



PIA

Персональний
Інтроспективний
Асистент

Брендбук

2020

ЗМІСТ



ФІЛОСОФІЯ	2
МЕТА	3
ПЕРСОНАЛІЗАЦІЯ	4
ЛОГО – опис логотипу	5
ВАРІАЦІЇ ЛОГО – основні варіанти логотипу	6
РЕКОМЕНДАЦІЇ ЛОГО – допустиме та недопустиме використання	7
ШРИФТИ	8
КОЛЬОРИ	9
РЕФЕРЕНСИ – приклади публікацій у фірмовому стилі	10
МОКАПИ – приклади брендкованої продукції	11

ФІЛОСОФІЯ



PIA – це інноваційний мобільний додаток для моніторингу та покращення ментального здоров'я людини.



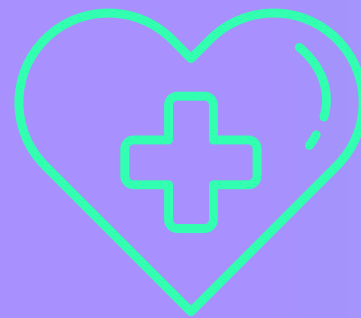
PRAEMONITUS, PRAEMUNITUS

Філософія бренду заснована на підході "хто попереджений, той озброєний". Таким чином, нашою метою є проінформувати користувачів про існування різних психічних феноменів та зацікавити у ментальній профілактиці.

МЕТА

Оздоровити суспільство!

В здоровому не лише фізично, але й ментально соціумі усі соціальні процеси виходять на новий рівень. Налогодження взаємозв'язків між людьми починається зсередини.



ПІА зацікавлена у добробуті кожної людини на планеті.

ПЕРСОНАЛІЗАЦІЯ

Усі люди різні.

Створити універсальну формулу, яка діятиме, неможливо, тому ПІА сама підлаштовується під бажання та вимоги користувачів. Мова йде про персоналізацію контенту, інтерфейсу та формату спілкування.



ЛОГО

PIA / PIA

Офіційна назва бренду
представлена українською та
англійською мовами.

Для відображення назви на логотипі було обрано латиницю задля міжнародного масштабування та дотримання візуальної гармонії.



Долоні символізують надійність,
підтримку, довіру.



ВАРІАЦІЇ ЛОГО



Простий логотип білого кольору використовується найчастіше.

Основний логотип з фоном.



РЕКОМЕНДАЦІЇ ЛОГО



15 mm / 120 px

Мінімальний розмір
основного логотипу та
його варіацій.



Забороняється розтягувати, повертати
логотип та застосовувати ефекти, які
деформують візуальне сприйняття.



Використання чорного логотипу, тексту
чи фону є допустимим лише для
збереження контрасту.



ШРИФТИ

У мобільному додатку, брендбуці, лендингу та на сайті використовуються мінімалістичні шрифти без засічок.

Фірмовий шрифт №1 – Gardens CM.

Використовується всередині мобільного додатку.

Gardens CM

Фірмовий шрифт №2 – Garet.

Більш універсальний у застосуванні. Допустимі варіації Garet ExtraBold для заголовків та виділення тексту та Garet Book для другорядної інформації.

Garet

Garet ExtraBold

Garet Book

У публікаціях, презентаціях та рекламі допустиме використання шрифтів з засічками у тексті та декоративних шрифтів у заголовках для створення художнього ефекту.

КОЛЬОРИ

Основною візуальною темою бренду ПІА є градієнт.

Кольорова тема "ментальний релакс"



#72FBFF

#8E6CFF

#FFA4D8

Кольорова тема "ментальне пробудження"



#E1FF68

#6EFF7D

#32FFAF

Міксування кольорових тем допускається за наявності загальної візуальної гармонії.

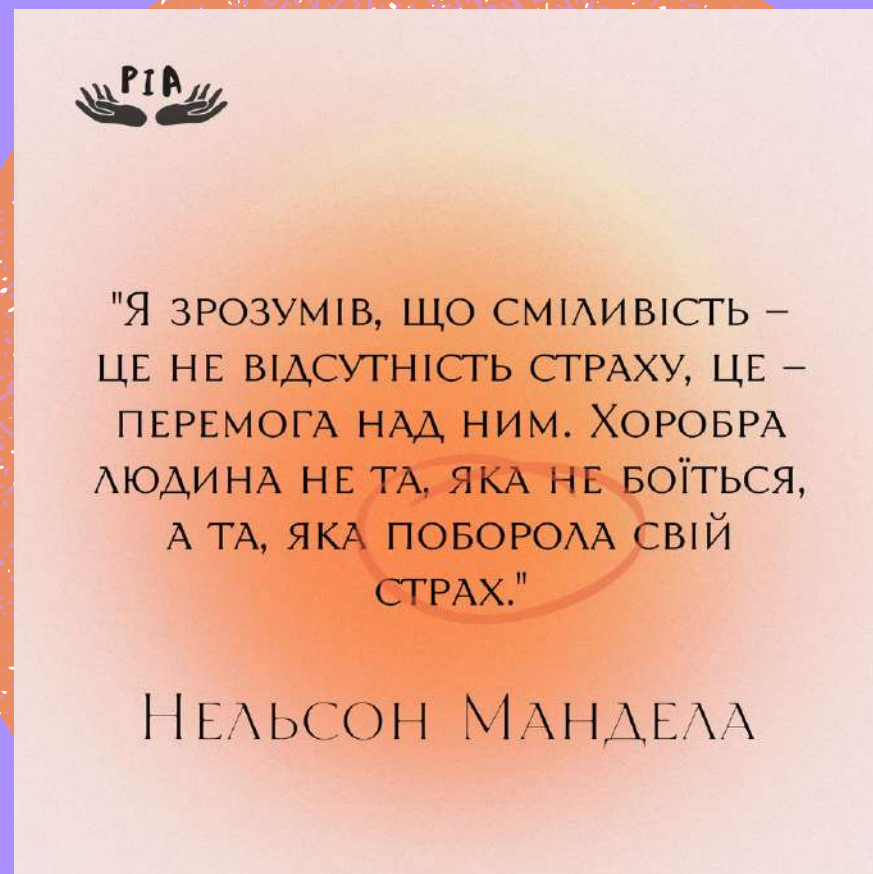
Для тексту, лого та іконок використовується білий.

#FAFAFA

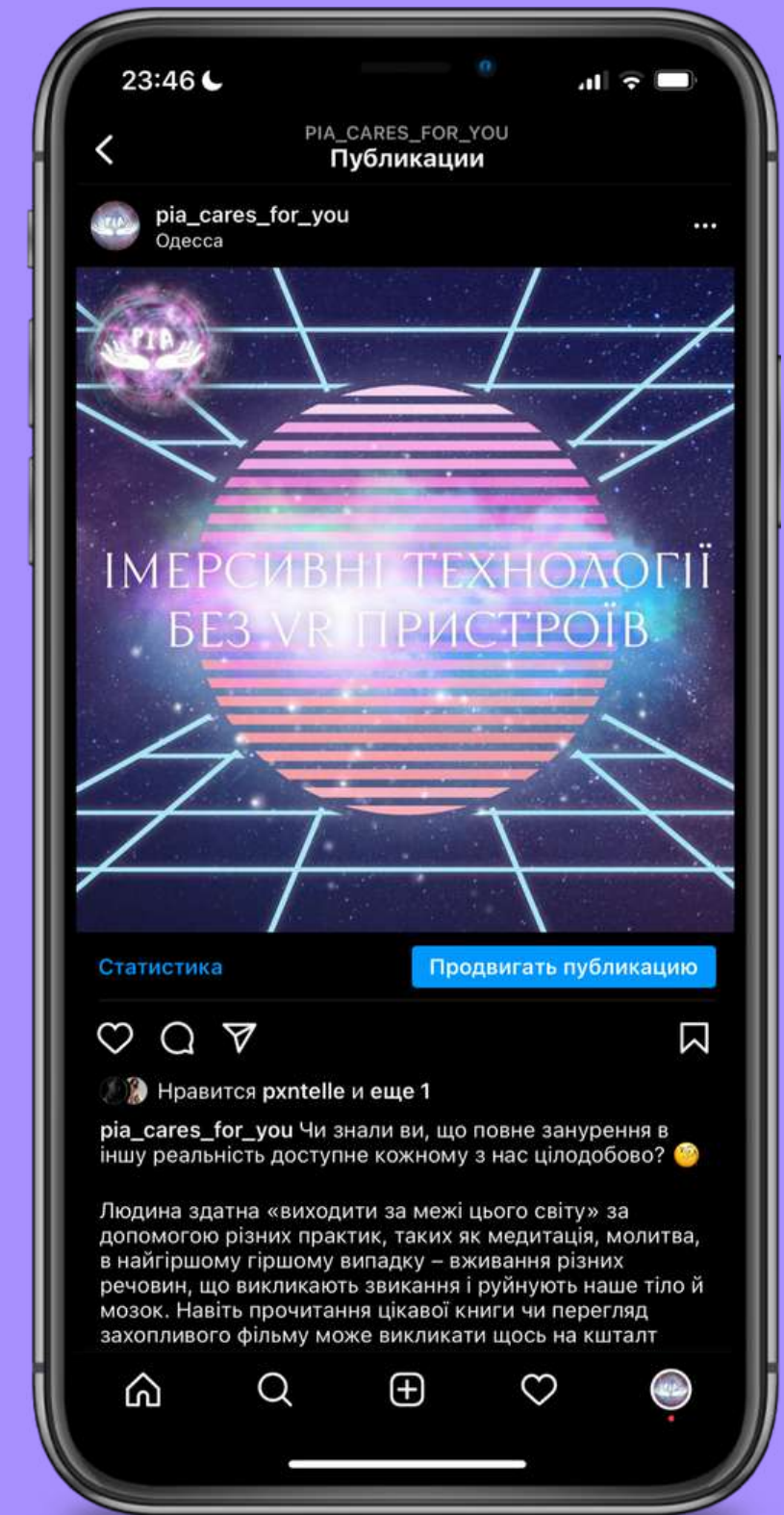
РЕФЕРЕНСИ

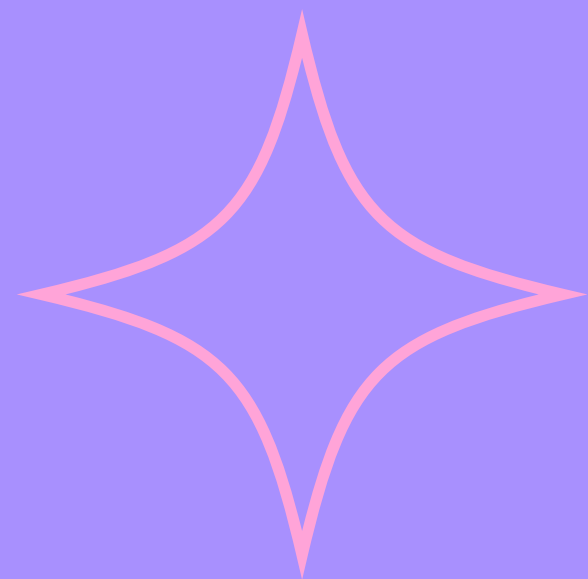
Візуальні композиції у фірмовому стилі

Публікація в Instagram



Оформлення цитати





МОКАПИ

Приклади використання фірмової символіки

