

EKOBRANDING
EKOBRANDING
EKOBRANDING
EKOBRANDING
EKOBRANDING
EKOBRANDING
EKOBRANDING
EKOBRANDING
EKOBRANDING
EKOBRANDING
EKOBRANDING
EKOBRANDING
EKOBRANDING

TRENDOWNIK

44 brand design

Eko branding

Dzisiaj z każdej strony słyszymy o ekologii i zbliżającym się kryzysie klimatycznym, który już daje o sobie znać u wybrzeży USA czy w Australii. Segregacja śmieci, butelkomaty, zmniejszanie emisji CO2 lub kampanie na rzecz podnoszenia świadomości ekologicznej to jednak nie jedyne oblicze ekologii.

Co my – pracując na markach, ich wartościach i wizerunku – możemy dzisiaj zrobić, by być bardziej eko? Jak możemy zachęcać swoich odbiorców do ekologicznych rozwiązań i pokazać, że zależy nam na środowisku?

Zebraliśmy dla Was kilka sprawdzonych sposobów i kilka całkiem świeżych trendów w brandingu, który stara się zmniejszać ilość odpadów, nakładów substancji szkodliwych, ułatwia segregację i recykling, a nawet zachęca do ponownego wykorzystania produktu lub opakowania w innym celu.

Gotowi? To ruszamy!

Zespół 4/4

PRINTY I MATERIAŁY FIZYCZNE

Mniej tuszu w druku

Świat druku pilnie potrzebuje bardziej ekologicznego charakteru. Atrament do drukarek jest bardzo toksyczny, a jego wkład może rozkładać się nawet 450 lat. Dodając do tego wyjątkowo wysoki koszt atramentu, mamy dobry powód, aby zużywać go mniej.

Już w 2017 roku francuski projektant Sylvain Boyer zaprezentował „odchudzone” loga znanych marek. Przez skalę, w jakiej owe loga są reprodukowane, nawet mała oszczędność tuszu daje duży efekt końcowy. Czas zacząć korzystać z tego genialnego pomysłu na to, jak być dalej rozpoznawalnym, ale optymalizować produkcję materiałów.



-34.11% less ink



-22.32% less ink



-13.25% less ink



-10.26% less ink



-23.96% less ink

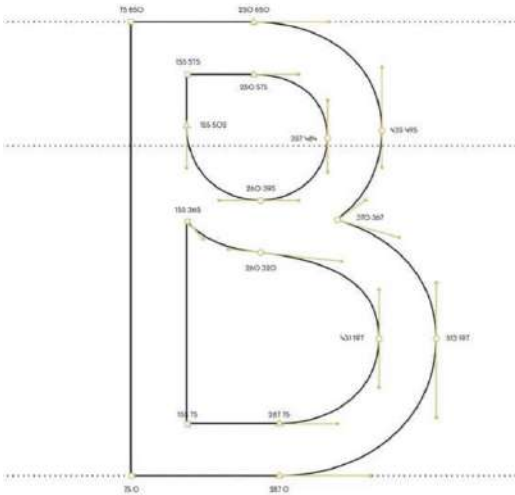


-38.57% less ink

Eko fonty

Czy czcionka może być ekologiczna? Oczywiście. Każdy sposób i zabieg graficzny na zmniejszenie ilości zużytego tuszu to krok w stronę lepszego środowiska. Nie tylko wypełnienie liter, ale i sama czytelność fontu sprawia, że możemy drukować litery mniejsze lub niewyboldowane, ale dalej łatwe w odczycie.

Eko fonty



Ryman
Eco

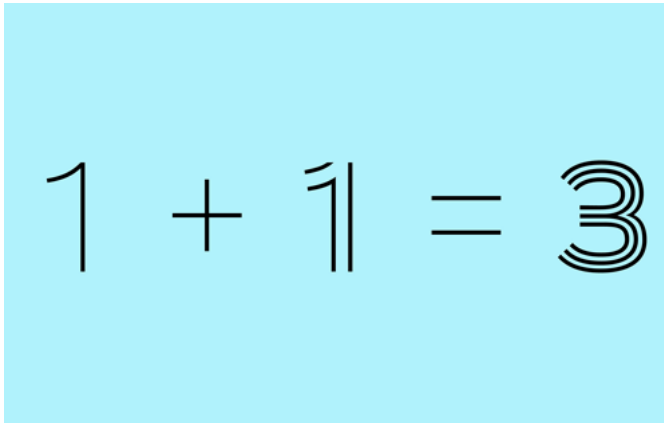
ecofont

STRATEGY
+
DESIGN



A Ä A

SAFFRON
SAFFRON
SAFFRON



Eko fonty

LESS **IS** MORE

ZENSKO

STRATEGY+DESIGN

INLINE
OUTLINE
OVERLAP
SOLID

Lżejsze ikony

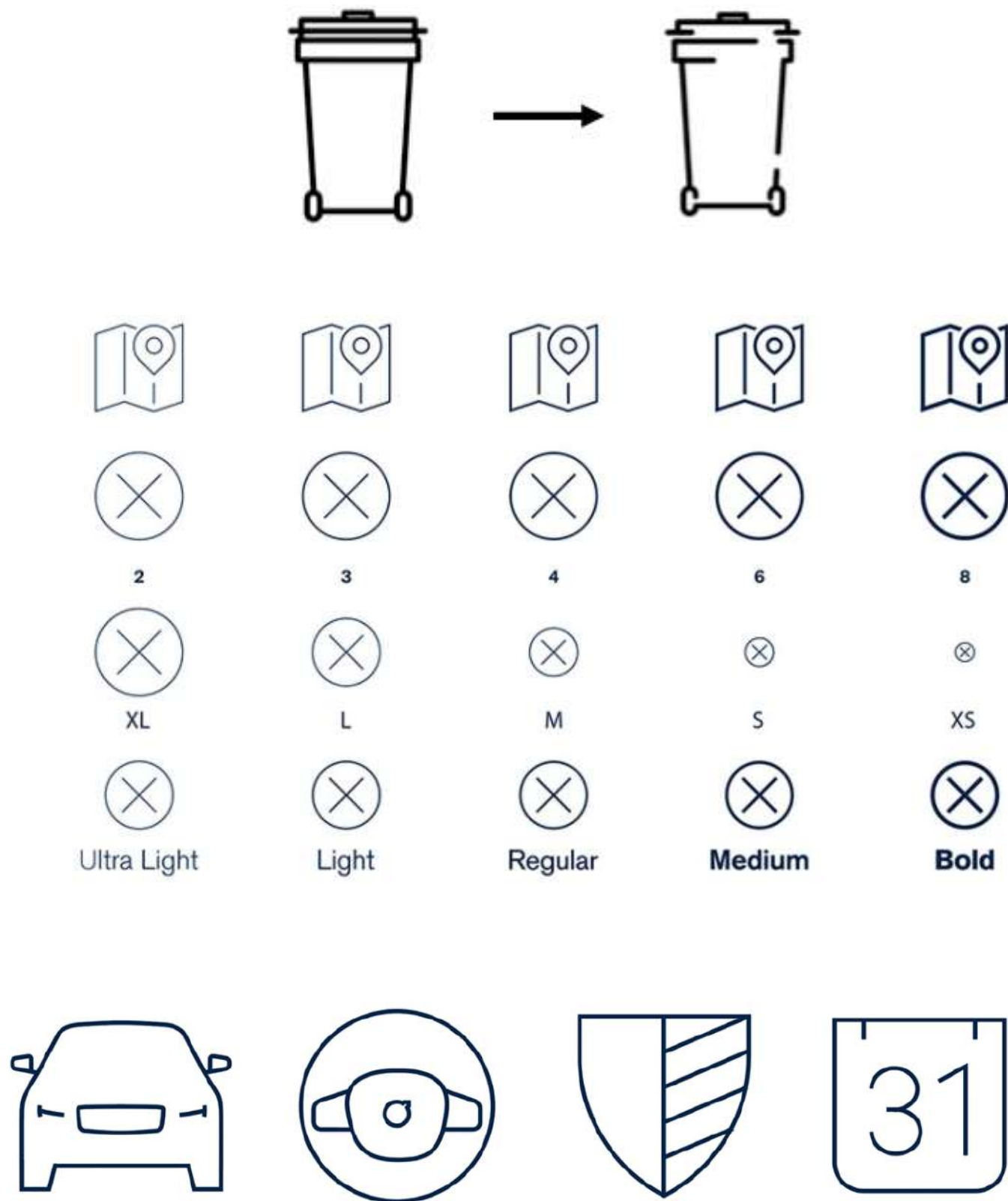
Ikony to symbole, które mają ułatwić nam dekodowanie oraz nawigację, więc tak jak znaki drogowe muszą być czytelne i intuicyjnie przyswajalne.

W naszym studiu często opracowywaliśmy nowe poziomy uproszczeń kształtów, tak by zachować łatwość skojarzenia symbolu, ale uzyskać jak najmniejsze zużycie tuszu, uszczegółowienia i ilości elementów w ikonie.



Lżejsze ikony

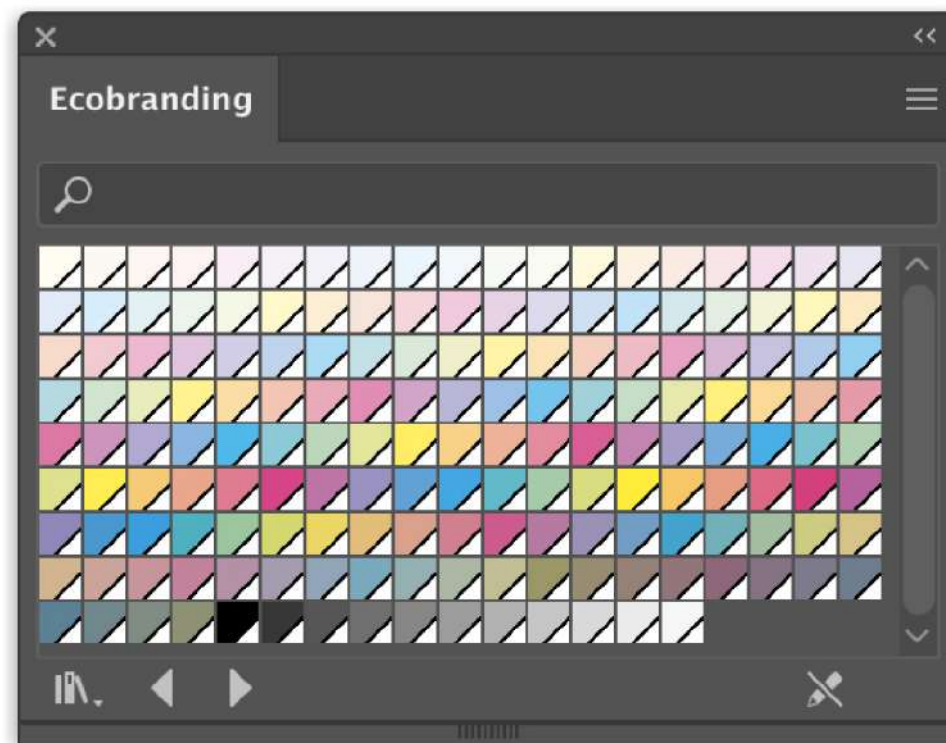
Kolory zużywające mniej tuszu w druku



	H 0 0 0	C 0 20 0	M 0 40 0	Y 0 60 0	K 0 0 0	H 0 0 0	C 0 20 0	M 0 40 0	Y 0 60 0	K 0 0 0	H 0 0 0	C 0 20 0	M 0 40 0	Y 0 60 0	K 0 0 0	H 0 0 0	C 0 20 0	M 0 40 0	Y 0 60 0	K 0 0 0	H 0 0 0	C 0 20 0	M 0 40 0	Y 0 60 0	K 0 0 0	H 0 0 0	C 0 20 0	M 0 40 0	Y 0 60 0	K 0 0 0		
ECOBRANDING 0-1	ECOBRANDING 0-2	ECOBRANDING 0-3	ECOBRANDING 0-4	ECOBRANDING 0-5	ECOBRANDING 0-6	ECOBRANDING 0-7	ECOBRANDING 0-8	ECOBRANDING 0-9	ECOBRANDING 0-10	ECOBRANDING 0-11	ECOBRANDING 0-12	ECOBRANDING 0-13	ECOBRANDING 0-14	ECOBRANDING 0-15	ECOBRANDING 0-16	ECOBRANDING 0-17	ECOBRANDING 0-18	ECOBRANDING 0-19	ECOBRANDING 0-20	ECOBRANDING 0-21	ECOBRANDING 0-22	ECOBRANDING 0-23	ECOBRANDING 0-24	ECOBRANDING 0-25	ECOBRANDING 0-26	ECOBRANDING 0-27	ECOBRANDING 0-28	ECOBRANDING 0-29	ECOBRANDING 0-30	ECOBRANDING 0-31		
H 0 0 0	C 0 20 0	M 0 40 0	Y 0 60 0	K 0 0 0	H 0 0 0	C 0 20 0	M 0 40 0	Y 0 60 0	K 0 0 0	H 0 0 0	C 0 20 0	M 0 40 0	Y 0 60 0	K 0 0 0	H 0 0 0	C 0 20 0	M 0 40 0	Y 0 60 0	K 0 0 0	H 0 0 0	C 0 20 0	M 0 40 0	Y 0 60 0	K 0 0 0	H 0 0 0	C 0 20 0	M 0 40 0	Y 0 60 0	K 0 0 0			
ECOBRANDING 100-1	ECOBRANDING 100-2	ECOBRANDING 100-3	ECOBRANDING 100-4	ECOBRANDING 100-5	ECOBRANDING 100-Magenta	ECOBRANDING 100-6	ECOBRANDING 100-7	ECOBRANDING 100-8	ECOBRANDING 100-Cyan	ECOBRANDING 100-9	ECOBRANDING 100-10	ECOBRANDING 100-11	ECOBRANDING 100-12	ECOBRANDING 100-13	ECOBRANDING 100-14	ECOBRANDING 100-15	ECOBRANDING 100-16	ECOBRANDING 100-17	ECOBRANDING 100-18	ECOBRANDING 100-19	ECOBRANDING 100-20	ECOBRANDING 100-21	ECOBRANDING 100-22	ECOBRANDING 100-23	ECOBRANDING 100-24	ECOBRANDING 100-25	ECOBRANDING 100-26	ECOBRANDING 100-27	ECOBRANDING 100-28	ECOBRANDING 100-29	ECOBRANDING 100-30	ECOBRANDING 100-31
H 0 0 0	C 0 20 0	M 0 40 0	Y 0 60 0	K 0 0 0	H 0 0 0	C 0 20 0	M 0 40 0	Y 0 60 0	K 0 0 0	H 0 0 0	C 0 20 0	M 0 40 0	Y 0 60 0	K 0 0 0	H 0 0 0	C 0 20 0	M 0 40 0	Y 0 60 0	K 0 0 0	H 0 0 0	C 0 20 0	M 0 40 0	Y 0 60 0	K 0 0 0	H 0 0 0	C 0 20 0	M 0 40 0	Y 0 60 0	K 0 0 0			
ECOBRANDING 200-1	ECOBRANDING 200-2	ECOBRANDING 200-3	ECOBRANDING 200-4	ECOBRANDING 200-5	ECOBRANDING 200-6	ECOBRANDING 200-7	ECOBRANDING 200-8	ECOBRANDING 200-9	ECOBRANDING 200-10	ECOBRANDING 200-11	ECOBRANDING 200-12	ECOBRANDING 200-13	ECOBRANDING 200-14	ECOBRANDING 200-15	ECOBRANDING 200-16	ECOBRANDING 200-17	ECOBRANDING 200-18	ECOBRANDING 200-19	ECOBRANDING 200-20	ECOBRANDING 200-21	ECOBRANDING 200-22	ECOBRANDING 200-23	ECOBRANDING 200-24	ECOBRANDING 200-25	ECOBRANDING 200-26	ECOBRANDING 200-27	ECOBRANDING 200-28	ECOBRANDING 200-29	ECOBRANDING 200-30	ECOBRANDING 200-31		
H 0 0 0	C 0 20 0	M 0 40 0	Y 0 60 0	K 0 0 0	H 0 0 0	C 0 20 0	M 0 40 0	Y 0 60 0	K 0 0 0	H 0 0 0	C 0 20 0	M 0 40 0	Y 0 60 0	K 0 0 0	H 0 0 0	C 0 20 0	M 0 40 0	Y 0 60 0	K 0 0 0	H 0 0 0	C 0 20 0	M 0 40 0	Y 0 60 0	K 0 0 0	H 0 0 0	C 0 20 0	M 0 40 0	Y 0 60 0	K 0 0 0			
ECOBRANDING 300-1	ECOBRANDING 300-2	ECOBRANDING 300-3	ECOBRANDING 300-4	ECOBRANDING 300-5	ECOBRANDING 300-6	ECOBRANDING 300-7	ECOBRANDING 300-8	ECOBRANDING 300-9	ECOBRANDING 300-10	ECOBRANDING 300-11	ECOBRANDING 300-12	ECOBRANDING 300-13	ECOBRANDING 300-14	ECOBRANDING 300-15	ECOBRANDING 300-16	ECOBRANDING 300-17	ECOBRANDING 300-18	ECOBRANDING 300-19	ECOBRANDING 300-20	ECOBRANDING 300-21	ECOBRANDING 300-22	ECOBRANDING 300-23	ECOBRANDING 300-24	ECOBRANDING 300-25	ECOBRANDING 300-26	ECOBRANDING 300-27	ECOBRANDING 300-28	ECOBRANDING 300-29	ECOBRANDING 300-30	ECOBRANDING 300-31		
H 0 0 0	C 0 20 0	M 0 40 0	Y 0 60 0	K 0 0 0	H 0 0 0	C 0 20 0	M 0 40 0	Y 0 60 0	K 0 0 0	H 0 0 0	C 0 20 0	M 0 40 0	Y 0 60 0	K 0 0 0	H 0 0 0	C 0 20 0	M 0 40 0	Y 0 60 0	K 0 0 0	H 0 0 0	C 0 20 0	M 0 40 0	Y 0 60 0	K 0 0 0	H 0 0 0	C 0 20 0	M 0 40 0	Y 0 60 0	K 0 0 0			
ECOBRANDING 400-1	ECOBRANDING 400-2	ECOBRANDING 400-3	ECOBRANDING 400-4	ECOBRANDING 400-5	ECOBRANDING 400-6	ECOBRANDING 400-7	ECOBRANDING 400-8	ECOBRANDING 400-9	ECOBRANDING 400-10	ECOBRANDING 400-11	ECOBRANDING 400-12	ECOBRANDING 400-13	ECOBRANDING 400-14	ECOBRANDING 400-15	ECOBRANDING 400-16	ECOBRANDING 400-17	ECOBRANDING 400-18	ECOBRANDING 400-19	ECOBRANDING 400-20	ECOBRANDING 400-21	ECOBRANDING 400-22	ECOBRANDING 400-23	ECOBRANDING 400-24	ECOBRANDING 400-25	ECOBRANDING 400-26	ECOBRANDING 400-27	ECOBRANDING 400-28	ECOBRANDING 400-29	ECOBRANDING 400-30	ECOBRANDING 400-31		
H 0 0 0	C 0 20 0	M 0 40 0	Y 0 60 0	K 0 0 0	H 0 0 0	C 0 20 0	M 0 40 0	Y 0 60 0	K 0 0 0	H 0 0 0	C 0 20 0	M 0 40 0	Y 0 60 0	K 0 0 0	H 0 0 0	C 0 20 0	M 0 40 0	Y 0 60 0	K 0 0 0	H 0 0 0	C 0 20 0	M 0 40 0	Y 0 60 0	K 0 0 0	H 0 0 0	C 0 20 0	M 0 40 0	Y 0 60 0	K 0 0 0			
ECOBRANDING 500-1	ECOBRANDING 500-2	ECOBRANDING 500-3	ECOBRANDING 500-4	ECOBRANDING 500-5	ECOBRANDING 500-6	ECOBRANDING 500-7	ECOBRANDING 500-8	ECOBRANDING 500-9	ECOBRANDING 500-10	ECOBRANDING 500-11	ECOBRANDING 500-12	ECOBRANDING 500-13	ECOBRANDING 500-14	ECOBRANDING 500-15	ECOBRANDING 500-16	ECOBRANDING 500-17	ECOBRANDING 500-18	ECOBRANDING 500-19	ECOBRANDING 500-20	ECOBRANDING 500-21	ECOBRANDING 500-22	ECOBRANDING 500-23	ECOBRANDING 500-24	ECOBRANDING 500-25	ECOBRANDING 500-26	ECOBRANDING 500-27	ECOBRANDING 500-28	ECOBRANDING 500-29	ECOBRANDING 500-30	ECOBRANDING 500-31		
H 0 0 0	C 0 20 0	M 0 40 0	Y 0 60 0	K 0 0 0	H 0 0 0	C 0 20 0	M 0 40 0	Y 0 60 0	K 0 0 0	H 0 0 0	C 0 20 0	M 0 40 0	Y 0 60 0	K 0 0 0	H 0 0 0	C 0 20 0	M 0 40 0	Y 0 60 0	K 0 0 0	H 0 0 0	C 0 20 0	M 0 40 0	Y 0 60 0	K 0 0 0	H 0 0 0	C 0 20 0	M 0 40 0	Y 0 60 0	K 0 0 0			
ECOBRANDING 600-1	ECOBRANDING 600-2	ECOBRANDING 600-3	ECOBRANDING 600-4	ECOBRANDING 600-5	ECOBRANDING 600-6	ECOBRANDING 600-7	ECOBRANDING 600-8	ECOBRANDING 600-9	ECOBRANDING 600-10	ECOBRANDING 600-11	ECOBRANDING 600-12	ECOBRANDING 600-13	ECOBRANDING 600-14	ECOBRANDING 600-15	ECOBRANDING 600-16	ECOBRANDING 600-17	ECOBRANDING 600-18	ECOBRANDING 600-19	ECOBRANDING 600-20	ECOBRANDING 600-21	ECOBRANDING 600-22	ECOBRANDING 600-23	ECOBRANDING 600-24	ECOBRANDING 600-25	ECOBRANDING 600-26	ECOBRANDING 600-27	ECOBRANDING 600-28	ECOBRANDING 600-29	ECOBRANDING 600-30	ECOBRANDING 600-31		
H 0 0 0	C 0 20 0	M 0 40 0	Y 0 60 0	K 0 0 0	H 0 0 0	C 0 20 0	M 0 40 0	Y 0 60 0	K 0 0 0	H 0 0 0	C 0 20 0	M 0 40 0	Y 0 60 0	K 0 0 0	H 0 0 0	C 0 20 0	M 0 40 0	Y 0 60 0	K 0 0 0	H 0 0 0	C 0 20 0	M 0 40 0	Y 0 60 0	K 0 0 0	H 0 0 0	C 0 20 0	M 0 40 0	Y 0 60 0	K 0 0 0			
ECOBRANDING 700-1	ECOBRANDING 700-2	ECOBRANDING 700-3	ECOBRANDING 700-4	ECOBRANDING 700-5	ECOBRANDING 700-6	ECOBRANDING 700-7	ECOBRANDING 700-8	ECOBRANDING 700-9	ECOBRANDING 700-10	ECOBRANDING 700-11	ECOBRANDING 700-12	ECOBRANDING 700-13	ECOBRANDING 700-14	ECOBRANDING 700-15	ECOBRANDING 700-16	ECOBRANDING 700-17	ECOBRANDING 700-18	ECOBRANDING 700-19	ECOBRANDING 700-20	ECOBRANDING 700-21	ECOBRANDING 700-22	ECOBRANDING 700-23	ECOBRANDING 700-24	ECOBRANDING 700-25	ECOBRANDING 700-26	ECOBRANDING 700-27	ECOBRANDING 700-28	ECOBRANDING 700-29	ECOBRANDING 700-30	ECOBRANDING 700-31		
H 0 0 0	C 0 20 0	M 0 40 0	Y 0 60 0	K 0 0 0	H 0 0 0	C 0 20 0	M 0 40 0	Y 0 60 0	K 0 0 0	H 0 0 0	C 0 20 0	M 0 40 0	Y 0 60 0	K 0 0 0	H 0 0 0	C 0 20 0	M 0 40 0	Y 0 60 0	K 0 0 0	H 0 0 0	C 0 20 0	M 0 40 0	Y 0 60 0	K 0 0 0	H 0 0 0	C 0 20 0	M 0 40 0	Y 0 60 0	K 0 0 0			
ECOBRANDING 800-1	ECOBRANDING 800-2	ECOBRANDING 800-3	ECOBRANDING 800-4	ECOBRANDING 800-5	ECOBRANDING 800-6	ECOBRANDING 800-7	ECOBRANDING 800-8	ECOBRANDING 800-9	ECOBRANDING 800-10	ECOBRANDING 800-11	ECOBRANDING 800-12	ECOBRANDING 800-13	ECOBRANDING 800-14	ECOBRANDING 800-15	ECOBRANDING 800-16	ECOBRANDING 800-17	ECOBRANDING 800-18	ECOBRANDING 800-19	ECOBRANDING 800-20	ECOBRANDING 800-21	ECOBRANDING 800-22	ECOBRANDING 800-23	ECOBRANDING 800-24	ECOBRANDING 800-25	ECOBRANDING 800-26	ECOBRANDING 800-27	ECOBRANDING 800-28	ECOBRANDING 800-29	ECOBRANDING 800-30	ECOBRANDING 800-31		
H 0 0 0	C 0 20 0	M 0 40 0	Y 0 60 0	K 0 0 0	H 0 0 0	C 0 20 0	M 0 40 0	Y 0 60 0	K 0 0 0	H 0 0 0	C 0 20 0	M 0 40 0	Y 0 60 0	K 0 0 0	H 0 0 0	C 0 20 0	M 0 40 0	Y 0 60 0	K 0 0 0	H 0 0 0	C 0 20 0	M 0 40 0	Y 0 60 0	K 0 0 0	H 0 0 0	C 0 20 0	M 0 40 0	Y 0 60 0	K 0 0 0			
ECOBRANDING 900-1	ECOBRANDING 900-2	ECOBRANDING 900-3	ECOBRANDING 900-4	ECOBRANDING 900-5	ECOBRANDING 900-6	ECOBRANDING 900-7	ECOBRANDING 900-8	ECOBRANDING 900-9	ECOBRANDING 900-10	ECOBRANDING 900-11	ECOBRANDING 900-12	ECOBRANDING 900-13	ECOBRANDING 900-14	ECOBRANDING 900-15	ECOBRANDING 900-16	ECOBRANDING 900-17	ECOBRANDING 900-18	ECOBRANDING 900-19	ECOBRANDING 900-20	ECOBRANDING 900-21	ECOBRANDING 900-22	ECOBRANDING 900-23	ECOBRANDING 900-24	ECOBRANDING 900-25	ECOBRANDING 900-26	ECOBRANDING 900-27	ECOBRANDING 900-28	ECOBRANDING 900-29	ECOBRANDING 900-30	ECOBRANDING 900-31		
H 0 0 0	C 0 20 0	M 0 40 0	Y 0 60 0	K 0 0 0	H 0 0 0	C 0 20 0	M 0 40 0	Y 0 60 0	K 0 0 0	H 0 0 0	C 0 20 0	M 0 40 0	Y 0 60 0	K 0 0 0	H 0 0 0	C 0 20 0	M 0 40 0	Y 0 60 0	K 0 0 0	H 0 0 0	C 0 20 0	M 0 40 0	Y 0 60 0	K 0 0 0	H 0 0 0	C 0 20 0	M 0 40 0	Y 0 60 0	K 0 0 0			

Kolory zużywające mniej tuszu w druku

Transparencje zużywające mniej tuszu w druku



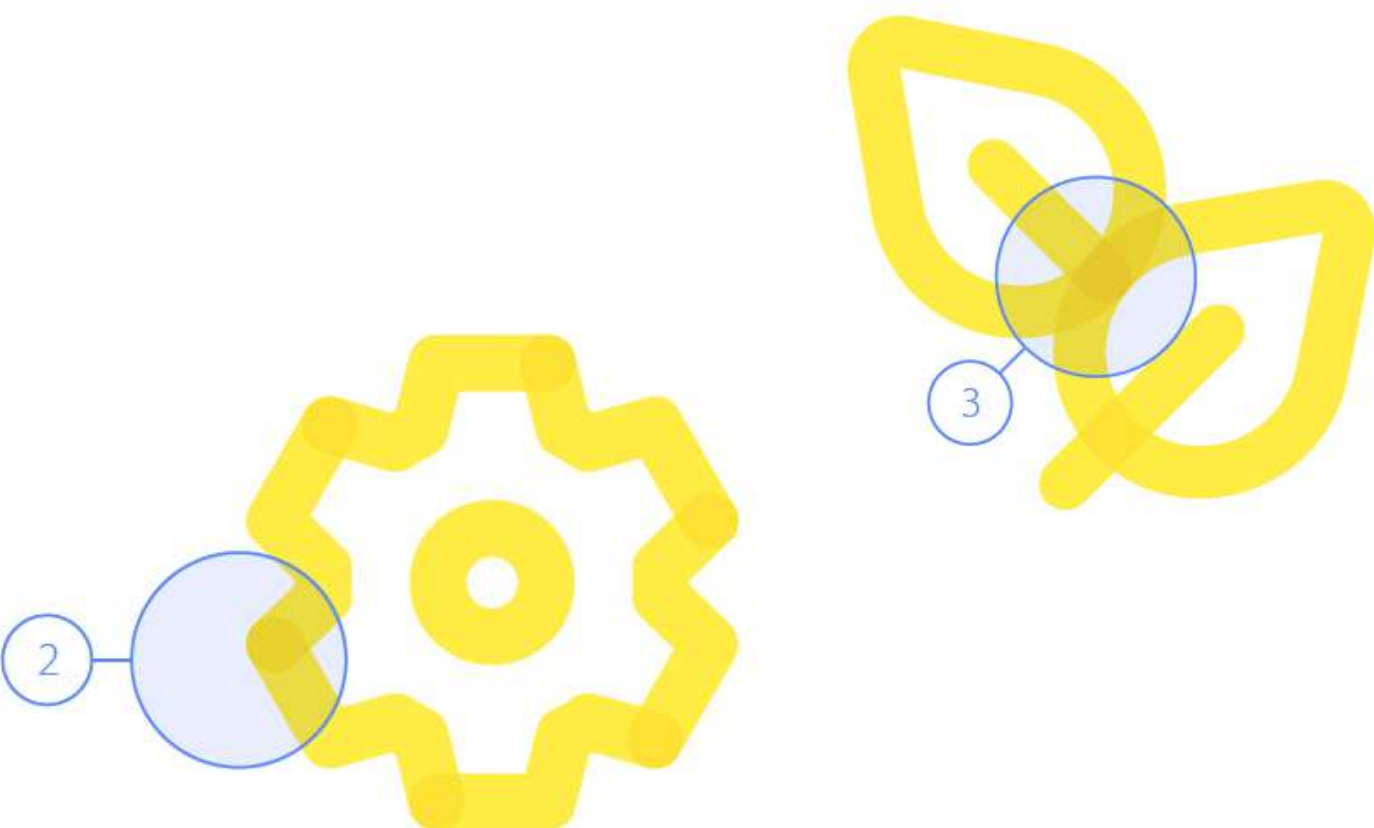
Ink coverage
Color number
Color guide name

ECOBRANDING 70-4					ECCBRANDING 70-5				ECOBRANDING 70-6				ECOBRANDING 70-7				ECOBRANDING 70-8	
K	C	M	Y	K	C	M	Y	K	C	M	Y	K	C	M	Y	K	C	M
0	0	53	17	0	0	70	0	0	17	53	0	0	35	35	0	0	53	17

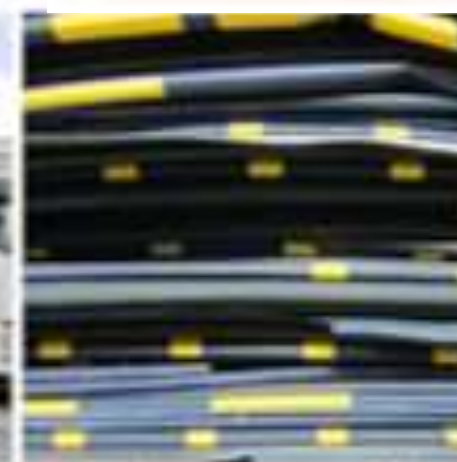


Obieg zamknięty

Ponowne wykorzystanie papieru czy gazet do produkcji materiałów firmowych — toreb, kopert, teczek. To wszystko sensowne sposoby na recykling surowców.









DIY





Ponowne wykorzystanie materiału z reklam wielkoformatowych

Plecaki i torby z banerów wystawy "Poczet królów Polski". Pomysł zrealizowany przez Zamek Królewski w Warszawie.





Eko surowce

Wykorzystanie materiału ekologicznego wcale nie oznacza konieczności stosowania tylko papierów szarych i mało szlachetnych wizualnie czy w dotyku. Na co dzień współpracujemy z producentami papierów, którzy zwracają uwagę na zrównoważony rozwój i kwestie takie jak:

- **Oszczędność energii**
- **Ponowne użycie wody**
(jeden z naszych dostawców ma najmniejsze wykorzystanie wody w branży)
- **Odprowadzanie ścieków**
(jeden z naszych dostawców ma najmniejszą ilość ścieków odprowadzanych do wody; dodatkowo stosuje również systemy skutecznego oczyszczania wody używanej podczas produkcji)
- **Celuloza z certyfikatem**
- **Odpady**
(jeden z naszych dostawców wyodrębnia osad biologiczny spełniający kryteria zezwalające na rozprzestrzenianie na polach, dzięki czemu wspiera naturalny cykl ekologiczny)
- **Recykling**
(jeden z naszych dostawców opracował systemy recyklingu, które pozwalają sortować i przetwarzać odpady lub wykorzystywać je jako źródła energii, o ile jest to możliwe)
- **Ograniczenie emisji zanieczyszczeń powietrza**
(jeden z naszych dostawców wykorzystuje turbiny napędzane wodą, inwestuje również w sterowane komputerowo wysokowydajne palniki olejowe oraz posiada nową, opalaną gazem elektrociepłownię, która wyparła starą elektrociepłownię węglową)

Eko surowce

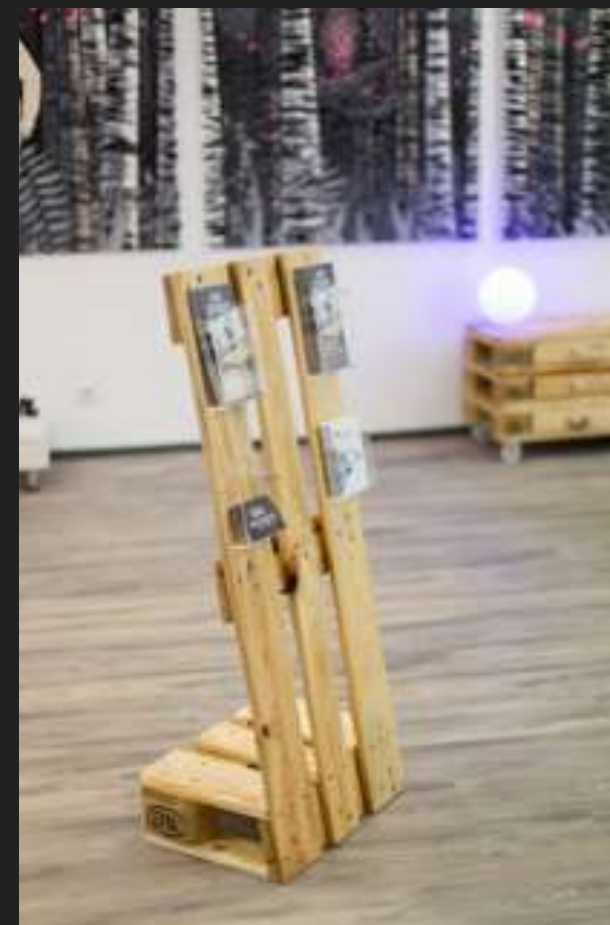


Drewniane lub kartonowe standy na ulotki

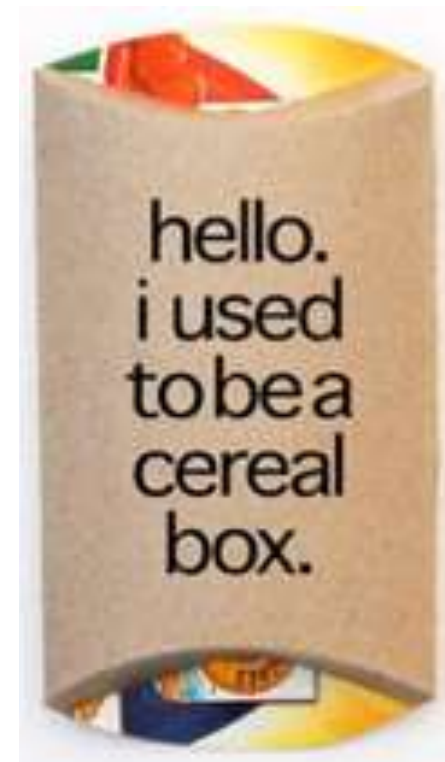


Eko alternatywy dla roll-upów

Lekka konstrukcja, do której montowany jest wydruk z papieru. Łatwa wymiana na nowy wydruk.



Eko materiały, z przekazem





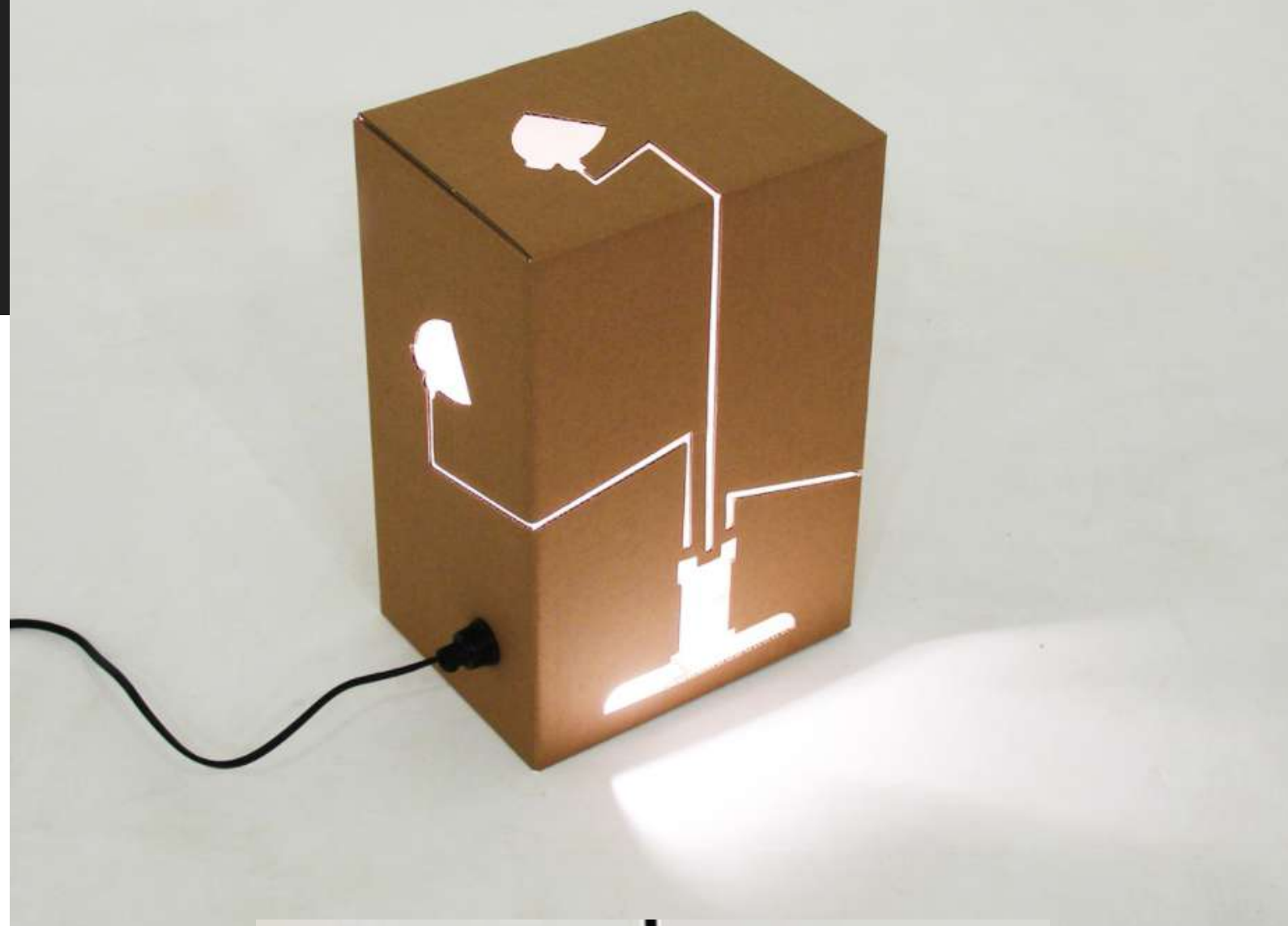
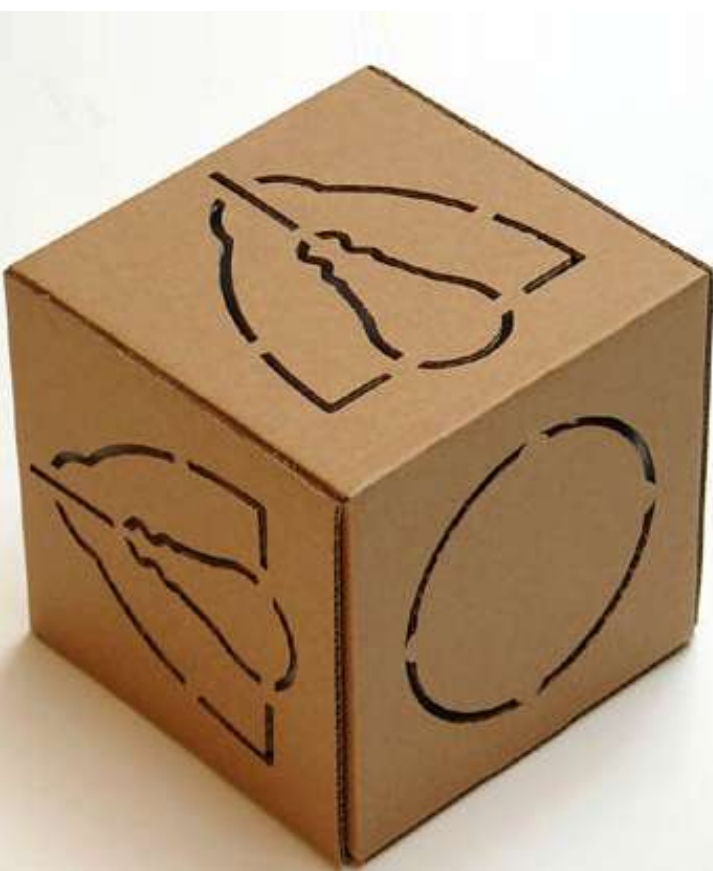
Eko opakowania na butelki

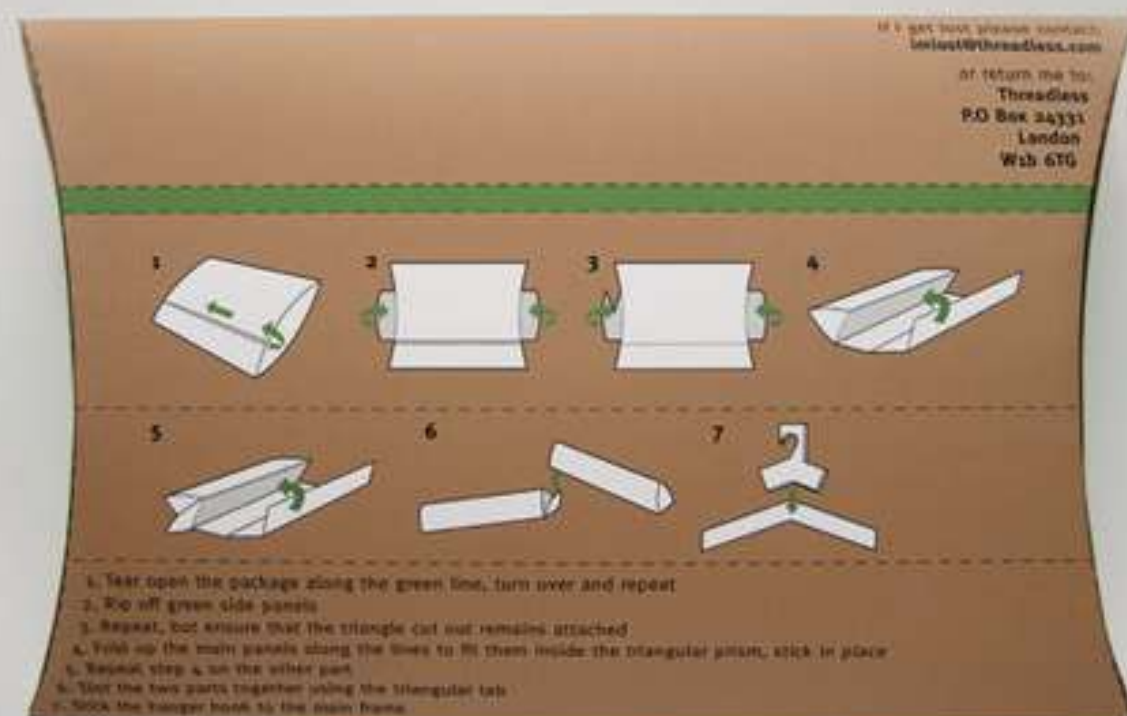
Opakowanie do ponownego wykorzystania lub z ważnym, ciekawym eko przekazem w środku.





Opakowania do ponownego wykorzystania





Co można zrobić z kartonu?

Projektanci Samsunga postanowili pokazać, że kartony po telewizorach wcale nie muszą trafić na śmietnik, jeżeli zrobimy z nich domki dla kotów, zabawki, a nawet meble.





Dostawa bez torby plastikowej



Wykorzystanie papieru kwitnącego (z wprasowanymi nasionami)





Mniejszy format materiałów firmowych

Zmniejszenie formatu niektórych nośników jest również działaniem eko. Wizytówki mogą mieć połowę swojej wielkości, ulotki mniejszy format, a wykrojniki można tak zoptymalizować, aby większa ilość materiału mieściła się na jednym użytku.



Biodegradowalne karty i identyfikatory

Nadruki na tej karcie wykonane są na bazie substancji, które kiedyś zanieczyszczały powietrze, a następnie zostały z niego pozyskane, aby to powietrze oczyścić (technologia Air-Ink). Jest też w pełni zblizeniowa, ponieważ nie ma paska magnetycznego. Inne karty zrobione są z materiału zawierającego skrobię kukurydzianą i biomasę, co zmniejsza o połowę ślad węglowy spowodowany produkcją kart.



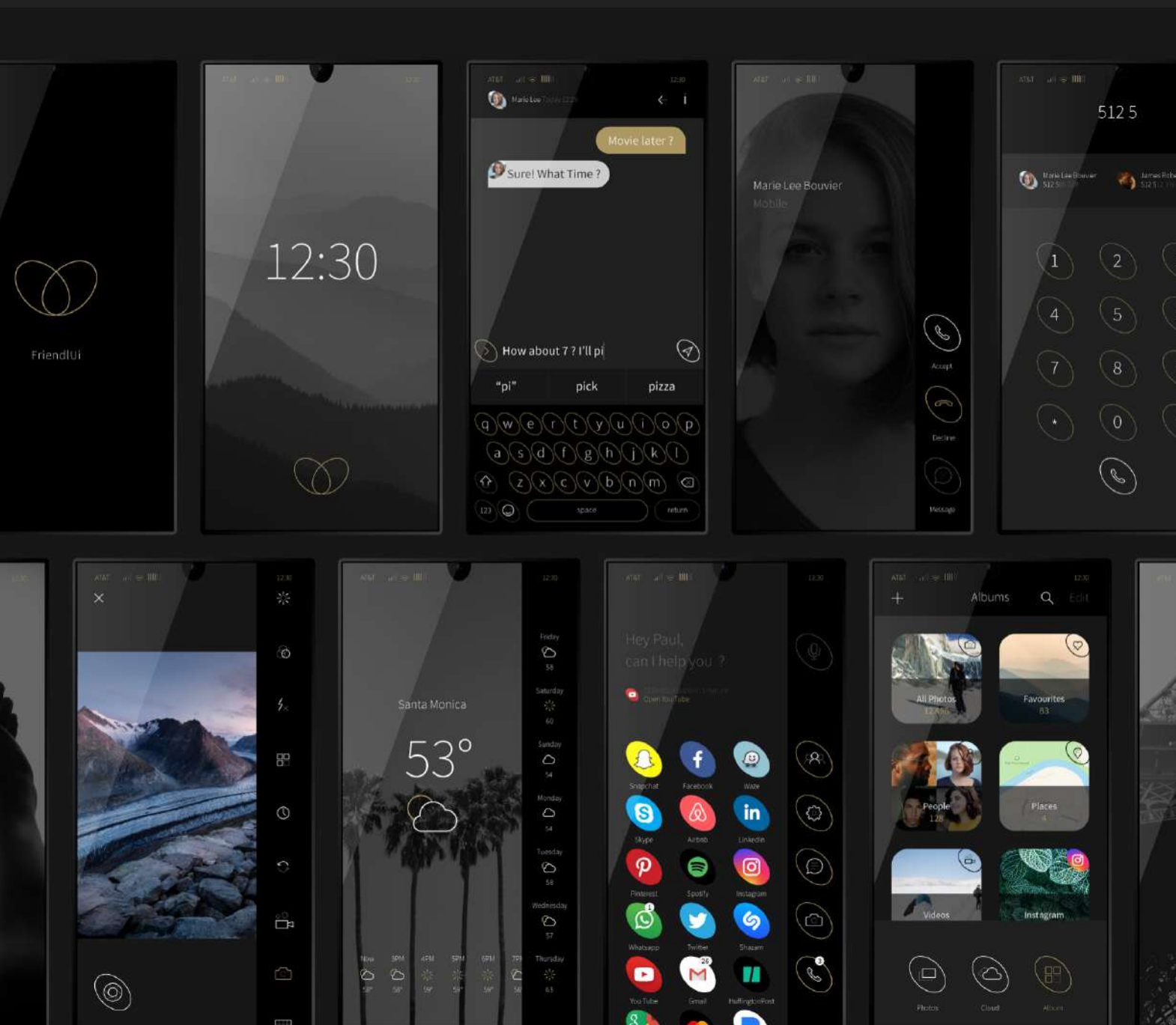
DIGITAL

Eco & User-friendly digital design

Eco & User-friendly digital design

UI w naszych telefonach to nie tylko to, co widzimy wprost tak jak kolory – to także funkcjonalność, ergonomia i optymalizacja czasu.

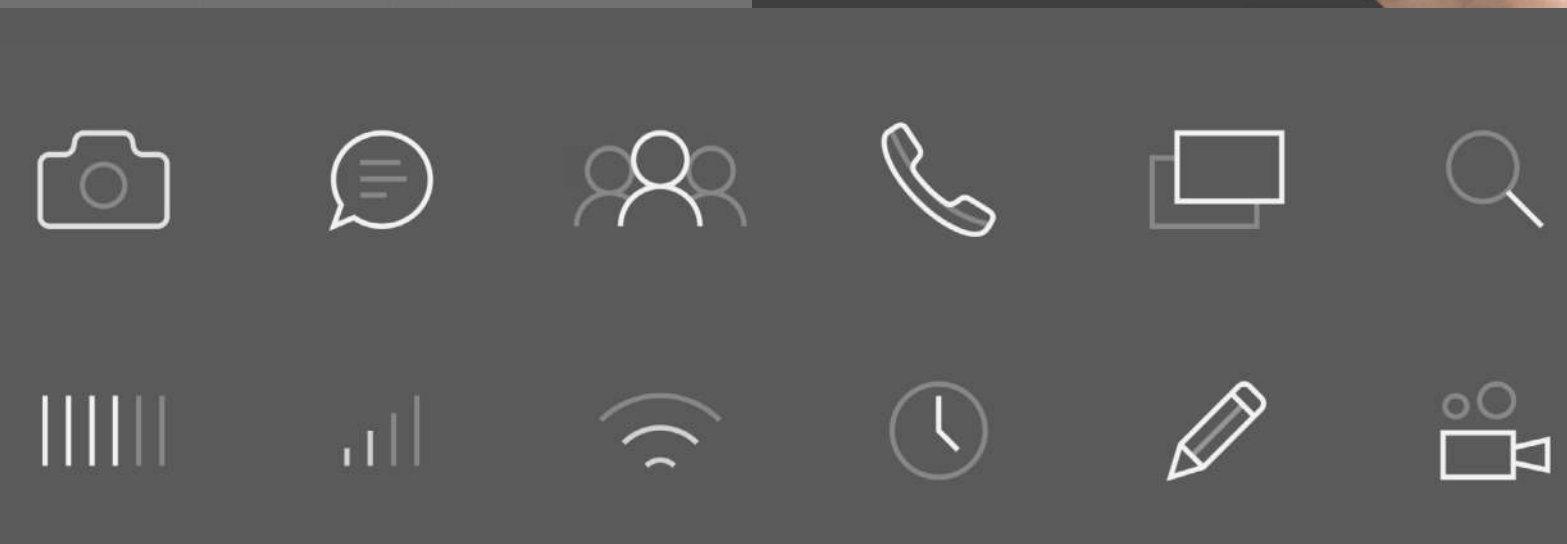
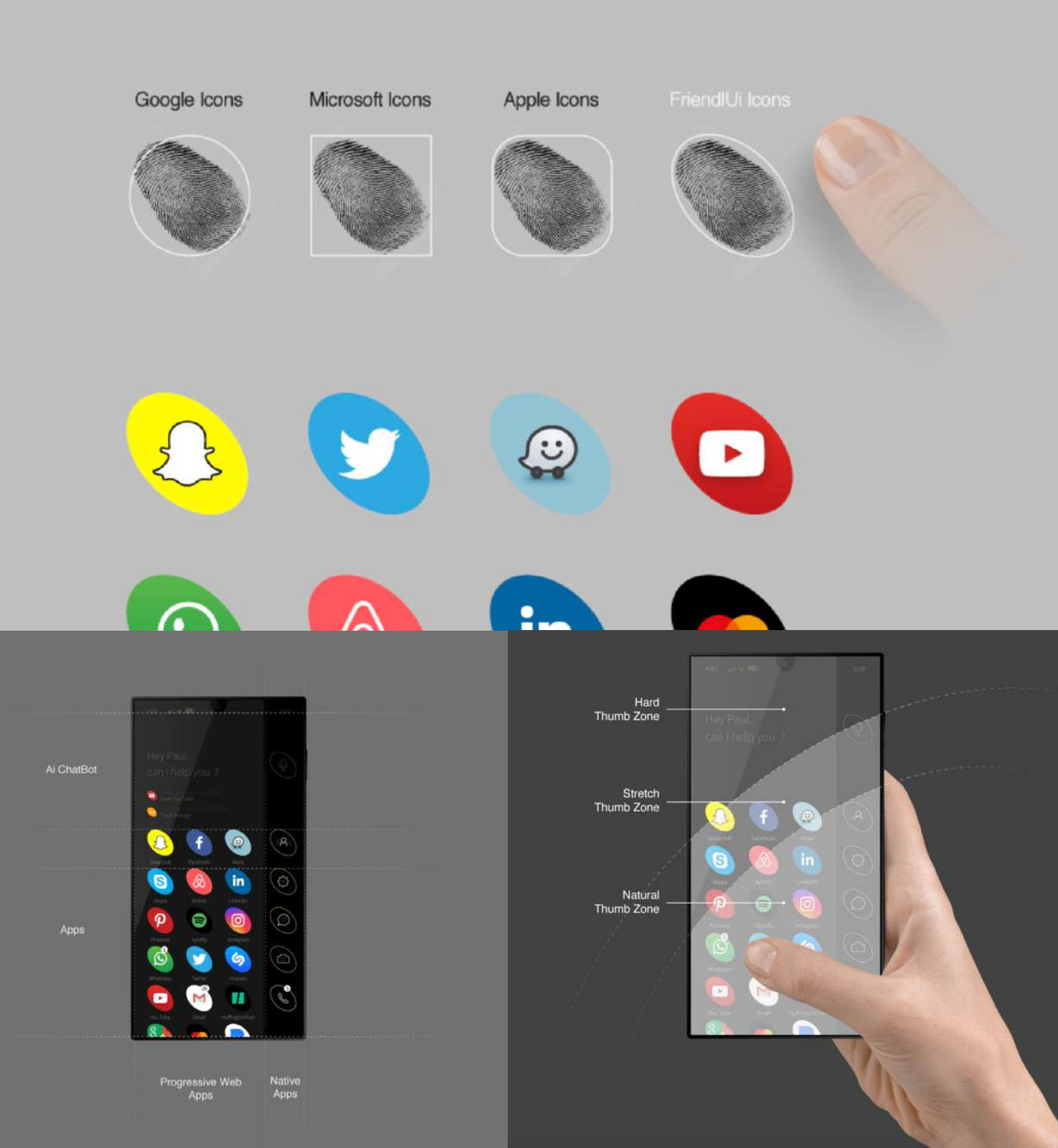
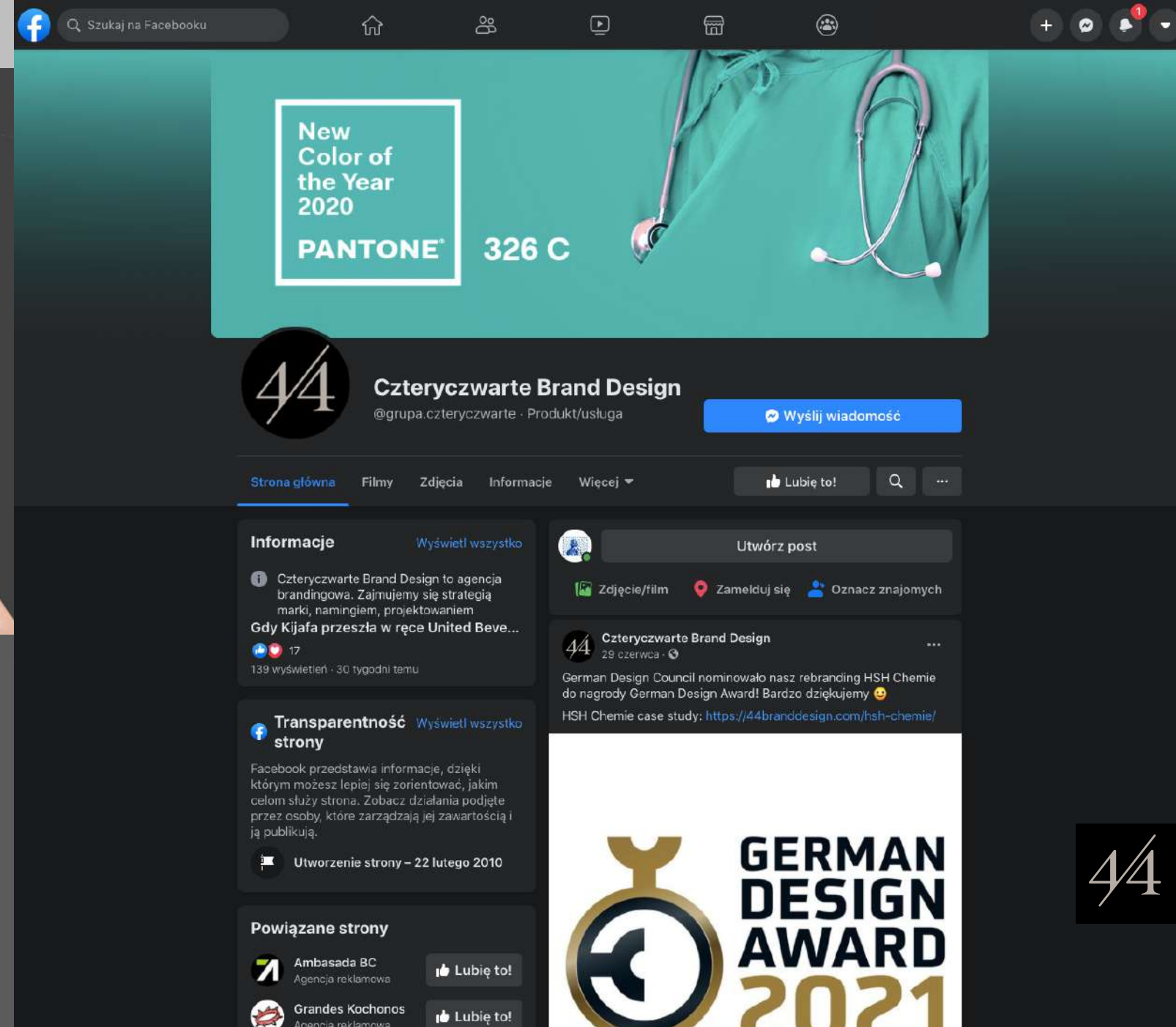
Te wartości pozyskujemy zarówno dzięki odpowiedniej kompozycji, dobrze dobranym kontrastom, ułatwianiu sterowania poprzez gesty, nadawanie przyciskom ergonomicznych dla naszych palców kształtów oraz poprzez rozumienie funkcjonowania telefonu w dzisiejszych czasach i sposobów korzystania z nich przez użytkowników.



Darkmode interfejsu

Długo oczekiwany nowy interfejs Facebooka ukazał się także w trybie ciemnym, co – mimo licznych zastrzeżeń użytkowników do samego UI – przyjęliśmy z ulgą ♥

Wielu użytkowników dzisiaj preferuje ciemne interfejsy – nie tylko z powodu większej wydajności energii, ale także ze względu na łagodniejsze kontrasty i mniejszą ilość promieniowania z ekranu.



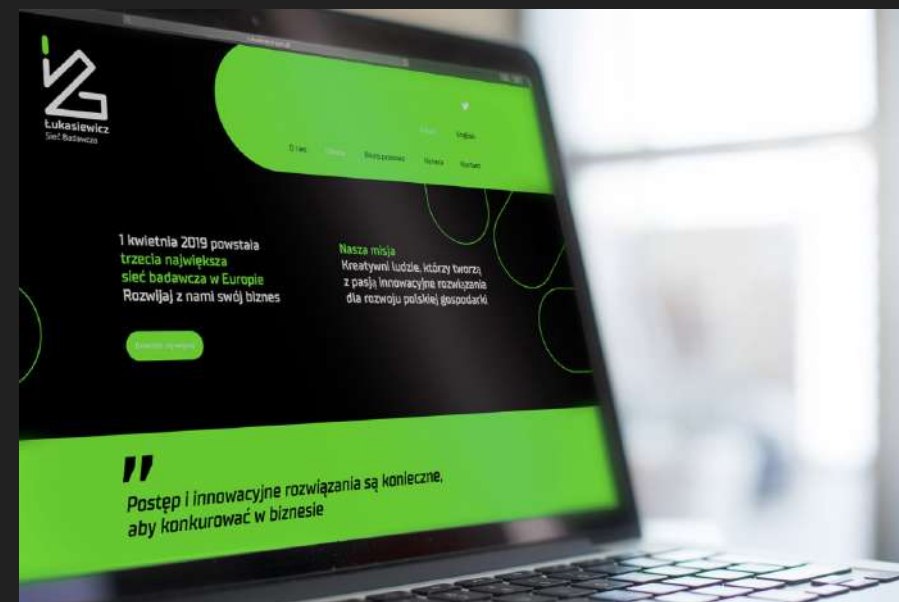
Kolory vs. zużycie prądu

Podświadomie spodziewamy się, że mniejsze zużycie farby w druku lub lżejszy kolor to działanie ekologiczne, ale co z kolorami w digitalu?

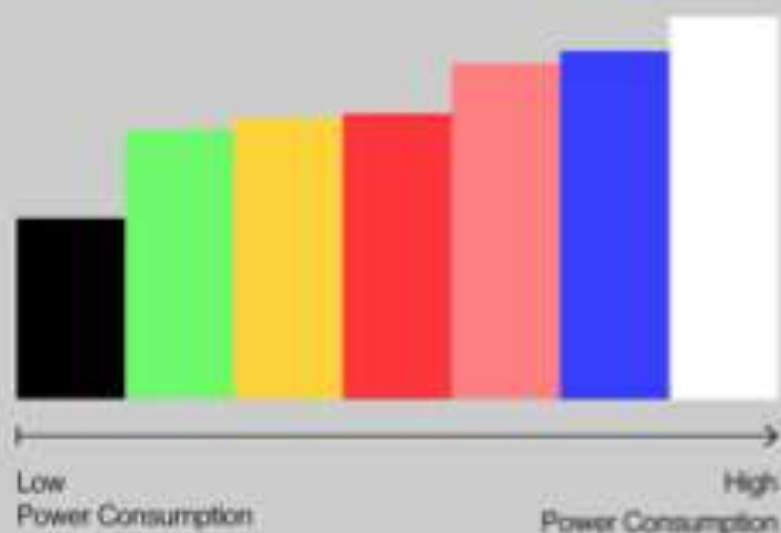
Z jednej strony bardzo ważna pozostaje czytelność – samo promieniowanie ekranu męczy nasze oczy, więc UI musi być oparte na kolorach, które zapewnią nam komfort oglądania i czytania. Trendownik, który przeglądasz, też nie jest po prostu na czarnym tle – zadbaliśmy o odpowiedni kontrast między tłem a literami, żeby nie męczyć Twojego wzroku ♥

Z drugiej strony czerń i zieleń to kolory zużywające najmniej energii, która w zdecydowanej większości wciąż nie jest pozyskiwana w ekologiczny sposób, więc warto ją oszczędzać.

Czerń i zieleń — najekologiczniejsze online



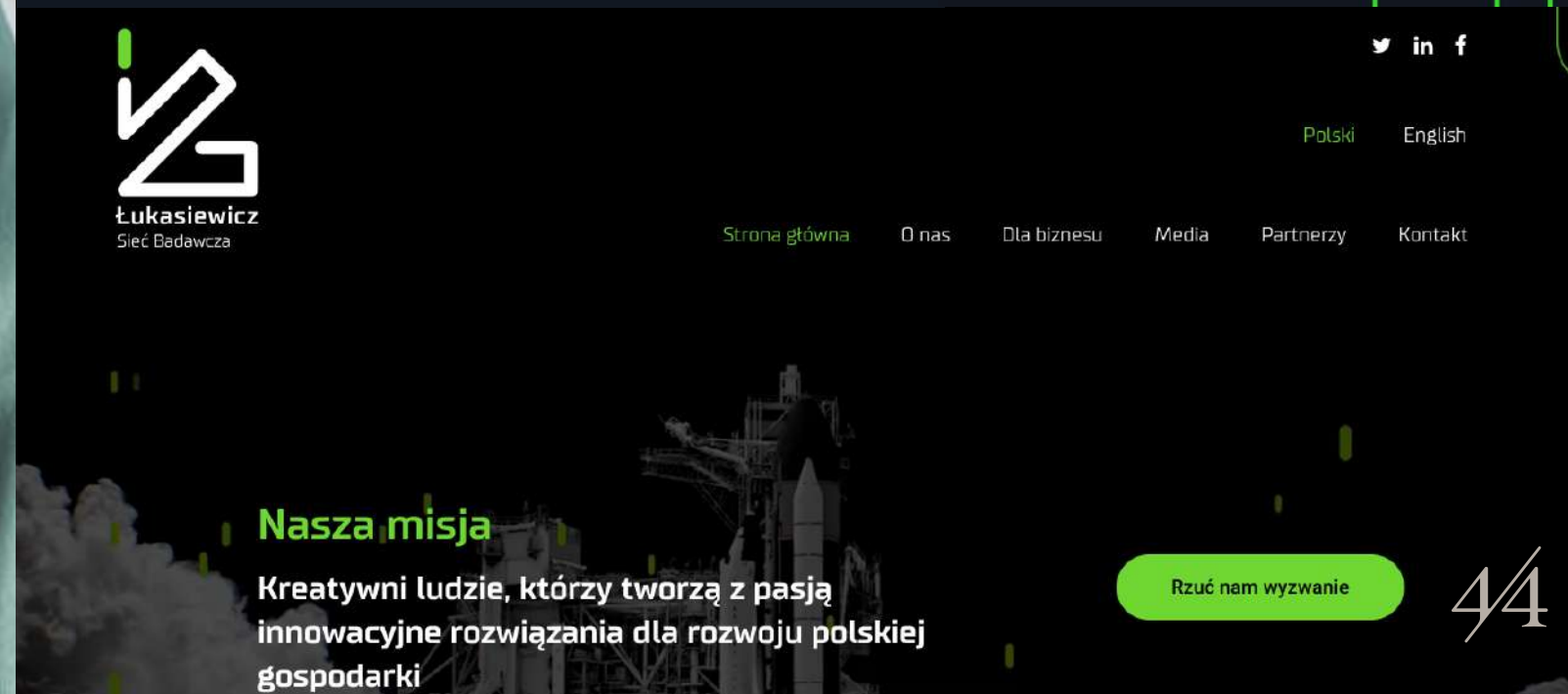
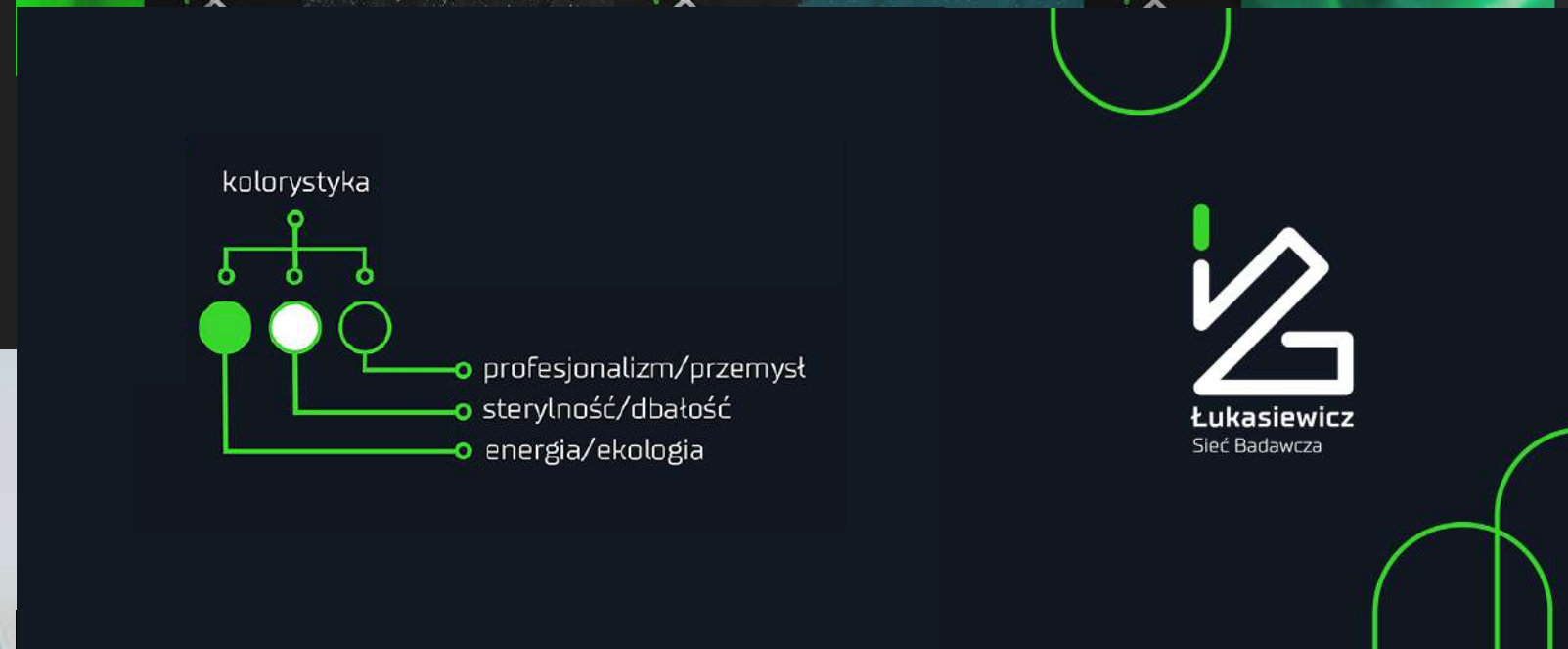
Black is the new green



Czerń i zieleń — najekologiczniejsze online

W pracy nad identyfikacją Sieci Badawczej Łukasiewicz musieliśmy nie tylko zgrać tożsamość ponad 30 polskich instytutów naukowych, ale i cele utilitytarne UI z ekologicznym podejściem do digitalu. Czerń i zieleń w odpowiednich odcieniach nadawały się do tego idealnie.

Wersje printowe również zachowują zasadę ekologii w tym środowisku poprzez inwersję kolorystyczną.



Więcej możecie znaleźć tutaj:
<https://44branddesign.com/siec-badawcza-lukasiewicz/>

Eko edukacja

Problemem w ratowaniu planety jest to, że nie można tego zrobić samemu. Znaczących zmian możemy dokonać tylko wtedy, gdy działamy razem.

Zatem oprócz używania ekologicznych materiałów czy naklejenia zielonej stopki na stronę internetową, ważnym krokiem jest uświadomienie klientom, co oni mogą zrobić dla środowiska.





What makes us
'not typical'?

ecopal is a revolutionary, sensitive company focus on stationaries and art supplies. All our products are made completely of those recycled, non-biodegradable trash that is meant to be sent to the landfill, with totally no wood in them whatsoever.



100% Eco friendly



Waste free manufacturing



low raw material inventory



low electricity used



Please recycle, gives this box another life and it might come back to us and we will continue to produce these special pencil colours for you.

ecopal

I USED TO BE A PLASTIC BOTTLE

This box of colour pencils were made from thousand over various non-biodegradable trash and abandoned recycle goods. Let the colour pencils tell you what they were in their past life!

Comes in 14 Classic Colours • Strong Leads
Smooth & Rich Colour • Easy Sharpening

no trees
are harmed
in the
making.

Made in Indonesia to Ecopal International Quality standard by: PT.A.W.Ecopal Indonesia Jl. Raya Narogong, Pangkalan, 1B Bantargebang Bekasi 17151, Indonesia
Email: info.eco@ecopal.com

Mówienie w oparciu o realne liczby

Coraz częściej spotykamy się z otwartą komunikacją marek, które starają się promować ekologiczne podejście do życia. Dobrym tropem jest opieranie się na prawdziwych wartościach, które w naszych odbiorcach budują poczucie wiarygodności, a nie *greenwashingu*.

SAVE MORE LEAVES WITH EMAIL MARKETING

SEND EMAILS INSTEAD OF PRINT NEWSLETTERS AND SAVE TREES

Billions of trees are cut down every year to make paper. In some cases, we can replace the use of paper with greener methods. By opting for emails instead of print newsletters, you can make our planet greener. You are on your way to Saving More Leaves!

MORE THAN

3 BILLION TREES

ARE CUT DOWN EVERY YEAR



WHY DO YOU NEED TO SAVE TREES?



Trees clean the air & provide oxygen

Trees absorb odors and pollutant gases. In one year, an

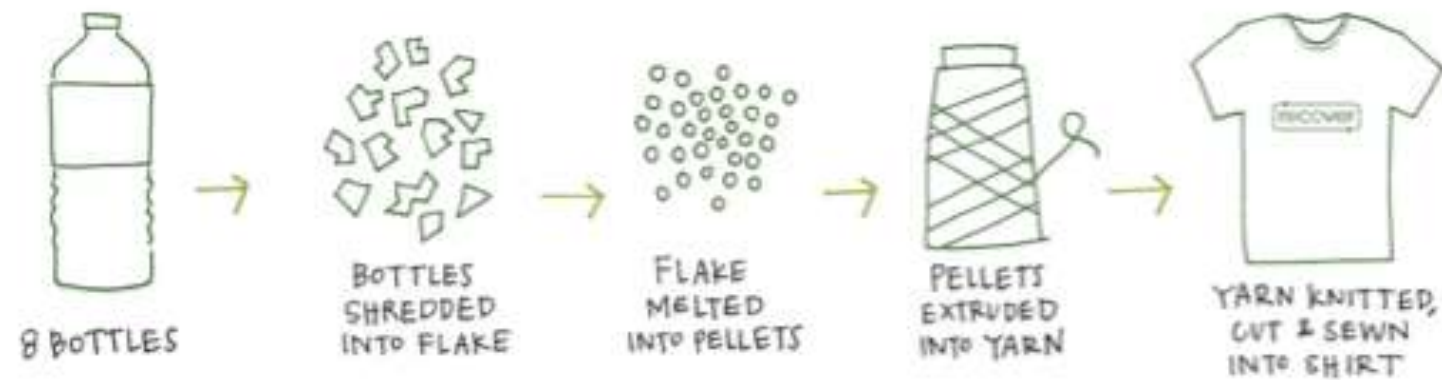
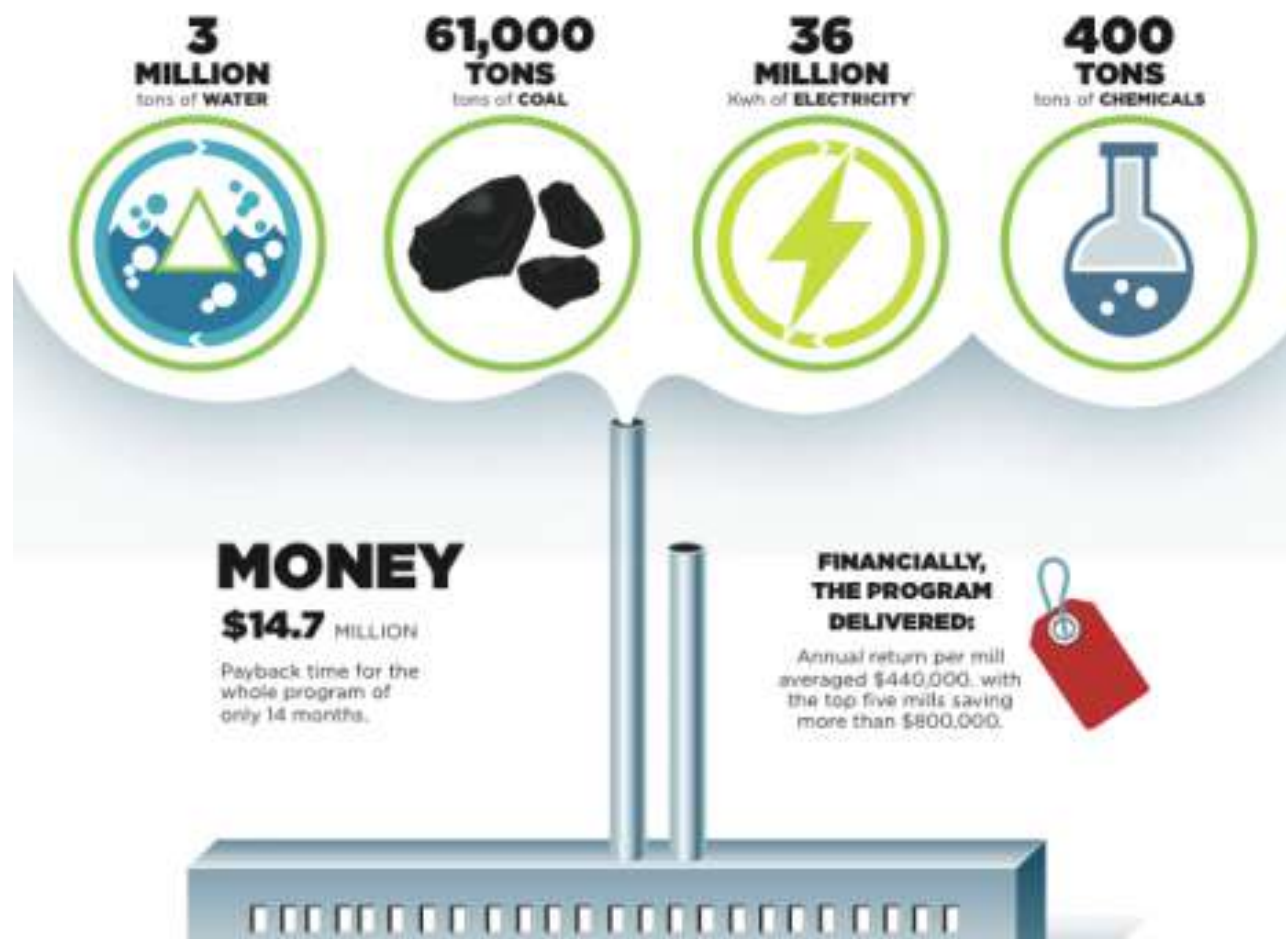


Trees conserve energy

Three trees placed strategically around a single-family

WHAT WAS SAVED

IN TOTAL, THE 33 MILLS IN THE 2014 CLEAN BY DESIGN PROGRAM SAVED:



DZIAŁANIE



TREE FREE

ENVIRONMENTALLY FRIENDLY

- ♣ Ungebleichtes Papier
- ♣ Ohne optische Aufheller
- ♣ Ohne Färbechemikalien

- ♣ Unbleached paper
- ♣ No whitening chemicals
- ♣ No dyeing chemicals

Naturfarbenes Mehrzweck-Kopierpapier
Cream multi-use copy paper

72 **A4**
g/m² 210x297mm
500 Blatt
Sheets

-10% Ressourcen
Bewahren
Save
Resources

Eko branding to także działanie

Ekologia to słowo odmienione już przez wszystkie przypadki, ale jeszcze nie przez wszystkie okoliczności. Edukacja i promocja stylu less waste to ważne elementy pracy na rzecz naszej planety, ale na mówieniu nie możemy poprzestać.

Marki wiedzą już dzisiaj, że bycie blisko swoich odbiorców i okazywanie wsparcia to także działanie, a więc pole do popisu dla biznesu zaangażowanego społecznie. Wiele brandów celuje dzisiaj swoimi projektami CSR w tematy ekologiczne.

Proporcjonalnie jest to najszybciej rozwijający się sektor NGO w ostatnich latach. Każde realne działanie na rzecz ekologii bardzo nas cieszy – dla naszego zespołu w 4/4 to ważny aspekt życia. Właśnie dlatego wybraliśmy kilka najciekawszych przykładów z perspektywy życia w mieście, w którym bardzo widoczne są skutki złego gospodarowania i negatywnego wpływu ludzi na środowisko.

Eko współdziałanie – między korporacjami

Przykładem firmy, która postawiła na wspólne działania ponad podziałami, jest Ford. Jak większość dzisiejszych marek samochodowych na świecie, dużą część swojego budżetu na badania i rozwój Ford przeznacza na zrównoważone strategie (samochody hybrydowe i elektryczne). Co jednak najciekawsze, firma zaczęła także myśleć o poszukiwaniu energii odnawialnej poza branżą transportową. Z wybranymi partnerami, m.in. takimi jak Infineon czy Whirlpool, w 2014 r. stworzyli program „MyEnergi Lifestyle”, aby promować bardziej przyjazny środowisku styl życia. Najlepsze zrównoważone marki nie pozwalają na to, by kwestia konkurencji powstrzymała ich od osiągnięcia swoich celów. Chcą współpracować i angażować się w nowe koncepcje, aby stworzyć lepszy świat.



Stacje rowerowe

Stacje sponsorskie Citi Handlowy Bikes dla rowerów miejskich Veturilo — przykład CSR w obrębie ekologii.



Ule na dachach budynków



Oddychaj bez smogu

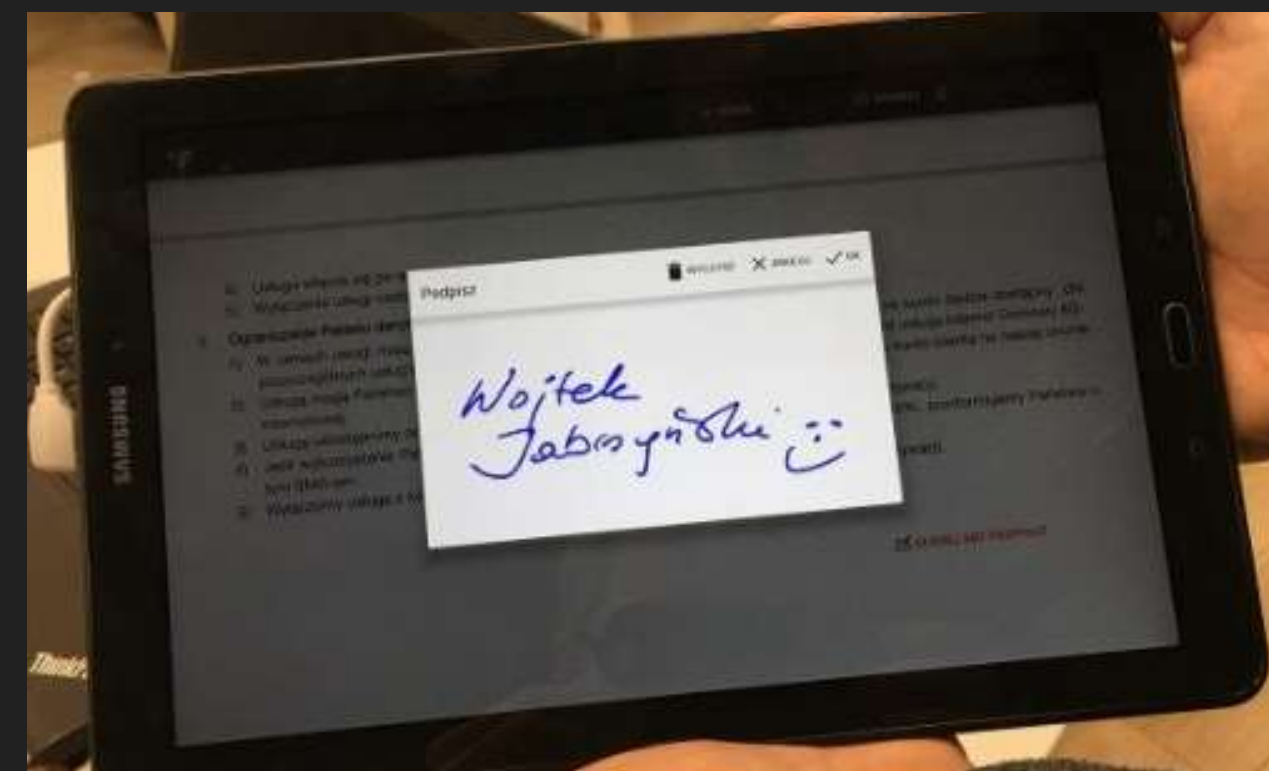
Jednym z wielkich zagrożeń ludzkości stało się zanieczyszczenie powietrza. Naprzeciw wyszła z inicjatywą Aviva. W wielkich miastach misja ta przekształcona została w kampanię walki z zanieczyszczeniem powietrza poprzez projekt #WiemCzymOddycham oraz filtrujące billboardy.



Let's be paperless

Od stycznia 2020 we wszystkich salonach firmowych i partnerskich Orange umowy można podpisać na tabletach. Pilotaż usługi zaczął się w dwóch warszawskich placówkach w grudniu 2017 roku, a w marcu 2019 usługa była dostępna w 200 miejscach. Klientom umowa pokazywana jest na ekranie, a po podpisaniu przesyłana na ich maila. Na życzenie może też zostać wydrukowana, ale tylko w jednym egzemplarzu, dla klienta. Dzięki temu nie tylko oszczędza się papier, ale też odchodzą problemy z przechowywaniem dokumentów i przesyłaniem ich z salonu do archiwum.

Całość procesu jest odpowiednio zabezpieczona, niemożliwe jest skopiowanie podpisu do innych plików. Elektroniczny podpis wybiera 9 na 10 klientów, co pozwoliło dotychczas zaoszczędzić 4,5 mln kartek papieru.



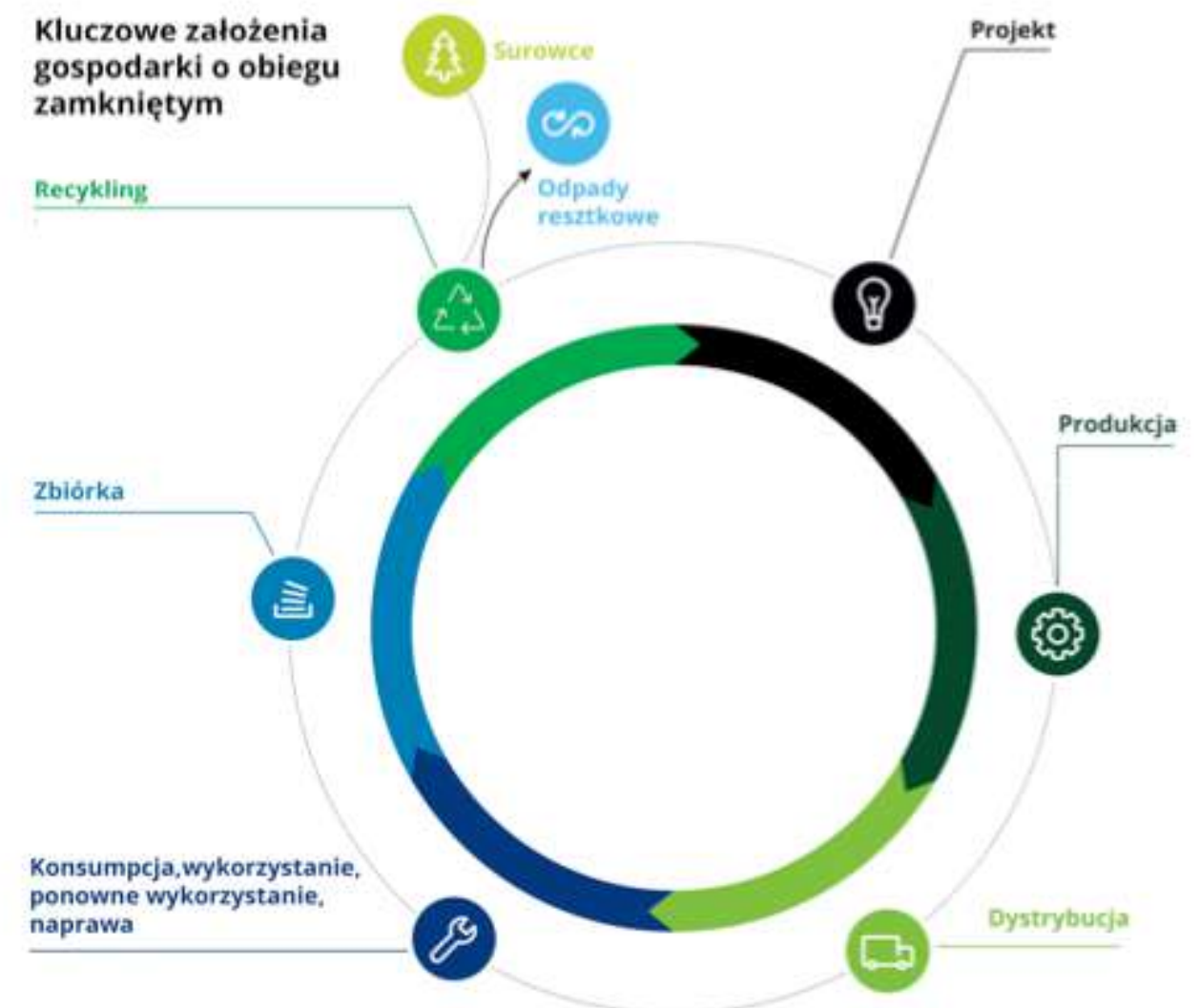
Zasilanie serwerowni

Według danych KTH Royal Institute of Technology 10% światowej konsumpcji energii pochłania Internet. Największe firmy, takie jak Facebook, Apple i Google, dążą do tego, żeby ich serwerownie zasilane były w 100% energią odnawialną. Google nieustannie działa na rzecz podniesienia efektywności energetycznej w swoich centrach przechowywania danych: starając się zminimalizować straty energii przy jej konwersji, zapewniając jak najlepsze chłodzenie w swoich serwerowniach, a nawet budując własne serwery. Od 12 lat firma jest neutralna pod względem emisji dwutlenku węgla, będąc jednocześnie największym na świecie korporacyjnym nabywcą energii odnawialnej.



Gospodarka obiegu zamkniętego (circular economy)

Właściwe podejście powinno opierać się na analizie rozwiązań stosowanych na poziomie całego łańcucha wartości firmy. Konieczne jest dokładne zbadanie obszarów, w których organizacja może poszukiwać nowatorskich i skutecznych metod wdrożenia gospodarki o obiegu zamkniętym. Warto przyrzeć się pod tym kątem zarówno wewnętrznemu funkcjonowaniu firmy, jej produktom i usługom, jak też komunikacji z rynkiem.



Źródła

<https://www.facebook.com/grupa.cztery czwarte>
<https://44branddesign.com/siec-badawcza-lukasiewicz/>
<https://44branddesign.com/hsh-chemie/>
<https://www.behance.net/gallery/18430391/Ecopal>
<https://www.behance.net/gallery/56398071/ECOBRANDING-Eco-Logos>
<https://www.behance.net/gallery/86100131/ECOBRANDING-Eco-Colors-CMYK-Guide>
<https://github.com/ECobranding/ECobranding-CMYK-Guide>
<https://www.behance.net/gallery/65976063/ECOBRANDING-The-First-Dark-Mode>
<https://www.wiemczymoddycham.pl/>
<https://ecobranding-design.com/>
Re-Living the City — UABB Catalogue
<https://www.ikeahackers.net/>
<https://www.zamek-krolewski.pl/>
<https://www.xonecole.com/diy-magazine-bag/>
<https://www.ecoenclose.com/>
<https://forageandsustain.com/why-noissue-is-leading-the-way-in-compostable-packaging/>
<https://competition.adesignaward.com/design.php?ID=57632>
<https://www.behance.net/>
<https://www.businessinsider.com/samsung-luxury-tv-boxes-packaging-cardboard-cat-houses-book-racks-2020-4?IR=T>
<https://www.growingpaper.com/>
<https://newsroom.mastercard.com/eu/sv/press-releases/do-black-the-worlds-first-credit-card-with-a-carbon-limit-2/>
<https://zapakuj.to/zrownowazony-rozwoj/>
<https://www.lasy.gov.pl/pl/wideo/echa-lesne-tv/wideo/miodobranie-na-dachu-biurowca>
<https://boxedwaterisbetter.com/pages/our-product>
<https://www.hybridcars.com/ford-myenergi-lifestyle-showing-first-results/>
<https://www.online.citibank.pl/en/citihandlowybikes/>
<https://adoptujpszczoale.pl/>

**BADŹ
EKO
RAZEM
Z NAMI**

TRENDOWNIK

4/4 brand design