

Projekt tożsamości wizualnej podmiotu promującego prozdrowotne nawyki żywieniowe

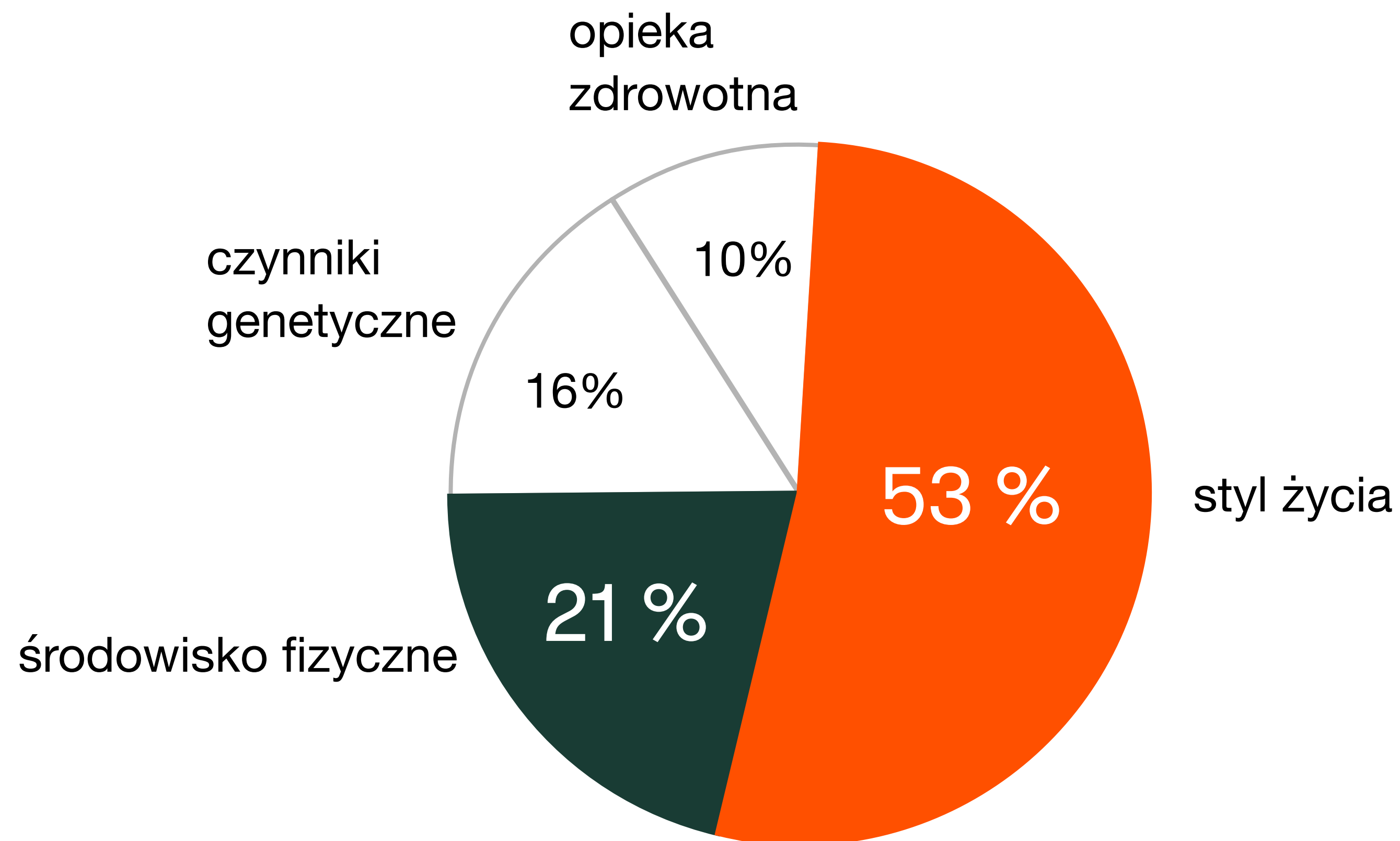
autor: Patrycja Kędzierska
promotor: dr Anna Pohl
recenzent: dr Agnieszka Nawrocka

Marka /usługa

Projekt tożsamości wizualnej podmiotu promującego
prozdrowotne nawyki żywieniowe

① **Motywacja**

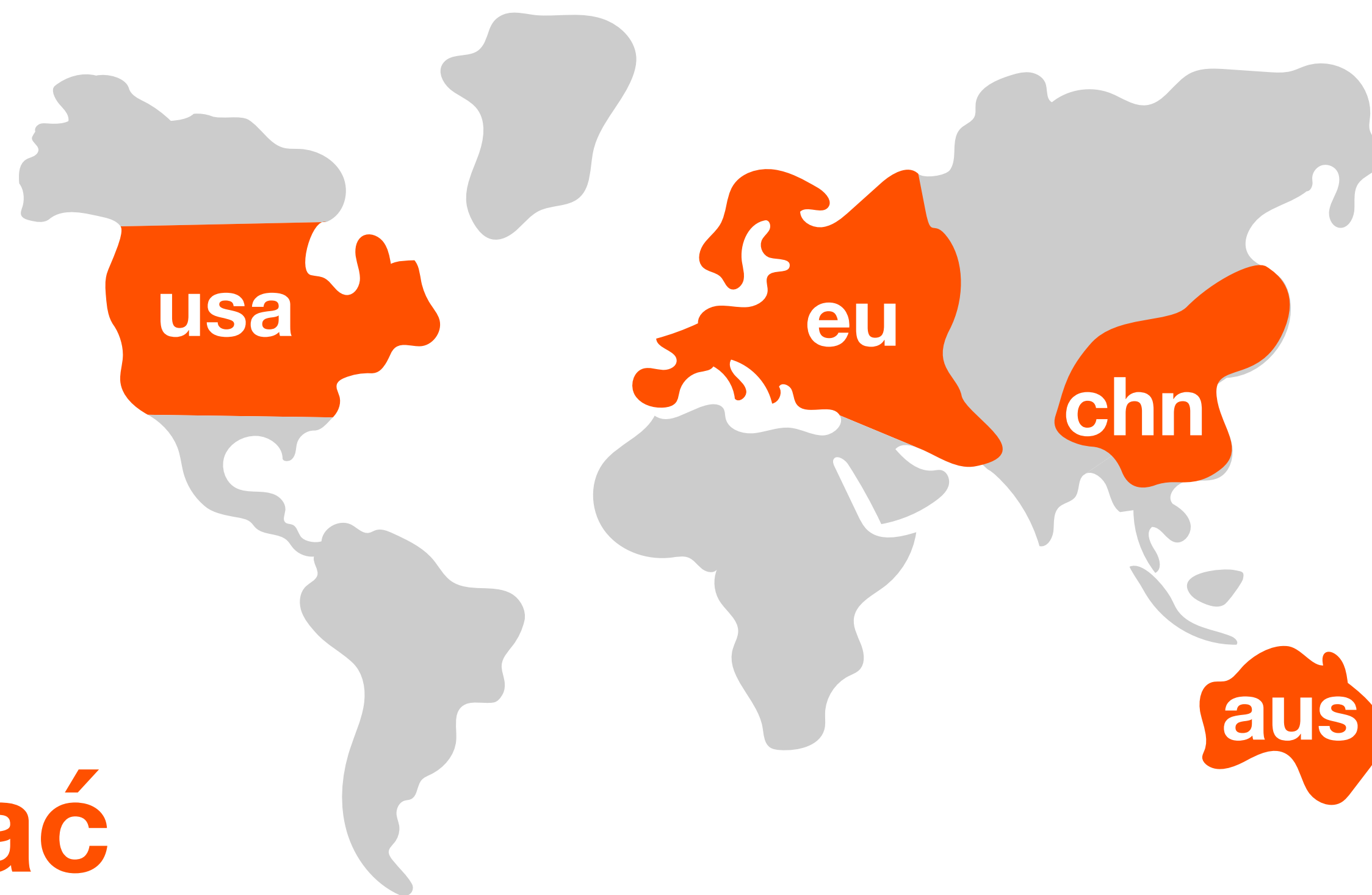
Co ma wpływ na zdrowie?



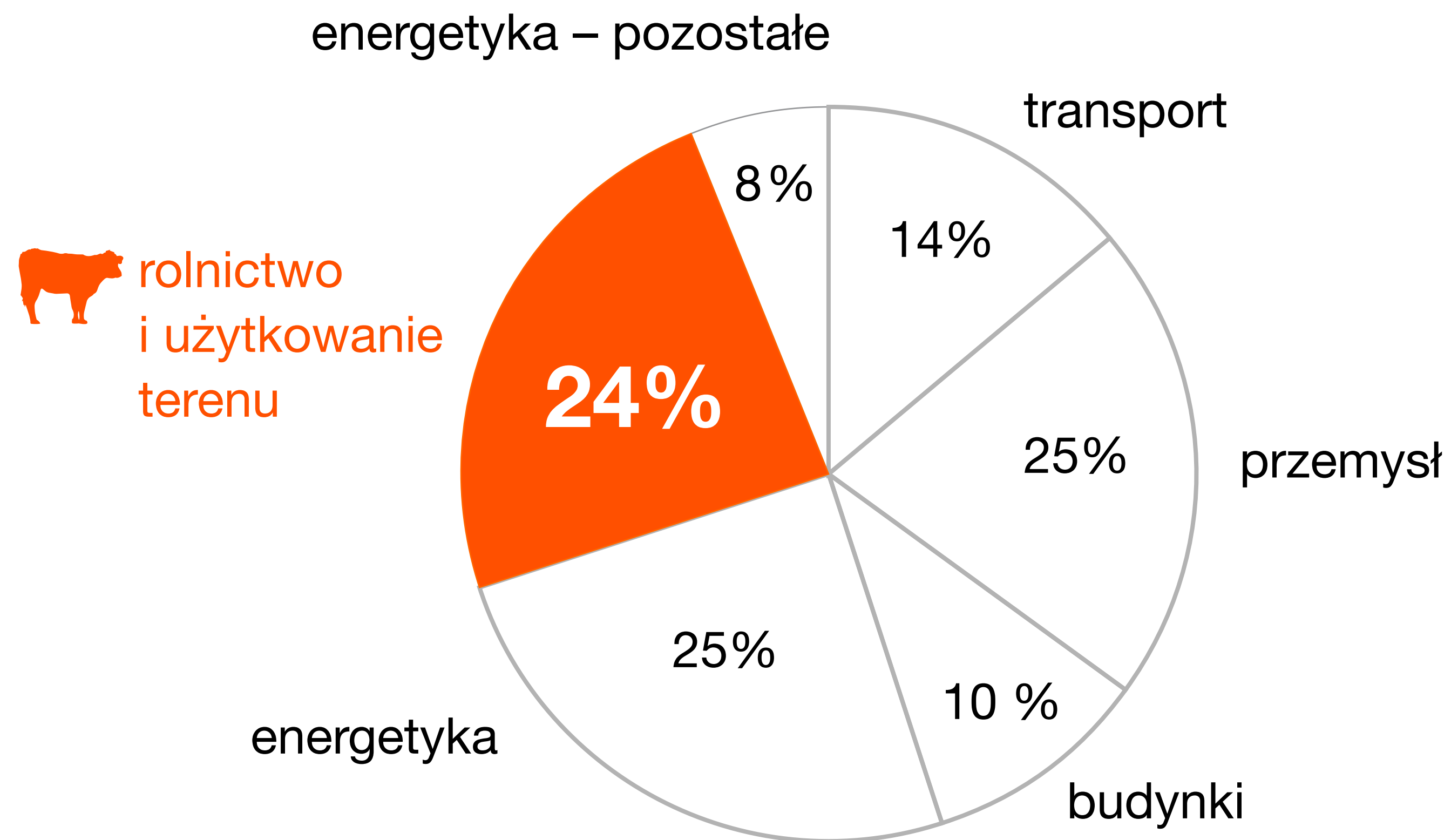
A gdybyśmy tak przestali jeść mięso?

Moglibyśmy zlikwidować
75% pól uprawnych*

* to jest równowartość terytorialna Stanów Zjednoczonych,
Unii Europejskiej, Chin i Australii



Emisja gazów cieplarnianych do atmosfery



Ile jedzenia wyrzucamy?

233 kg / rok

tyle statystycznie jedna osoba wyrzuca rocznie jedzenia

Marka /usługa

Projekt tożsamości wizualnej podmiotu promującego
prozdrowotne nawyki żywieniowe

② **Wyzwanie**

**przemysł
mięśny**

zrównoważony
rozwój

**nawyki
żywieniowe**

zdrowie

**marnowanie
żywności**

ekonomia

Cel projektu

**Stworzenie tożsamości
marki dostarczającej produkty
pochodzenia roślinnego.**

③ Założenia projektowe

Założenia projektowe

Projekt tożsamości wizualnej podmiotu promującego
prozdrowotne nawyki żywieniowe

Misja

- + zmiana nawyków żywieniowych
- + wzmocnienie odpowiedzialności środowiskowej
- + zmiana zachowań konsumpcyjnych
- + wzmocnienie relacji

Założenia
projektowe

Projekt tożsamości wizualnej podmiotu promującego
prozdrowotne nawyki żywieniowe

Grupa docelowa

1. Gospodarstwo domowe z dziećmi do 18 roku życia
2. Gospodarstwa domowe bez dzieci
3. Pracujący zawodowo (nie)posiadający dzieci
4. Studenci i młodzi profesjonaliści



Założenia projektowe

Projekt tożsamości wizualnej podmiotu promującego prozdrowotne nawyki żywieniowe

Persony



Dorota
Kobieta, 44 lata
Freelancer
W związku małżeńskim
Kraków, PL

"Chciałabym zapewnić moim dorastającym dzieciom wszystko czego potrzebują. 3 moich dzieci ma wypełniony grafik zajęć szkolnych i pozalekcyjnych, więc trudno nam spędzać czas ze sobą. Wiem, że w szkole i poza nią nie odżywają się dobrze, dlatego dom jest dla mnie miejscem gdzie dostają zdrowe posiłki"

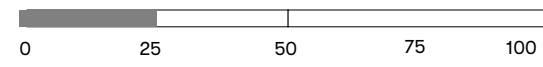
Kanały komunikacji



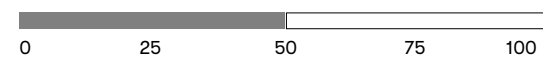
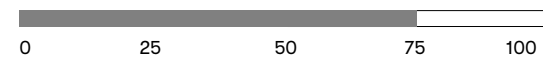
Marki i Influensery

DUKA BIRKENSTOCK Lee
Massimo Dutti **ZARA**

Umiejętności



umiejętność gotowania



Oczekiwania

- + więcej czasu na spokojne życie z rodziną,
- + zdrowszy tryb życia - więcej snu, aktywności fizycznej i lepsza dieta

Doświadczenie

Prowadzę szkołę językową i jestem odpowiedzialna za jej jak najlepsze funkcjonowanie. Jestem matką 4 dzieci, 3 psów oraz 7 kotów. Na codzień zajmuję się zarządzaniem domem i jego domownikami, ogrodem i zwierzętami, starając się przy tym nie zapominać o obowiązkach zawodowych.

Cel

- + **lepsza organizacja pracy** w działalności zawodowej i wykonywaniu obowiązków domowych
- + **pogłębienie wiedzy na temat zdrowego odżywiania**, by dieta wszystkich członków rodziny opierała się na zdrowych, jak najmniej przetworzonych produktach

Motywacja

- + wewnętrzna potrzeba, by to co robię nie było "byłe jakie"
- + silne poczucie obowiązku

Frustracja

- + ciągly pośpiech by wszyscy byli zadowoleni
- + stres, że za mało czasu poświęcam sprawom domowym.
- + korzystanie z gotowych półproduktów (puszki, kartoniki...), żeby było szybciej, niekoniecznie zdrowiej



Julia
Kobieta, 30 lat
Projektant graficzny
Stan wolny
Kraków, PL

"W obecnych czasach, mieszkając w dużym mieście i będąc otoczoną wieloma „rozpraszcaczami” ciężko jest skupić się na samej sobie, na tym co jest dobre dla mnie. Chciałabym mniej czasu marnować na bezsensowne przeglądanie sieci i portali społecznościowych i więcej poświęcić na dbanie o zdrowie, m.in. poprzez zdrowie odżywianie."

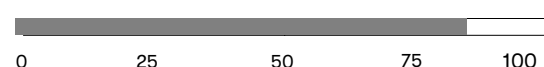
Kanały komunikacji



Marki i Influensery

OSOS **FILL RAVEN**
zalando **ZARA**

Umiejętności



umiejętność gotowania



Oczekiwania

- + jeść zdrowo
- + więcej czasu na samorozwój
- + spędzać więcej czasu z partnerem i przyjaciółmi

Doświadczenie

Pracuję jako grafik w rozwijającym się startupie, gdzie często zostaje po godzinach. Wracając po pracy zamiast spędzać czas w kuchni na gotowaniu wolę odpocząć ,wychodząc z psem na spacer lub po prostu oglądając filmy. Przez to na codzień żywię się na mieście, ponieważ nie chętnie znajduję czas na wycieczkę do sklepu po porządne produkty spożywcze.

Cel

- + rozwój zawodowy
- + zdrowiej się odżywiać
- + więcej podróżować i dzielić się towarzysko
- + poświęcać więcej czasu sobie - na samorozwój i dbanie o siebie

Motywacja

- + potrzeba rozwoju
- + potrzeba osiągnięcia work-life balance
- + potrzeba utrzymywania relacji społecznych

Frustracja

- + brak czasu na spełnianie własnych potrzeb
- + brak czasu na malowanie
- + fatalne odżywianie się



Jan
Mężczyzna, 29 lata
Head Hunter
W związku małżeńskim
Kraków, PL

"Stojąc pośrodku miasta z dwoma psami ciągnącymi w różnych kierunkach, ciężko jest znaleźć spokój umysłu na wymyślenie tego co chcę zjeść, pojechanie na zakupy i gotowanie. Wolę skupić się na spacerze z psami, wybraniu filmu, który obejrzę wieczorem czy wymyśleniu gdzie mogę zabrać na randkę ukochaną."

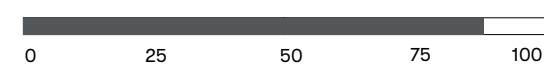
Kanały komunikacji



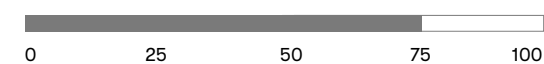
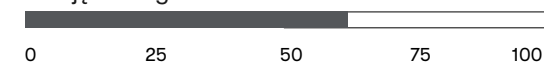
Marki i Influensery

Apple **SONOS** **H&M**
zalando **FILLING PIECES**

Umiejętności



umiejętność gotowania



Oczekiwania

- + Brak nakazów i zakazów
- + Spożywanie naturalnych produktów
- + Posiadanie tyle ile się potrzebuje
- + Bycie zerowaste

Doświadczenie

Mam 29 lat i jestem odpowiedzialny za zespół rekrutacyjny w branży farmaceutycznej. Staram się wracać do domu codziennie o 17, ale czasami muszę jeszcze dokończyć pracę w domu, po całym dniu jestem bardzo zmęczony. Dlatego bardzo rzadko mam motywację do tego, żeby poświęcać kilka godzin na robienie zakupów, przygotowywanie posiłku i jego sprzątanie.

Cel

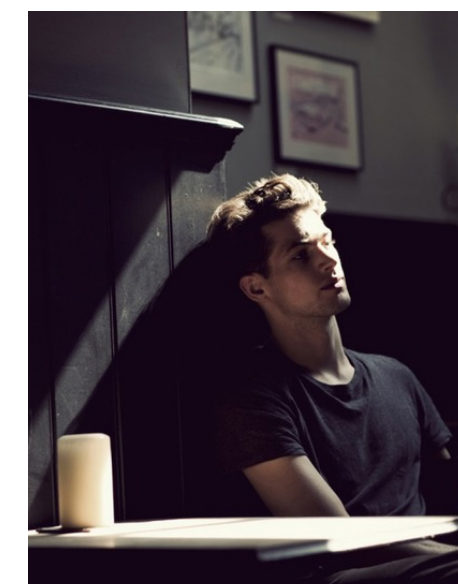
- + Być w stanie zapewnić odpowiedni poziom życia mojej rodzinie
- + Łączyć życie zawodowe ze spędzaniem odpowiedniej ilości czasu z najbliższymi
- + Bardziej przeżywać niż posiadać
- + Dbać o swoje ciało poprzez ćwiczenia oraz dietę

Motywacja

- + Potrzeba poszerzenia wiedzy
- + Potrzeba zrozumienia otaczającego mnie świata

Frustracja

- + Niestabilność finansowa
- + Bycie niezrozumianym przez otoczenie
- + Przeżycie przeciętnego życia
- + Ignorancja wobec świata i jego problemów



Karol Lis
Mężczyzna, 26 lat
Architekt /Student/ Pracujący
Stan wolny
Kraków, PL

"W nadmiarze obowiązków nie mam czasu na szukanie nowych przepisów oraz robienie zakupów w dużych sklepach. Mieszkam w dużym mieście, jednak nie posiadam samochodu. Chciałbym jeść zdrowo, jednak nie wiem jak."

Kanały komunikacji



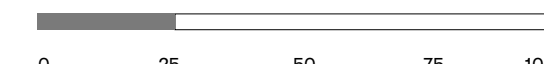
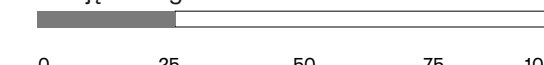
Marki i Influensery

Apple **H&M** **COS** **OSOS**
VAGABOND

Umiejętności



umiejętność gotowania



Oczekiwania

- + jeść zdrowo
- + doświadczać
- + pomagać potrzebującym
- + zwiększyć świadomość zrównoważonego ro-

Doświadczenie

Choć jestem jeszcze studentem Politechniki Krakowskiej, od 2 lat pracuję jako architekt. Ze względu na fakt, że dzielę studia i pracę, jestem ciągle w biegu. Często przychodzę do pracy pierwszy, a wychodzę ostatni. W weekend staram się spędzać czas z przyjaciółmi i rodziną. Najczęściej spotykamy się poza domem, jednak wieczorami lubimy spędzać czas w zaciszu domowym.

Cel

- + założyć rodzinę przed 30 rokiem życia
- + być aktywnym zawodowo
- + dbać bardziej o zdrowie
- + podróżować

Motywacja

- + zbieranie wspomnień
- + być zdrowym
- + potrzeba dzielenia uczuć i budowania relacji

Frustracja

- + obawa przed utratą stabilizacji finansowej
- + pogorszenie kondycji zdrowotnej
- + obawa przed utratą najbliższych

④ **Konceptcja**

Wartości

+ Bliskość

+ Zrównoważony rozwój

+ Zdrowie

+ Lokalność



Koncepcja

Projekt tożsamości wizualnej podmiotu promującego
prozdrowotne nawyki żywieniowe

Model diamentowy

Koncepcja usługi

+ Bliskość

+ Zrównoważony rozwój

+ Zdrowie

+ Lokalność

Co?

Marka promująca
prozdrowotne nawyki
żywieniowe

Gdzie i kiedy?

Kraków i okolice
usługa całoroczna

Dla kogo?

- + gospodarstwo domowe
z dziećmi do 18 roku życia
- + gospodarstwa domowe bez dzieci
- + aktywni profesjonaliści
- + studenci i młodzi profesjonaliści

**marka /
usługa**

Forma?

Marka promująca
zrównoważone
praktyki rolne

Cel?

- + zmiana nawyków żywieniowych
- + wzmocnienie odpowiedzialności
środowiskowej
- + zmiana zachowań konsumpcyjnych
- + wzmocnienie relacji społecznych

Kanał komunikacyjny?

- + platforma
- + media społecznościowe
- + targi
- + przestrzeń publiczna

Koncepcja usługi

+ **Bliskość**

+ **Zrównoważony rozwój**

+ **Zdrowie**

+ **Lokalność**



Warzywa prosto
z ziemi.
Sezonowe.
Czyli zdrowe.

Dostawa do
punktu odbioru

Zamówienie
na stronie www

Odbiór
w punkcie

Przepis
w telefonie /
na stronie

Gotowanie
w domu

Sezonowe warzywa pochodzą od lokalnych dostawców promujących zrównoważone praktyki rolne

Dostarczając produkty do punktów odbioru marka dba o środowisko, ograniczając ślad węglowy

Wspólne gotowanie, pozwala na budowanie relacji pomiędzy ludźmi

Koncepcja

Projekt tożsamości wizualnej podmiotu promującego
prozdrowotne nawyki żywieniowe

Założenia merytoryczne

nawiązanie do wartości:

- + bliskość
- + zrównoważony rozwój
- + zdrowie
- + lokalność

**zrealizowane w nazwie,
logotypie, zdjęciach**

Założenia funkcjonalne

- + przejrzyste i zrozumiałe komunikaty
- + zachęcanie do dokonywania własnych wyborów konsumpcyjnych

**zrealizowane w języku,
tonie komunikacji oraz
zdjęciach**

Założenia estetyczne

- + kontekst ludzki
- + stonowana, ciepła kolorystyka

**zrealizowane w zdjęciach,
i kolorystyce**

Założenia ekonomiczne

- + minimalizm

**zrealizowane w opakowaniach,
materiałach drukowanych,
kolorach i kroju pisma,
języku komunikacji,
środkach graficznych**

Koncepcja

Projekt tożsamości wizualnej podmiotu
promującego prozdrowotne nawyki żywieniowe

Koncepcja tożsamości wizualnej marki

produkt

+ Siata

nazwa

Roślinna produkty pochodzenia roślinnego
Siata opakowanie, w którym są transportowane
warzywa

Roślinna zdrowie
Siata lokalność (słowo pochodzi z dialektu
województwa małopolskiego)



Koncepcja

Projekt tożsamości wizualnej podmiotu promującego
prozdrowotne nawyki żywieniowe

Poszukiwanie formy logotypu

+ **Bliskość**

+ **Zrównoważony rozwój**

+ **Zdrowie**

+ **Lokalność**

roślinna siata

roslinna
siata

roślinna
siata

roslinna
siata



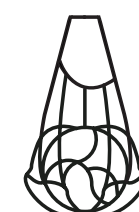
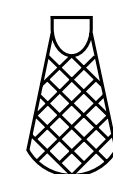
sezonowe



roslinna
siata

siata
lokalne składniki roślinne

roślinna siata



Znak



Roślinna
Siata

Projekt

Projekt tożsamości wizualnej podmiotu promującego
prozdrowotne nawyki żywieniowe

⑤ Projekt

Projekt

Projekt tożsamości wizualnej podmiotu
promującego prozdrowotne nawyki żywieniowe

logotyp wersja podstawowa



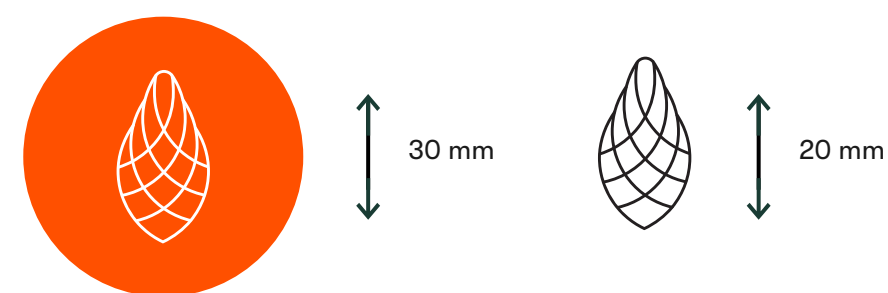
wielkość minimalna druk



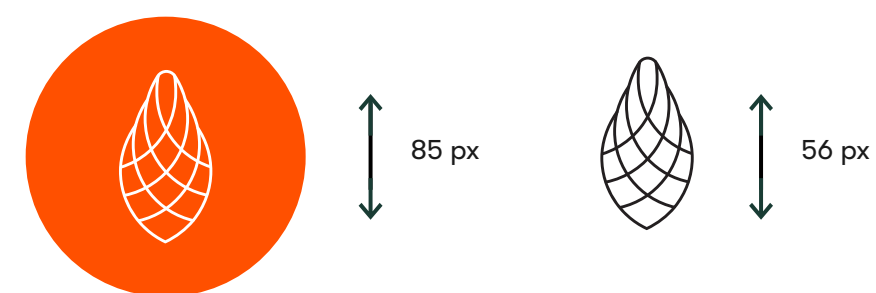
wielkość minimalna ekran



monogram wielkość minimalna druku



monogram wielkość minimalna ekran



Projekt

Projekt tożsamości wizualnej podmiotu
promującego prozdrowotne nawyki żywieniowe

Kolorystyka

Pantone® 560 C

C: 01

M: 100

Y: 31

K: 06

Pantone® 021 C

C: 62

M: 50

Y: 47

K: 40

Projekt

Projekt tożsamości wizualnej podmiotu
promującego prozdrowotne nawyki żywieniowe

Dobór zdjęć

+ Bliskość

+ Zrównoważony rozwój

+ Zdrowie

+ Lokalność

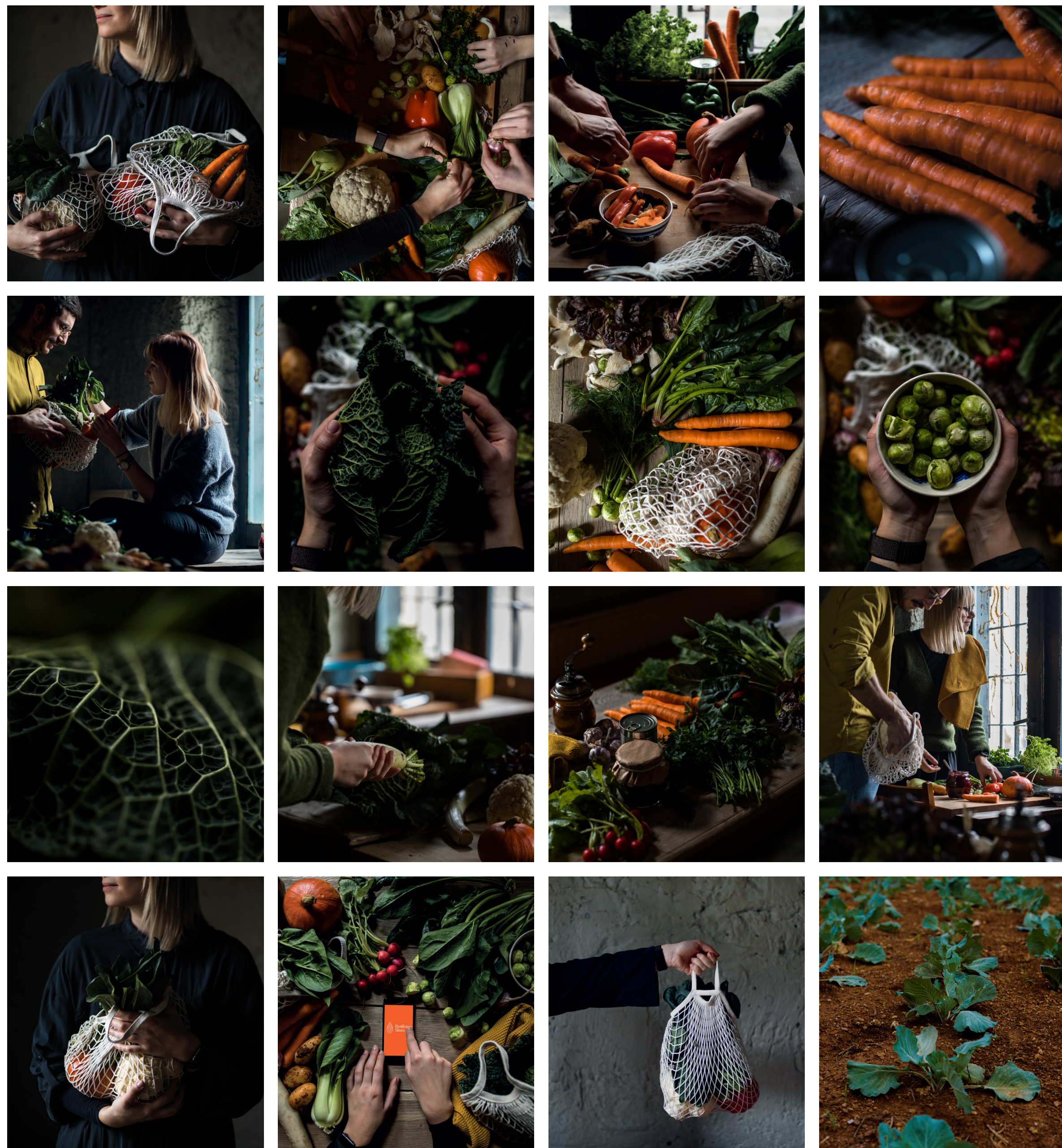
Treść: zdjęcia mają mówić o wartościach, jakimi marka chce się komunikować.

Założenia wizualne:

+ ciepła temperatura zdjęć

+ naturalność

+ zwykli ludzie



Projekt

Projekt tożsamości wizualnej podmiotu promującego prozdrowotne nawyki żywieniowe

Typografia

Helvetica Neue Bold
Helvetica Neue Regular

AaBbCcDdEeFf AaBbCcDdEeFf
GgHhIiJjKkLlMm GgHhIiJjKkLlMm
NnOoPpRrSsTt NnOoPpRrSsTt
UuVvWwXxYyZz UuVvWwXxYyZz



Typografia logotypu

Recoleta Regular

AaBbCcDdEeFf
GgHhIiJjKkLlMm
NnOoPpRrSsTt
UuVvWwXxYyZz



Roślinna
Siata

Projekt

Projekt tożsamości wizualnej podmiotu promującego prozdrowotne nawyki żywieniowe

Treści

Wybierz jeden z trzech pakietów roślinnych przepisów.

Każdy zestaw zawiera unikatową Siatę, wykonaną z bawełny, którą możesz ponownie używać. Warzywa i półprodukty – pochodzą z lokalnych gospodarstw województwa małopolskiego.

Kupuj lokalnie - zmiana zaczyna się od działań jednostki

Wybieraj świadomie lokalnych dostawców. Kupując lokalnie działasz globalnie!

Jak uprawiamy warzywa inaczej?

Nasz system, który dostarcza składniki o lepszej wartości i inwestuje w rzeczy, które są najważniejsze - nasze środowisko i nasze społeczności. Razem z Roślinną Siatą możemy zbudować lepszy system żywnościowy: Warzyw prosto z ziemi, Sezonowo, Czyli zdrowo.

Dołącz do naszej społeczności miłośników kuchni roślinnej.

Roślinna Siatka jest inicjatywą, która pomaga na odkrywanie nowego podejścia do jedzenia i życia. Podejmij zmianę swoich nawyków żywieniowych z korzyścią nie tylko dla siebie, ale również dla Twojego otoczenia.

Język komunikacji : prosty, prawdziwy

Ton komunikacji: ciepły, inspirujący, przyjazny, szczerzy

Elementy graficzne



⑥ **Kanały komunikacji**

Kanały komunikacji

Projekt tożsamości wizualnej podmiotu promującego prozdrowotne nawyki żywieniowe

Produkt

- + elastyczna forma, pomieści więcej produktów
- + udźwig do 20 kg
- + nie pozostawia odpadów na dnie (np. z ziemi)
- + przepuszczalność powietrza
- + naturalne materiały (100% bawełna)
- + można je prać i używać wielokrotnie

Metka żakardowa / tkana



www.roslinnasiata.pl



Kanały
komunikacji

Projekt tożsamości wizualnej podmiotu promującego
prozdrowotne nawyki żywieniowe

Komunikacja, aplikacje znaku



Elementy w przestrzeni publicznej
oraz elementy wewnątrz punktów odbioru

**Z miłości
do lokalnych
produktów
pochodzenia
roślinnego.**

**Zamów.
Odbierz.
Ugotuj z przyjaciółmi.**

Wejdz na:
www.roslinnasiata.pl

Z miłości do lokalnych produktów pochodzenia roślinnego. Uważamy, że przy odpowiednich działaniach, lokalnie może być zdrowo, dlatego naszym nadrzędnym celem jest dostarczanie zdrowych, sezonowych warzyw od lokalnych rolników.

Kanały
komunikacji

Projekt tożsamości wizualnej podmiotu promującego
prozdrowotne nawyki żywieniowe

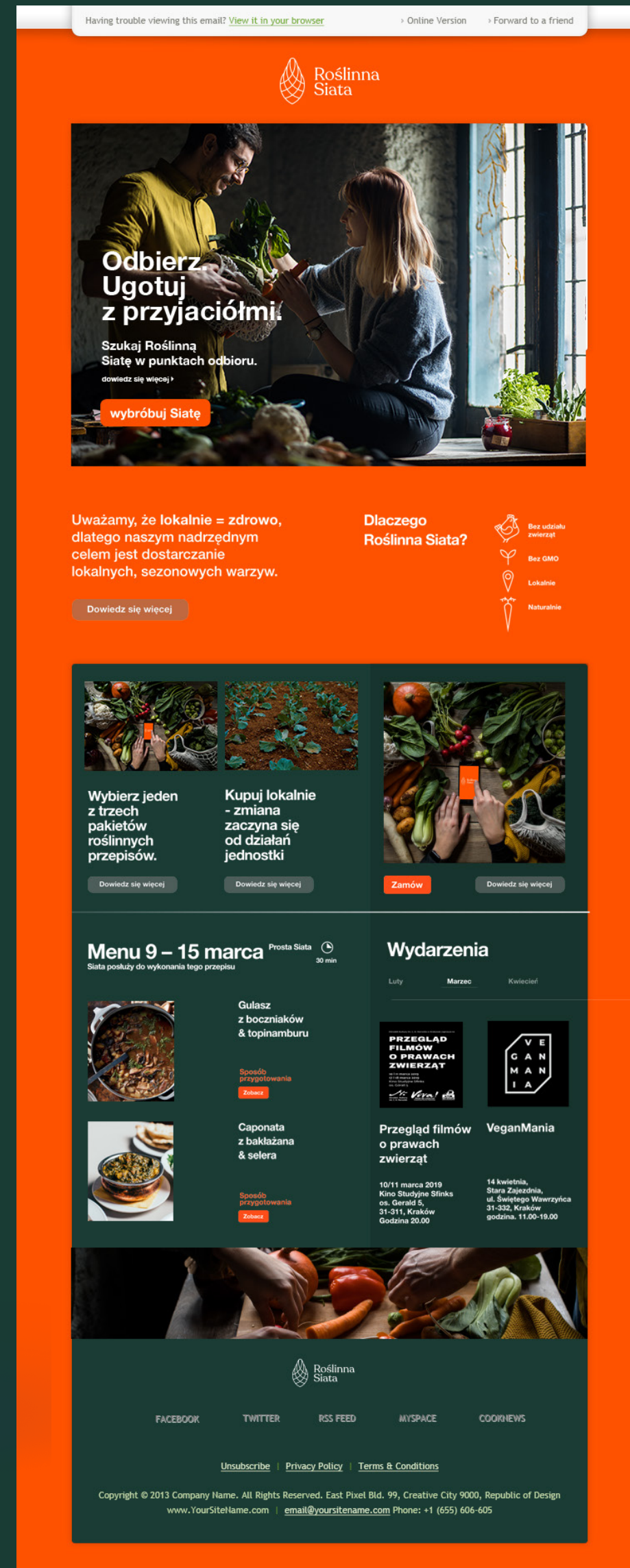
Reklama



Kanały komunikacji

Banery

Projekt tożsamości wizualnej podmiotu promującego prozdrowotne nawyki żywieniowe



Kanały komunikacji

Projekt tożsamości wizualnej podmiotu promującego prozdrowotne nawyki żywieniowe

Social media

The image shows a Facebook page for 'Roślinna Siata'. The profile picture is an orange square with a white leaf logo. The cover photo features hands preparing vegetables with the text 'Wspólne gotowanie ma przede wszystkim sprawiać przyjemność.' and the website 'www.roslinnasiata.pl'. The page includes navigation tabs (Home, About, Photos, Likes, Posts), a 'Create a Page' button, and a post area with a 'Write something on this Page...' prompt. A sidebar on the right contains an 'App Page' section with a search bar and an 'Invite friends to like this Page' button.

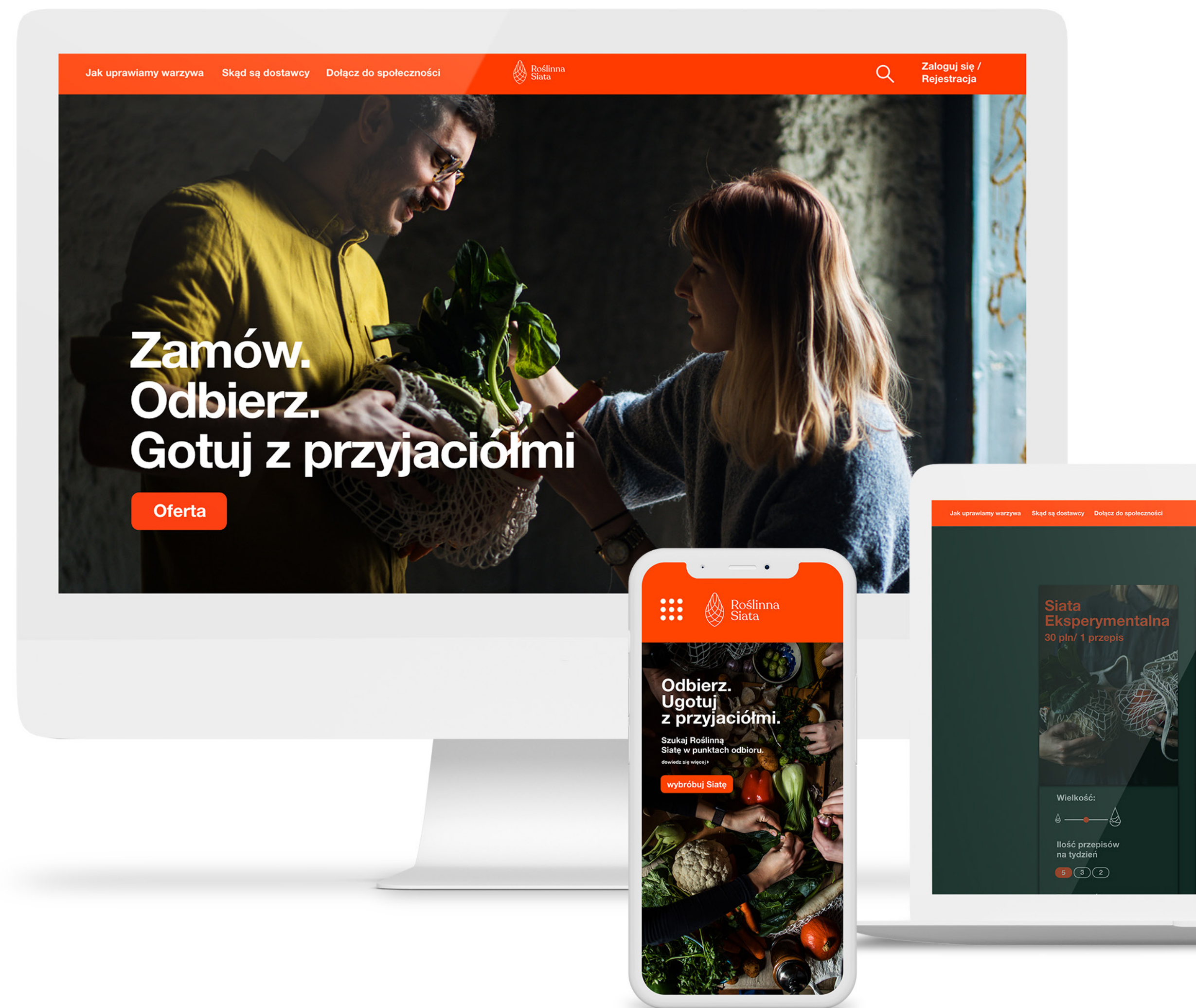
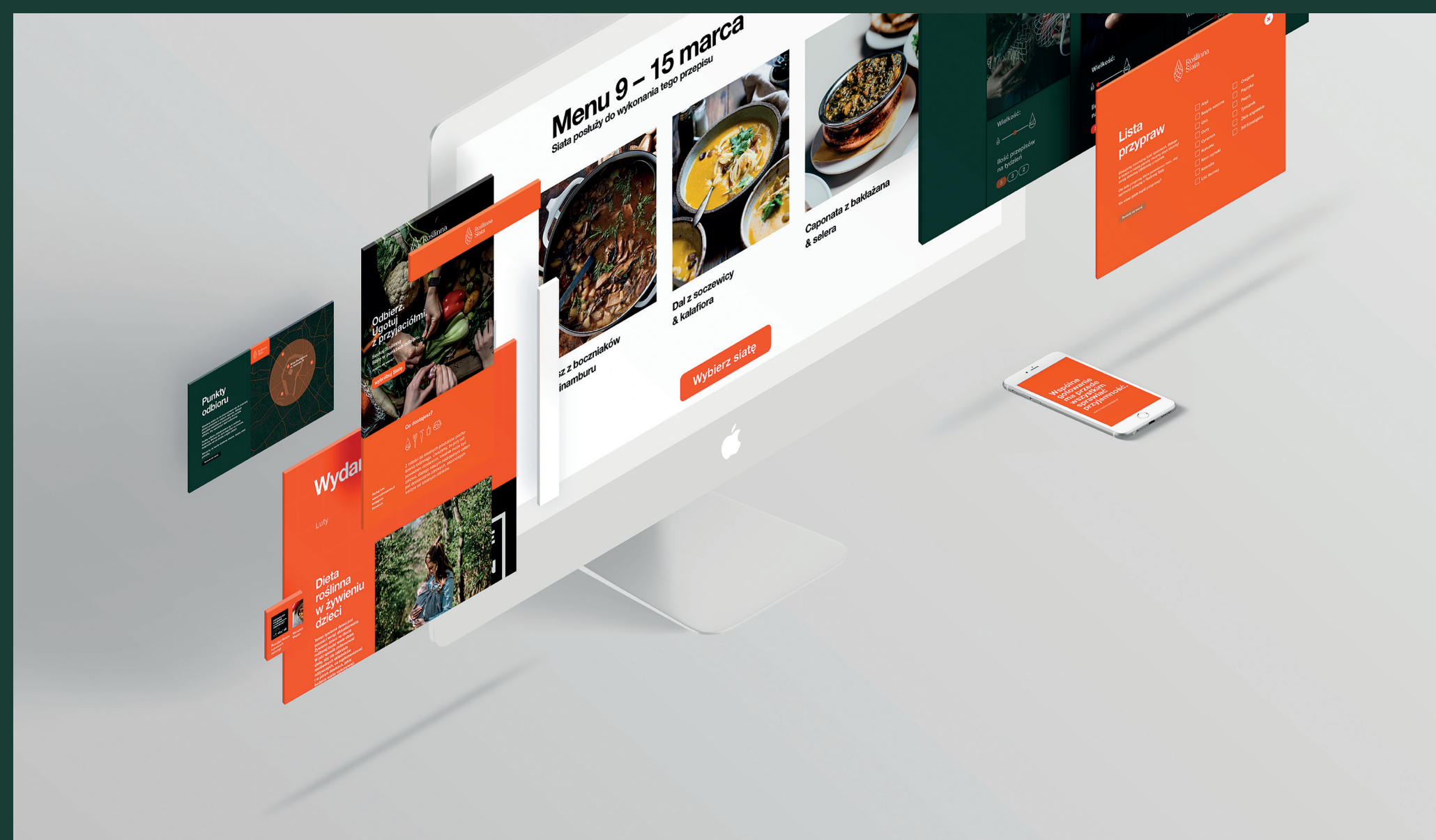
The image shows an Instagram profile for 'Roślinna Siata'. The profile picture is an orange circle with a white leaf logo. The bio states: 'Z miłości do lokalnych produktów pochodzenia roślinnego. Uważamy, że lokalnie = zdrowo, dlatego naszym nadrzędnym celem jest dostarczanie lokalnych, sezonowych warzyw.' The profile shows 284 posts, 973 followers, and 156 following. Below the bio is a grid of six images: a person holding a basket of vegetables, the brand logo, a person holding a basket, a bowl of soup, a person holding a basket, and a bowl of vegetables.

The image shows a sponsored Instagram post for 'Roślinna Siata'. The post features a large image of a man and a woman sitting on the floor, surrounded by fresh vegetables. The post has 20,451 views and 245 comments. The caption reads: 'Uważamy, że lokalnie = zdrowo, dlatego naszym nadrzędnym celem jest dostarczanie lokalnych, sezonowych warzyw.'

Kanały komunikacji

Projekt tożsamości wizualnej podmiotu promującego prozdrowotne nawyki żywieniowe

Prototyp platformy



**Kanały
komunikacji**

Projekt tożsamości wizualnej podmiotu promującego
prozdrowotne nawyki żywieniowe

Prototyp platformy

<https://youtu.be/mvX9DAJ2SIs>



Roślinna
Siata