



ГЛИИЛ

Фирменный стиль

Оглавление

Сердце бренда	02
Стратегия бренда	04
Послание бренда	06
Личность бренда	08
Голос бренда	10
Брендбук	12
Суббренды	17
Изображения	19
Деловая документация	21

Сердце бренда

Сердце бренда состоит из четырех элементов, которые помогут вам узнать, кто мы, чем мы занимаемся и почему это важно

Цель

Почему мы существуем?

Мы существуем для того, чтобы дать ответы на глобальные вопросы XXI века и создать то будущее, в котором человечество вновь обретет смысл своего бытия в истории.

Мы хотим освободить человека из-под власти потребительской системы ценностей, чтобы он реализовал свое подлинное предназначение.

Видение

Какое будущее мы хотим создать?

Gaia Foundation – международная организация, которая взяла на себя роль навигатора будущего. Разработанные ей инновационные инструменты дадут человечеству возможность создать новое виртуальное Правительство (Government), а значит, новую политическую и интеллектуальную элиту, решения которой будут базироваться на трех основных ценностях: экологической осознанности, радикальной прозрачности и интерактивности.

Миссия

Что мы здесь делаем?

Как нам создать это будущее?

Международный Фонд Gaia был учрежден по инициативе философа, писателя и экономиста Хареса Юссефа с целью создания глобальных проектов, отвечающих на вызовы современного цифрового мира, направленных на защиту человека от непредсказуемого роботизированного будущего, а также ставящих перед собой задачи защиты окружающей среды и реформирования мировой финансовой системы.

Ценности

Как мы будем вести себя, поддерживая и преследуя наши миссии, видения и цели?




1. Экологическая осознанность.
2. Экономическая осознанность.
3. Высокий уровень культуры.
4. Новый тип социального поведения.

Стратегия бренда

Целостное, всеобъемлющее видение дальнейшего пути и долгосрочный план развития бренда

Стратегия

В ближайшие 5 лет мы

-  Выдвинем инициативу по присвоению нашей планете имени Гайя и признанию ее живым существом;
-  Выступим с предложением включить Право на чистый воздух во Всеобщую Декларацию прав человека (18-я цель к принятым ООН Целям устойчивого развития);
-  Создадим «новую экономику», основанную на принципе финансовой прозрачности, и тем самым заложим основы новой экономической парадигмы;
-  Положим начало исследованиям в междисциплинарной области – «психоэкономике»;
-  Создадим Gaiia Communication Platform - коммуникационную платформу, формирующую капитал из данных. GCP будет первой в мире социальной сетью, где любое действие, осуществляемое в условиях абсолютной прозрачности, станет экономической транзакцией;
-  Откроем Gaiia Think Fabric - аналитический центр, который будет включать в себя ведущих экономистов, мыслителей, ученых и др., чьей задачей станет решение глобальных проблем, стоящих перед человечеством;
-  Начнём междисциплинарные исследования в области детского образования и воспитания с целью создания «детского рая» (Пайдеум), где ребенку будут предоставлены возможности раскрыть свой внутренний потенциал.

Послание бренда

Раскрывает характер бренда, общее смысловое поле и описание уникальных отличительных свойств бренда

Слоган

Экологическая осознанность.

Радикальная Прозрачность.

Интерактивность.

Ценностное предложение

Каждый проект подразумевает создание абсолютно новой парадигмы: экономической, экологической, философской, культурной, образовательной. Мы убеждены в том, что невозможно решить глобальные проблемы, вставшие перед человечеством в 21 веке, если мы не совершим переход к новому типу мышления, сменив **эгоцентризм** на **экоцентризм**, рыночную экономику с ее теневой финансовой системой – на новую экономическую модель, основанную на радикальной прозрачности, а свои потребительские привычки – на интерактивность и новое социальное поведение.

Стратегические основы

Экологическая осознанность

Присваивая нашей планете имя Гайя, мы пробуждаем истинные отношения между детьми и Матерью, человечеством и планетой.

Признавая планету живым существом, мы переходим на новую ступень мышления и воспитываем в себе осознанность и ответственность перед ней.

Мы настаиваем на том, что право на чистый воздух должно быть внесено во Всеобщую Декларацию прав человека.

Радикальная прозрачность

Открытые для общего доступа архивы транзакций, счетов и вкладов, депозитов, резервов во всех государственных, национальных, коммерческих и частных банках мира.

Информация обо всех денежных и не денежных запасах и капиталах должна стать доступной любому человеку, где бы он ни находился.

Став прозрачными, наши данные перестают быть «товаром» и превращаются в открытый коллективный капитал.

Интерактивность

Эффективная коллаборация вокруг социально значимых проектов для реализации творческого потенциала - как отдельной личности, так и человечества в целом.

Личность бренда

Личность бренда отображает индивидуальность фирмы и целевую клиентскую базу. Ряд эмоциональных и ассоциативных особенностей, связанных с компанией

Имя	Ребекка	Майкл	Рой
Возраст	18	30	60
Должность	Студент	Журналист	Предприниматель
Каналы	TikTok, Facebook, ClubHouse, Vkontakte, Instagram	Facebook, YouTube, Twitter	Facebook, ClubHouse, Twitter, LinkedIn
Цели	Жить в обществе, которое предоставляет каждому человеку возможность раскрыть свой внутренний потенциал	Построить мир, где человек перестанет быть рабом своей зарплаты и обслуживающим механизмом теневой финансовой системы	Создать лучшее будущее для наших детей и внуков - прозрачный и справедливый мир, где человек станет не жертвой, а субъектом исторических процессов
Болевые точки	Что, если это новая версия коммунизма, которая вскоре посадит нас в "цифровой лагерь"?	Возможно, мы имеем дело с очередной утопией	Не удивлюсь, если окажется, что борцы с финансовой системой - это какой-нибудь Билл Гейтс или Джордж Сорос, придумавшие план нового мироустройства
Как наш продукт помогает решить их проблемы	Создание места для свободного прозрачного сообщества, которое не может принадлежать ни определенной стране, ни определенной политической идеологии	Благодаря открытому коллективному капиталу и новым технологиям мы сможем сформировать такое социальное поведение, которое изменит финансовую и экономическую модель общества в глобальном масштабе. Это позволит сгенерировать открытый коллективный капитал, способный служить всем, кто его формирует, а значит, даст каждому человеку возможность обрести инструмент освобождения от необходимости быть «рабом зарплаты»	Дать каждому человеку возможность принять личное участие в построении прозрачного и справедливого общества, в котором ни одна финансовая операция не может совершаться «в тени». Информация обо всех денежных и не денежных запасах и капиталах должна стать доступной любому человеку, где бы он ни находился

Голос бренда

С помощью голоса мы передаём свою индивидуальность.
Это наш характер, душа и стиль общения

Голос бренда

Что мы хотим, чтобы люди чувствовали, когда взаимодействуют с нашим брендом?

Должны ощущать свою причастность к созданию лучшего будущего.

Какие прилагательные мы используем для описания нашего бренда?

Сознательный, значимый, новаторский, ответственный, надежный, мирный

Как звучит наше преимущество?

При помощи прорывных технологий мы модернизируем человеческие отношения, создав новую модель социального поведения.

Если бы наш бренд был знаменитостью, то кем именно?

Никола Тесла.

Как мы хотим говорить о себе?

При помощи цифровых инструментов мы достигнем экономической и экологической осознанности и сделаем их частью культуры будущих поколений.

Кем мы НЕ хотим быть / чего хотим избегать?

Мы не хотим быть теми, чьи ошибки мы вынуждены сегодня исправлять.

Фирменный стиль

Чтобы отразить миссию и суть бренда, мы разработали визуальный язык, включая логотип, цвета, шрифт, фотографии, который будет использоваться во всем творческом контенте

Логотип

Логотип - это опознавательный знак или символ, рисунок или изображение, представляющее компанию.



Цвета логотипа

Часто для печати, доступны чернила только одного цвета.

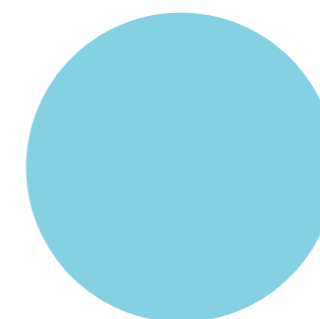
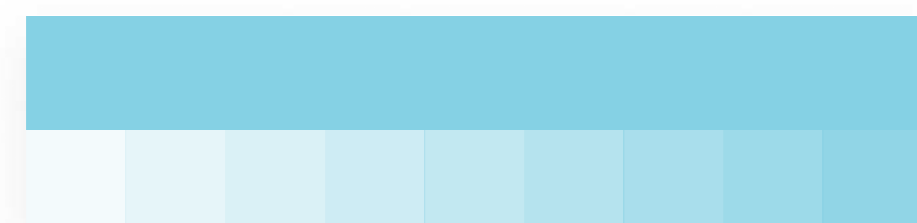
В этом сценарии логотип должен использоваться в соответствии с соглашением об использовании светлого логотипа на темном фоне или темного логотипа на светлом фоне.



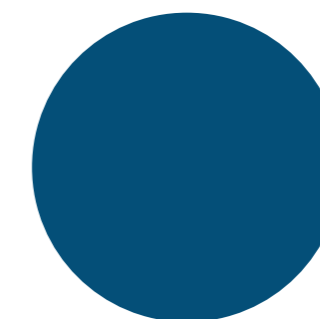
Основные цвета

Основная цветовая палитра универсальна. Небольшое разнообразие цветов позволяет не разбавлять визуальную идентификацию бренда.

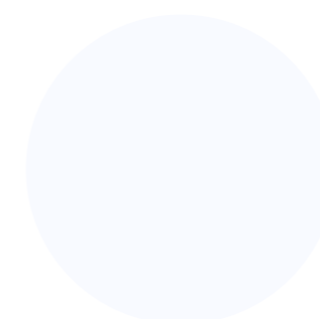
Основные оттенки



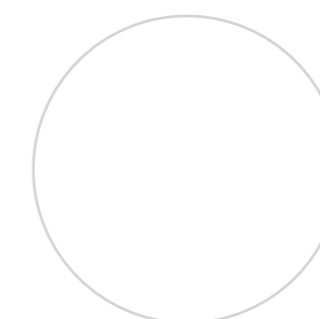
C: 42% R: 133
M: 8% G: 209
Y: 0% B: 228
K: 11% #85D1E4



C: 97% R: 4
M: 34% G: 117
Y: 0% B: 170
K: 53% #044F78



C: 3% R: 248
M: 2% G: 250
Y: 0% B: 255
K: 0% #F8FAFF



C: 0% R: 255
M: 0% G: 255
Y: 0% B: 255
K: 0% #FFFFFF

Шрифты

В качестве веб-шрифта следует использовать Roboto. Все графические дизайнерские работы должны быть выполнены с использованием этих шрифтов.

Это обычное семейство, которое можно использовать вместе с семейством Roboto Condensed и семейством Roboto Slab.

Roboto

Aa

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

'?'“!”(%)[#]{}@}/&\<-+÷×=>®©\$€

£¥¢:;,.*

Aa

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

'?'“!”(%)[#]{}@}/&\<-+÷×=>®©\$€£

¥¢:;,.*

Суббренды

Суббренд - это бренд внутри нашего бренда. В линейке суббрендов Gaia используется цветовая маркировка.

Суббренды

GAIIA) movements

GAIIA) initiative

GAIIA) education

GAIIA) movie

Изображения

Изображения, используемые в коммуникации, отражают ценности бренда. Графический элемент предполагает использование различных визуальных метафор

Изображения



Деловая документация

Всеобъемлющая визуальная идентификация с примерами и вариантами использования.

Документация

