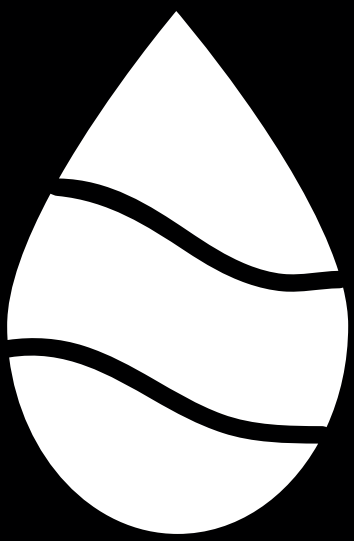


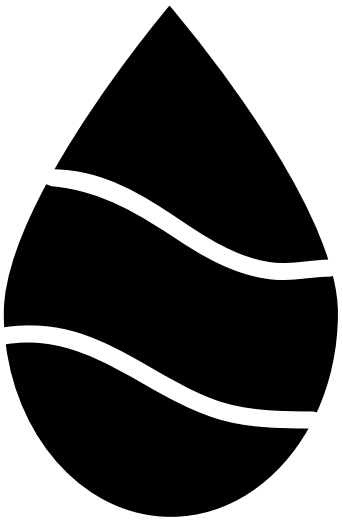
SIP’N’GO



SIP’N’GO



SIP’N’GO



SIP’N’GO

Colors principals

46babb

GRB: 186 70 187
CMYK: 67% 0% 37% 0%

269693

GRB: 150 38 147
CMYK: 77% 19% 45% 3%

0f4f4d

GRB: 79 15 77
CMYK: 88% 42% 57% 45%

Colors secundaris

e4ddc9

GRB: 221 228 201
CMYK: 13% 11% 24% 0%

a8c685

GRB: 198 168 133
CMYK: 41% 7% 58% 0%

cfe3c0

GRB: 227 208 192
CMYK: 24% 1% 32% 0%

1d1d1b

GRB: 29 29 27
CMYK: 0% 0% 0% 100%



SIP'N'GO

Titulars - Montserrat Black

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrtsuvwxyz
1234567890¿?!´.,+*_-:;¨{()”@#~$

Subtítol- Montserrat Semibold

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890¿?!´.,+*_-.:;¨{()”@#$~

Bloc de text- Montserrat Regular

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
1234567890¿?!´.,+*_-:;¨{()”@#$~

SIP’N’GO

REPTE 1 - IMATGE CORPORATIVA - BRANDING

SIP'N'GO

Jordi Porras Rosado

1007- Disseny i elaboració

05/12/2025

ÍNDEX

1. Anàlisi del sector i del públic objectiu **3**

2.ODS **4**

3. Decisions preses respecte a la IVC **5**

4. Conclusions **7**

SIP'N'GO

1. Anàlisi del sector i del públic objectiu

Roll'Eat opera dins del sector dels productes reutilitzables i sostenibles, un mercat en creixement impulsat per la consciència ambiental i la necessitat de reduir residus. Roll'eat se situa com una empresa que combina **sostenibilitat, funcionalitat i educació ambiental**:

Públic objectiu principal

- **Famílies eco-conscients (30–45 anys)** que busquen productes reutilitzables per a nens i espais escolars.
- **Consumidors joves (18–35)** motivats pel disseny, la sostenibilitat i les xarxes socials.
- **Centres escolars i educadors**, interessats en campanyes i projectes sostenibles.
- **Gent activa i esportista**, un nínxol detectat al dossier com a ideal per Sip'n'Go.

Aquest públic comparteix necessitats concretes:

- Productes funcionals, lleugers i fàcils de portar
- Conscienciació ambiental
- Reducció de plàstics d'un sol ús
- Disseny pràctic i personalitzable

La marca mare, Roll'eat, destaca per la seva aposta per la **sostenibilitat, la innovació i l'educació ambiental**. No només ven productes, sinó que promou la reducció de residus i hàbits més responsables. *Sip'n'Go* sorgeix com una extensió coherent d'aquests valors, mantenint l'essència de Roll'eat però aportant una identitat pròpia enfocada a un estil de vida actiu i en moviment

2.ODS

Els ODS que hem treballat durant el projecte, on es relaciona directament el producte amb sostenibilitat, educació i reducció de residus, son:

ODS 3 – Salut i benestar

A l'apartat de competència i campanyes es mostra com moltes accions estan orientades a fomentar hàbits saludables, vida activa i prevenció de residus. Sip'n'Go ajuda a mantenir una hidratació còmoda i accessible.

ODS 12 – Consum i producció responsables

És el més present. Roll'eat aposta per reduir residus, fomentar reutilització i oferir alternatives duradores.

ODS 13 – Acció pel clima

Les campanyes analitzades i els valors marcats apunten a la sensibilització mediambiental i la reducció d'impacte. Sip'n'Go reforça aquest ODS en reduir consum de plàstics i fomentar hàbits responsables.

3. Decisions preses respecte a la IVC

La identitat visual de *Sip'n'Go* s'ha desenvolupat a partir d'una selecció de colors i tipografies que reforcen els valors de sostenibilitat, frescor i funcionalitat associats tant al producte com a la marca mare Roll'eat.

La forma principal del logotip és una **gota**, perquè representa de manera directa la funció del producte: la hidratació. És una forma senzilla i universal, fàcil de recordar i que transmet frescor i moviment, també buscava que visualment sigui fàcil de asociar amb Roll' Eat.

La gota encaixa molt bé amb els valors de Roll'eat, ja que l'aigua simbolitza natura, puresa i respecte pel medi ambient. També reforça el missatge de sostenibilitat i reutilització, que és central en tots els productes de la marca.

A més, la gota està dividida en **tres capes**, que no només fan el disseny més interessant visualment, sinó que també representen:

- la flexibilitat i el moviment de *Sip'n'Go*,
- el fet de que pots portar-la a qualsevol lloc,
- i que tot el producte està fet per materials reutilitzables.

Colors:

He optat per una paleta basada en tons turquesa i verdosos que evoquen aigua, natura i moviment, elements directament relacionats amb la hidratació i l'estil de vida actiu. Els **colors principals** utilitzats són:

- **Turquesa clar** — *#46babb - S'associa directament a l'aigua i ajuda a reforçar la idea d'hidratació, que és la funció principal del producte*

- **Turquesa mitjà** — *#269693 - Es l'ultim color que vaig escollir, i es un mix del altres dos colors*

- **Verd blavós fosc** — *#0f4f4d - Aquest to reforça la sensació de naturalesa i sostenibilitat*

Aquests colors aporten versatilitat i permeten crear contrastos equilibrats tant en contextos digitals com impresos. Com a suport visual, he incorporat **colors secundaris** que amplien l'expressivitat de la marca:

- *#e4ddc9* (neutre càlid)

- *#a8c685* (verd natural)

- *#cfe3c0* (verd suau)

- *#1d1d1b* (negre funcional)

La combinació d'aquests tons permet desenvolupar una identitat coherent, moderna i adaptable a papereria, xarxes socials, packaging i materials corporatius.

Tipografia

El sistema tipogràfic que he utilitzat es basa en la família **Montserrat**, una tipografia moderna, neta i geomètrica que encaixa perfectament amb la personalitat jove, actual i sostenible del producte.

Títols — Montserrat Black

S'utilitza per als titulars principals i elements destacats. La seva força visual aporta jerarquia, personalitat i presència.

Subtítols — Montserrat Semibold

Proporciona continuïtat visual amb els títols, mantenint una estructura clara sense perdre llegibilitat. Ideal per introduccions de secció, claims i destacats.

Bloc de text — Montserrat Regular

Perfecta per textos llargs i paràgrafs informatius. Ofereix una lectura fluida i professional, mantenint coherència amb la resta d'estils de la família Montserrat.

Aplicació en mitjans i suports

La IVC ha estat dissenyada perquè funcioni correctament en múltiples formats: papereria (carta, targeta i sobre), peces digitals, xarxes socials i mock-ups publicitaris. Els colors i tipografies seleccionats asseguren una adaptació fàcil i una comunicació clara, visible i memoritzable en qualsevol suport.

4. Conclusions

La identitat visual creada per a *Sip'n'Go* és coherent perquè tot el sistema gràfic —formes, colors i tipografies— està connectat amb el producte i amb els valors de Roll'eat. La gota representa perfectament la hidratació i reforça la idea de natura i puresa, mentre que els tres colors escollits expressen frescor, moviment i sostenibilitat. La tipografia Montserrat dóna un to modern i net, aportant una imatge actual i accessible que encaixa amb el públic actiu i conscient al qual ens dirigim.

A més, la identitat aconsegueix transmetre professionalitat, ja que la combinació de colors, la jerarquia tipogràfica i la simplicitat de les formes permeten una aplicació clara i ordenada en qualsevol suport. També és una identitat sostenible, no només pel que representa, sinó perquè ajuda a comunicar els valors de consum responsable i reutilització que defineixen Roll'eat. El resultat és una imatge visual atractiva, funcional i alineada amb la missió de la marca.


SIP'N'GO