

MNIEJ znaczy

WIĘCEJ



Skeumorphism
2000



Flat
2010



Eco-Branding
2020

**Tusz do drukarki kosztuje 2 razy więcej niż Chanel N°5.
Ograniczenie użycia atramentu może uratować miliony
na globalnej produkcji**

Kawa Starbucks, wyszukiwarka Google, koszulka H & M, puszka Coca-Coli i wiele innych produktów opatrzonych logo, różnym kolorem, typografią lub zdjęciem, które pochłania atrament, przestrzeń serwerową i energię. W rzeczywistości marka konsumuje dużo, by móc istnieć! Oczywiście jedno logo nie jest aż tak drogie do wydrukowania, a co za tym idzie nie potrzebuje dużo atramentu, jednakże druk jednego logo na miliardzie butelek? Koszta są więcej niż ogromne!

W przypadku EcoBranding twórcy ponownie przemyśleli koncepcję składników marki, aby były bardziej ekologiczne, a dodatkową korzyścią jest to, że są bardziej ekonomiczne. Zrównoważony rozwój jest problemem społecznym w naszym współczesnym świecie. Widzimy wiele inicjatyw w ludziach, rzeczach i geografii. Ale nie widzimy tego jeszcze w branding. Pewne studio proponuje bardziej ekologiczny branding, nowe podejście do procesu projektowania marki: EcoBranding.

Dbaj o środowisko

dopracuj swoje projekty

Czy to przesyty?

W przypadku EcoBranding twórcy ponownie przemyśleli koncepcję składników marki, aby były bardziej ekologiczne, a dodatkową korzyścią jest to, że są ekonomiczne.



-34.11% less ink

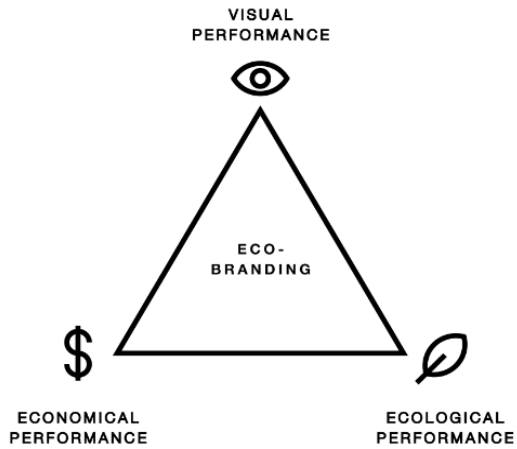
Na ciekawy pomysł wpadło pewne studio: EcoBranding Design, proponuje klientom projektowanie loga tak, by zaoszczędzić tusz. Przyjazne środowisku, ale przede wszystkim kieszeni. Eko-branding może zmienić sposób, w jaki będziemy tworzyć markę w przyszłości i sprawić, by świat był nieco bardziej zrównoważony - piszą na swojej stronie internetowej.

„Kiedy projektant projektuje logo dla dużej marki, wie, że jego projekt będzie odtworzony miliony lub miliardy razy, nie uniknie, wpływu ekologicznego i ekonomicznego”.

Logo korporacyjne jest odtwarzane miliony i miliardy razy, co oznacza, że nawet najmniejsze poprawki w logo mogą znacząco zmienić ilość zużywanego atramentu. Pewien francuski projektant opracował pomysł na usługę, która pomogłaby w przeprojektowaniu logo brandu - właściwie procesu wdrażania marki - aby była bardziej przyjazna dla środowiska a także ekonomiczna.

Sylvain Boyer, dyrektor kreatywny w Interbrand Paris, wymyślił nowy pomysł na projekt o nazwie EcoBranding w 2013 roku, kiedy projektował różnokolorową kartę urodzenia dla swojej córki. „Na komputerze wyglądała świetnie, ale kiedy wystąpiłem projekt do drukarki aby wydrukować sitodrukiem, rachunek był ...kosztowny”. Aby obniżyć koszty, zmniejszył liczbę kolorów, co również sprawiło, że owa karta była bardziej przyjazna dla środowiska, dlatego że zużył mniej atramentu. „Może wydawać się to głupie, ale poprzez konfrontację z realiami projektu zdałem sobie sprawę, że każda decyzja będzie miała bezpośredni wpływ na nasze środowisko” - mówi. „Kiedy projektant zaprojektuje logo dla dużej marki, to logo będzie odtworzone miliony lub miliardy razy, a wszystko to ma wpływ ekologiczny i ekonomiczny.”

Projektowanie loga w oparciu o zasadę oszczędności:



1. Visual Performance

(stworzenie rozpoznawalnej marki)

2. Ecological Performance

(zmniejszenie szkody środowiskowej)

3. Economical Performance

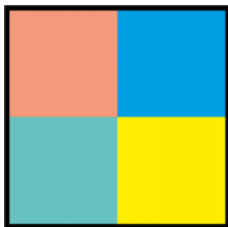
(kontrola kosztów produkcji).

Eko-branding ten to nie tylko zmiana logo – składa się na niego cały szereg posunięć: wybór fontu, który zajmie mniej miejsca w druku, dzięki czemu ograniczona zostanie liczba stron, a także odpowiednich kolorów.



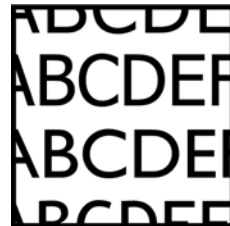
Logo ekologiczne

Przekształcamy Twoje logo, aby było bardziej ekologiczne i ekonomiczne, bez zmiany istoty Twojej marki.



Ekologiczne kolory

Wybieramy kolory, które są w stanie zminimalizować ilość atramentu potrzebnego do drukowania.



Ekologiczna Typografia

Wybieramy typografię odpowiednią do jej powierzchni, aby zaoszczędzić na tuszu i papierze.



Obrazowanie eko

Tworzymy ikonografię, która ogranicza drukowaną powierzchnię i jej plik wagi.

Loga, które zużywają mniej atramentu, są tylko małą częścią wielkiej wizji Boyera. Pełna kampania „Ecobranding” mogłaby również polecić wszystko, od krojów pisma, które zużywają mniej atramentu (Gill Sans w ulubionej postaci Boyera w tym zakresie) do mniejszych wizytówek, które zużywają mniej papieru itp.

Boyer miał początkowo nadzieję, że będzie tworcą „pierwszą markową agencją zajmującą się ekologiczną transformacją marek”. Jednak w tym tygodniu, firma Interbrand podjęła zobowiązanie do zajęcia się sprawą Boyera. Razem zapewnią zupełnie nową ofertę na rynku poświęconym ekonomicznej transformacji marek dla zrównoważonego wzrostu.

Boyer stworzył mnóstwo przykładów tego, jak Ecobranding może działać dla marek.



-34.11% less ink



-22.32% less ink



-13.25% less ink



-10.26% less ink



-23.96% less ink



-38.57% less ink



-18.19% less ink



-24.33% less ink



-21.06% less ink

*the corporate makeovers
he has created are superb*

FAST COMPANY

*One genius designer's brilliant plan
to save big brands millions
while reducing their ecological footprint*

Inc.

*Sylvain Boyer saw millions of logos,
all needing ink to be stamped on materials,
and considered how that affects sustainability*



*Designer tweaks famous logos
to use less ink*



*Brand logos with a more
environmentally friendly image*

metro 

*The Brilliant Optimisation
Of These Famous Logos
Are Environmentally Friendly
And Save Millions*

indiatimes

*Inside One Designer's Plan
to Make Brand Logos
More Eco-Friendly*

ADWEEK

*small changes in brand logos
may saving millions per year*



*EcoBranding is determined to improve
the relationship between companies
and Mother Nature*

TAXI