

REWORK GENESI DELL'IDEA DI BUSINESS

Il progetto si focalizza sullo studio e sulla progettazione di un'identità visiva di una Start-up di Upcycling e Riutilizzo di consumabili da stampa. L'idea progettuale alla base nasce all'interno del workshop "RolandHub" organizzato e coordinato dalla Prof.ssa Lucia Pietroni nel periodo di inizio di Novembre 2014 con la partecipazione di studenti, artigiani, docenti, e aziende del territorio, con lo scopo di generare nuovi prodotti con materiali di scarto provenienti da altre aziende e enti.



BUSINESS MODEL E ANALISI DI MERCATO

Partners aziendali che forniscono la materia prima e i macchinari per la lavorazione



Roland



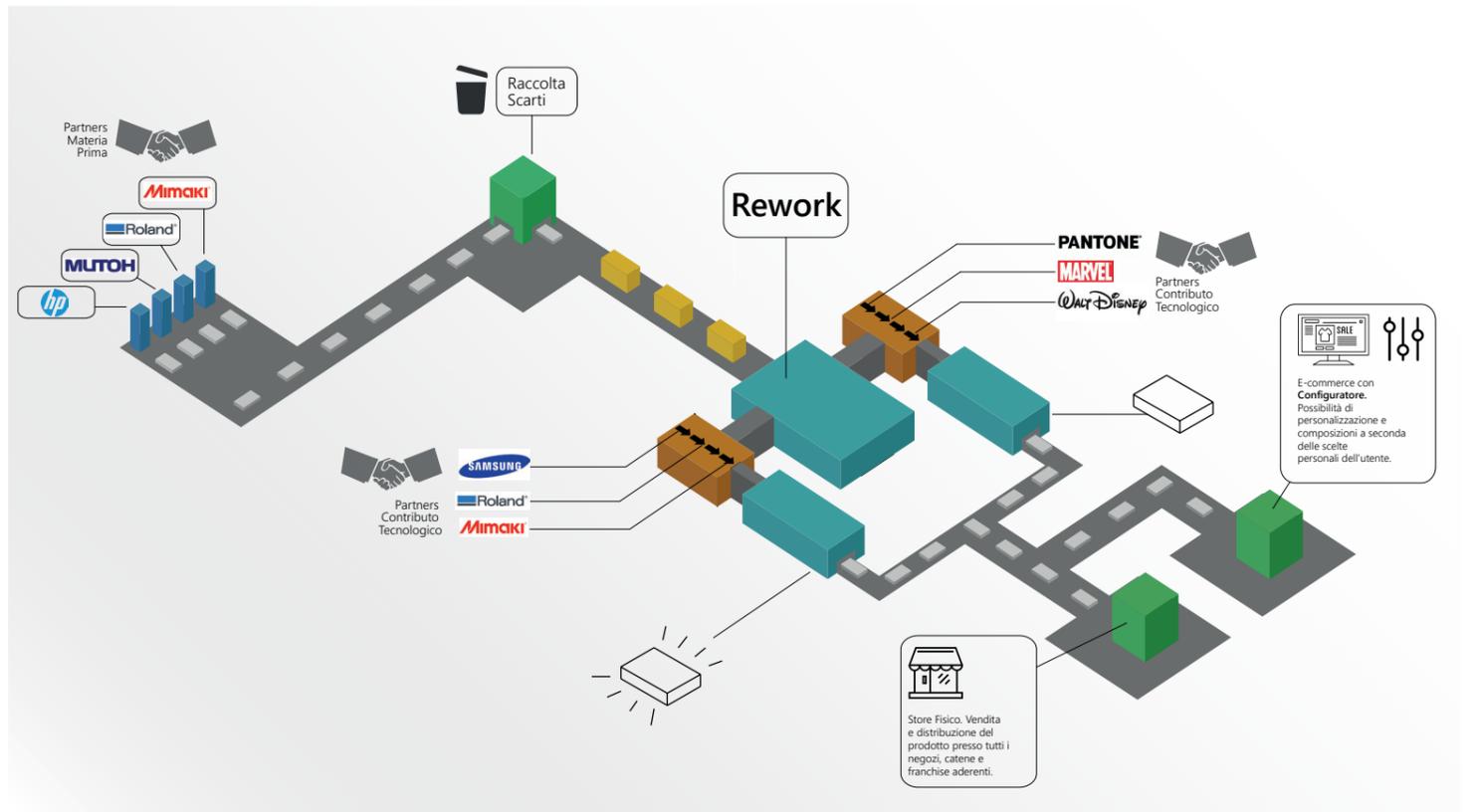
Mimaki



hp



MUTOH
Creation, we make it happen...



ANALISI UTENTI E TARGET DI DESTINAZIONE

Target di destinazione dei prodotti



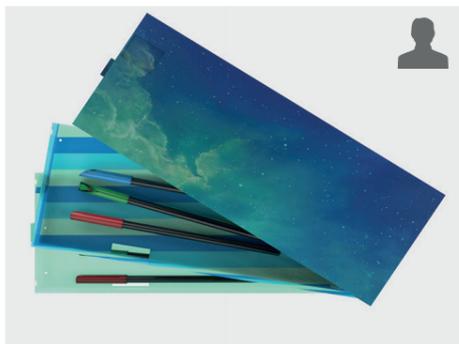
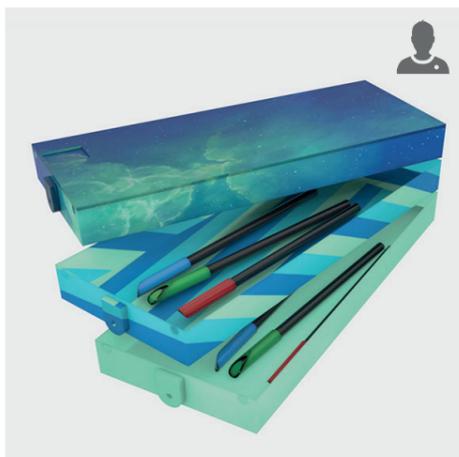
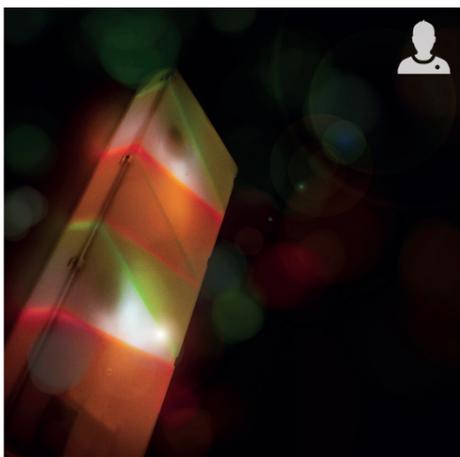
Utente Giovane Privata
Età 16-30 anni



Utente Intermedia Privata
Età 30 - 50 anni



Utente Intermedia Business
Età 30 - 50 anni



DEFINIZIONE DELL'IDENTITÀ DEL BRAND E MODELLO DI BRANDING



Innovazione



Cooperazione



Sostenibilità



Mission

Rework vuole portare a conoscenza le persone del livello di scarti prodotti e di come questa risorsa per molti inutile può diventare un elemento totalmente nuovo e riutilizzabile per il mercato del Light e Interior Design. Studiando come migliorare i processi produttivi possiamo migliorare il modo di produrre e gli oggetti, riducendo sul nascere il quantitativo di scarti prodotti.

Vision

Immaginiamo un futuro dove la parola scarto sia molto meno presente sui report ambientali, e dove il prodotto venga concepito fin dal progetto, come materia che possa avere una seconda o terza vita dopo il suo utilizzo. Vogliamo vivere in armonia con il nostro pianeta e ci impegniamo per farlo.



NAMING

Rework

Reuse

Work

Per la fase del Naming aziendale sono stati individuati i termini italiani e inglesi che avessero affinità con la missione e la visione aziendale, al fine di poter rendere bene il concetto del business e dei valori aziendali. La scelta finale ricade sul nome "Rework", termine inglese che indica come primo significato una rilavorazione e una riesecuzione di un lavoro. E ciò è proprio quello che l'azienda fa, rilavorando scarti e trasformandoli in nuovi prodotti. Con la scomposizione del nome abbiamo un forte appellativo "Re" che amplifica il significato del rifare, rieseguire, rilavorare, e il "work", traduzione inglese della parola "Lavoro".

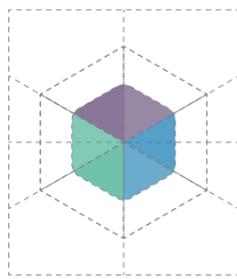
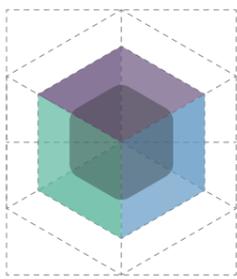
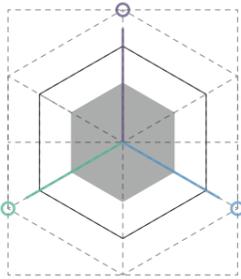
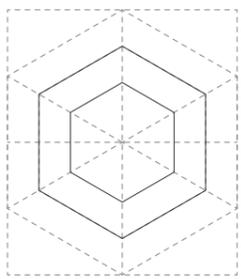
MARCHIO E LOGOTIPO

Il progetto dell'immagine visiva consiste nella progettazione di un marchio e logotipo che possano assumere delle varianti in base ai fattori variabili nel tempo e nello spazio che caratterizzano il business aziendale. La scelta ricade sul modello visivo del Radar, creando un logotipo quindi che possa ricordare la possibilità di evoluzione del logo in base alla variazioni di determinati valori, che cambiano diminuendo e aumentando nel tempo. Vengono usati gli stessi colori con i quali si identificano i valori del Progresso Tecnologico, della Consapevolezza in ambito ambientale e della Quantità di scarti e rifiuti prodotti.

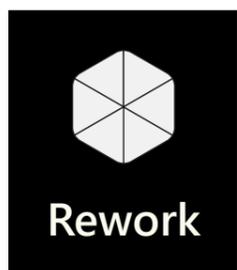
Weebly Sleek UI SemiBold

1234567890

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Ww Xx Yy Zz

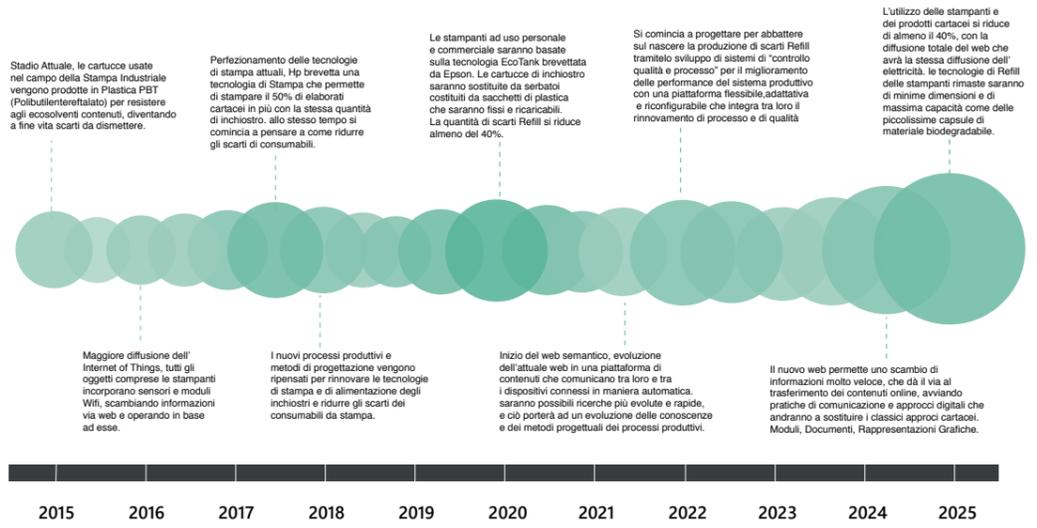
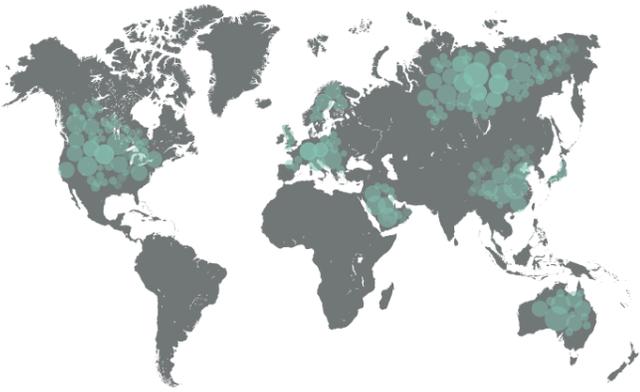


	Verde Acqua Rework	Azzurro Rework	Lilla Rework		
C	79 %	C	78 %	C	64 %
M	9 %	M	37 %	M	72 %
Y	59 %	Y	10 %	Y	26 %
K	0 %	K	1 %	K	9 %
Pantone °	133-7C	Pantone °	119-6C	Pantone °	95-14C
R	0	R	44	R	111
G	160	G	133	G	81
B	130	B	185	B	126

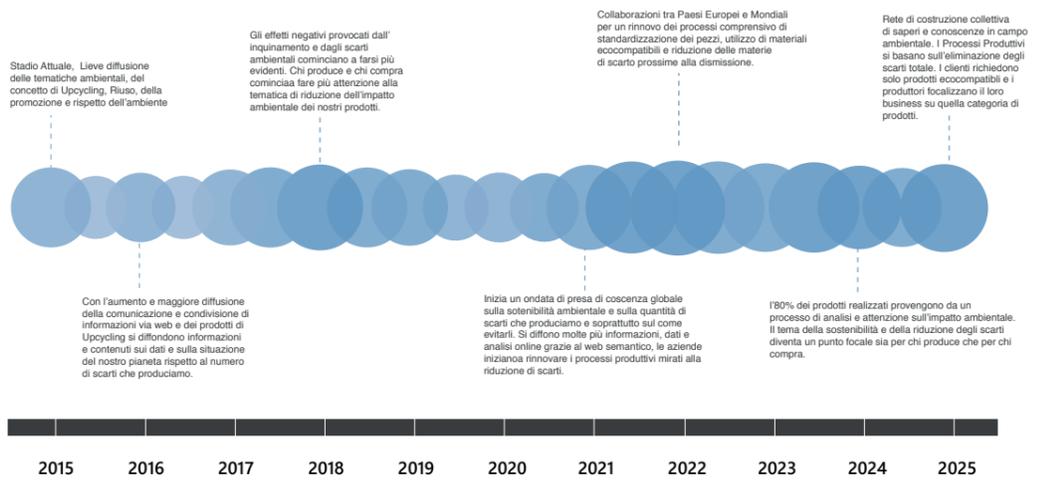


FATTORI DI EVOLUZIONE DELL'IDENTITÀ DINAMICA

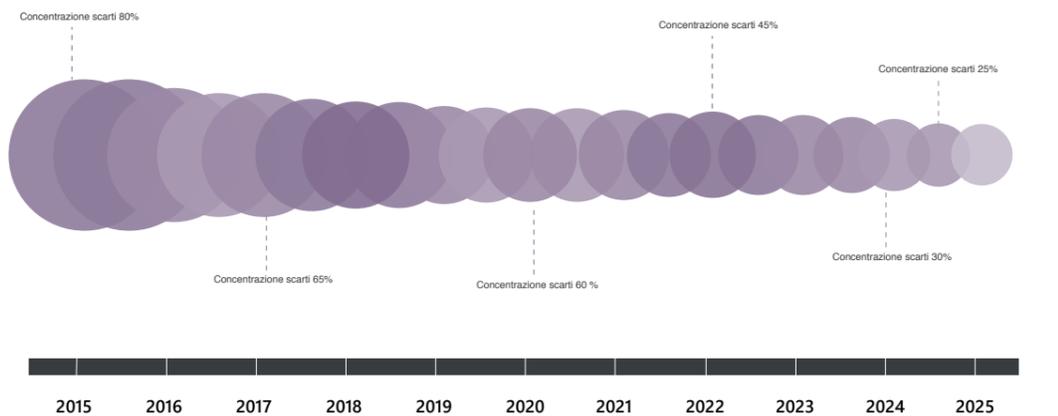
Progresso Tecnologico e dei Processi Produttivi



Consapevolezza sociale delle tematiche ambientali



Produzione di Scarti e Rifiuti



IDENTITÀ DINAMICA E VARIAZIONI MARCHIO

La Metamorfosi del Marchio aziendale riflette in maniera diretta l'evoluzione dei fattori del Progresso Tecnologico, della Consapevolezza e della Produzione di Scarti. Queste variazioni avvengono in un contesto spazio-temporale, tenendo conto dei fattori socio-demografici e dell'evoluzione dei vari paesi e mercati a cui fa riferimento.



Rework



Rework



Rework



Rework



Rework



Rework



Rework



Rework



Rework



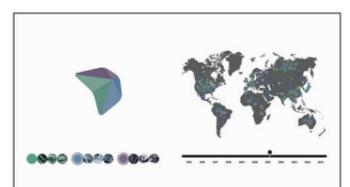
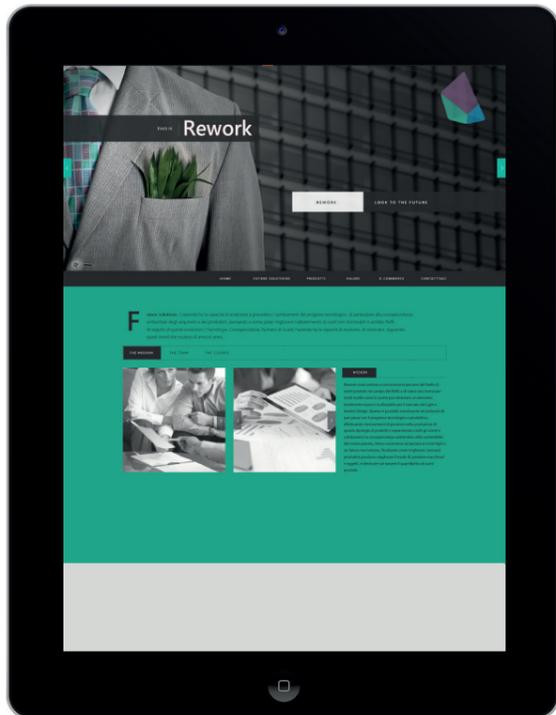
Rework

CORPORATE IDENTITY

La variabilità del Marchio e le varie mutazioni che esso può assumere trovano forza nella composizione della corporate Identity. Ogni elemento, come carta intestata, biglietto da visita, possono presentare una delle varianti a scelta del marchio pur mantenendo la medesima identità visiva rappresentativa dell'azienda.



SITO WEB E ADVERTISING





Rework

Guardiamo al Futuro per adattarci ai cambiamenti