



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΔΥΤΙΚΗΣ ΑΤΤΙΚΗΣ
ΣΧΟΛΗ ΕΦΑΡΜΟΣΜΕΝΩΝ ΤΕΧΝΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ
ΤΜΗΜΑ ΓΡΑΦΙΣΤΙΚΗΣ ΚΑΙ ΟΠΤΙΚΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Πτυχιακή / Διπλωματική εργασία

Εταιρική ταυτότητα του καταφύγιου Πίνοβο και προωθητικές ενέργειες

Μελέτη / Σχεδιασμός: Τσολακοπούλου Ευσταθία

ΑΜ: 19674192

Επιβλέπων καθηγητής: Δρ. Ρωσσέτος Μετζητάκος

Μάρτιος 2024

Επιβλέπων καθηγητής:

Δρ. Ρωσσέτος Μεζητάκος

Αναπληρωτής Καθηγητής Πανεπιστημίου

Επιτροπή βαθμολόγησης:

Μαρία Παπαδομανωλάκη

Λέκτορας Πανεπιστημίου

Πρόδρομος Μάνου

Ακαδημαϊκός Υπότροφος

Δήλωση συγγραφέα πτυχιακής / διπλωματικής εργασίας

Η κάτωθι υπογεγραμμένη Τσολακοπούλου Ευσταθία του Αποστόλου, με αριθμό μητρώου 19674192 φοιτήτρια του Πανεπιστημίου Δυτικής Αττικής της Σχολής Εφαρμοσμένων Τεχνών και Πολιτισμού του Τμήματος Γραφιστικής και Οπτικής Επικοινωνίας, δηλώνω υπεύθυνα ότι:

«Είμαι συγγραφέας αυτής της πτυχιακής/διπλωματικής εργασίας και ότι κάθε βοήθεια την οποία είχα για την προετοιμασία της είναι πλήρως αναγνωρισμένη και αναφέρεται στην εργασία. Επίσης, οι όποιες πηγές από τις οποίες έκανα χρήση δεδομένων, ιδεών ή λέξεων, είτε ακριβώς είτε παραφρασμένες, αναφέρονται στο σύνολό τους, με πλήρη αναφορά στους συγγραφείς, τον εκδοτικό οίκο ή το περιοδικό, συμπεριλαμβανομένων και των πηγών που ενδεχομένως χρησιμοποιήθηκαν από το διαδίκτυο. Επίσης, βεβαιώνω ότι αυτή η εργασία έχει συγγραφεί από μένα αποκλειστικά και αποτελεί προϊόν πνευματικής ιδιοκτησίας τόσο δικής μου, όσο και του Ιδρύματος. Παράβαση της ανωτέρω ακαδημαϊκής μου ευθύνης αποτελεί ουσιώδη λόγο για την ανάκληση του πτυχίου μου»

Η Δηλούσα

Τσολακοπούλου Ευσταθία

Ευχαριστίες

Θα ήθελα να ευχαριστήσω θερμά τον καθηγητή μου, κύριο Ρωσσέτο Μετζίτακο, για την άρτια συνεργασία, τη προθυμία και καθοδήγηση του. Εκτιμώ ιδιαίτερα την πίστη που εξέφρασε προς στις ικανότητες μου και τις αντικειμενικές συμβουλές του που με βοήθησαν να ολοκληρώσω την εργασία μου.

Ακόμα, θα ήθελα να ευχαριστήσω την οικογένεια μου που με στήριξε έμπρακτα σε όλη την διάρκεια του εξαμήνου, με αγάπη και αφοσίωση.

Περίληψη

Η πτυχιακή αυτή εργασία αναφέρεται στην εξ ολοκλήρου δημιουργία ενός μη κερδοσκοπικού καταφύγιου άγριας ζωής με το όνομα «Πίνοβο». Καταγράφεται η ιδέα πίσω από τον οργανισμό και η σχεδιαστική πορεία της οπτικής του ταυτότητας, συμπεριλαμβανομένου του λογότυπου, καθώς και προωθητικών ενεργειών όπως αντικείμενα, έντυπα, εφαρμογή κινητού τηλεφώνου και web animated banners. Ακολουθεί μελέτη παρόμοιας εταιρείας και παρουσιάζεται ο ρόλος του άγριου ζώου στη σύγχρονη κοινωνία σε σχέση με τον άνθρωπο. Το Πίνοβο προσφέρει ενημέρωση και ψυχαγωγία επί του θέματος σε μια προσπάθεια να προσελκύσει το κοινό μέσα από σύγχρονες σχεδιαστικές λύσεις, παίρνοντας μέρος σε ένα έργο με στόχο την ευαισθητοποίηση του για ένα καλύτερο αύριο.

Λέξεις κλειδιά: άγρια ζωή, καταφύγιο, σχεδιασμός εταιρικής ταυτότητας, προώθηση / διαφήμιση.

Abstract

This thesis concerns the creation of a non-profit wildlife sanctuary named Pinovo, from scratch. The idea behind the organization and design process of its visual identity, including the logo, as well as promotional actions such as objects, print materials, mobile application and web animated banners are written down. This is followed by a study on a similar company and a presentation on the role of the wildlife in modern society, in relation to humans. Pinovo offers information and entertainment regarding the subject in an attempt to attract the public through modern design solutions, participating in a project with the goal to sensitize it for a better tomorrow.

Keywords: wildlife, sanctuary, brand identity design, promotion / advertisement.

Πίνακας περιεχομένων

Εισαγωγή	6
Έρευνα	7
Άγρια ζωή	7
Άνθρωπος και άγριο ζώο	7
Ζωολογικός κήπος / Καταφύγιο	8
Αρκτούρος	9
Μεθοδολογία	13
Η ιδέα	13
Τι προσφέρει το καταφύγιο Πίνοβο	13
Εταιρική ταυτότητα	14
Λογότυπο	14
Χρωματική παλέτα	15
Γραμματοσειρά	15
Εικαστικά	15
Πρωθητικό υλικό	18
Συμπεράσματα	32
Βιβλιογραφία	33

Εισαγωγή

Η παρούσα πτυχιακή εργασία μελετά θεωρητικά αλλά και πρακτικά το καταφύγιο άγριας ζωής και την αξία που έχει αυτό στην κοινωνία. Η ιδέα δημιουργείται, παρουσιάζεται και σχεδιάζεται εξ ολοκλήρου η εταιρική ταυτότητα του καταφύγιου Πίνοβο, μαζί με προωθητικές και διαφημιστικές εφαρμογές.

Το παραπάνω καταφύγιο άγριας ζωής βρίσκεται στην Ελλάδα, στο ιστορικό όρος Πίνοβο που αποτελεί σύνορο μεταξύ της Ελλάδας και της Β. Μακεδονίας. Ως εταιρία στοχεύει στην ευαισθητοποίηση κυρίως του ελληνικού κοινού και απευθύνεται σε όλες τις ηλικίες. Σημαντική είναι η αντιμετώπιση του περιβαλλοντικού χώρου ως καταφύγιο με σεβασμό προς τη φύση, γεγονός που έρχεται σε αντίθεση με την ύπαρξη και διαφήμιση των ζωολογικών κήπων. Η περιορισμένη εμφάνιση ενεργών καταφύγιων άγριας ζωής στην Ελλάδα δίνει στο Πίνοβο ξεκάθαρο σκοπό και αξία. Ακόμα η εταιρία, προσθέτει στον ψυχαγωγικό χαρακτήρα των διαδικτυακών παιχνιδιών που αναφέρονται στο ίδιο θέμα, το ενημερωτικό στοιχείο το οποίο βάζει και σε προτεραιότητα.

Η εικονική εταιρική ταυτότητα του Πίνοβου έχει ως στόχο τη προώθηση του καταφύγιου μέσα από ελκυστικά, σύγχρονα και ανάλαφρα σχεδιαστικά χαρακτηριστικά. Το ίδιο ισχύει και για τις διαφημιστικές ενέργειες που περιλαμβάνουν τον σχεδιασμό διαδραστικής εφαρμογής κινητού, διάφορα αντικείμενα και banners.

Έρευνα

Άγρια ζωή

Η άγρια ζωή έχει σημαντικό ρόλο στη φύση. Ενώ η αξία που της δίνει ο άνθρωπος εξαρτάται και μεταβάλλεται ανάλογα την περιοχή, στη πραγματικότητα είναι αναντικατάστατη. Για παράδειγμα, πολλά έθνη της Αφρικής βασίζονται οικονομικά σε μεγάλο ποσοστό στους τουρίστες που επισκέπτονται την ήπειρο με σκοπό μια ξεχωριστή εμπειρία στη σαβάνα. Η ποικιλία ειδών άγριας ζωής επηρεάζει σημαντικά την οικολογία. Το ίδιο ισχύει για την απότομη μείωση ενός είδους. Κατά συνέπεια, όταν προκαλείται μια αλλαγή σε ένα οικοσύστημα, η ίδια η φύση επηρεάζεται, είτε πρόκειται για το επίπεδο απορρόφησης ρύπανσης, είτε για την γονιμότητα του χώματος και την ποιότητα του νερού. Η αλλαγή του φυσικού περιβάλλοντος ενός οικοσυστήματος έχει επιπτώσεις και στα υπόλοιπα είδη ζωής μέσα σε αυτό, καθώς μπορεί να μειωθεί σημαντικά η βασική τροφή ενός ζώου και να αυξηθεί αυτή ενός άλλου, αλλάζοντας έτσι την βιοποικιλότητα του οικοσυστήματος. Ακόμα, η άγρια ζωή συμβάλει στη διασπορά σπόρων με κυρίαρχα τα αποδημητικά πτηνά, τα οποία μπορούν να μεταφέρουν σπόρους καρπών σε τεράστιες αποστάσεις. Παρόμοια και ιδιαίτερα σημαντική είναι η δουλειά της μέλισσας που γονιμοποιεί τα φυτά, συμβάλλοντας στην ανάπτυξη της ζωής.

Μέσα από όλη αυτή την αλυσίδα ενεργειών, συμπεραίνουμε πως είναι ανεπίτρεπτο ο άνθρωπος να μην σέβεται την άγρια ζωή. Ενώ η φύση και κατά συνέπεια ο άνθρωπος δεν μπορεί να αμφισβητήσει ή να αρνηθεί τη λειτουργία της τροφικής αλυσίδας, μπορεί να ελέγξει την συμπεριφορά του προς τα ζώα. Είναι γεγονός πως στην Ευρώπη, η κύρια χρησιμότητα της άγριας ζωής για τον άνθρωπο, είναι το κυνήγι. Μάλιστα, ο λόγος που συμβαίνει αυτό βρίσκεται περισσότερο στην αναζήτηση ψυχαγωγίας, παρά τροφής. Ενδιαφέρον είναι πως ο αριθμός των κυνηγετικών κοινοτήτων φτάνει αυτόν των αθλητικών ομάδων. Ακόμα, η Ευρώπη έχει τη μεγαλύτερη εισαγωγή ελαφιού σε όλο τον κόσμο, ενώ καταναλώνει το 92% του κρέατος εισαγωγής.

Άνθρωπος και άγριο ζώο

Η σχέση αυτή υπήρχε ανέκαθεν, όμως στον σύγχρονο κόσμο που ο άνθρωπος θεωρεί τον εαυτό του κυρίαρχο ζώο, η έλλειψη σεβασμού και αγάπης προς την άγρια ζωή είναι τεράστια και προβληματική. Είναι στενάχωρο πως ξεχνάει πόσες ομοιότητες παρουσιάζει με το ζωικό βασίλειο, γεγονός που τον οδηγεί στην εκμετάλλευσή του. Όπως και ο άνθρωπος, τα ζώα μαθαίνουν και δημιουργούν συσχετισμούς. Έτσι η σχέση μεταξύ τους βασίζεται ιδιαίτερα στις προηγούμενες επαφές που είχε το κάθε ζώο με τον άνθρωπο, καθώς περιμένει πως και οι μελλοντικές του επαφές θα είναι αντίστοιχες. Για παράδειγμα, η κακομεταχείριση, η βία, σωματική ή λεκτική, οι δυνατοί ήχοι και οι απότομες κινήσεις αυξάνουν το άγχος στα ζώα και αυτό με την σειρά του επηρεάζει αρνητικά την υγεία και παραγωγικότητα του ζώου.

Μία από τις εγκαταστάσεις όπου μπορούμε να παρατηρήσουμε την σχέση άγριου ζώου και ανθρώπου, είναι ο ζωολογικός κήπος. Συγκεκριμένα, η σχέση αυτή μπορεί να χαρακτηριστεί ως:

- αρνητική, όπου το ζώο φοβάται τον άνθρωπο
- ουδέτερη, όπου η ανθρώπινη παρουσία δεν επηρεάζει το ζώο
- θετική, όπου το ζώο δέχεται την επαφή του με τον άνθρωπο και αναπτύσσει θετικά συναισθήματα.

Κατανοώντας την σημασία των παραπάνω σχέσεων στο ζωικό κόσμο, ένας άνθρωπος μπορεί να πάρει τη θέση ενός εχθρού, θηράματος, κάποιου με τον οποίο συμβιώνει, κάποιου αδιάφορου, ακόμα και μέλους της αγέλης. Ο κάθε ρόλος έχει την δυνατότητα να επηρεάσει την υγεία του ζώου αρνητικά, αν υπάρχει φόβος η ανταγωνισμός και θετικά αν η σχέση είναι ευχάριστη. Επαφή με τα άγρια ζώα στον ζωολογικό κήπο, έχουν όχι μόνο εκπαιδευμένα άτομα που τα φροντίζουν, αλλά και επισκέπτες. Μάλιστα συχνές είναι οι φορές που παρατηρούμε λάθος συμπεριφορές επισκεπτών προς τα ζώα, με δυνατούς ήχους, απότομες κινήσεις κ.α. Συμπεριφορές που δημιουργούν αίσθημα φόβου στα ζώα, τα οποία αντιδρούν είτε ηχητικά και επιθετικά, είτε παγώνοντας, τρέχοντας και κρύβοντας, εκφράζοντας την επιθυμία τους να αποφύγουν τέτοιες καταστάσεις. Αυτές οι συμπεριφορές παρατηρούνται πολύ περισσότερο όταν υπάρχει ανθρώπινη παρουσία στον χώρο. Φυσικά, η επανάληψη αυτής της κατάστασης βάζει το ζώο σε ένα μόνιμο αρνητικό συναισθημα.

Ζωολογικός κήπος / Καταφύγιο

Η κύρια διαφορά μεταξύ ενός ζωολογικού κήπου και ενός καταφύγιου είναι οι στόχοι και οι προτεραιότητες τους. Το πρώτο αιχμαλωτίζει ζώα, τα τοποθετεί σε έναν περιορισμένο χώρο με σκοπό την προβολή τους στο κοινό. Η ιδέα αυτή είναι πολύ παλιά, συγκεκριμένα έχουν βρεθεί αποδείξεις ύπαρξης από το 2500 π.Χ στην αρχαία Αίγυπτο. Ωστόσο, εκείνη την εποχή, αποτελούσαν δημιουργίες πλούσιων αριστοκρατών, οι οποίοι συνήθιζαν να συλλέγουν εξωτικά ζώα μακρινών περιοχών ως ένδειξη οικονομικής δύναμης. Κατά τον Διαφωτισμό, δημιουργήθηκαν ανοιχτοί προς το κοινό ζωολογικοί χώροι, όπου τα ζώα ζούσαν σε μια μικρογραφία του φυσικού τους περιβάλλοντος με σκοπό την επιστημονική μελέτη και κατανόηση τους.

Ενώ υπάρχουν εξαιρέσεις, οι σύγχρονες αντίστοιχες εγκαταστάσεις δεν διαφέρουν πολύ. Πολλές από αυτές δεν προσφέρουν στα ζώα μια ποιοτική ζωή. Αντίθετα, τα εμπορεύονται, αιχμαλωτίζουν και αναπαράγουν. Η έλλειψη ελέγχου της αναπαραγωγής τους, οδηγεί σε υπερπληθυσμό με αποτέλεσμα οι εταιρείες να τα πωλούν.

Τα καταφύγια από την άλλη, βάζουν σε προτεραιότητα την υγεία και άνεση των ζώων. Δεν λειτουργούν με σκοπό την έκθεση τους στο κοινό, αλλά δίνουν την ευκαιρία της επιλογής ανάμεσα σε περιορισμένους εσωτερικούς κρυφούς χώρους ή εξωτερικούς. Τα καταφύγια φροντίζουν ζώα τα οποία δεν μπορούν να επιβιώσουν μόνα τους, με σκοπό την προστασία

τους έτσι ώστε αν καταφέρουν να επανακτήσουν τις δυνάμεις τους, να μεταφερθούν πίσω στο φυσικό τους περιβάλλον.

Αρκτούρος

Ο Αρκτούρος είναι μια μη κερδοσκοπική και μη κυβερνητική οργάνωση για την προστασία της φύσης και της άγριας πανίδας στην Ελλάδα αλλά και το εξωτερικό. Έχει συμμετάσχει σε πολλές δράσεις και προσφέρει τη δυνατότητα συμμετοχής του κοινού στο έργο της.

Όσο αφορά την οπτική επικοινωνία με το κοινό, ο Αρκτούρος παρουσιάζει ποικιλία μέσα στο πολυετή πλαίσιο της ύπαρξης του, αφού ιδρύθηκε το 1992. Εξετάζοντας τα πιο πρόσφατα χρόνια του, σημειώνονται λέξεις κλειδιά όπως αισθητική, φιλικό και προσιτό. Ας ξεκινήσουμε όμως από το πιο αναγνωρίσιμο στοιχείο μιας εταιρείας, το λογότυπο.



Κυριαρχεί ο απλός σχεδιασμός και μια ενδιαφέρον χρήση στα πάχη των γραμμών που προσδίδει κίνηση και ελαφρότητα στο λογότυπο. Η ευχάριστη εικόνα του συμβόλου και το ελαφρώς πιο αυστηρό λεκτικό μέρος, ισορροπούν το συνολικό σχέδιο ενώνοντας το παιχνιδιάρικο με το σοβαρό και κλασικό σχεδιασμό. Η επιλογή του βασικού χρώματος ταιριάζει απόλυτα με το όνομα του οργανισμού, ενώ η χρήση του προσώπου του βασικού ζώου είναι έξυπνη, καθώς κάνει το λογότυπο αναγνωρίσιμο, ξεκάθαρο και συγκεκριμένο, πετυχαίνοντας την επικοινωνία με το κοινό. Βασικό και πιο συχνό στοιχείο της οπτικής

επικοινωνίας και διαφήμισης του Αρκτούρου, είναι οι φωτογραφίες. Παρά τα πολλαπλά θέματα που καλύπτουν, παρουσιάζουν αισθητική συνοχή στα χρώματα, την αντίθεση, ενώ συνήθως βλέπουμε κίνηση και αυθορμητισμό.



Πρόκειται για έναν οργανισμό που ευαισθητοποιεί και ενημερώνει. Παρόλου που παρουσιάζει έναν αρκετά σύγχρονο σχεδιασμό, αυτός φαίνεται ελλιπής και η ποικιλία στον σχεδιασμό (σύγχρονο - παλιό, παιχνιδιάρικο - σοβαρό) μπερδεύει και δυσκολεύει την ύπαρξη αναγνωρίσιμης εταιρικής ταυτότητας. Ακόμα, κάνει πιο δύσκολο να οριστεί το κοινό στο οποίο αναφέρεται. Πιο ξεκάθαρη γίνεται η ένταξη των μικρών ηλικιών σε αυτό, μέσα από τις φωτογραφίες, τις εκδόσεις και τις παιδικές δραστηριότητες. Ενδιαφέρον από την άλλη, παρουσιάζει η διαδραστική σελίδα στο διαδίκτυο ¹, ενώ το έργο του Αρκτούρου είναι πραγματικά αξιοθαύμαστο.





Μεθοδολογία

Η ιδέα

Το Πίνοβο είναι ένα βουνό με κορυφή στα 2.156 μέτρα στα βόρεια του νομού Πέλλας, στα σύνορα μεταξύ Ελλάδας και Β. Μακεδονίας. Η αξία του βουνού βρίσκεται τόσο στον ιστορικό του ρόλο αλλά και στην ομορφιά του φυσικού τοπίου, αφού φιλοξενεί πολλά σπάνια είδη πανίδας και χλωρίδας. Μάλιστα, η πτυχιακή αυτή εργασία επικεντρώνεται στην άγρια ζωή του βουνού, αφού πολλά είδη που συναντάμε σε αυτό βρίσκονται υπό εξαφάνιση. Η ιδέα ξεκίνησε με τον προσωπικό θαυμασμό προς τη περιοχή και συγκεκριμένα στο αγριόγιδρο, του οποίου ο πληθυσμός όλο και μειώνεται. Σε αυτό το σημείο, να σημειωθεί πως υπάρχει ήδη ο σύλλογος αγριόγιδρου του Πίνοβου (ΣΑΠ), του οποίου το έργο είναι πολύ σημαντικό. Ωστόσο, η εργασία αυτή μελετά τη δημιουργία ενός διαφορετικού και μεγαλύτερου μη κερδοσκοπικού οργανισμού από το μηδέν.

Τι προσφέρει το καταφύγιο Πίνοβο

Μετατρέποντας την ιδέα σε πράξη, το καταφύγιο Πίνοβο αρχίζει να διαμορφώνει τον χαρακτήρα του. Λόγω των ελάχιστων ενεργών καταφυγίων άγριας ζωής στην Ελλάδα, η εταιρεία που αναπτύχθηκε εστιάζει στον Ελλαδικό χώρο. Επιπλέον, έχει ως στόχο τη δημιουργία μιας οικογένειας με κοινούς σκοπούς και την ενημέρωση αυτής. Έτσι, απευθύνεται σε ένα μεγάλο ηλικιακό γκρουπ που περιλαμβάνει και παιδιά. Ο οργανισμός αυτός προσφέρει φροντίδα και αγάπη σε ζώα της άγριας φύσης που έχουν ανάγκη, ελπίζοντας πως μετά την ανάρρωσή τους θα είναι ελεύθερα να επιστρέψουν στο φυσικό τους περιβάλλον. Μάλιστα, ο ουσιαστικός στόχος είναι τα ζώα να βρίσκονται σε μια καλή κατάσταση όσο αφορά την υγεία τους, δίνοντας τους την ευκαιρία να αυξήσουν τους πληθυσμούς όσων κινδυνεύουν να εξαφανιστούν. Το Πίνοβο, και συγκεκριμένα μέσα από το app του, προσφέρει σύγχρονη ενημέρωση σχετικά με το έργο του, πληροφορίες για τη πανίδα και χλωρίδα του βουνού, ακόμα και στοιχεία για το ίδιο το βουνό. Επιπλέον, δίνει στο κοινό την ευκαιρία να συμμετάσχει στο έργο του με δωρεές ή υποστηρίζοντας την εταιρεία. Τέλος, οραματίζεται μια καλύτερη σχέση μεταξύ ανθρώπου και φύσης παρουσιάζοντας οπτικά μια ελκυστική εικόνα, με σύγχρονα στοιχεία.

Εταιρική ταυτότητα

Λογότυπο

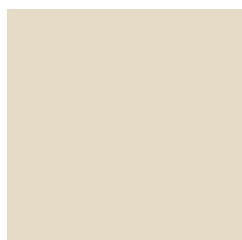
Το καταφύγιο πήρε φυσικά το όνομα του από τον φυσικό χώρο στον οποίο αναφέρεται, αφού είναι αφιερωμένο στη ζωή του βουνού Πίνοβο. Το λογότυπο αποτελείται από το λεκτικό κομμάτι που παρουσιάζει το όνομα της εταιρείας, καθώς και το επεξηγηματικό μέρος (καταφύγιο άγριας ζωής) που καθοδηγεί στο περιεχόμενο. Αυτό περιλαμβάνει πεζά σε αντίθεση με το όνομα, κάνοντας το τελευταίο πιο κυρίαρχο. Το λεκτικό κομμάτι συμπληρώνεται σχεδιαστικά με το σύμβολο της εταιρείας που απεικονίζει το πρόσωπο του αγριόγιδου. Πρόκειται για ένα ζώο υπό εξαφάνιση το οποίο έχει αρχίσει να παρατηρείται στο βουνό όλο και περισσότερο. Σε αντίθεση με τη χρήση πολλαπλών ζώων, το λογότυπο εστιάζει σε ένα πρόσωπο, χαρίζοντας έτσι ένα αναγνωρίσιμο πρόσωπο στην ίδια την εταιρεία. Παράγοντας της επιλογής ζώου είναι επίσης η μοναδικότητα, η ομορφιά του και τα ξεχωριστά χαρακτηριστικά του προσώπου του αγριόγιδου. Το λογότυπο ορίζει τους σχεδιαστικούς κανόνες που κυριαρχούν σε ολόκληρη την εταιρική ταυτότητα του καταφύγιου. Είναι απλό, ωστόσο σύγχρονο και ελκυστικό, αυστηρό όσο χρειάζεται αλλά κομψό, ισορροπημένο και φιλικό προς το κοινό.



ΠΙΝΟΒΟ
Καταφύγιο άγριας ζωής

Χρωματική παλέτα

Ορίζοντας τα βασικά χρώματα μιας εταιρείας, βοηθάμε το μυαλό να την ξεχωρίσει και αναγνωρίσει ανάμεσα σε άλλες. Στην περίπτωση του καταφύγιου, επιλέχθηκαν γήινα θερμά χρώματα όπως το καφέ, το μπεζ και το πορτοκαλί. Ακόμα, το γαλαζοπράσινο μίας διαφορετικής χρωματικής οικογένειας, που συμπληρώνει τα υπόλοιπα δημιουργώντας ένα πιο ευχάριστο και λιγότερο μονόχρωμο κλίμα. Όλα τα χρώματα υποδηλώνουν την φύση και την ομορφιά της και είναι προσεχτικά επιλεγμένα έτσι ώστε να ταιριάζουν μεταξύ τους.



R 230 C 9
G 219 M 11
B 199 Y 21
#E6DAC6 K 0



R 74 C 1
G 56 M 25
B 38 Y 44
#4A3826 K 85



R 210 C 0
G 171 M 20
B 95 Y 65
#D2AB5F K 20



R 7 C 86
G 129 M 29
B 115 Y 60
#078173 K 10

Γραμματοσειρά

Η βασική γραμματοσειρά της οπτικής ταυτότητας του Πίνοβου, είναι η Myriad Pro. Επιλέχθηκε λόγω της απλότητας αλλά και της κομψότητας και μικρής σφριγηλότητας που έχει. Ακόμα, διαβάζεται εύκολα είτε σε εκτυπωμένη μορφή, είτε σε μια οθόνη. Για να μεγιστοποιηθεί αυτό, συγκεκριμένα στο λογότυπο, τα στοιχεία της γραμματοσειράς έχουν μια ελαφριά αραιώση μεταξύ τους. Αποτελεί την κυρίαρχη γραμματοσειρά της εταιρείας, ωστόσο δεν είναι υποχρεωτικό να χρησιμοποιείται παντού και μόνο αυτή, όπως θα φανεί και σε παρακάτω εφαρμογές.

Myriad Pro
Regular

ΠΙΝΟΒΟ
πίνοβο

Εικαστικά

Πρόκειται για τα δευτερεύων διακοσμητικά στοιχεία της εταιρικής ταυτότητας. Σημαντικό σε αυτό το σχεδιαστικό κομμάτι, είναι η οπτική επικοινωνία αυτών με τα βασικά χαρακτηριστικά του εταιρικού σχεδιασμού. Έτσι, το συνολικό ύφος των εικαστικών ακολουθεί τους ίδιους κανόνες που καθιερώθηκαν παραπάνω. Το περιεχόμενο τους αναφέρεται στη φύση, παρουσιάζοντας οπτικά το θέμα του οργανισμού. Οι εκδοχές και η μικρή ποικιλία των διακοσμητικών στοιχείων, προσφέρουν νέες εικόνες στο κοινό οι οποίες έχουν σχεδιαστική συνοχή και έτσι είναι μέρος του καταφύγιου Πίνοβο.





Αλεπού



Λύκος



Αετός



Αγριόγιδο



Αρκούδα



Λαγός



Πρωθητικό υλικό

Το επιστολόχαρτο περιλαμβάνει μερικά από τα διακοσμητικά στοιχεία, ενώ το λογότυπο ξεχωρίζει στο κέντρο και πάνω λαμβάνοντας τη κυρίαρχη θέση. Χαμηλά, τοποθετούνται τα στοιχεία της εταιρείας με τη παρουσία μόνο του λεκτικού του λογότυπου. Αυτή τη κατάταξη ακολουθούν και η κάρτα και ο φάκελος, με μια μικρή αλλαγή στην τοποθέτηση του λογότυπου στον φάκελο για καλύτερη διαρρύθμιση του κενού χώρου. Το μέγεθος του είναι τέτοιο ώστε να χωράνε τα έντυπα, δίχως να διπλωθεί η κάρτα. Πρόκειται για μια ευχαριστήρια αναμνηστική κάρτα, της οποίας τα διακοσμητικά στοιχεία φαίνονται πιο έντονα. Τέλος, έχουμε τα διαφημιστικά μολύβια με γόμα στο σχέδιο του λογότυπου και σε δύο από τα βασικά χρώματα της εταιρείας.





Συνεχίζοντας την εφαρμογή στο χώρο των εκτυπώσεων παρουσιάζεται μια συλλογή αυτοκόλλητων, υφασμάτινη τσάντα και μπλουζάκια. Σε κάποια από αυτά τα αντικείμενα εμφανίζεται το λογότυπο σε σκούρο φόντο, στην αρνητική του εκδοχή. Στην ανοιχτόχρωμη τσάντα, για λόγους αντίθεσης με σκοπό να φαίνεται σωστά το λογότυπο, έχει τοποθετεί μέσα σε σκούρο καφέ πλαίσιο. Με παρόμοιο τρόπο έχει αντιμετωπιστεί η μαύρη μπλούζα. Ακόμα, έχουμε το περιτύλιγμα της μπλούζας διακοσμημένο με το μοτίβο του καταφύγιου και σφραγισμένο με το αυτοκόλλητο. Τέλος, τα αναμνηστικά βραχιόλια με όνομα <<Spirit Animal>> μιλάνε για χαρακτηριστικά στοιχεία των βασικών ζώων που βρίσκονται στο Πίνοβο σε μια προσπάθεια ταύτισης του κοινού με αυτά. Ο καθένας μπορεί να διαλέξει το ζώο που του ταιριάζει ή τον εμπνέει και να αποκτήσει το βραχιόλι με τα ίχνη του. Τα αντικείμενα αυτά έχουν σχεδιαστική συνοχή με τα παραπάνω έντυπα και ακολουθούν τα βασικά γνωρίσματα της εταιρικής ταυτότητας. Σε σημεία όπου η τοποθέτηση του λογότυπου δεν λειτουργεί για λόγους αισθητικής, χώρου ή επανάληψης, έχει τοποθετηθεί μόνο το λεκτικό μέρος.









Στην αφίσα μεγέθους Α3, αναγράφεται το σλόγκαν <<Αγκάλιασε την άγρια πλευρά της φύσης>>. Σκοπός της είναι να παρουσιάσει τα άγρια ζώα με μία άλλη ματιά. Προσφέροντας τους μια αγκαλιά, περνάει το μήνυμα της προστασίας και του ενδιαφέροντος καθώς το κοινό τα δέχεται ως μέρος της ζωής και της μεγάλης οικογένειας που λέγεται φύση. Το σλόγκαν της αφίσας εστιάζει στο γεγονός ότι η φύση έχει μια άγρια πλευρά και μας καλεί να την αγκαλιάσουμε. Αυτό στηρίζει η κυριολεκτική απεικόνιση της αγκαλιάς μέσα από τα δύο χέρια. Στο εσωτερικό της εμφανίζονται ζώα του βουνού, συμπεριλαμβανομένου και του αγριόγιδου. Ενώ διαφέρουν από τα μέχρι τώρα σχέδια, παρουσιάζουν οπτικές ομοιότητες. Τα δευτερεύον σχέδια στο φόντο, αποτελούνται από ίχνη ζώων και στοιχεία του φυσικού περιβάλλοντος σε διάφορα μεγέθη και χρώματα. Δεξιά και αριστερά, τα ανοιχτόχρωμα σχήματα είναι μέρος μεγάλης μεγέθυνσης. Η αφίσα δείχνει ένα πιο θερμό και φιλικό πρόσωπο για να πετύχει τον σκοπό της και να εκφράσει το μήνυμα που θέλει. Αυτό επιτυγχάνεται με θερμά, απαλά χρώματα και λιγότερες αντιθέσεις, ενώ τα ζώα φαίνονται πιο ευχάριστα. Η χρήση του λογότυπου και τα χρώματα μαρτυρούν την εταιρεία.

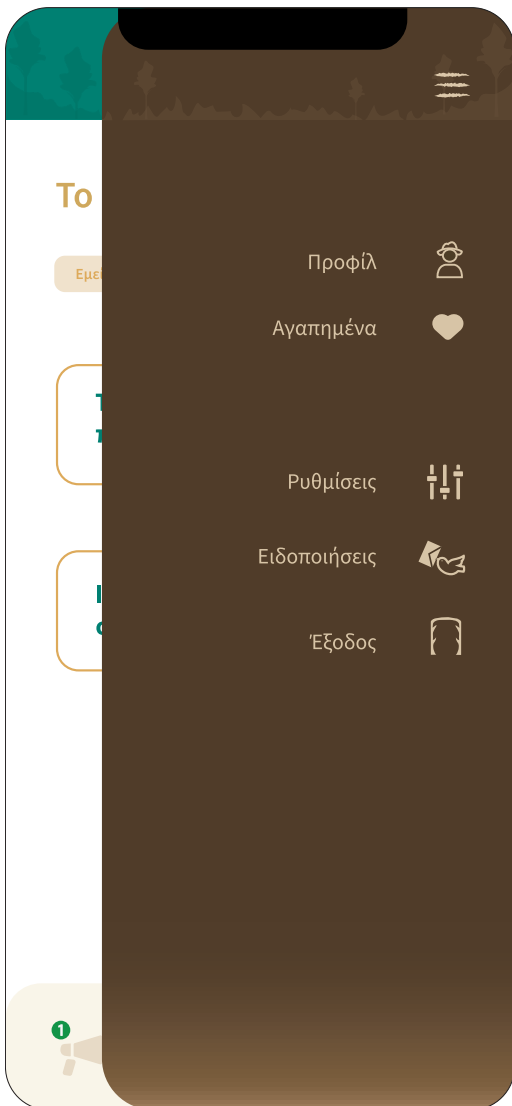
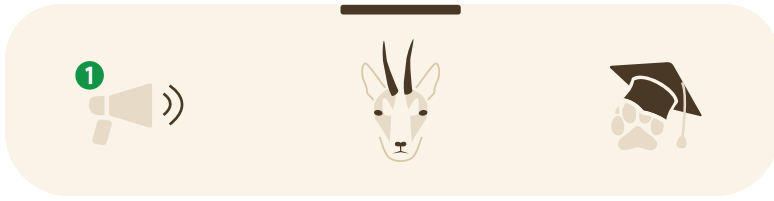


Η εφαρμογή για κινητό τηλέφωνο του καταφύγιου, αποτελεί ένα ευχάριστο μέσο να μάθει κανείς, να ενημερωθεί, να διασκεδάσει και να στηρίξει την προσπάθεια του. Στοχός, ένας ευχάριστος, σύγχρονος και ανάλαφρος σχεδιασμός, βασισμένος στα χρώματα και την ατμόσφαιρα της εταιρείας. Χαρακτηριστικά είναι τα ορθωγώνια σχήματα και οι γραμμές (πλαίσια). Η γραμματοσειρά που χρησιμοποιείται είναι η Source Sans Variable στα διάφορα βάρη της. Τα βασικά εικονίδια της εφαρμογής είναι το *Home* που απεικονίζεται με το σύμβολο του λογότυπου, το *Νέα* με μια ντουντούκα, το *Παιχνίδια & Εκπαίδευση* με το ίχνος ζώου να φοράει ένα καπέλο αποφοίτησης. Το συγκεκριμένο εικονίδιο γίνεται πιο παιχνιδιάρικο λόγω της χρήσης του, αφού περιλαμβάνει παιχνίδια. Ακόμα, έχουμε το βελάκι και το burger button που αποτελείται από τρεις γρατζουνιές άγριου ζώου.

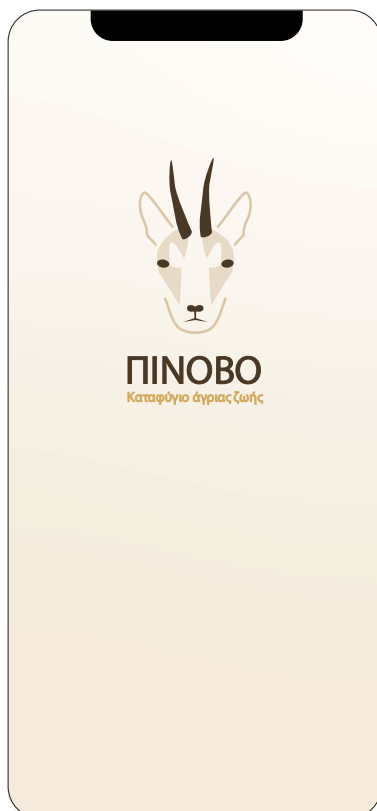


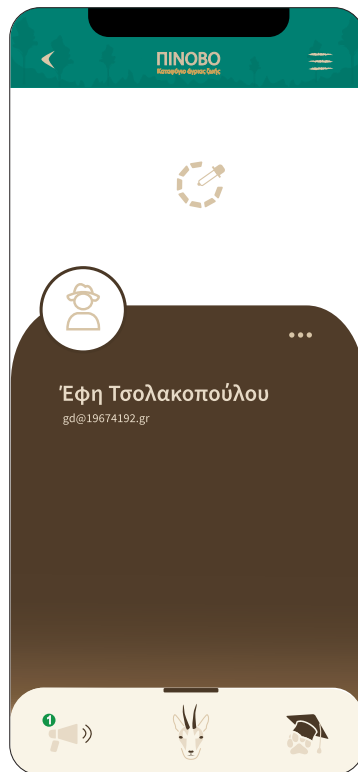
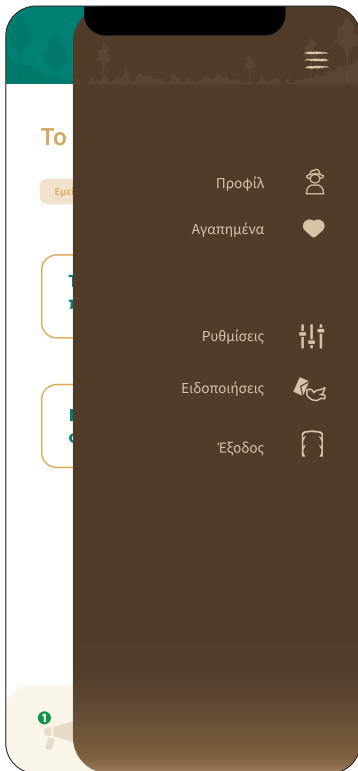
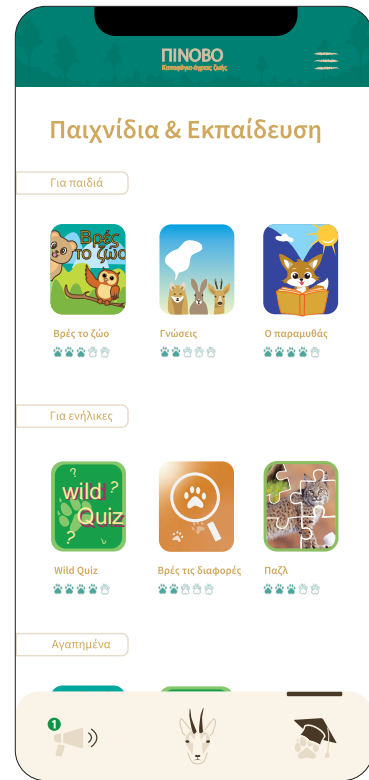
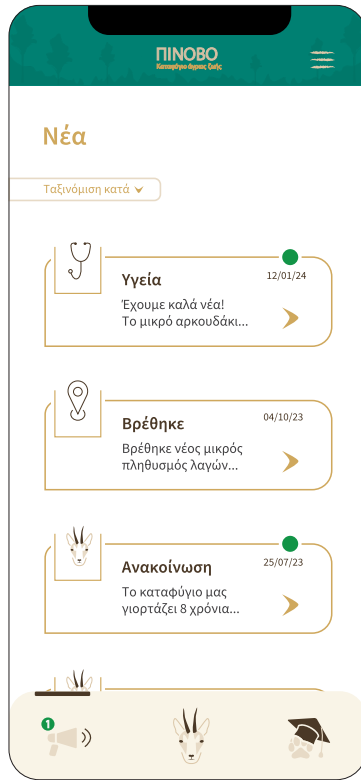
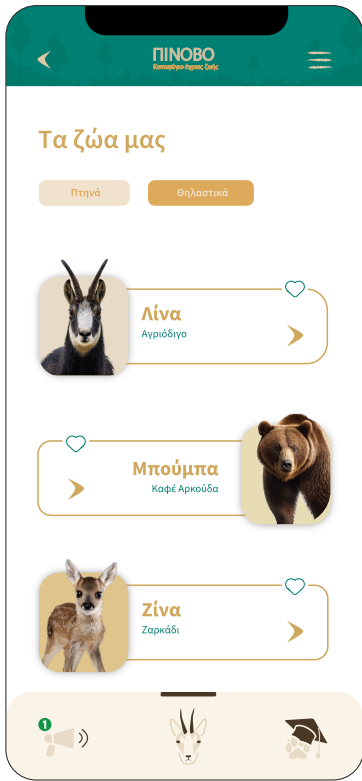
Η κύρια μπάρα της εφαρμογής βρίσκεται στο κάτω μέρος της οθόνης. Πρόκειται για ένα ορθωγώνιο παραλληλόγραμμο με απαλές γωνίες σε ένα από τα βασικά χρώματα του καταφύγιου, μέσα στο οποίο μπορεί να τοποθετηθεί το λογότυπο. Το *Home* βρίσκεται στο κέντρο του παραλληλόγραμμου ενώ δεξιά και αριστερά βρίσκονται τα εικονίδια του *Νέα* και *Παιχνίδια & Εκπαίδευση*. Μια μικρή μπάρα τοποθετείται πάνω από το σωστό εικονίδιο ανάλογα την οθόνη, καθοδηγώντας τον χρήστη. Τα άλλα δύο εικονίδια είναι στο πάνω μέρος του κινητού, ενώ ανάμεσα τους βρίσκεται το λεκτικό του λογότυπου στην αρνητική του εκδοχή αφού το φόντο είναι σκούρο. Εκτός αυτών των εικονιδίων, η εφαρμογή χρησιμοποιεί κάποια ακόμα τα οποία εμφανίζονται με την ενεργοποίηση του burger button. Αποτελούνται από το *Προφίλ* που συμβολίζεται με μια φιγούρα με καπέλο το οποίο συσχετίζεται με τη φύση, την εξόρμηση και τη περιπέτεια, ταυτίζοντας το με τον χρήστη και το θέμα. Η γεμισμένη καρδιά συγκεντρώνει όσα στοιχεία έχει επιλέξει ο χρήστης ως *Αγαπημένα*. Οι *Ρυθμίσεις* είναι ένα συνηθισμένο εικονίδιο για να είναι αναγνωρίσιμο και οικείο ανάμεσα στα υπόλοιπα ασυνήθιστα. Οι *Ειδοποιήσεις* διαφοροποιούνται από τα *Νέα*, και απεικονίζουν ένα πτηνό να φέρνει τις ειδήσεις. Τέλος η *Έξοδος* αναπαριστάτε με μια φυσική πύλη, σχηματισμένη από τους κορμούς δέντρων.

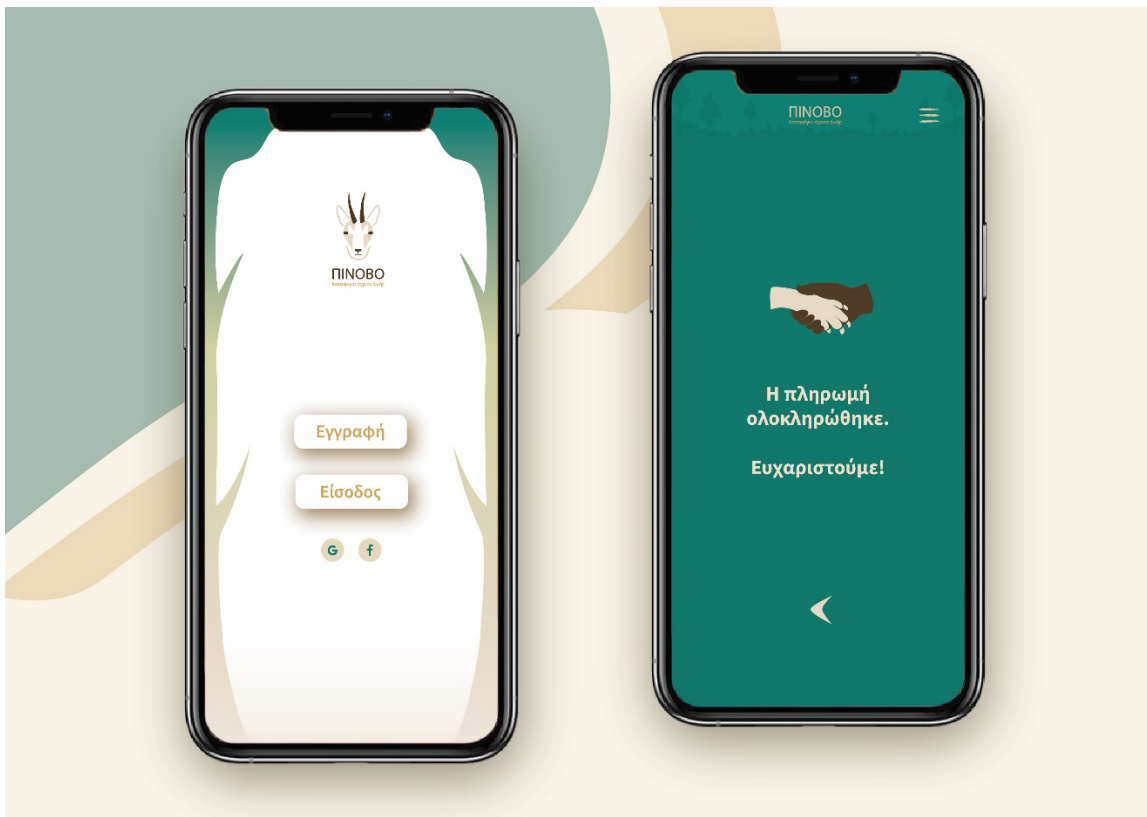
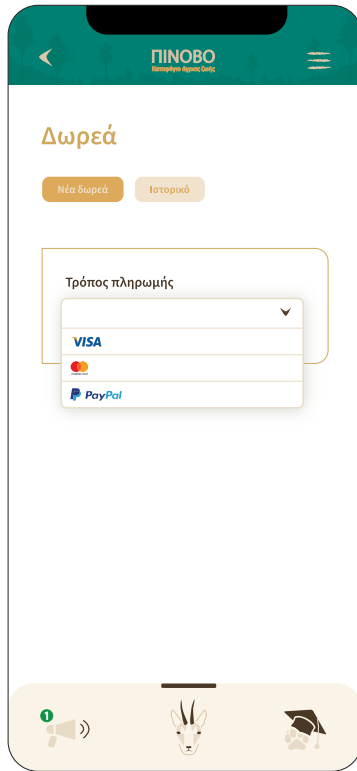
Όλα τα εικονίδια ακολουθούν το ίδιο εικαστικό ύφος, κατηγοριοποιούνται χρωματικά και ταιριάζουν με την οπτική ταυτότητα της εταιρείας. Υπάρχουν μικρά κενά στο κάθε εικονίδιο, όπως αυτό του προσώπου του αγριόγιδου (λογότυπο) και άλλα σχέδια που παρουσιάστηκαν παραπάνω. Ακόμα, η χρήση γραμμής ή γεμισμένης φόρμας είναι έτσι μελετημένη, ώστε το αποτέλεσμα να είναι κομψό και λειτουργικό.



Η εφαρμογή ξεκινάει με το splash screen όπου συστήνεται στον χρήστη το καταφύγιο μέσω του λογότυπου. Μετά την είσοδο στην εφαρμογή, εμφανίζεται η οθόνη Home, όπου παρουσιάζονται για πρώτη φορά οι 3 δυνατότητες που προσφέρει η εφαρμογή και ο κυριάρχος σχεδιασμός. Μαζί με τις επιλογές των βασικών εικονιδίων που υπάρχουν σχεδόν πάντα, τώρα ο χρήστης μπορεί να επιλέξει ανάμεσα σε 3 βασικές κατηγορίες: Το καταφύγιο μας, Τα ζώα μας και Δωρεά. Μερικές από αυτές τις κατηγορίες περιλαμβάνουν μεγάλο μέγεθος πληροφορίας, η οποία χωρίζεται σε υποκατηγορίες μέσα σε μικρά ορθογώνια στο πάνω μέρος της οθόνης και κάτω από τον βασικό τίτλο αυτής. Σε αυτές τις επιλογές μπορεί να περιηγηθεί ο χρήστης. Συνδυαστικά με σχέδια, διακοσμητικά και τον κενό χώρο, χρησιμοποιούνται φωτογραφίες κατάλληλης χρωματικής παλέτας, ενώ οι πρωταγωνιστές φαίνονται ευχάριστοι και φιλικοί. Διαφοροποίηση υπάρχει στη κατηγορία των παιχνιδιών όπου τα εικονίδια τους διαφέρουν ελαφρώς, ξεχωρίζοντας σαν οθόνη.







Τέλος, για τη προώθηση του καταφύγιου δημιουργήθηκαν τρία animated web banners οχτώ δευτερολέπτων σε διαφορετικά σχήματα. Το οριζόντιο (leaderboard) το οποίο δεν απευθύνεται μόνο στο ελληνικό κοινό, παρουσιάζει λατινικούς χαρακτήρες μέσα από τις λέξεις Love, Respect και Protect σε μεγάλο μέγεθος και γρήγορο ρυθμό ώστε να <<ακουστεί>> το μήνυμα. Το medium banner (σχεδόν τετράγωνο) σε μια πιο ανάλαφρη ατμόσφαιρα, όπου πρωταγωνιστεί η φιγούρα της καφέ αρκούδας σαν να περπατάει προς μια κατεύθυνση και να ξεπροβάλλει από μια άλλη παιχνιδιάρικα. Θέλει να κάνει τον θεατή να της δώσει λίγα δευτερόλεπτα από τον χρόνο του. Τα παραπάνω διαφημιστικά κλείνουν όταν μια καφέ σκούρα φόρμα καλύπτει τον χώρο και εμφανίζεται το λογότυπο σχεδόν σε όλη την έκταση του banner. Το τρίτο, αποτελεί το κάθετο (halfpage) και εμφανίζει το σλόγκαν της αφίσας αλλάζοντας το <<Αγκάλιασε>> με το <<Εξερεύνησε>>. Το διαφημιστικό θέλει να προκαλέσει μια ευχάριστη αναταραχή στο κοινό, κάτι που ταιριάζει στον γρήγορο ρυθμό εμφάνισης των στοιχείων. Τα τρία banner καλύπτουν μια μεγάλη ομάδα ανθρώπων αφού το κάθε ένα κάνει επίκληση σε διαφορετικό συναίσθημα. Το δεύτερο απευθύνεται σε άτομα που εστιάζουν σε χαρούμενες εικόνες και θεωρούν τα ζώα γλυκά και παιχνιδιάρικα, ενώ το τελευταίο, σε ανθρώπους της περιπέτειας που καλούνται να εξερευνήσουν την άγρια ζωή.

Όλα τα web banners, χρησιμοποιούν τα τέσσερα βασικά χρώματα της οπτικής ταυτότητας του καταφύγιου και τα διακοσμητικά στοιχεία που εφαρμόζει αυτή. Η γραμματοσειρά είναι η Verdana, ενώ όπου υπάρχει ανοιχτόχρωμα φόντο, τοποθετείται ένα πιο έντονο περίγραμμα ώστε να οριοθετεί ακόμα και σε λευκή οθόνη. Η ποικιλία στη κίνηση όλων των στοιχείων διαφοροποιεί το κάθε διαφημιστικό και έχει επιλεγθεί ανάλογα το συνολικό ύφος του καθενός. Όλα τα banners κλείνουν με το λογότυπο σε μεγέθυνση δείχνοντας την ταυτότητα του καταφύγιου.





Συμπεράσματα

Ολοκληρώνοντας την πτυχιακή αυτή εργασία και έπειτα από μελέτη πάνω στο θέμα της άγριας ζωής, γίνεται αντιληπτό ότι η αξία της δεν αναγνωρίζεται πάντα από όλους. Ενώ το έργο καταφύγιων και προστατευόμενων χώρων στην Ελλάδα είναι πολύ σημαντικό, δεν αρκεί. Ο άνθρωπος χρειάζεται να καταλάβει πως είναι μέρος του φυσικού περιβάλλοντος και εξέλιξης και να μην απορρίπτει την σύνδεση με αυτό, αφού αν αυτή καταρρεύσει, το ίδιο θα γίνει και στον άνθρωπο ως μέλος της. Ένας τρόπος να αυξηθεί η ευαισθητοποίηση πάνω στο θέμα και να ενεργοποιηθεί η κοινωνία, είναι η οργάνωση και προώθηση δράσεων ή και ολόκληρων οργανισμών όπως το Πίνοβο. Η αγάπη και το μεράκι όσων συμμετέχουν στα παραπάνω δίνει ελπίδα, με σκοπό όλο και περισσότερους κόσμους να αλλάξει συμπεριφορά προς τη φύση και τα άγρια ζώα.

Φυσικά, μεγάλη θέση σε αυτή τη προσπάθεια, έχει ο τρόπος που οι οργανισμοί αυτοί επικοινωνούν με το κοινό. Η σωστή χρήση γραφιστικών στοιχείων, έχει την ικανότητα να προσελκύσει περισσότερους και να περάσει το μήνυμα της ανάγκης για αγάπη και σεβασμού προς την άγρια ζωή.

Βιβλιογραφία

T. Brown, Zoo Vs. Animal Sanctuary: What's The Difference? , Black Pine Animal Sanctuary, 14/11/2022

<https://www.bpsanctuary.org/blog/zoo-vs-animal-sanctuary-whats-the-difference/>

(ανάκτηση 07/12/2023)

M. H. Babb, Behavioral Comparison of Cougars (*Puma concolor*) and Lions (*Panthera leo*) between Zoo and Sanctuary, University of North Carolina, 30/04/2020

https://cdr.lib.unc.edu/concern/honors_theses/v979v836s (ανάκτηση 07/12/2023)

S. L. Sherween, P. H. Hemsworth, The Visitor Effect on Zoo Animals: Implications and Opportunities for Zoo Animal Welfare, MDPI, 17/06/2019

<https://www.mdpi.com/2076-2615/9/6/366> (ανάκτηση 08/12/2023)

K. Wagner, S. Owen, T. W. Burke, Not Wils about Wildlife Protection? The Perceived Harmfulness, Wrongfulness, and Seriousness of Wildlife Crimes, Brill, 28/08/2019

https://brill.com/view/journals/soan/27/4/article-p383_2.xml (ανάκτηση 08/12/2023)

Zoo, National Geographic Society, 19/10/2023

<https://education.nationalgeographic.org/resource/zoo/> (ανάκτηση 08/12/2023)

S. P. Hill, D. M. Broom, Measuring zoo animal welfare: theory and practice, 08/10/2009

<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/zoo.20276> (ανάκτηση 10/12/2023)

Greenwood Wildlife

<https://www.greenwoodwildlife.org/distinctions-between-zoo-sanctuary-and-wildlife-rehabilitation-centers/> (ανάκτηση 10/12/2023)

Αρκτούρος

¹ Ιστοσελίδα: <https://www.arcturos.gr/>

Facebook: https://www.facebook.com/arcturosngo?locale=el_GR

C. Chapman, Color Theory for Designers, Part 1: The Meaning of Color, , Smashing Magazine, 20/05/2021

<https://www.smashingmagazine.com/2010/01/color-theory-for-designers-part-1-the-meaning-of-color/> (ανάκτηση 08/12/2023)

B. Barnhart, How to embrace a natural color palette in your designs, 17/08/2021

[How to Embrace a Natural Color Palette in Your Designs \(linearity.io\)](https://linearity.io/how-to-embrace-a-natural-color-palette-in-your-designs) (ανάκτηση 08/12/2023)

M. Caposino, Mobile App Design Trends in 2023

<https://fuselabcreative.com/mobile-app-design-trends/> (ανάκτηση 15/12/2023)