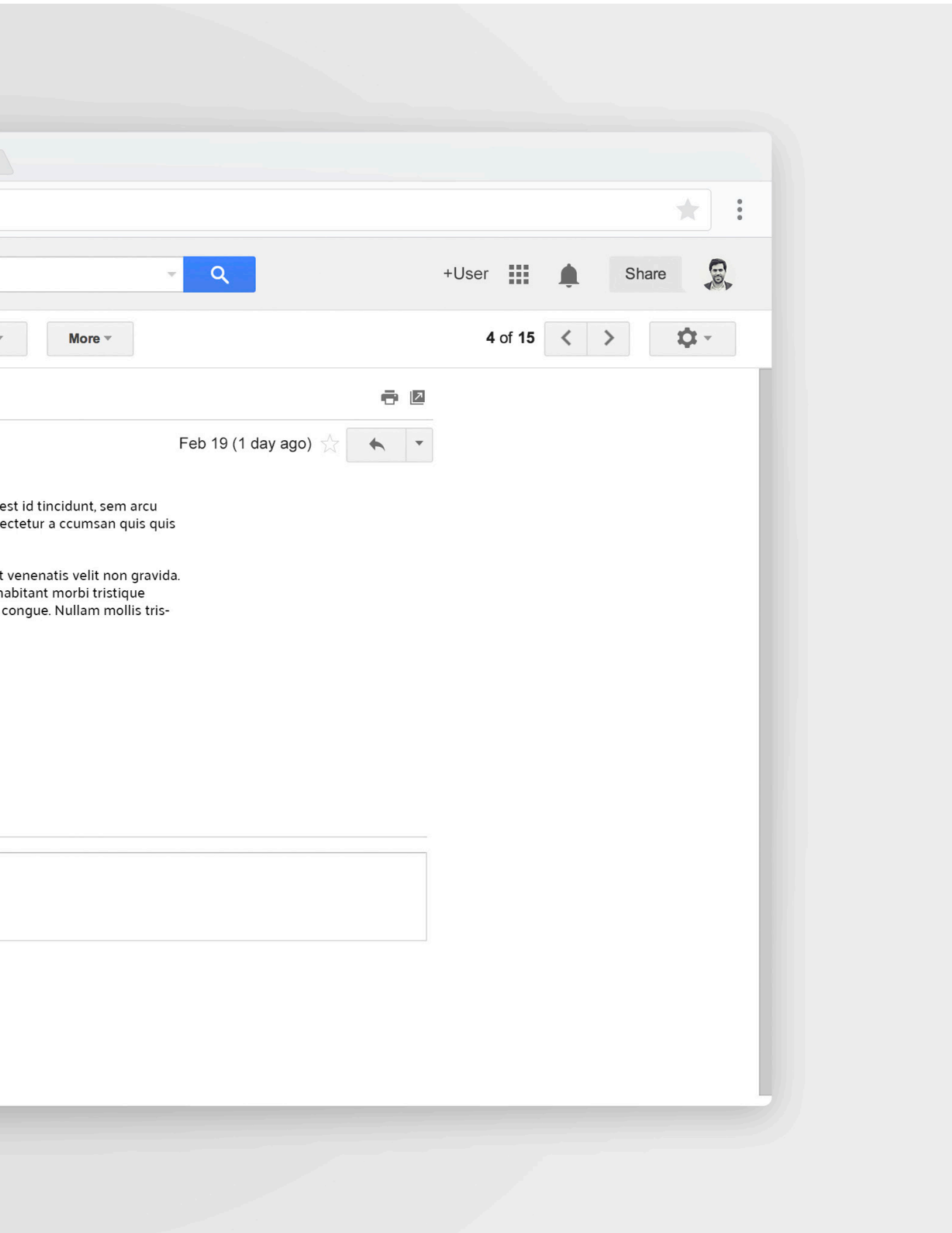
BENEFITS

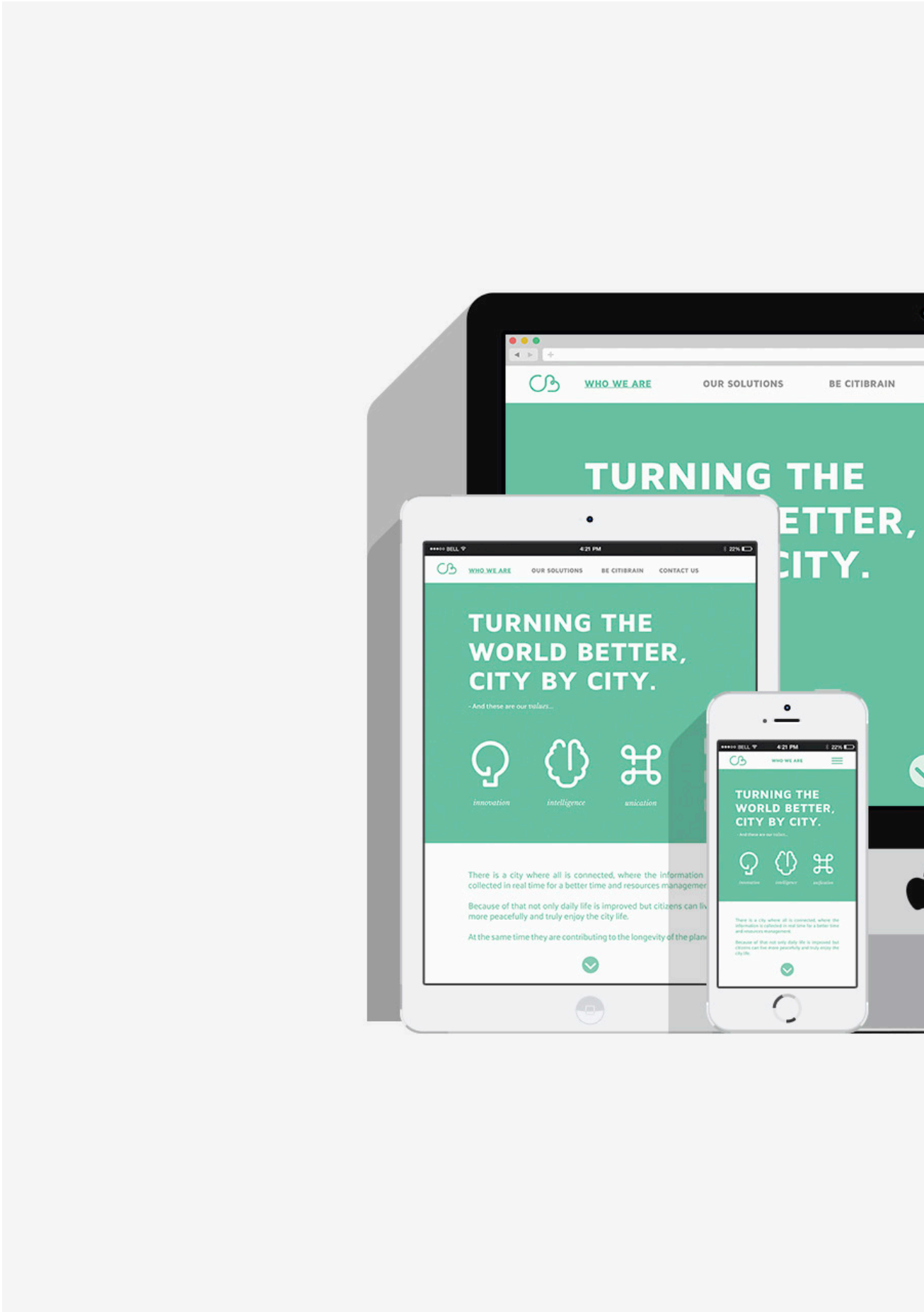
- Increased security
 - Identification and permission of entrances/exits (employees, students or visitors);
 - Elimination or reduction of cash circulation;
 - The person responsible for unexpected behaviour is notified via SMS;
- Integration with existing management systems in your organisation, business or school;
- Extensible and integratable in external systems (for example public transports that need identification and payment methods).



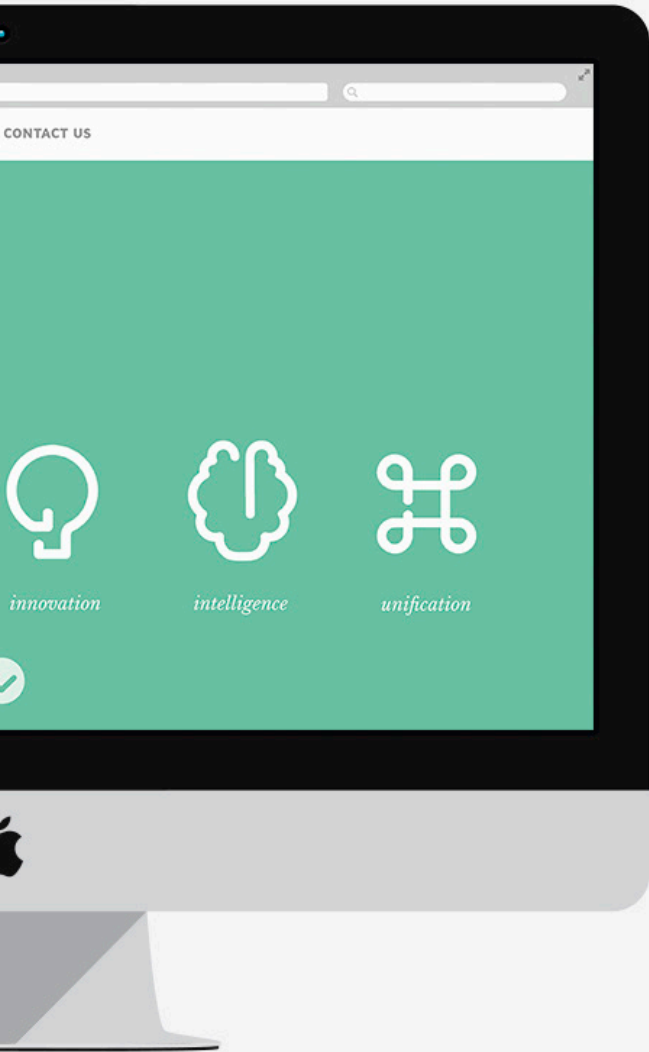


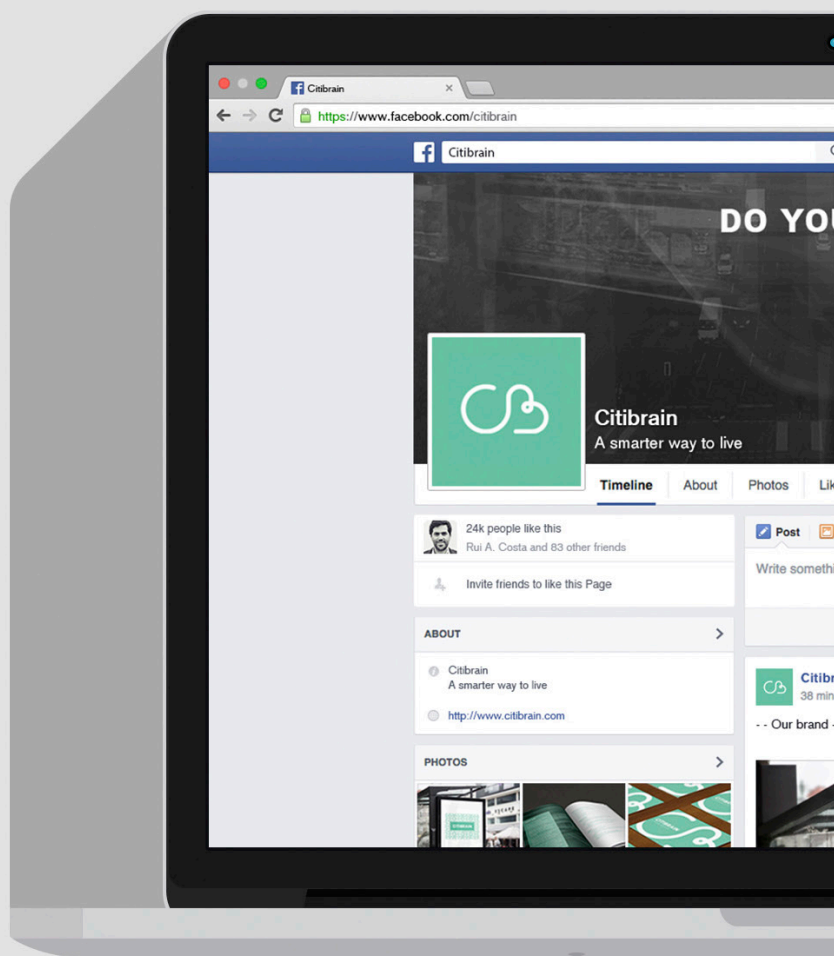




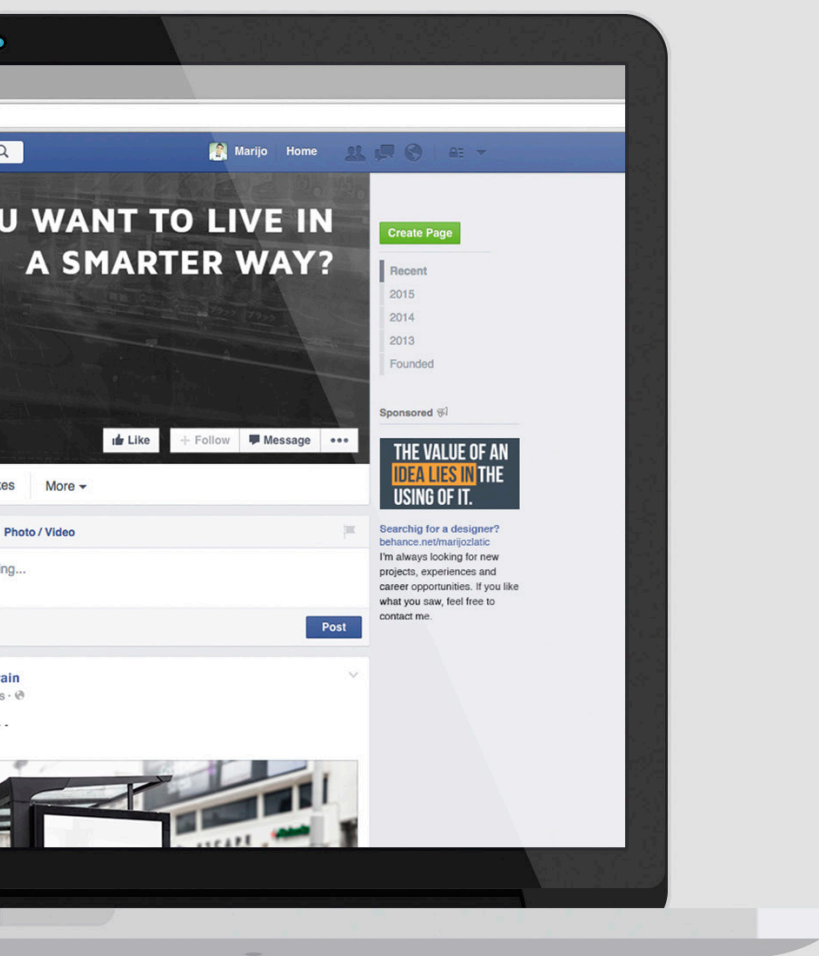


Website





Rede social - Facebook





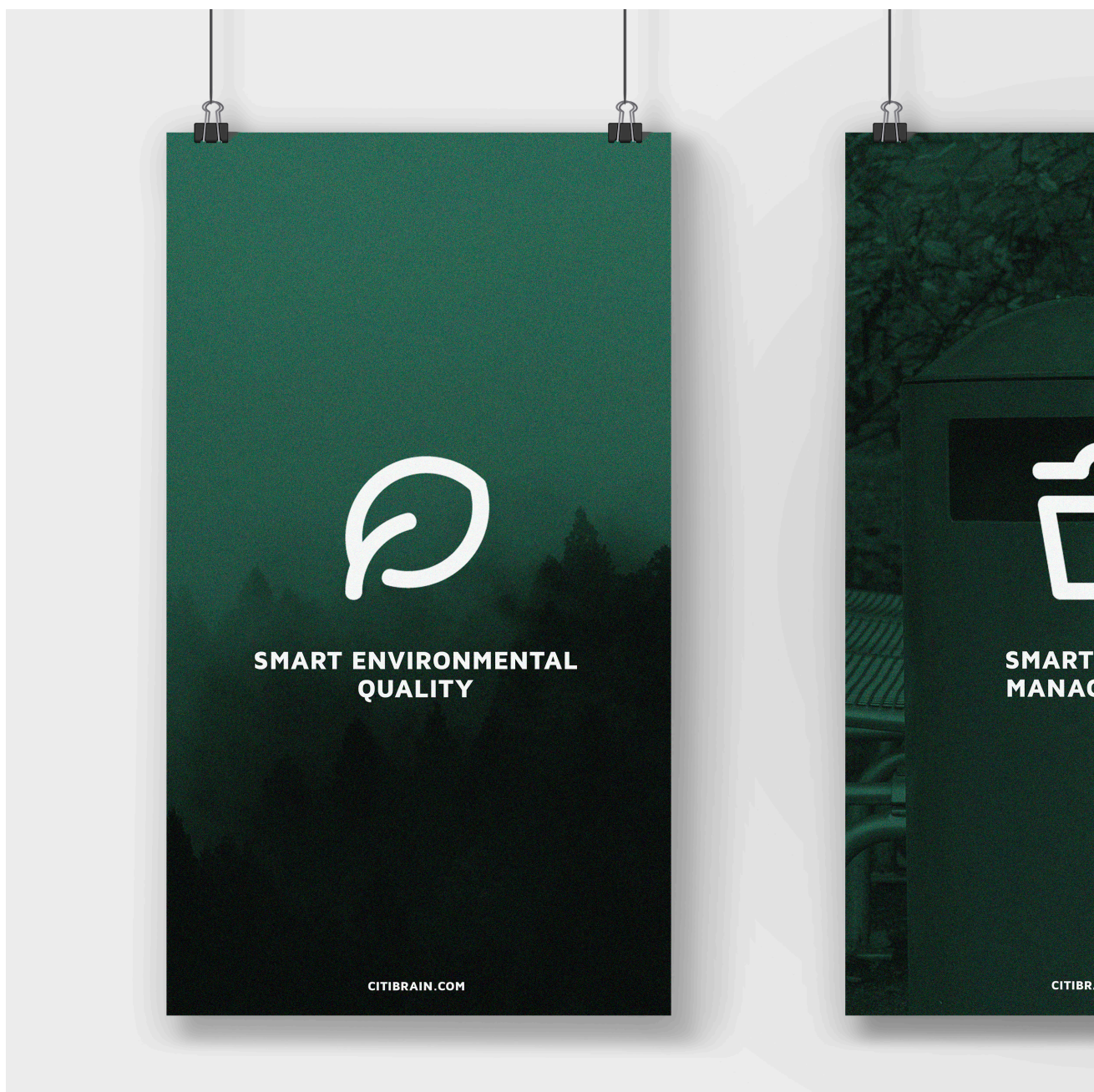
Cartaz publicitário - versão 1





Cartaz publicitário - versão 2



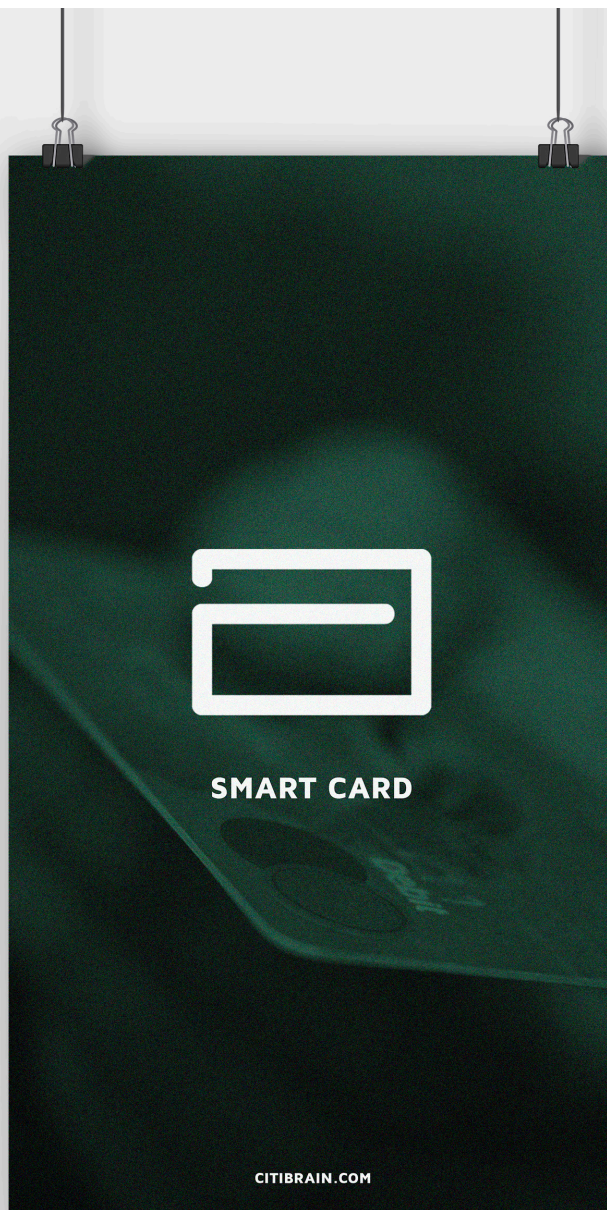


Cartazes para as submarcas - Smart Environment, Smart Waste e Smart Parking





Cartazes para as submarcas - Smart Traffic, Smart Vending e Smart Card





Credenciais - versão 1 e 2



**DO YOU
WANT
TO LIVE
IN A
SMARTER
WAY?**

CITIBRAIN.COM



**SM
PA**

**SMART WA
MANAGEM**



**SMAR
ENVIR
QUAL**

**SMART TRA
MANAGEM**



**SMAR
VEND**

SMART CARD

Roll ups



RAIN

ART
RKING

STE
ENT



T
RONMENTAL
ITY

AFFIC
MENT

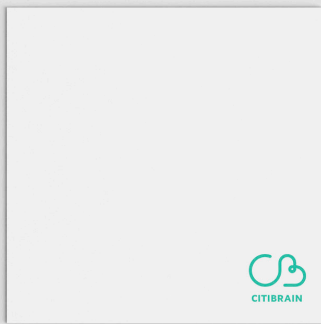


T
ING





CD e capa de CD - versão 1



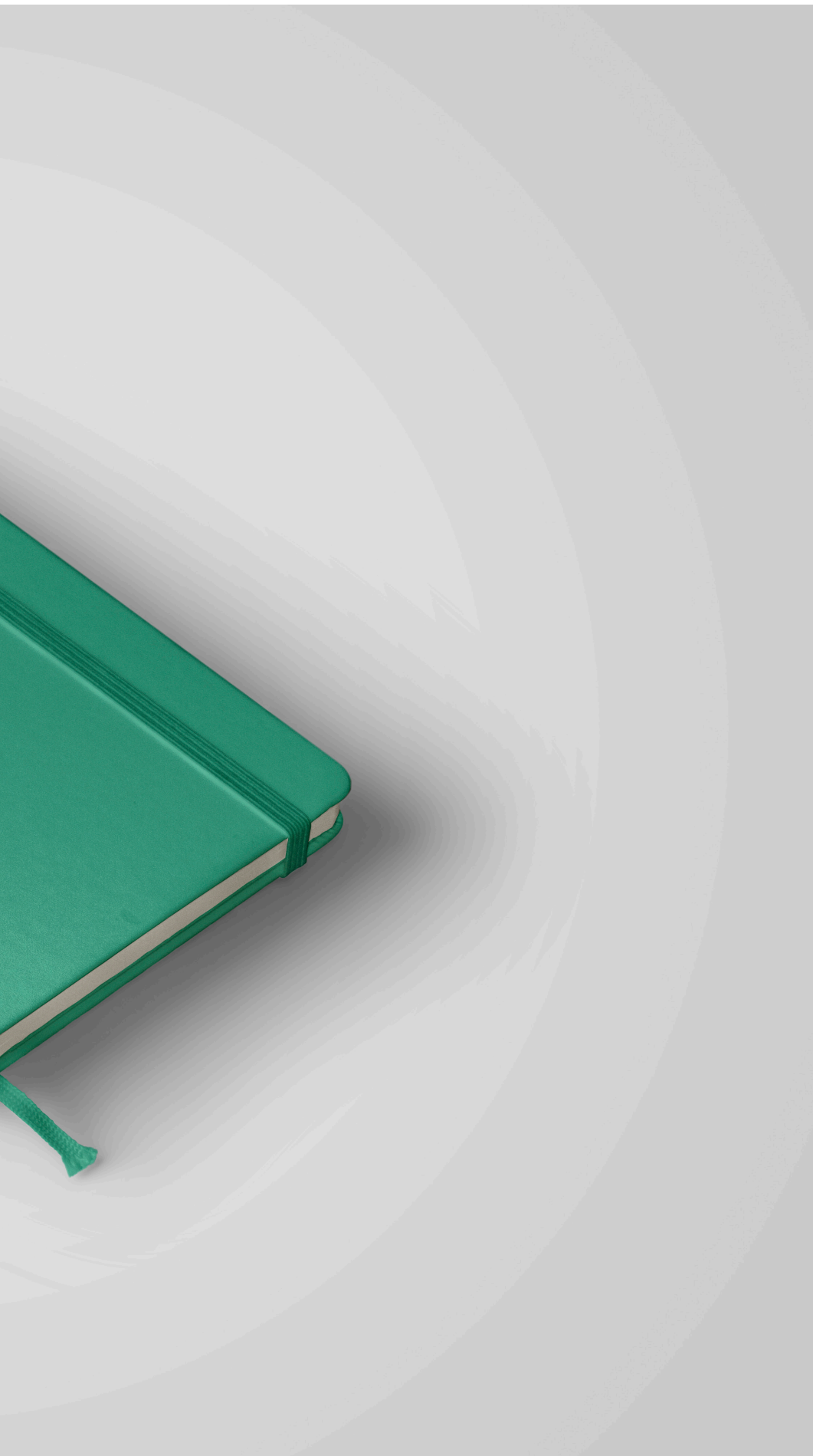


CD e capa de CD - versão 2





Caderno





Camisolas - versão 1 e 2



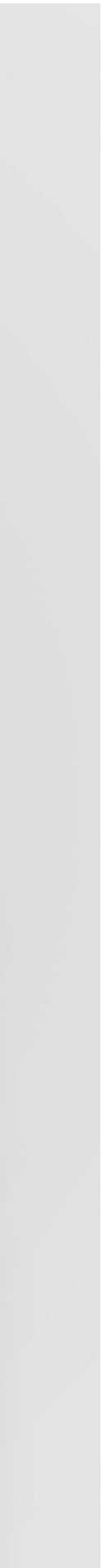


Pins





Saco



FICHA TÉCNICA

Mestrado em Design e Multimédia
Faculdade de Ciências e Tecnologia
Universidade de Coimbra

Dissertação de Mestrado 2016
Redesign da marca Citibrain
Sistema de Identidade Visual e sua aplicação
em diversos suportes estacionários e tecnológicos

Discente

Mariana Rojão

Orientação

Nuno Coelho
Tiago Cruz
Ricardo Vitorino

Júri

Eduardo Nunes
Pedro Martins



