

# Brand Guide





# Table

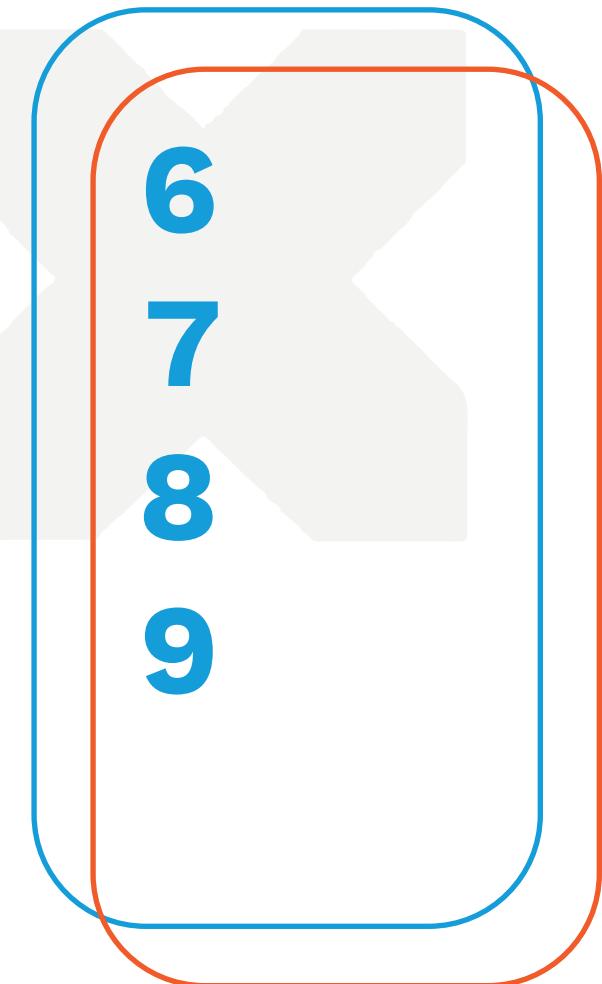
- 1**
- 2**
- 3**
- 4**
- 5**

# of Content

Missie & Visie  
Tone of Voice  
Font Work Sans  
Primaire kleuren  
Secundaire kleuren



Logo Toepassingen  
Brand Elements  
Fotografie & Video  
Print Richtlijnen





# Missie & Visie

## — Missie —

- Binnen vijf jaar marktleider worden in interactieve spellen.
- Kinderen en werknemers er toe aan zetten meer te bewegen en plezier te hebben.

## — Visie —

Mensen in beweging brengen, om een positieve bijdrage te leveren aan hun welzijn.

Dit doen we door technologie in te zetten die de doelgroep aanzet om met elkaar te spelen en meer te bewegen. Daarnaast bedenken we nieuwe actieve spellen die de traditionele ‘buiten’ spelletjes verrijken.

## — Kernwaarden —

Buiten spelen | Interactiviteit | Sociaal | Saamhorigheid | Groei | Innovatie



# Tone of Voice

## — Samenvatting —

De drie woorden **slim**, **speelsheid** en **plezier** omvatten de Tone Of Voice die Picoo uitdient te dragen.

Een korte omschrijving van het bedrijf: “Picoo is an **energetic** company with an **informal** mindset keen on bringing **innovative** outdoors **fun** to its customers.”

Picoo kan zich laten inspireren door bedrijven als IKEA. Hierbij mag natuurlijk niet gekopieerd worden.



## Do's

**Veelzijdig en stevig**

De picoo geeft licht, maakt geluid en trilt. We hebben hem speciaal ontworpen voor actief gamen waardoor hij wel tegen een stootje kan.



## Don'ts

**Innovatief**

Picoo biedt een revolutionaire nieuwe ervaring. Het laat kinderen actief en sociaal gamen met de digitale technologie van hedendaagse computer games.





# Font Work Sans

## — Het font —

Work Sans is een font gebaseerd op de font talen van Grotesques, zoals die van Stephenson Blake, Miller & Richard en Bauerschen Giesserei.

De regular weight en andere fonts in de familie zijn geoptimaliseerd voor on-screen tekst op een medium grootte van 14-48px. Dit font kan ook gebruikt worden voor print design.

De zwaardere stijlen van dit font zijn ontworpen voor web display en print design. De features zijn versimpeld en geoptimaliseerd voor verschillende resoluties, zoals diacritic marks die langer zijn dan in print design.



## — Primair font —

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z  
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z  
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 ! @ # \$ % ^ & \* ( )

Light

## — Secundair font —

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z  
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z  
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 ! @ # \$ % ^ & \* ( )

Bold



Tekst

Light - 18px

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**

Kopjes

Bold - 30px

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**

Titel

Bold - 70px

Var



## — Richtlijnen —

Het bold lettertype mag alleen worden gebruikt voor titels, kopjes, call to actions en het naar voren halen van belangrijke woorden. Op deze manier krijgt de gebruiker meteen te zien waar de belangrijke tekst zich bevindt en wat er onder elk kopje en/of pagina te vinden is zonder al te veel te lezen.

Lange teksten die de gebruiker meer informeren over bepaalde topics mogen niet in bold worden weergegeven, omdat dit te agressief over zal komen. Hiervoor zal er gebruik gemaakt moeten worden van het primaire font Work Sans Light. Bekijk de Do's en Don'ts van dit font om hier een beter beeld van te krijgen.



## Do's





## Don'ts

**Spyhunt**

Zorg dat de spion in je team zit voordat de tijd om is!  
Maar waar is 'ie eigenlijk?

Bekijk handleiding

**Spyhunt**

Zorg dat de spion in je team zit voordat de tijd om is!  
Maar waar is 'ie eigenlijk?

Bekijk handleiding

Zorg dat de spion in je team zit voordat de tijd om is!  
Maar waar is 'ie eigenlijk?

**Spyhunt**

**Bekijk handleiding**

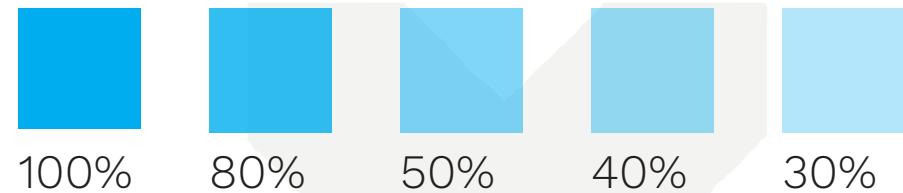
Het formaat en de opmaak zoals hierboven getoond is niet toegestaan!



# Primaire kleuren

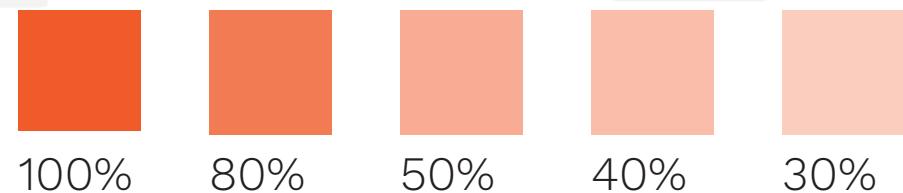
De keuze voor het primaire kleurenpalet is gemaakt, omdat deze kleuren tegenover elkaar staan in de kleurencirkel. Ze geven elkaar hierdoor een versterkend effect.

Hex: 00AEEF  
RGB: R000 G174 B239  
CMYK: C100 M000 Y000 K000



Lichtblauw is als 1e primaire kleur gekozen, om een professionele uitstraling te laten zien. Dit is namelijk een kleur die rust en vertrouwen uitstraalt.

Hex: F15A29  
RGB: R241 G090 B041  
CMYK: C000 M080 Y095 K000



Oranje is als 2e primaire kleur gekozen, omdat het staat voor vitaliteit en speelsheid. Dit reflecteert het doel van Picoo om mensen in beweging te brengen en een positieve bijdrage te leveren aan hun welzijn.





## — Richtlijnen primair —

### **Primair blauw**

De primaire kleur blauw zal gebruikt worden wanneer er een professionele uitstraling nodig is. Gebruik dit vooral wanneer het over een pagina gaat die bedrijven/ professionals veel zullen bezoeken.

### **Primair oranje**

Oranje zal worden toegepast wanneer er duidelijk gemaakt moet worden wanneer het onderwerp vitaal is. Omdat oranje gezien wordt als leuk en dynamisch is dit ook de voorkeur kleur wanneer de jongere doelgroep aangesproken moet worden.

Op de pagina educatie raden wij aan om de 2e primaire kleur, oranje, meer te gebruiken. Omdat oranje dynamischer is zal dit beter ontvangen worden door de jongere doelgroep.

### **Kleuren van de knoppen**

Voor knoppen hanteer contrast bij het gebruik ervan. De primaire kleuren die momenteel gekozen zijn werken hier prima voor. Door juist deze 2 primaire kleuren te mixen krijg je het juiste effect dat ze elkaar versterken.

**Oranje:** zelfverzekerd, vriendelijk en vrolijk

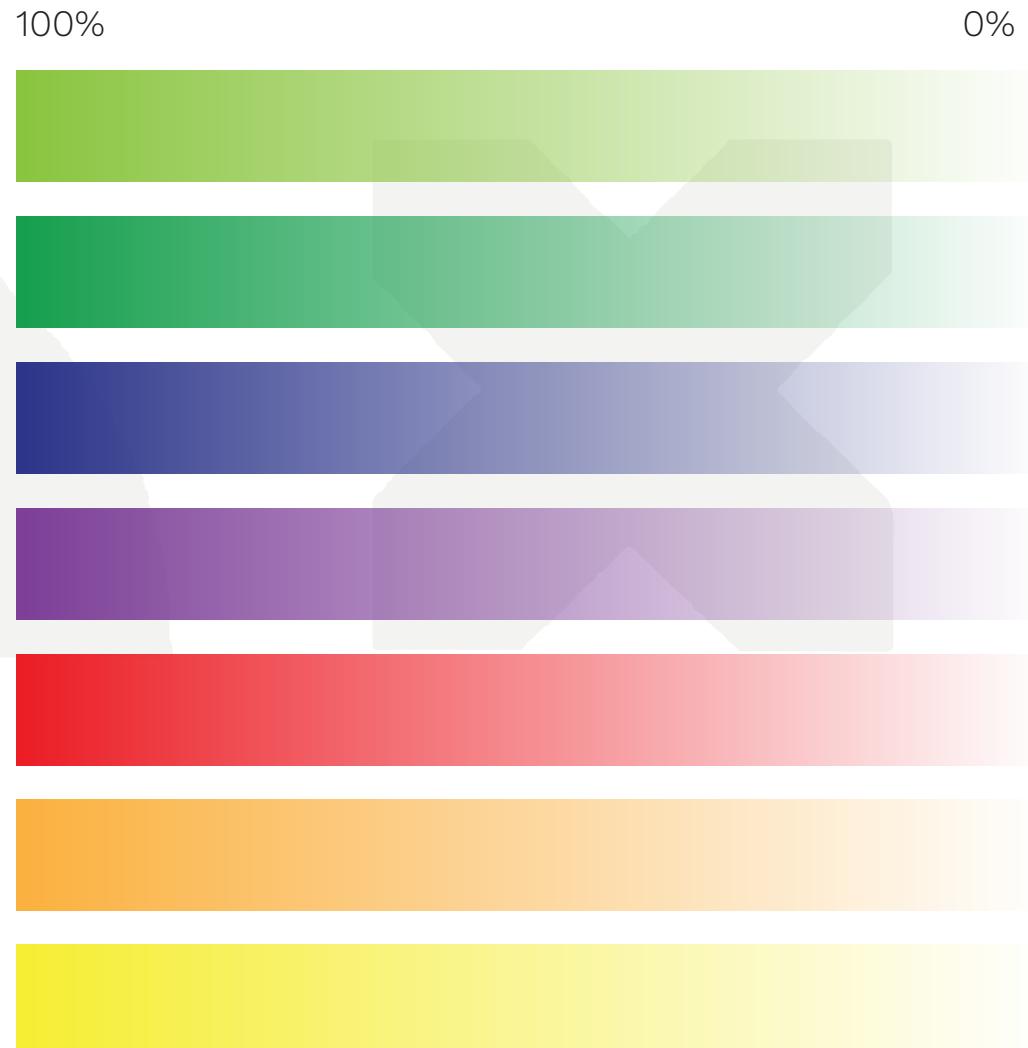
**Blauw:** vertrouwen, positief, loyaal en veilig



# Secundaire kleuren

Het secundaire kleurenpalet is ondersteunend voor het logo en kan gebruikt worden in middelen om extra dynamiek en speelsheid te geven aan de producten van Picoo.

Hex:	8DC63F
RGB:	141, 198 ,063
CMYK:	50, 0, 100, 0
Hex:	00A651
RGB:	000, 166, 081
CMYK:	50, 0, 100, 0
Hex:	2E3192
RGB:	046, 049, 146
CMYK:	100, 100, 0, 0
Hex:	7F3F98
RGB:	127, 063, 152
CMYK:	60, 90, 0, 0
Hex:	ED1C24
RGB:	237, 028, 036
CMYK:	0, 100, 100, 0
Hex:	FBB040
RGB:	251, 176, 064
CMYK:	0, 35, 85, 0
Hex:	FFF200
RGB:	255, 242, 0
CMYK:	0, 0, 100, 0





## — Richtlijnen secundair —

### **Groen**

Groen betekent evenwichtig balans en energie. Gebruik niet teveel groen want dan neemt het effect af. Het zal dan jalousie en kritiek uitstralen. Gebruik groen als je een korte uitstraling van energie wilt laten zien maar hou het minimaal.

### **Paars**

Paars wordt gezien als kunstmatig, omdat het niet veel in de natuur voorkomt. Omdat het opgebouwd is uit blauw en rood is het een populaire kleur onder kinderen. Dit komt omdat het de warmte van rood heeft en het koude van blauw. Gebruik paars voor een wauw effect bij kinderen. Doordat het een felle in je gezicht kleur is, trekt het meer de aandacht van de jongere doelgroep.

### **Geel**

Geel is een warme kleur en staat voor vrolijkheid, levenslust en vrijheid. Omdat het een primaire kleur is wordt het vaak met kinderen geassocieerd. Gebruik nooit teveel geel. Teveel geel schrikt af en kan als agressief gezien worden. Gebruikt het dus minimaal om je uitstraling van vertrouwen en vriendelijkheid te behouden.



## — Do —

Gebruik de lichte kleur blauw voor een open en vriendelijke look.

Ook mag er gebruik gemaakt worden van de 2e primaire kleur oranje. Zolang deze maar gebruikt wordt in combinatie met blauw voor een complementaire combinatie. Mede omdat deze twee kleuren direct tegenover elkaar staan op de kleurencirkel.

## Boek een proefperiode

Met Picoo beleven kinderen eindeloos interactief speelplezier. Wil je Picoo in actie zien? Boek via dit formulier een gratis online demo of proefperiode van twee weken met introductieworkshop voor maar €350\*

[Boek nu](#)

## Het picoo-pakket

Bij aanschaf van een Picoo set krijg je:

- ✖ 12 devices
- ✖ 1 draagkoffer, die tevens dient als opladstation
- ✖ 5 Picoo spellen inclusief updates
- ✖ 8 helperkaartjes
- ✖ handleidingen
- ✖ Een jaar garantie (6 maanden op de accu)
- ✖ Introductieworkshop (t/wv €150)
- ✖ 1 jaar lang toegang tot onze nieuwste spelletjes

Prijs is op aanvraag beschikbaar.  
Liever eerst 2 weken op proef? Boek dan een proefperiode.

[Doe een prijsaanvraag](#)





**Samen spelen wordt  
nóg leuker met Picoo.**

Picoo is al beschikbaar voor scholen en bedrijven, maar we krijgen ook vaak de vraag van ouders of Picoo ook voor thuis beschikbaar is. We zijn dat op dit moment aan het onderzoeken. Wil jij op de hoogte gehouden worden? Laat jouw naam en emailadres achter en jij bent de eerste die het hoort wanneer we lanceren!

Email \*

Ja, hou mij op de hoogte. Ik ga akkoord met de [privacy voorwaarden](#).

**verstuur**

**Samen spelen wordt  
nóg leuker met Picoo.**

Picoo is al beschikbaar voor scholen en bedrijven, maar we krijgen ook vaak de vraag van ouders of Picoo ook voor thuis beschikbaar is. We zijn dat op dit moment aan het onderzoeken. Wil jij op de hoogte gehouden worden? Laat jouw naam en emailadres achter en jij bent de eerste die het hoort wanneer we lanceren!

Email \*

Ja, hou mij op de hoogte. Ik ga akkoord met de [privacy voorwaarden](#).

**verstuur**



### Spionnenjacht

Zorg dat de spion in je team zit voordat de tijd om is! Maar waar is 'ie eigenlijk?

**Bekijk handleiding**



### Bliksemsnel

Een bliksem springt van speler naar speler, zorg dat je weg bent voordat je geraakt wordt!

**Bekijk handleiding**



### Mollenmania

De mollen maken alles kapot. Vang ze voor anderen dat doen.

**Bekijk handleiding**



### Zombierun

Het zombie-virus zit in de lucht. Vlucht weg of word één van hen.

**Bekijk handleiding**



### Spionnenjacht

Zorg dat de spion in je team zit voordat de tijd om is! Maar waar is 'ie eigenlijk?

**Bekijk handleiding**



### Bliksemsnel

Een bliksem springt van speler naar speler, zorg dat je weg bent voordat je geraakt wordt!

**Bekijk handleiding**



### Mollenmania

De mollen maken alles kapot. Vang ze voor anderen dat doen.

**Bekijk handleiding**



### Zombierun

Het zombie-virus zit in de lucht. Vlucht weg of word één van hen.

**Bekijk handleiding**



## — Don'ts —

Vermijd op de website donkere kleuren. Picoo wil openheid en vitaliteit uitstralen om te laten zien dat het product bijdraagt aan het laten bewegen van een jongere generatie.

Vermijd verder teveel gebruik van de secundaire groen en geel, dat kan het tegenovergestelde effect hebben.

**Boek een proefperiode**

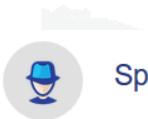
Met Picoo beleven kinderen eindeloos interactief speelplezier. Wil je Picoo in actie zien? Boek via dit formulier een gratis online demo of proefperiode van twee weken met introductieworkshop voor maar €350\*

[Boek nu](#)





Gebruik geen secundaire kleuren voor knoppen of andere elementen op de website.  
De secundaire kleuren zijn er om producten te versterken en niet om het focuspunt te worden.



### Spionnenjacht

Zorg dat de spion in je team zit voordat de tijd om is! Maar waar is 'ie eigenlijk?

[Bekijk handleiding](#)



### Bliksemsnel

Een bliksem springt van speler naar speler, zorg dat je weg bent voordat je geraakt wordt!

[Bekijk handleiding](#)



### Mollenmania

De mollen maken alles kapot. Vang ze voor anderen dat doen.

[Bekijk handleiding](#)



### Zombierun

Het zombie-virus zit in de lucht. Vlucht weg of word één van hen.

[Bekijk handleiding](#)



### Spionnenjacht

Zorg dat de spion in je team zit voordat de tijd om is! Maar waar is 'ie eigenlijk?

[Bekijk handleiding](#)



### Bliksemsnel

Een bliksem springt van speler naar speler, zorg dat je weg bent voordat je geraakt wordt!

[Bekijk handleiding](#)



### Mollenmania

De mollen maken alles kapot. Vang ze voor anderen dat doen.

[Bekijk handleiding](#)



### Zombierun

Het zombie-virus zit in de lucht. Vlucht weg of word één van hen.

[Bekijk handleiding](#)

# Logo Toepassingen



Het logo heeft 2 verschillende versies. Dit zijn een logo en een beeldmerk.

## Logo

Dit is de primaire versie van het logo. Dit logo moet als standaard logo worden gebruikt.



## Beeldmerk

Dit is het alternatieve logo. Dit logo moet worden gebruikt voor social media avatars op Twitter, Facebook, Instagram, LinkedIn etcetera.





## — Richtlijnen Do —

### 1. Contrast

Gebruik altijd de witte versie van het logo, als er een achtergrond wordt gebruikt waarin de kleuren van het primaire logo voorkomen.



### 2. Vrije ruimte

Wanneer het logo in een kader wordt geplaatst, moet er een vrije ruimte van minimaal 3mm aan alle kanten zijn.





## — Richtlijnen Don't —

### 1. Achtergrond kleuren

Gebruik nooit het primaire logo wanneer de achtergrond een van de primaire of secundaire kleuren is.



### 2. Logo tegen het kader

Plaats het logo niet tegen de rand van het kader waarin je het logo plaatst.



### 3. Kantelen

Het logo mag niet gekanteld worden, om te voorkomen dat het logo onduidelijk wordt.



### 4. Splitsen

Het logo mag niet worden opgesplitst worden tussen de letters en het beeldmerk.





# Brand Elements

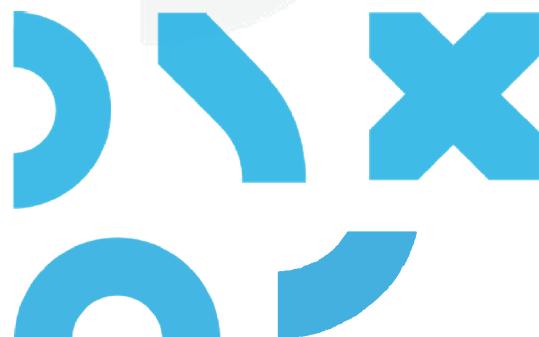
De brand elements zijn vooral bedoeld om meer dynamiek te geven aan bijvoorbeeld achtergronden. De brand elements mogen alleen zoals hieronder is beschreven gebruikt worden en mogen alleen in de kleuren uit het voorbeeld gebruikt worden.

De brand elements mogen niet worden gedraaid en de verhoudingen van het formaat moeten hetzelfde blijven. Er mag niets aan de volgorde veranderd worden. Er mag wel gespeeld worden met het aantal brand elements dat gebruikt wordt. Ze mogen als rij zowel verticaal als horizontaal weergegeven worden. Bij horizontale weergaven moeten de brand elements altijd gecentreerd uitgelijnd worden. Bij verticale weergaven mogen de brand elements alleen links OF alleen rechts uitgelijnd worden.

CMYK: 100 0 0 0 | RGB: 0 174 239  
Hex: 00AEEF | Opacity: 80%

CMYK: 4,18 3,25 3,7 0 | RGB: 246 246 246  
Hex: f6f6f6 | Opacity: 80%

Standaard primaire en secundaire kleuren | Opacity: 80%





# Do's en don'ts

Hieronder volgen een paar voorbeelden van correct en incorrect gebruik van de brand elements.

**Missie & Visie**

**— Missie —**

- Binnen vijf jaar marktleider worden in interactieve spellen.
- Kinderen en werknemers er toe aan zetten meer te bewegen en plezier te hebben.

**— Visie —**

Mensen in beweging brengen, om een positieve bijdrage te leveren aan hun welzijn.

Dit doen we door technologie in te zetten die de doelgroep aanzet om met elkaar te spelen en meer te bewegen. Daarnaast bedenken we nieuwe actieve spellen die de traditionele 'buiten' spelletjes verrijken.

**Kernwaarden**

Buiten spelen | Interactiviteit | Sociaal | Saamhorigheid | Groei | Innovatie

4

Dit is een voorbeeld van incorrect gebruik, omdat de brand elements omgedraaid zijn en in de verkeerde volgorde zijn gebruikt.



**Missie & Visie**

**— Missie —**

- Binnen vijf jaar marktleider worden in interactieve spellen.
- Kinderen en werknemers er toe aan zetten meer te bewegen en plezier te hebben.

**— Visie —**

Mensen in beweging brengen, om een positieve bijdrage te leveren aan hun welzijn.

Dit doen we door technologie in te zetten die de doelgroep aanzet om met elkaar te spelen en meer te bewegen. Daarnaast bedenken we nieuwe actieve spellen die de traditionele 'buiten' spelletjes verrijken.

**Kernwaarden**

Buiten spelen | Interactiviteit | Sociaal | Saamhorigheid | Groei | Innovatie

4

Dit is een voorbeeld van correct gebruik, omdat de kleur, volgorde, verhoudingen en positie overeenkomen met de gestelde richtlijnen.





### Veelzijdig en robuust

De picoo geeft licht, maakt geluid en trilt. We hebben hem speciaal ontworpen voor actief gamen waardoor hij wel tegen een stootje kan.

### Innovatief

Picoo biedt een revolutionaire nieuwe ervaring. Het laat kinderen actief en sociaal gamen met de digitale technologie van hedendaagse computer games.

### Speel snel en overal

De picos werken met hun eigen radionetwerk. Hierdoor heb je geen wifi nodig om te kunnen spelen. Of je nu binnen in een hal of buiten in een bos wil spelen, picoo werkt overal.

### Veelzijdig en robuust

De picoo geeft licht, maakt geluid en trilt. We hebben hem speciaal ontworpen voor actief gamen waardoor hij wel tegen een stootje kan.

### Innovatief

Picoo biedt een revolutionaire nieuwe ervaring. Het laat kinderen actief en sociaal gamen met de digitale technologie van hedendaagse computer games.

### Speel snel en overal

De picos werken met hun eigen radionetwerk. Hierdoor heb je geen wifi nodig om te kunnen spelen. Of je nu binnen in een hal of buiten in een bos wil spelen, picoo werkt overal.

Dit is een voorbeeld van incorrect gebruik, omdat de kleuren niet overeenkomen met de vastgestelde primaire en secundaire kleurcodes.



Dit is een voorbeeld van correct gebruik, omdat de kleuren overeenkomen met de vastgestelde kleurcodes. Daarnaast zijn de brand elements niet gedraaid en staan ze in de juiste volgorde.





# Fotografie & Video

## — Richtlijnen Fotografie —

- Altijd een Picoo in beeld, liefst in combinatie met de doelgroep.
- Relevante locatie (kinderen bijvoorbeeld buiten; B2B bijvoorbeeld in kantooromgeving).
- Kleuren op doelgroep afgestemd. Primair + secundair bij kinderen en primair bij business.
- Alle afbeeldingen in hoge resolutie, in .JPEG en waar mogelijk ook als .TIFF files.
- De minimum grootte voor een aangeleverde afbeelding is 4000 x 3000 pixels.
- Een mix van portretten en landschapsfoto's.





## \_\_ Richtlijnen Video \_\_

- Maximaal 2 minuten.
- Speelsheid is prima, maar goede camerahoeken en strakke bewerking zijn wel pré's. Dus geen microfoons in beeld, geen slow motion van onder de 24fps, continuïteit in acht houden.
- Probeer de Picoo's altijd in de thumbnails te verwerken.
- Format: .mp4 of .mov
- Video: Bit rate / kwaliteit: 30Mbps CBR minimum
- Codec: H.264
- Framegrootte : minimaal 1920x1080 (pixels) (full HD)
- Scan type: 50i (BBC broadcast standard)
- Audio: Codec: AAC
- Losse audio waar mogelijk in .wav
- Kanalen: Stereo
- Bit rate: 320 kbps
- Sample rate: 48 KHz of hoger
- Sample depth: 24 bit



## Do's en don'ts

Hier volgen een paar do's & dont's voor de fotografie.



Dit is een voorbeeld van incorrect gebruik, omdat de gezichten van het talent van de content af wijzen.



Dit is een voorbeeld van correct gebruik, Het te allen staan naar de content toe, dit zorgt voor een duidelijker geheel.





Hier volgen een paar do's & dont's voor video.



Dit is een voorbeeld van incorrect gebruik, omdat de qualiteit laag is en er een microfoon in beeld is.



Dit is een voorbeeld van correct gebruik, de qualiteit is goed en er zijn geen "onbedoelde" objecten in beeld.





# Print Richtlijnen

## — Basics —

### DPI

Voor de resolutie moet je DPI gebruiken en geen PPI (pixels per inch). DPI (dots per inch) is de dichtheid van de inkt stippen per inch van het print oppervlakte waardoor de print een hogere kwaliteit afbeelding heeft. DPI gaat specifiek over hoe het design op het oppervlak wordt geprint.

### CMYK

CMYK (cyan, magenta, yellow, key) is simpelweg het kleurensysteem dat is gemaakt voor te printen.

### TIFF

Sla bestanden die uitgeprint moeten worden op als een TIFF bestand, TIFF bestanden zijn van hoge kwaliteit en hebben een grote bestandsgrootte. Bij het comprimeren van een TIFF bestand blijft de kwaliteit gelijk in tegenstelling tot JPEG bestanden.

### Vectorafbeelding

Een vectorafbeelding is een grafische voorstelling die opgebouwd is uit eenvoudige meetkundige objecten, zoals punten, lijnen, krommen, polygonen. Gebruik bij het ontwerpen van print designs vectorafbeeldingen. Hierdoor kan je je afbeelding vergroten of verkleinen zonder dat er kwaliteitsverlies is.



## — Kleuren —

### Poster

Posters kleuren kunnen de toon van de poster compleet veranderen. Voor het aanspreken van de jongeren doelgroep gebruik meer oranje en rood zodat je energie en vitaliteit uitstraalt. Zodra je meer richting de business kant leunt gebruik blauw voor loyaliteit en professionaliteit.

### Business kaartje

Voor businesskaartjes gebruik de primaire kleur blauw(CMYK: 100, 0, 0, 0) met als ondersteuning de oranje kleur(CMYK: 0, 35, 85, 0) dit omdat blauw loyaliteit en professioneel uitstraalt.

## — Scalability —

Formaat	Kleinste (letter)	Klein (tabloid)	Medium	Groot
Afmetingen	215.9 x 279.4 mm 816 x 1056 px	279.4 x 431.8 mm 1056 x 1632 px	457.2 x 609.6 mm 1728 x 2304 px	609.6 x 914.4 mm 2304 x 3456 px
Minimale Fontgrootte	Titel: 42 pt bold Subtitel: 21pt bold Body: 18 pt light	Titel: 54,18 pt bold Subtitel: 27,09 pt bold Body: 23,22 pt light	Titel: 89,04 pt bold Subtitel: 44,52 pt bold Body: 38,16 pt light	Titel: 118,44 pt bold Subtitel: 59,22 pt bold Body: 50,76 pt light
Scaling	x1	x1,29	x2,12	x2,82



## — Gebruik —

### **Kleinste (Letter)**

Dit formaat wordt gebruikt voor flyers. Dit formaat is makkelijk voor mensen om mee te nemen.

### **Klein (Tabloid)**

Dit formaat wordt meestal gebruikt voor flyers op prikborden en kleine posters voor buiten op bijvoorbeeld lantaarnpalen. Dit formaat is te groot om mee te nemen, maar groot genoeg om de aandacht te trekken van iemand die voorbij loopt.

### **Medium**

Dit formaat wordt voornamelijk gebruikt voor kleine advertenties. Dit formaat is ideaal voor visueel gebaseerde designs aangezien het niet te groot of te klein is.

### **Groot**

Dit is het meest gebruikte standaard poster formaat evenementen en buiten advertenties. Dit formaat is ideaal voor grote opvallende ontwerpen.

## Print voorbeelden

An advertisement for Picoo featuring three Picoo devices (two grey and one pink) arranged in a triangular formation. The background is white with abstract grey and blue shapes. The Picoo logo is at the top left, followed by the slogan "Innovating play". Below the devices is a large blue call-to-action button with white text.

**picoo**

Innovating play

Boek nu een proefperiode  
[www.picoo.nl](http://www.picoo.nl)

A contact information card for Picoo. It features the Picoo logo at the top left, followed by a large blue stylized 'X' graphic. To the right of the 'X' are four items of contact information: a location pin icon with the address "Torenallee 20 5617 BC Eindhoven", a phone icon with the phone number "+31-(0)40 2405 295", and a globe icon with the website "www.picoo.nl".

**picoo**

Torenallee 20  
5617 BC Eindhoven

+31-(0)40 2405 295

[www.picoo.nl](http://www.picoo.nl)



# Auteurs

**Deze brandguide is, in opdracht van  
Picoo, ontworpen en geschreven door:**

Quinn Leeuw  
Dennis Vulders  
Yassin Ait Ougard  
Jesse Wolters  
Britt Zegveld

**Deze brandguide is onderdeel van een  
project van HBO ICT.**



