

Projekat:

Knjiga grafickih standarda Moravac

Fakultet vizuelnih
umjetnosti Podgorica

Fakultet vizuelnih umjetnosti
Podgorica - Odjeljenje Bijelo Polje

Projekat - (MMS-Heric)

Izrada i primjena vizuelnog identiteta za potrebe proizvođača organske hrane na području opština Bijelo Polje I Mojkovac.

Firma D.O.O. “Farma Moravac” Bijelo Polje

Prezentacija predloga (re)dizajna zaštitnog znaka
MULTIMEDIJALNI STUDIO
stud.program: DVK VI sem. 2017

D.O.O. Farma Moravac, Bijelo Polje
Mentori: **prof. Nikola Simanić & mr. Dino Karailo**
Student: **Željko Đukić**

Sadržaj:

- Analiza Postojećeg stanja

Postojeći logo
Primjena Postojećeg loga
Osvrt na konkurenciju

- Predlog novog Loga

Inspiracija i idejno polazište
Grafičko rješenje u pozitivu i negativu
Grafičko rješenje u koloru
Dodati grafički elementi
Predlog etiketa i pakovanja

- Rješenje zaštitnog znaka VARIJANTA II

Analiza postojećeg stanja:



- Klijent već nekoliko godina koristi prikazano rješenje, prije njega je bilo različitih varijacija.

- Suština prikazanog dizajna je asocijacija na zdrave domaće proizvode. Međutim ukonponovana je velika količina grafičkih elemenata i simbola.

- Sa druge strane korišćeni su različiti grafički stilovi.

- Klijent planira proširenje kanala distribucije i nastup na novim tržištima.

- Klijent planira ulaganje u pravcu povećanja "Brand awareness" kod kupaca upravo o porjeklu i kvalitetu mesnih i mlečnih proizvoda.

- Klijent planira investiranje u ATL&BTL kanale komunikacije i promocije.

- Klijent je spreman za re-branding i isvježavanje, unaprjeđenje cijelogupnog vizuelnog identiteta.

Analiza stanja na tržištu i konkurenциje:



Analizirajući situaciju na tržištu može se zaključiti da Farma Moravac zaostaje kada je riječ o vizuelnom identitetu. Sa druge strane kvalitet proizvoda koje Moravac plasira na tržište je vjerovatno na većem nivou. Brendovi koje možemo pogledati na ovom slajdu imaju već izgrađen imidž i jasno definisan vizuelni identitet u koji se već godinama ulaže u smislu promocije.

Konkretno za kompaniju Franca iz Bijelog Polja kompletan vizuelni identitet radi renomirana agencija iz Srbije. Ovo preduzeće je prije 7 godina ivršilo re-branding iz Mesopromet u Franca. Ova tranzicija je pokazala značaj unaprjeđenja vizuelnog identiteta te je kompanija za manje od 2 godine gotovo udvostričila plasman na tržištu i povećala izvozne količine.

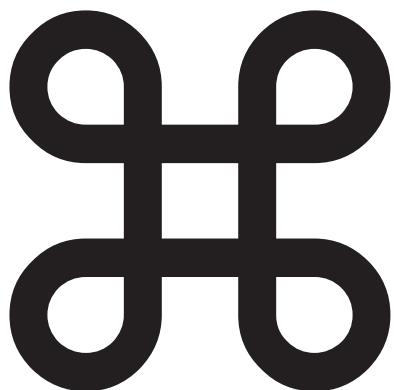
Ambalaže kompanija Goranović, Madi i Franca su dizajnerski veoma konkurentne evropskim brendovima koji se bave istim ili sličnim djelatnostima. Posmatrajući njihove proizvode u policama jasno možemo prepoznati svaki brend po na osob.

Sa druge strane njihova ambalaža je možda i previše savremena-moderna-evropska što potencijalno može da odbije kupce preferiraju domaće, crnogorske, tradicionalne, ekološke proizvode.

Farma Moravac upravo potenciranjem Domaće, Ekološko, Tradicionalno, Crnogorsko ima ozbiljan potencijal na Crnogorskem ali i regionalnom tržištu.

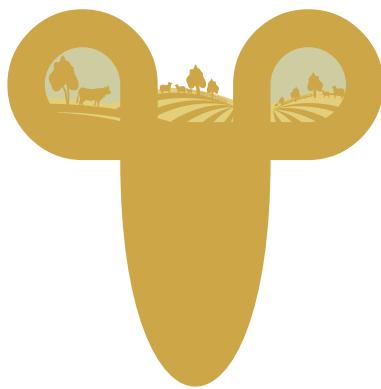
Ovaj pristup pored poslovne strategije neophodno je inkorporirati i u vizuelni identitet preduzeća.

Inspiracija i polazni osnov

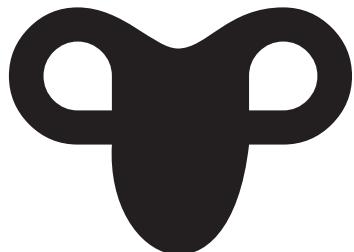


Grafički lenement prikazan sa strane je polazni osnov i on je osnovna inspiracija. Dakle ovaj simbol se koristi u MAC računarima kao dugme za home. Jako je primjenjiv u paternima ali ovi krugovi su me inspirisali na rogove ovna te je do njega nastala dalja razrada.

U predhodnom slajdu u kome je analizirana konkurenčija primjetno je da preovladava crvena boja. Samim tim Farma Moravac u novom re-dizajnu mora izabrati svoje, drugačije, prepoznatljive boje.



GRAFIČKO RJEŠENJE ZAŠTITNOG ZNAKA



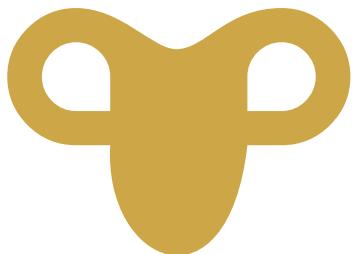
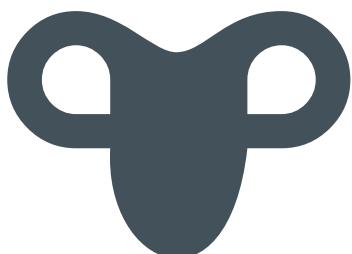
PREDLOG ZAŠTITNOG ZNAKA U POZITIVU I
NEGATIVU I OSNOVNIM BOJAMA BRENDА.



C:20 M:0 Y:0 K:80



C:21 M:32 Y:86 K:1



GRAFIČKO RJEŠENJE ZAŠTITNOG ZNAKA I LOGA

LOGO



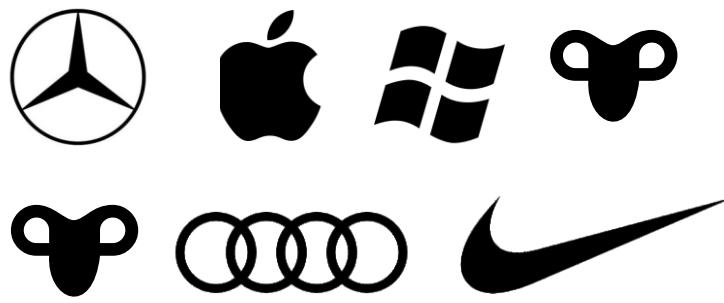
PREDLOG LOGA I ZAŠTITNOG ZNAKA.

- ISPIS MORAVAC JE RUČNO PRAVLJEN DOK JE OFICIJELNA TIPOGRAFIJA FIRME irisUPC KOJIM JE ISPISANO FARMA.

- ZAŠTITNI ZNAK KOJI NAZIVAM GLAVA OVNA JE VEOMA PREPOZNATLJIV I JEDNOSTAVAN.

- POREĐENJE SA DRUGIM ZAŠTITnim ZNAKOVIMA U SMISLU JEDNOSTAVNOSTI PREPOZNATLJIVOSTI I PAMTLJIVOSTI

LOGO



ZAŠTITNI ZNAK



DODATNI GRAFIČKI ELEMENTI U PRIMJENI



DODATNI GRAFIČKI ELEMENTI U PRIMJENI



DODATNI GRAFIČKI ELEMENTI U PRIMJENI ETIKETE-AMBALAŽA



DODATNI GRAFIČKI ELEMENTI U PRIMJENI ETIKETE-AMBALAŽA



DODATNI GRAFIČKI ELEMENTI U PRIMJENI ETIKETE-AMBALAŽA



DODATNI GRAFIČKI ELEMENTI U PRIMJENI ETIKETE-AMBALAŽA



DODATNI GRAFIČKI ELEMENTI U PRIMJENI ETIKETE-AMBALAŽA



DODATNI GRAFIČKI ELEMENTI U PRIMJENI ETIKETE-AMBALAŽA



DODATNI GRAFIČKI ELEMENTI U PRIMJENI ETIKETE-AMBALAŽA



DODATNI GRAFIČKI ELEMENTI U PRIMJENI ETIKETE-AMBALAŽA



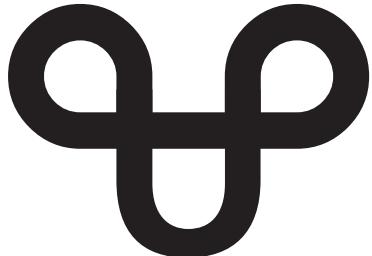
ZAŠTITNI ZNAK 2



ZAŠTITNI ZNAK 2



ZAŠTITNI ZNAK 2



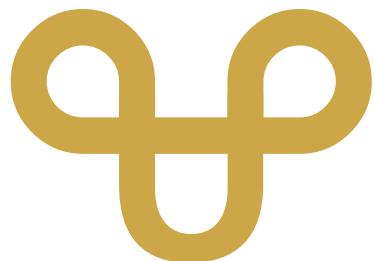
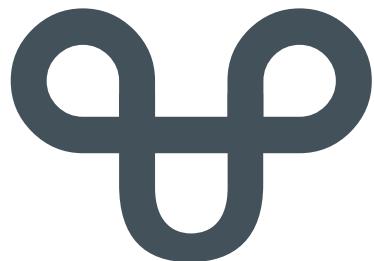
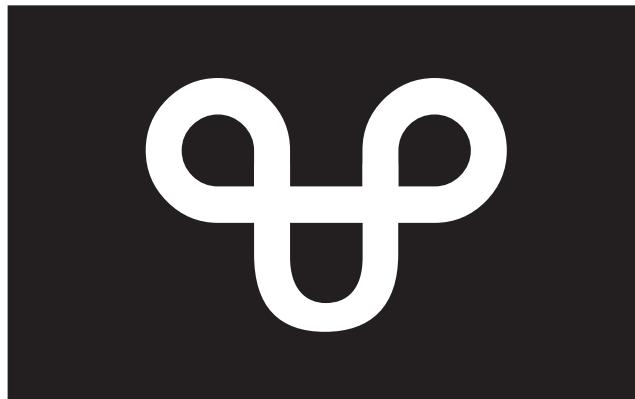
PREDLOG ZAŠTITNOG ZNAKA U POZITIVU I
NEGATIVU I OSNOVNIM BOJAMABRENDA.



C:20 M:0 Y:0 K:80



C:21 M:32 Y:86 K:1



ZAŠTITNI ZNAK 2

LOGO



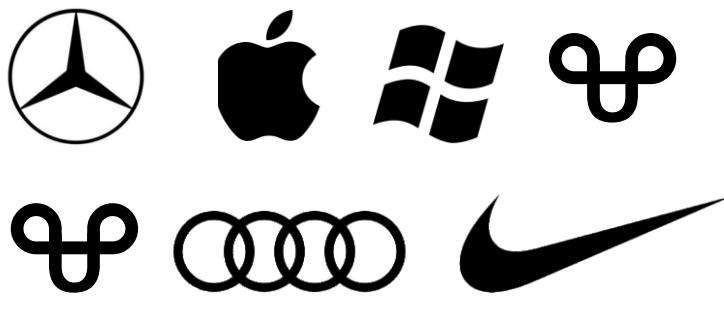
PREDLOG LOGA I ZAŠTITNOG ZNAKA.

- ISPIS MORAVAC JE RUČNO PRAVLJEN DOK JE OFICIJELNATIPOGRAFIJA FIRME **irisUPC** KOJIM JE ISPISANO FARMA.

- ZAŠTITNI ZNAK KOJI NAZIVAM GLAVA OVNA JE VEOMA PREPOZNATLJIV I JEDNOSTAVAN.

- POREĐENJE SA DRUGIM ZAŠTITnim ZNAKOVIMA U SMISLU JEDNOSTAVNOSTI PREPOZNATLJIVOSTI I PAMTLJIVOSTI

LOGO



ZAŠTITNI ZNAK



ZAŠTITNI ZNAK 2



ZAŠTITNI ZNAK 2

