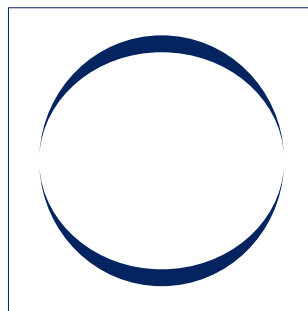
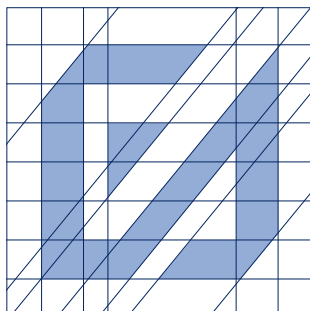


BANQUE PRIVÉE
ESPÍRITO SANTO



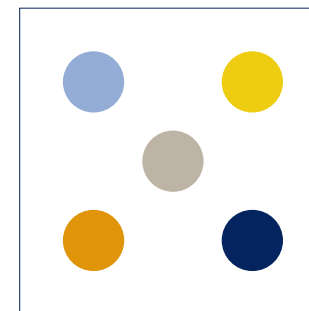
KNOW YOUR BANKER



CLASSIC
ROMAN

SACKERS
GOTHIC

UniversUniversUnivers



Notre nouvelle marque est l'héritage d'un passé dont nous avons lieu d'être fier. Elle exprime de plus notre volonté de relever les défis du futur. Plus qu'un simple exercice de style, ce changement est le résultat d'une réflexion stratégique et l'occasion de promouvoir une nouvelle dynamique de communication.

Les éléments typographiques et le logo ont été révisés et redessinés pour créer une identité visuelle cohérente et originale.

Le monogramme :

Comme un sceau, il est notre signature, notre engagement, une garantie de qualité. Héritières d'une tradition de banquiers qui remonte à 1869, les initiales « ES » ont évolué pour devenir les éléments centraux de l'identité du Groupe Espirito Santo.

Le monogramme, tel qu'il est utilisé actuellement par notre Banque, est une évolution du dessin initial réalisé en 1975. Dans sa nouvelle version, les axes de fuite de même que les proportions des lettres ont été retravaillées et affinées pour lui conférer un dynamisme accru.

Notre symbole :

Le design du symbole Espirito Santo est formé de deux éléments : le cercle et le carré.

Les arcs réunissent et englobent les éléments géométriques du logo qu'ils présentent sous la forme d'une estampe, renforçant ainsi le label de qualité de la marque.

Les deux arcs symétriques sont alignés avec précision, signifiant l'équilibre et reflétant l'alliance entre les cultures portugaise et suisse.

Les polices :

Trois modèles d'écriture ont été sélectionnés pour la nouvelle identité.

La police *Classic Roman* issue de l'alphabet romain, qui exigeait que la forme des lettres soit sculptée dans la pierre. Les notions de continuité, de confiance et de tradition qu'illustre cette police se trouvent renforcées par le recours aux majuscules.

La police *Sackers Gothic*, d'origine américaine, remonte au XIXe siècle, les lettres étaient alors gravées dans le métal. Fréquemment utilisée pour des papiers-valeurs, son emploi fait référence au savoir-faire bancaire et financier.

L'*Univers* est une police sans-serif, dans le style moderne « international » de conception helvétique, dessiné par Adrian Frutiger en 1957. Elle fut créée pour assurer une meilleure lisibilité à l'impression et redessinée en 1997.

Nos couleurs :

Les couleurs ont une valeur symbolique universelle. Elles évoquent l'émotion, indiquent une direction, informent d'un danger. Le bleu a toujours été notre couleur de référence ; c'est la plus profonde des couleurs, mais aussi la plus froide. Traditionnellement utilisée pour représenter le monde des affaires, elle évoque la stabilité et la confiance.

C'est pour réchauffer notre image que le jaune et l'orange ont été introduits. Complémentaires du bleu, ces couleurs sont synonymes d'efficacité et de dynamisme.

Les Azulejos

La céramique émaillée arrive en Occident dans la seconde moitié du XIIe siècle. Le terme Azulejo apparaît, quant à lui, au XIIIe siècle pour désigner les céramiques décoratives au Portugal. C'est devenu un art décoratif, symbole par excellence de ce pays, qui se retrouve partout où l'influence lusitanienne s'est fait sentir : de Rio de Janeiro à Macao, en passant par Luanda. Symbole de beauté et de pérennité, il appartient au patrimoine transmis aux générations futures.

Plusieurs motifs géométriques ont été dessinés sur la base de notre symbole pour composer des motifs dans l'esprit des Azulejos. Fil conducteur de notre communication, la trame graphique ainsi créée, est employée pour susciter une impression de profondeur sur un fond ou une photographie.