



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

Πτυχιακή / Διπλωματική Εργασία

Δημιουργία εταιρικής ταυτότητας και επικοινωνιακής καμπάνιας μιας οικογενειακής επιχείρησης που ασχολείται με την καλλιέργεια αλλά και την λιανική και χονδρική πώληση, κηπευτικών προϊόντων.

Συγγραφέας

Βράντζας Κωνσταντίνος

Αριθμός μητρώου

517170760230

Επιβλέπων καθηγητής

Δρ. Ρωσσέτος Μετζητάκος

Αθήνα 2022



**UNIVERSITY OF WEST ATTICA
SCHOOL OF APPLIED ARTS & CULTURE
DEPARTMENT OF GRAPHIC AND
VISUAL COMMUNICATION DESIGN**

Diploma Thesis

Branding and communication design for a family business that deals with the cultivation and sale of horticultural products, to be applied both in conventional and digital media.

Student Name and Surname

Vrantzas Konstantinos

Registration Number

517170760230

Supervisor Name and Surname

Dr. Rossetos Metzitakos

Athens 2022



UNIVERSITY OF WEST ATTICA
SCHOOL OF APPLIED ARTS & CULTURE
DEPARTMENT OF GRAPHIC AND
VISUAL COMMUNICATION DESIGN

Δημιουργία εταιρικής ταυτότητας και επικοινωνιακής καμπάνιας μιας οικογενειακής επιχείρησης που ασχολείται με την καλλιέργεια αλλά και την λιανική και χονδρική πώληση, κηπευτικών προϊόντων.

Μέλη Εξεταστικής Επιτροπής συμπεριλαμβανομένου και του Εισηγητή

Η πτυχιακή/διπλωματική εργασία εξετάστηκε επιτυχώς
από την κάτωθι Εξεταστική Επιτροπή:

Επιβλέπων καθηγητής

Δρ. Ρωσσέτος Μετζητάκος
Επίκουρος Καθηγητής ΠΑ.Δ.Α

Επιτροπή βαθμολόγησης

Δρ. Αποστόλης Παπαποστόλου
Αναπληρωτής Καθηγητής ΠΑ.Δ.Α

Μαρία Παπαδομανωλάκη
Λέκτορας Εφαρμογών ΠΑ.Δ.Α

ΔΗΛΩΣΗ ΣΥΓΓΡΑΦΕΑ ΠΤΥΧΙΑΚΗΣ/ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

Ο κάτωθι υπογεγραμμένος Βράντζας Κωνσταντίνος του Ιωάννη, με αριθμό μητρώου 517170760230, φοιτητής 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 απόμένα 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».

Ο Δηλών

ΒΡΑΝΤΖΑΣ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ



Επιβλέπων καθηγητής

Δρ. ΡΩΣΣΕΤΟΣ ΜΕΤΖΗΤΑΚΟΣ

Επίκουρος Καθηγητής

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Η συγκεκριμένη εργασία όπως άλλωστε και κάθε εργασία δεν αποτελεί έργο μόνο ενός ατόμου. Θα ήθελα να ευχαριστήσω τα εξής άτομα τα οποία στάθηκαν αρωγοί στην προσπάθεια εκπόνησης αυτής της εργασίας.

Ευχαριστώ τον υπεύθυνο καθηγητή και επιβλέποντα της εργασίας μου κύριο Μετζητάκο Ρωσέτο για την άψογη συνεργασία μας αλλά και για την προθυμία του να με συμβουλευσει για την σχεδιαστική εξέλιξη της εργασίας.

Ευχαριστώ πολύ την οικογένεια μου που ήταν δίπλα μου καθόλη την διάρκεια και την συνάδελφο Μπαράκου Βιργινία, για την βασική ιδέα καθώς και τις γνώσεις που προσέφερε σχετικά με το θέμα της εργασίας και την προθυμία της να συζητήσουμε επί των διαδικαστικών και τεχνικών ζητημάτων της εργασίας μου.

Βράντζας Κωνσταντίνος
Φεβρουάριος 2022

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Σήμερα, ένα καλό και ποιοτικό προϊόν δεν αρκεί από μόνο του για να κατακτήσει την κορυφή. Υπάρχει τεράστια ποικιλία εναλλακτικών επιλογών και σαφώς η εικόνα και η επικοινωνία της επιχείρησης και του προϊόντος τείνουν να κατέχουν τον πρωταρχικό ρόλο, όσον αφορά την επιτυχία του προϊόντος. Η διαχείριση των ενώσεων ανάμεσα σε ένα Brand και των αναμνήσεων στο μυαλό του κοινού του brand μπορεί να επιτευχθεί μόνο μέσω της εταιρικής ταυτότητας, η οποία περιλαμβάνει την επικέντρωση των πόρων σε επιλεγμένα υλικά και χαρακτηριστικά - ιδιότητες για τη διαφοροποίηση του brand σε ένα ελκυστικό, ουσιαστικό και συναρπαστικό τρόπο για το κοινό στο οποίο απευθύνεται.

Έτσι προκύπτει και το θέμα της πτυχιακής εργασίας, το οποίο αφορά την ανάγκη δημιουργίας εταιρικής ταυτότητας και επικοινωνιακής καμπάνιας μιας οικογενειακής επιχείρησης που ασχολείται με την θερμοκηπιακή καλλιέργεια και την λιανική (στην δημοτική αγορά) και χονδρική (σε εμπόρους και καταστήματα εστίασης) πώληση, κηπευτικών προϊόντων.

Στόχος της επιχείρησης είναι «Να γίνει η νούμερο 1 επιχείρηση στον νομό Τρικάλων και το brand της να συνδέεται άμεσα με το κύριο προϊόν της που είναι η ντομάτα». Μέσω της εταιρικής ταυτότητας, εταιρικών εντύπων και σχεδιαστικών εφαρμογών σε συνδυασμό με την ιστοσελίδα και το προφίλ στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, η επιχείρηση αναζητά την επικοινωνία της διαχρονικότητας και της εμπειρίας της.

ABSTRACT

Nowadays, a good and quality product, alone is not enough to conquer the top. There is a huge variety of alternatives and clearly, the image and communication of the business and the product tend to play a key role in the success of the product. Managing the connections between a Brand and the memories in the minds of the brand audience can only be achieved through corporate identity, which involves focusing resources on selected materials and features - properties to differentiate the brand into an attractive, substantial and a fascinating way for the target audience.

Thus arises the topic of the thesis, which concerns the need to create a corporate identity and communication campaign of a family business done with greenhouse cultivation and retail (in the municipal market) and wholesale (in traders and restaurants) of horticultural products.

The goal of the company is «To become the number 1 company in the prefecture of Trikala and its brand to be directly related to its main product which is the tomato». Through corporate identity, corporate forms and design applications combined with the website and social media profile, the company seeks the communication of its timelessness and experience.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

1. Εισαγωγή	08
2. Έρευνα-Μεθοδολογία	09
2.1 Βιολογική γεωργία	09
2.1.1 Ορισμός της βιολογικής γεωργίας	09
2.1.2 Αρχές βιολογικής γεωργίας	09
2.1.3 Παραδείγματα πρακτικών βιολογικής γεωργίας	10
2.1.4 Η γενική φιλοσοφία της βιολογικής γεωργίας	10
2.1.5 Χρήση λιπασμάτων στην βιολογική καλλιέργεια	11
2.1.6 Φυτοπροστασία και διαχείριση εχθρών και ασθενειών	12
2.2 Ντομάτα	12
2.2.1 Η Ιστορία της ντομάτας	12
2.2.2 Ντομάτα και υγεία	13
2.2.3 Ποικιλίες ντομάτας	13
2.3 Μελέτη “Gotham Greens”	14
2.4 Μελέτη “Natuurlijk Vers”	14
3. Αποτελέσματα	15
3.1 Λογότυπο - Ιδέα Σχεδιασμού	15
3.2 Εταιρική ταυτότητα και οχήματα	16
3.3 Σήμανση	17
3.4 Συσκευασία	18
3.5 Πρόσοψη πάγκου	19
3.6 Ρουχισμός, αυτοκόλλητα και αξεσουάρ	20
3.7 Καταχώρηση και διαφημιστικές πινακίδες	21
3.8 Ιστοσελίδα	22
4. Βιβλιογραφία	23

1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η επιχείρηση ονομάζεται «BPANTZΑΣ» (το επώνυμο της οικογένειας), είναι ενεργή για 30 χρόνια και η βάση της είναι τα Τρίκαλα, Θεσσαλίας. Ωστόσο, τους καλοκαιρινούς μήνες, η επιχείρηση προμηθεύει η ίδια τα προϊόντα της επιπλέον στις δημοτικές αγορές της Καστοριάς και των Γρεβενών.

Πρωταρχικός στόχος της επιχείρησης σύμφωνα με τα λόγια του ιδιοκτήτη είναι «Να γίνει η νούμερο 1 επιχείρηση στον νομό Τρικάλων και το brand της να συνδέεται άμεσα με το κύριο προϊόν της που είναι

η ντομάτα». Μέσο της εταιρικής ταυτότητας η επιχείρηση αναζητά να επικοινωνήσει την διαχρονικότητα και την εμπειρία της, θέλει οι καταναλωτές να την βλέπουν σύγχρονη, ώριμη, φιλική και τίμια. Καθώς η επιχείρηση με ιστορικό πρωτοπορειών, πραγματοποιεί βιολογική καλλιέργεια σε σύγχρονες εγκαταστάσεις, πιστοποιημένη από το διεθνή οργανισμό GLOBAL, το μεγαλύτερο ποσοστό τού κοινού είναι σταθερό και για μεγάλο χρονικό διάστημα. Με βάση τα προαναφερθέντα, η δομή της πτυχιακής εργασίας απαρτίζεται από:

- Τους ορισμούς και την ιστορική αναδρομή βασικών εννοιών (Βιολογική γεωργία, ιστορία και ποικιλίες της ντομάτας)

• Τη μελέτη και την έρευνα παρόμοιων, ως προς τη θεματολογία, ξένων και ελληνικών εταιρειών / επιχειρήσεων.

• Τον σχεδιασμό λογότυπου, εταιρικής ταυτότητας.

• Τον σχεδιασμό εταιρικών εντύπων, σήμανσης, συσκευασίας (συμβατικής ή/και ευφυούς), προωθητικών και διαφημιστικών εντύπων, εταιρικών οχημάτων, περιβαλλοντικών γραφικών, εταιρικής ένδυσης.

• Τον σχεδιασμό της ιστοσελίδας της επιχείρησης, του ηλεκτρονικού εντύπου εταιρικής παρουσίασης (flipbook), των socialmedia, ηλεκτρονικών διαφημιστικών banner και newsletter χονδρικής.

2. ΕΡΕΥΝΑ - ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ

2.1.1 Ορισμός της βιολογικής γεωργίας

Σύμφωνα με τον κανονισμό του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου των Βρυξελλών (27 Απριλίου 2018), η βιολογική γεωργία ορίζεται ως ένα συνολικό σύστημα διαχείρισης των γεωργικών εκμεταλλεύσεων και της παραγωγής τροφίμων που συνδυάζει βέλτιστες πρακτικές περιβαλλοντικής και κλιματικής δράσης, υψηλό επίπεδο βιοποικιλότητας, διατήρηση των φυσικών πόρων, εφαρμογή προτύπων που εξασφαλίζουν την βέλτιστη ποιότητα διαβίωσης των ζώων καθώς και υψηλά πρότυπα παραγωγής, που συμφωνούν με την ολοένα και αυξανόμενη ζήτηση για προϊόντα που παράγονται με χρήση φυσικών ουσιών και μεθόδων.

Οι αγρότες στη βιολογική γεωργία προσπαθούν να περιορίσουν όλες τις εισροές και να χρησιμοποιήσουν φιλικές προς το περιβάλλον τεχνικές στην καθημερινή τους ρουτίνα. Για παράδειγμα, για τη διαχείριση του εδάφους, οι βιοκαλλιεργητές βασίζονται κυρίως στην αμειψισπορά με σκοπό την ελαχιστοποίηση των ελλείψεων θρεπτικών συστατικών στο έδαφος. Χρησιμοποιούν ως επί το πλείστον οργανική κοπριά σε ποσότητες που καθορίζονται από το νόμο καθώς και αζωτοδεσμευτικά φυτά (ψυχανθή), ως ενισχυτές του εδαφικού αζώτου.

Όσον αφορά τη διαχείριση ζιζανίων, οι βιοκαλλιεργητές προτιμούν την εδαφοκάλυψη, τη χειρωνακτική απομάκρυνση των ζιζανίων (βοτάνισμα) και το όργωμα. Σε πολλές περιπτώσεις, αφαιρούν τα ζιζάνια χρησιμοποιώντας ειδικό εξοπλισμό, ειδικά σχεδιασμένο για βιολογική καλλιέργεια. Οι βιοκαλλιεργητές προσπαθούν να αποφύγουν τη χρήση συνθετικών χημικών ουσιών. Συνεπώς, για την προστασία των καλλιεργειών προτιμούν κυρίως μεθόδους, όπως παγίδες και φυσικούς εχθρούς των παρασίτων που επιτίθενται στις καλλιέργειές τους.¹

2.1.2 Αρχές βιολογικής γεωργίας

Σύμφωνα με την IFOAM (International Federation of Organic Agriculture Movements), οι Αρχές Βιολογικής Γεωργίας περιγράφονται παρακάτω:

- Η βιολογική γεωργία διατηρεί και ενισχύει την υγεία του εδάφους, των φυτών, των ζώων και του ανθρώπου ως ένα και αδιαίρετο σύνολο.
- Η βιολογική γεωργία πρέπει να βασίζεται στα ζωντανά οικολογικά συστήματα, να δραστηριοποιείται σε αυτά, να τα μιμείται και να συμβάλλει στη διατήρησή τους.
- Η βιολογική γεωργία θα πρέπει να βασίζεται σε σχέσεις που διασφαλίζουν δικαιοσύνη σε ό,τι αφορά το περιβάλλον και τις διαδικασίες της ζωής.
- Η διαχείριση της βιολογικής γεωργίας πρέπει να γίνεται με προληπτικό και υπεύθυνο τρόπο ώστε να προστατεύει την υγεία και την ευημερία των σημερινών και των μελλοντικών γενεών και του περιβάλλοντος.

Οι γενικοί στόχοι της βιολογικής γεωργίας είναι:

- Η παραγωγή ασφαλών και υγιεινών τροφίμων, χωρίς υπολείμματα αγροχημικών.
- Η συνολική προστασία του περιβάλλοντος μέσω βιώσιμης διαχείρισης (προστασία του εδάφους και του υδροφόρου ορίζοντα, διασφάλιση της βιοποικιλότητας)
- Η βιώσιμη χρήση της ενέργειας και των φυσικών πόρων (όπως το νερό, το έδαφος, η οργανική ύλη)

¹ <https://wikifarmer.com/el/organic-agri/>

- Η συντήρηση και η αύξηση της γονιμότητας και της βιολογικής δραστηριότητας του εδάφους.
- Η προστασία της υγείας των αγροτών και των καταναλωτών από την έκθεση σε επιβλαβείς ουσίες.
- Η εξασφάλιση της υγείας και της ευημερίας των ζώων.

Οι ακριβείς κανόνες και η νομοθεσία σχετικά με τις μεθόδους παραγωγής και τα μέτρα ελέγχου για τα βιολογικά προϊόντα ορίζονται από την κρατική νομοθεσία και ενδέχεται να διαφέρουν από χώρα σε χώρα.²

2.1.3 Παραδείγματα πρακτικών βιολογικής γεωργίας

- Εναλλαγή καλλιεργειών (αποφυγή μονοκαλλιέργειας που σταδιακά έχει ως αποτέλεσμα την εξασθένηση του εδάφους)
- Χρήση χλωρής λίπανσης
- Χρήση κοπριάς και φυτικών υπολειμμάτων (κομποστ)
- Ανακύκλωση οργανικών ουσιών
- Χρήση εναλλακτικής φυτοπροστασίας (φυσικοί εχθροί) και προϊόντων θρέψης
- Χρήση γηγενών ειδών και φυλών ζώων που προσαρμόζονται άριστα στις ιδιαίτερες συνθήκες της κάθε περιοχής
- Σωστή μεταχείριση και προστασία της αξιοπρέπειας των ζώων
- Αποφυγή οποιασδήποτε χρήσης γενετικά τροποποιημένων οργανισμών (ΓΤΟ) καθώς και προϊόντων που παράγονται από ή με ΓΤΟ.³

2.1.4 Η γενική φιλοσοφία της βιολογικής γεωργίας

Ως γενική φιλοσοφία, ο υποψήφιος βιοκαλλιεργητής θα πρέπει να κατανοήσει πλήρως την έννοια του φυσικού οικοσυστήματος με ελάχιστες εισροές και εκροές και να προσπαθήσει να χρησιμοποιήσει πρώτα, όλα τα υγιή συστατικά που υπάρχουν ήδη στο οικοσύστημα στο οποίο δραστηριοποιείται. Με αυτό εννοούμε ότι το βιολογικό αγρόκτημα αντιμετωπίζεται ως ένα ξεχωριστό οικοσύστημα στο οποίο υπάρχουν πολύ λίγες εισροές και εκροές και τα περισσότερα στοιχεία ανακυκλώνονται μέσα σε αυτό, εξασφαλίζοντας αειφορία.

Για παράδειγμα, ας υποθέσουμε ότι διαχειριζόμαστε ένα βιολογικό ελαιώνα. Μετά το κλάδεμα, αντί να απομακρύνουμε τα κομμένα κλαδιά ή να τα κάψουμε (όπως συμβαίνει κατά κόρον στη συμβατική καλλιέργεια), στη βιολογική γεωργία αυτό που κάνουμε είναι να τα θρυμματίζουμε με ειδικά μηχανήματα, και να εναποθέτουμε τα πριονίδια στον ελαιώνα. Κάτι τέτοιο έχει ευεργετικές επιδράσεις, καθώς έχει υπολογιστεί ότι για κάθε 1000 kg κλαδιών με υγρασία 50% που ενσωματώνονται στο έδαφος, προστίθενται σε αυτό 4 kg αζώτου, 0,5 kg φωσφόρου, 4 kg καλίου, 5 kg ασβεστίου και 1 kg μαγνησίου (Amirante et al., 2002). Αποφεύγεται έτσι η ανάγκη προσθήκης χημικών λιπασμάτων, που έτσι και αλλιώς δεν επιτρέπεται στη βιολογική γεωργία. Έχουμε δηλαδή τις ελάχιστες δυνατές εισροές και εκροές και προωθούμε την ανακύκλωση των στοιχείων εντός του ελαιώνα. Υπάρχουν βέβαια περιπτώσεις που τα κομμένα κλαδιά πρέπει άμεσα να απομακρυνθούν από έναν βιολογικό ελαιώνα, σε περίπτωση προσβολής από κάποια ασθένεια ή εχθρό.⁴

2 <https://wikifarmer.com/el/organic-agri/>

3 <https://wikifarmer.com/el/organic-agri/>

4 <https://wikifarmer.com/el/organic-agri/>

2.1.5 Χρήση λιπασμάτων στην βιολογική καλλιέργεια

Η πλειονότητα των χημικών λιπασμάτων, (για παράδειγμα κοκκώδη σύνθετα λιπάσματα), δεν επιτρέπεται στη βιολογική γεωργία. Τα μόνα επιτρεπόμενα λιπάσματα είναι εκείνα που έχουν εγκριθεί για βιολογική χρήση.

Η σωστή θρέψη του εδάφους, ωστόσο, είναι ζωτικής σημασίας για την ανάπτυξη των φυτών. Κυρίως το άζωτο, αλλά και ο φώσφορος και το κάλιο είναι βασικά στοιχεία κατά τη διάρκεια των σταδίων ανάπτυξης του φυτού. Δεδομένου ότι τα συμβατικά λιπάσματα δεν επιτρέπονται, μερικά από τα καλύτερα οργανικά λιπάσματα είναι:

Χλωρή λίπανση

Η χλωρή λίπανση ξεκινά με τη σπορά ενός ετήσιου ή πολυετούς φυτού (μηδική, βίκος) στον αγρό. Με τον τρόπο αυτό βελτιώνεται η γονιμότητα και η δομή του εδάφους, ενώ αυξάνεται η απορρόφηση νερού και η υγρασία του εδάφους. Αυτή η μέθοδος εφαρμόζεται επίσης ως μέθοδος περιορισμού των ζιζανίων. Αζωτοδεσμευτικά φυτά, όπως η μηδική, το τριφύλλι, τα κουκιά, η φακή, το λούπινο, το μπιζέλι, τα ρεβίθια κ.λπ. χρησιμοποιούνται κατά κόρον. Χρησιμοποιούνται επίσης δημητριακά, όπως βρώμη και κριθάρι. Λόγω του γεγονότος ότι αυτά τα φυτά (κυρίως τα ψυχανθή) απορροφούν σημαντικές ποσότητες θρεπτικών ουσιών, η ενσωμάτωσή τους στο έδαφος, αυξάνει τα διαθέσιμα θρεπτικά συστατικά για τα φυτά της βασικής καλλιέργειας. Εάν ο παραγωγός αποφασίσει να χρησιμοποιήσει αυτήν την τεχνική, είναι απαραίτητο να χρησιμοποιήσει πολλαπλασιαστικό υλικό (σπόρους) που δεν ανήκει στην κατηγορία -γενετικά τροποποιημένο.

Κομπόστ

Η κομποστοποίηση είναι μια φυσική διαδικασία κατά την οποία συγκεκριμένες ομάδες μικροοργανισμών, όπως τα βακτήρια, μετατρέπουν τις οργανικές ουσίες σε χούμο. Μετά την ολοκλήρωση της διαδικασίας, παράγεται κομπόστ. Το κομπόστ αποτελείται από ένα μείγμα οργανικής ύλης, θρεπτικών συστατικών και ιχνοστοιχείων. Είναι μια μέθοδος φυσικής λίπανσης με εξαιρετικά αποτελέσματα ενίσχυσης του εδάφους. Ωστόσο, πρέπει να συμβουλευτείτε τον τοπικό σας γεωπόνο πριν από την εφαρμογή του.

Κοπριά

Ένας άλλος τρόπος οργανικής λίπανσης είναι η χρήση κοπριάς. Χρησιμοποιείται συνήθως ζωική κοπριά από βιολογικές εκμεταλλεύσεις. Η κοπριά πρέπει να είναι καλά χωνεμένη και μπορεί να εφαρμοστεί γύρω από τα φυτά. Θα πρέπει ωστόσο να συμβουλευτείτε το γεωπόνο σας πριν εφαρμόσετε κοπριά σε οργανική καλλιέργεια. Άλλοι αγρότες καλύπτουν την επιφάνεια του εδάφους με νεκρά φυτικά υπολείμματα προκειμένου να βελτιωθεί η γονιμότητα του εδάφους και να καταπολεμηθούν τα ζιζάνια.

Η υδροπονία ως μέθοδος παραγωγής συνήθως δεν επιτρέπεται. Η υδροπονία είναι η μέθοδος σύμφωνα με την οποία οι παραγωγοί δεν χρησιμοποιούν το έδαφος για να καλλιεργήσουν τα φυτά τους. Αντ' αυτού, χρησιμοποιούν ένα αδρανές μέσο εμπλουτισμένο με θρεπτικά διαλύματα, στο οποίο αναπτύσσονται οι ρίζες των φυτών. Σύμφωνα με τις αρχές των περισσότερων χωρών, οι βιολογικές καλλιέργειες θα πρέπει να αναπτύσσονται σε ζωντανό έδαφος. Ωστόσο, οι αρχές των Ηνωμένων Πολιτειών επέτρεψαν πρόσφατα σε ορισμένες υδροπονικές εκμεταλλεύσεις να χαρακτηρίσουν τα προϊόντα τους ως βιολογικά.¹

¹ <https://wikifarmer.com/el/organic-agri/>

2.1.6 Φυτοπροστασία και διαχείριση εχθρών και ασθενειών

Στη βιολογική γεωργία, η πλειονότητα των χημικών εντομοκτόνων, μυκητοκτόνων, ζιζανιοκτόνων κ.λπ. δεν επιτρέπεται, εκτός εάν έχουν εγκριθεί για βιολογική παραγωγή. Παρόλα αυτά, ορισμένες οικολογικές ενέργειες μπορούν να αποτρέψουν την εμφάνιση εχθρών και ασθενειών στο χωράφι.

Η πρόληψη προβλημάτων που προκαλούνται από εχθρούς, ασθένειες ή ζιζάνια βασίζεται πρωτίστως:

- Στη χρήση φυσικών εχθρών των παρασίτων (για παράδειγμα πασχαλίτσες)
- Στην επιλογή ανθεκτικών ειδών και ποικιλιών
- Στην αμειψισπορά
- Στις κατάλληλες τεχνικές καλλιέργειας, όπως το σωστό κλάδεμα όταν πρόκειται για καλλιέργεια δέντρων.
- Στη συγκαλλιέργεια ορισμένων φυτών (για παράδειγμα, βίκος) μαζί με την κύρια καλλιέργεια. Ορισμένα φυτά (όπως ο βίκος και κάποια είδη *Trifolium*) είναι γνωστά για το ότι καταστέλλουν φυσικά την ανάπτυξη ζιζανίων.

Επιπλέον, οι αγρότες μπορούν να ρυθμίσουν το χρόνο σποράς έτσι ώστε να αποτρέπεται η εμφάνιση επιβλαβών οργανισμών καθώς και να βελτιώσουν τη συνολική υγεία του εδάφους. Σπόροι και υλικά φύτευσης απαλλαγμένα από ασθένειες είναι επίσης απαραίτητα. Γενικά, συνιστάται στους βιοκαλλιεργητές να επιλέγουν σπόρους ή είδη, τα οποία προσαρμόζονται απόλυτα στις τοπικές συνθήκες.¹

2.2 ΝΤΟΜΑΤΑ

2.2.1 Η ιστορία της ντομάτας

Η Ντομάτα προέρχεται από το Περού, το αρχικό της όνομα είναι "tomatl", από μια Μεξικάνικη διαλέκτο (Nahuatl). Στη συνέχεια, ό,τι έβλεπε και ήθελε ο κάθε λαός. "Pomi del Peru" και "Mala Peruviana" οι Ισπανοπορτογάλοι "pomodoro" και "Pomo d'oro" οι Ιταλοί, "Pommes d'amour" οι Γάλλοι.

Σήμερα πάντως το "tomatl" και τα ηχητικά παράγωγά του επικρατούν (Αγγλικά: tomato, Ινδονησιακά: tomat, Ρωσικά: TOMAT, Γαλλικά: tomate, Ζουλού: utamatisi) σε αντίθεση με το ιταλογενές pomodoro (Λιθουανικά: pomidoras, Πολωνικά: pomidor). Ενδιαφέρον παρουσιάζει η Κουρδική εκδοχή, που έχει 4 λέξεις για τη τομάτα, δύο εκ' των οποίων είναι ramidor και tomate, χρησιμοποιώντας έτσι και την ιταλογενή αλλά και την ισπανική εκδοχή. Λεκτικά ενδιαφέρον σημείο, με αναμενόμενο ιστορικό υπόβαθρο που αφορά τον Ελληνικό δισταγμό στη λέξη, είναι η Τουρκική εκδοχή: domates και η Αλβανική: domatja. Η τομάτα είναι ένας καρπός του φυτού LYCOPERSICON ESCULENTUM της οικογένειας SOLANACEAE. Στην ίδια οικογένεια ανήκουν οι μελιτζάνες, οι πατάτες κι ο καπνός.

Η αρχική άγρια ποικιλία μάλλον παρήγαγε καρπούς μικρούς κερασόμορφους σαν τσαμπί. Η αρχική καχυποψία των Ευρωπαίων για τη τομάτα, οφείλεται στην ομοιοτητά της με το φυτό *Atropa Belladonna* (Μπελαντόνα) της ίδιας οικογένειας των Solanaceae. Η Μπελαντόνα ή αλλιώς *Atropa* ήταν γνωστή από την Αρχαία Ελλάδα (Θεόφραστος - *Atropa Moira*) και συνδεόταν με θεραπευτικές, δηλητηριώδεις και ψυχότροπες ιδιότητες λόγω της ατροπίνης που περιέχει.

¹ <https://wikifarmer.com/el/organic-agri/>

Τα φύλλα της τοματιάς (μόνο αυτά) περιέχουν το αλκαλοειδές σολανίνη που είναι τοξικό για τον άνθρωπο και τα ζώα. Την ίδια ουσία βρίσκουμε στα φύλλα της πατάτας και του καπνού. Η καχυποψία (σχεδόν βεβαιότητα) φαίνεται από την χρήση της τομάτας σε μια “απόπειρα” δολοφονίας του Αβραάμ Λίνκολν. Κάποιοι αντιπαλοί του, με τη βοήθεια του προεδρικού μάγειρα, του δίνανε μαγειρεμένες τομάτες με σκοπό την εξοντώσή του. Ο Λίνκολν δεν έπαθε τίποτε βέβαια.²

2.2.2 Ποικιλίες ντομάτας

Υπάρχουν περίπου 1200 ποικιλίες ντομάτας. Οι ντόπιες παραδοσιακές ποικιλίες ντομάτας είναι: Ντομάτα Βραυρώννας, «Μπατάλα», ντομάτα καρδιά βουβαλιού, ντομάτα μαύρη, ντοματάκια Χίου, ντοματάκια μαύρα, ντοματάκια άσπρα, ντοματάκια κίτρινα αχλαδόσχημα. Ας δούμε μερικές βασικές:

Oxheart (Καρδιά βουβαλιού)

Παράγουν πολύ μεγάλες, ροζ, σε σχήμα καρδιάς του βουβαλιού ντομάτες, βάρους από 400 έως 900 γραμμάρια. Η γεύση της είναι σταθερή και σαρκώδης, με λίγους σπόρους και ήπια γεύση.

Βραυρώνα ή Μπατάλα

Οι καρποί της συγκεκριμένης ποικιλίας είναι μεγαλύτεροι από τις συνηθισμένες ντομάτες, το σχήμα τους είναι ακανόνιστο και το κυριότερο είναι ασύγκριτα νοστιμότεροι από τις υπόλοιπες ποικιλίες. Οι καρποί αυτής της ποικιλίας είναι ιδιαίτερα ευπαθείς στη μεταφορά.

Ace 55

Είναι μεσαίου μεγέθους κόκκινες τομάτες με λεπτή φλούδα και γλυκιά γεύση. Έχουν πολύ καλή αντίσταση στις ασθένειες και είναι ανθεκτικές στο σκάσιμο και στα χτυπήματα. Αντέχει στις άνυνδρες, άγονες και ξηρές περιοχές και είναι ευρέως διαδεδομένη στην περιοχή της νότιας Μεσογείου και στην χώρα μας. Είναι πολύ καλή γι' αυτούς που δεν τους αρέσει η όξινη γεύση της τομάτας. Χρησιμοποιείται κυρίως σε σαλάτες αλλά και σε γεμιστά³.

2.2.3 Ντομάτα και υγεία

Η τομάτα περιέχει νερό(94%), πρωτεΐνες (1%), υδατάνθρακες(4%), βιταμίνες A, C, E, K, θειαμίνη, νιασίνη, Β6, φυλλικό οξύ, μαγνήσιο, φώσφορο, χαλκό, β-καροτένιο και λυκοπένιο. Το λυκοπένιο είναι μια καροτενοειδής ουσία στην οποία οφείλεται το κόκκινο χρώμα της τομάτας και που εξολοθρεύει τις ελεύθερες ρίζες. Έχει δηλαδή αντιοξειδωτική δράση. Οι ελεύθερες ρίζες είναι αυτές που ευθύνονται για την γήρανση των κυττάρων και την προσβολή τους από ασθένειες. Το 85% περίπου λυκοπενίου που προσλαμβάνει ο άνθρωπος με την σημερινή διατροφή του προέρχεται από την τομάτα. και μάλιστα οι μαγειρεμένες τομάτες περιέχουν περισσότερο. Υπάρχουν αρκετές δημοσιευμένες εργασίες για την ωφέλεια που προσφέρει στον οργανισμό και την πρόληψη των ασθενειών, η κατανάλωση τομάτας. Το 1997, Αμερικανική Αντικαρκινική Εταιρεία δημοσίευσε, “Οι άνδρες που καταναλώσανε 10 μερίδες τομάτες εβδομαδιαίως είχαν 35% λιγότερες πιθανότητες να προσβληθούν από προστάτη και 50% μειωμένο κίνδυνο καρδιοπάθειας. Το 2003, Journal of the National Cancer Institute. 2003, British Journal of Urology.2004, Cancer Epidemiology Biomarkers and Prevention.2005, Journal of Urology. Έδειξαν ότι οι “οι άνδρες που είχαν μεγάλη κατανάλωση τομάτας παρουσίασαν μείωση εμφάνισης καρκίνου του προστάτη κατά 11% ενώ οι άνδρες που καταναλώνανε μαγειρεμένες

² http://www.gousiariis.gr/master_tomata.html

³ http://www.gousiariis.gr/master_tomata.html

τομάτες παρουσίασαν μείωση εμφάνισης καρκίνου του προστάτη κατά 19%. Ακόμη και όταν καταναλώνανε μια τομάτα την ημέρα παρουσίασαν μείωση εμφάνισης καρκίνου του προστάτη κατά 3%. Το 2005, Journal of Nutrition Ατομα που καταναλώνανε αρκετή ποσότητα τομάτας παρουσίασαν μείωση εμφάνισης καρκίνου του παγκρέατος. Cornell University, USA. Δείγματα τομάτας θερμάνθηκαν στους 88°C για 2, 15, 30 λεπτά. Η βιταμίνη C μειώθηκε κατά 10%, 15%, 29% αντίστοιχα ενώ το trans-λυκοπένιο αυξήθηκε κατά 54%, 171%, 164% και το cis-λυκοπένιο που προσλαμβάνεται καλύτερα αυξήθηκε κατά 6%, 17%, 35%. Συνολικά με την θέρμανση στα 2, 15, 30 λεπτά τα αντιοξειδωτικά επίπεδα στις τομάτες αυξήθηκαν κατά 28%, 34%, 62% αντίστοιχα. Δηλαδή με την θέρμανση της τομάτας μειώνεται η συγκέντρωση βιταμινών, αλλά αυξάνεται θεαματικά η αντιοξειδωτική δράση. Η εξήγηση για το φαινόμενο αυτό είναι απλή. Με τη θέρμανση καταστρέφεται η κυτταρική μεμβράνη των κυτάρων της τομάτας και απελευθερώνεται περισσότερο λυκοπένιο. 2003. Journal of Nutrition. Food and Drug Administration-Μελέτες έδειξαν ότι μόνο η φυσική πρόσληψη λυκοπενίου έχει τις πιο πάνω δράσεις. Μάλλον το λυκοπένιο δρά συνεργατικά και με άλλες ουσίες που περιέχονται στις τομάτες και μάλιστα έχει καλύτερα αποτελέσματα όταν μαγειρευτεί με ελαιόλαδο. Οι μάσκες προσώπου με τομάτα και γιαούρτι είναι γνωστές για την ευεργετική επίδραση που έχουν, αποκαθιστώντας τη φυσική οξύτητα της επιδερμίδας.⁴

2.2.4 Μελέτη “Gotham Greens”

Η Gotham Greens είναι μια αμερικάνικη εταιρία φρέσκων τροφίμων και άστικης γεωργίας, η οποία καλλιεργεί τοπικά προϊόντα όλο το χρόνο σε θερμοκήπια, με τα μαρούλια, τα βότανα, τις σάλτσες σαλάτας και τις σάλτσες της που πωλούνται με την επωνυμία της. Η εταιρεία κατέχει και λειτουργεί εννέα υδροπονικές εγκαταστάσεις θερμοκηπίου στις Ηνωμένες Πολιτείες.

Το λογότυπο της εταιρίας αποτελείται από ένα μαύρο πλαίσιο σε σχήμα θερμοκηπίου. Στο κέντρο του νοητού ορθογώνιου που σχηματίζεται βρίσκεται η επωνυμία, σε λευκό χρώμα (στοιχείο που βοηθά στο contrast και την αναγνωσιμότητα του), με την χρήση μίας ισοπαχούς γραμματοσειράς, χωρίς πατούρες και διακοσμητικά. Ακόμη, δύο φύλλα είναι τοποθετημένα στο κέντρο του νοητού τριγώνου που σχηματίζεται, σε πράσινο χρώμα. Με αυτό τον τρόπο, το λογότυπο αποκτά ζωντάνια και χαρακτήρα.

Στην συσκευασία, η εταιρία κάνει χρήση της ίδιας χρωματικής παλέτας με το λογότυπο. Έχει λιτό σχεδιασμό και ελάχιστη τυπογραφία χρησιμοποιώντας τις απαραίτητες και μόνο, πληροφορίες για το προϊόν. Την θέση μίας ενδεχόμενης εικογράφισης έχει πάρει ένα κοπτικό στο κέντρο της ετικέτας της συσκευασίας, με το σχήμα του αντίστοιχου προϊόντος που φιλοξενεί στο εσωτερικό της⁵.

2.2.5 Μελέτη “Natuurlijk Vers”

Η Natuurlijk Vers είναι μια Ολλανδική εταιρία, η οποία απαρτίζεται από ένα σύνολο εμπόρων φρούτων και λαχανικών, δημιουργώντας με αυτό τον τρόπο μια μεγάλη φυσική αλλά και ψηφιακή αγορά όπου ο καθένας μπορεί να προμηθευτεί ότι χρειάζεται.

Το λογότυπο της εταιρίας αποτελείται από ένα σήμα και την τυπογραφία σε οριζόντια διάταξη. Στο σήμα, απεικονίζεται ένα δένδρο, του οποίου ο κορμός είναι ένα πιρούνι. Η τυπογραφία προκειμένου να υποστηρίξει το σήμα είναι χειρόγραφη, ανισοπαχής και χωρίς πατούρες. Όσον αφορά την χρωματική παλέτα, γίνεται χρήση αρκετών χρωμάτων.

4 http://www.gousiaris.gr/master_tomata.html

5 <https://www.gothamgreens.com/>

Δύο αποχρώσεις του πράσινου για το φύλλωμα του δένδρου έτσι ώστε να υπάρχει βάθος πεδίου, ένα καφέ για το πιρούνι-κορμό και ένα γκρι στον κύκλο που βρίσκεται πίσω από το δένδρο.

Στην ιστοσελίδα, αντίθετα με το λογότυπο, και ενώ η χρωματική παλέτα παραμένει η ίδια, γίνεται διαφορετική χρήση αυτής. Στο μεγαλύτερο ποσοστό της γίνεται χρήση του λευκού και του γκρι διατηρώντας έτσι ένα καθαρό και ξεκούραστο περιβάλλον. Χρώματα όπως το πράσινο, παρατηρούντε αλλά σπάνια και μόνο για διακοσμητικά στοιχεία. Όσον αφορά την τυπογραφία, αρχικά η ποσότητα της είναι μετρημένη και χωρίς φλιαρίες. Σχεδιαστικά, γίνεται χρήση μίας ισοπαχούς, με πατούρες γραμματοσειράς για τους τίτλους και σημαντικές πληροφορίες, αλλά και μίας χειρόγραφης παρόμοιας με αυτή της επωνυμίας του λογοτύπου. Τέλος, η φωτογραφίες είναι ένα σημαντικό στοιχείο της, καθώς γίνεται συχνή χρήση τους, σε μεγάλο μέγεθος με ζωντανά και έντονα χρώματα.⁶

3. ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

3.1 Λογότυπο

Μετά από μελέτη των αξιών και τρόπου λειτουργίας της επιχείρησης προέκυψαν δυο σχεδιαστικές ιδέες για τον σχεδιασμό του λογοτύπου. Η χρήση του πρωτογράμματος της επωνυμίας της ή η δημιουργία μασκότ του πρωτεργάτη της.

Το τελικό σήμα λογότυπο προκύπτει από τον συνδυασμό της μασκότ του πρωτεργάτη ενταγμένη σε έναν καρπό ντομάτας, η οποία είναι το κύριο προϊόν της επιχείρησης. Με αυτό τον τρόπο η επιχείρηση επικοινωνεί άμεσα και με ακρίβεια τον σκοπό και τις αξίες της. Το τελικό σήμα λογότυπο ολοκλήρωσε η επιλογή του ώριμου κόκκινου της ντομάτας ως εταιρική χρωματική παλέτα, επικοινωνώντας τόσο το προϊόν όσο και την εμπειρία και γνώση των κατόχων της επιχείρησης, χαρίζοντας ένα συναίσθημα οικιότητας και εμπιστοσύνης.

Για τον σχεδιασμό της τυπογραφικών στοιχείων της επωνυμίας χρησιμοποιήθηκε η γραμμοσειρά Comfortaa Semibold με αλλαγές στο βάρος της και το διάκενο. Η χρήση μιας ισόπαχης γραμματοσειράς με καμπύλες, προσδίδει αρμονία και συνοχή στη συνολική εικόνα του λογοτύπου χωρίς να αποσπά την προσοχή και να αποδυναμώνει το σήμα.

Τελικό λογότυπο



Προσχέδια



⁶ <https://www.natuurlijk-vers.nl/>

3.2 Εταιρική ταυτότητα

Για την εταιρική ταυτότητα της επιχείρησης σχεδιάστηκαν επαγγελματικές κάρτες, επιστολόχαρτο, φάκελοι αλληλογραφίας καθώς και ο σχεδιασμός ένδυσης εταιρικών οχημάτων. Η κάρτα είναι δυο όψεων και διαμορφώνεται απο ένα κοπτικό αντίστιχο της περιμέτρου του λογοτύπου. Στη μία όψη απεικονίζεται η αρνητική εκδοχή του λογοτύπου, ενώ στην άλλη λαμβάνουν χώρα τα στοιχεία του παραγωγού-μέλους της επιχείρησης, καθώς κάθε μέλος έχει την δική του προσωπική κάρτα. Σε κάθε περίπτωση στην κάρτα, αναφέρονται επίσης και η ιστοσελίδα της επιχείρησης, καθώς και η τοποθεσία του πάγκου στην λαϊκή αγορά. Στον σχεδιασμό των εταιρικών εντύπων, χρησιμοποιήθηκε η ίδια χρωματική παλέτα με αυτή του λογοτύπου. Η τυπογραφία είναι μόνο η απαραίτητη χωρίς φλιαρίες και περιτά διακοσμητικά στοιχεία. Στον σχεδιασμό των οχημάτων δημιουργήθηκε μία εικονογράφιση με ντομάτες, ίδιου σχήματος και κοτσάνι με αυτό του λογοτύπου, έτσι ώστε να υπάρχει αρμονία και σύνδεση μεταξύ αυτών και της εταιρικής ταυτότητας. Προσθέθηκαν και φύλλα απο το φυτό, δημιουργώντας την τελική σύνθεση η οποία καταλαμβάνει το μεγαλύτερο ποσοστό επιφάνειας στην οποία βρίσκεται. Η χρωματική παλέτα του λογοτύπου ακολουθήθηκε πιστά προσθέτωντας σε αυτή και την πράσινη απόχρωση του φυλλώματος. Τέλος, προσθέθηκαν το σλόγκαν και η ιστοσελίδα της επιχείρησης.

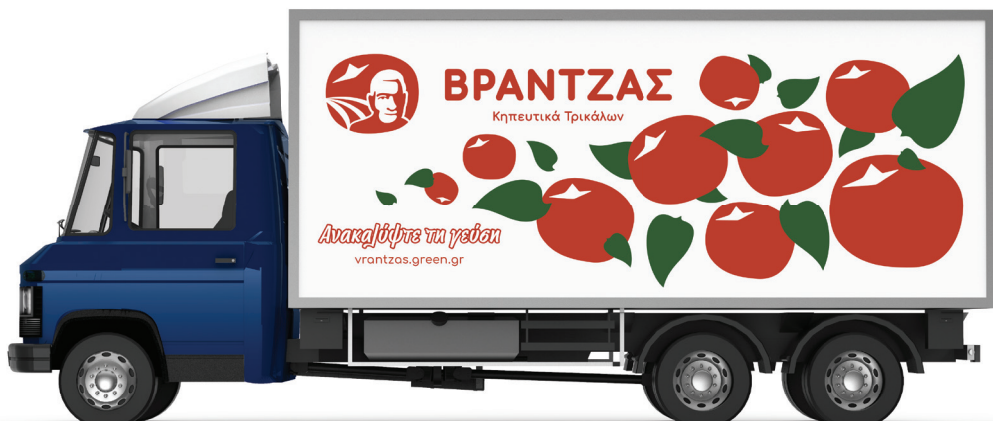
Επαγγελματική κάρτα



Εταιρικά έντυπα



Εταιρικά οχήματα



3.3 Σήμανση

Ένα χαρακτηριστικό της λαϊκής αγοράς είναι ο συνωστισμός των πελατών στους πάγκους της λαϊκής αγοράς. Για να αποφεύγετε η άσκοπη επαναλαμβανόμενη ερώτηση της τιμής του προϊόντος, σχεδιάστηκαν ταμπελάκια τιμών. Σχεδιάστηκαν και αυτά στο σχήμα του λογοτύπου διατηρώντας από αυτό μόνο το κοτσάνι. Η γραμματοσειρά που χρησιμοποιήθηκε είναι η Averta Regular. Ακόμη συνδυαστικά με την τυπογραφία για την ονομασία του προϊόντος προστέθηκε η επωνυμία, ίδια με αυτή του λογοτύπου για να προσδιορίσει τον παραγωγό, μιας και το σήμα λογότυπο απουσιάζει στην συγκεκριμένη εφαρμογή. Η χρωματική παλέτα που χρησιμοποιήθηκε διαφέρει στο κάθε ένα ταμπελάκι και προσαρμόζεται κάθε φορά ανάλογα με το πραγματικό χρώμα του προϊόντος.



3.4 Συσκευασία

Μια από τις κύριες ανάγκες μίας αγροτικής επιχείρησης είναι ο τρόπος μεταφοράς των προϊόντων. Για το χονδρικό εμπόριο, οι πλαστικές σακούλες εκτός από δύσχρηστες είναι και βλαβερές για το περιβάλλον. Για τον λόγο αυτό, σχεδιάστηκαν κουτιά μεταφοράς από ανακυκλωμένο χαρτί, τα οποία μπορούν σαφώς να ξανά ανακυκλωθούν.

Για την εικονογράφηση σχεδιάστηκαν ντομάτες με ίδιο σχήμα και κοτσάνι με αυτό του λογοτύπου, έτσι ώστε να υπάρχει αρμονία και σύνδεση μεταξύ αυτών και της εταιρικής ταυτότητας. Προσθέθηκαν και φύλλα από το φυτό, δημιουργώντας την τελική σύνθεση η οποία καταλαμβάνει το μεγαλύτερο ποσοστό επιφάνειας της πλευράς στο οποίο βρίσκεται. Η χρωματική παλέτα του λογοτύπου ακολουθήθηκε πιστά προσθέτοντας σε αυτή και την πράσινη απόχρωση του φυλλώματος.

Η τυπογραφία που χρησιμοποιήθηκε για την περιγραφή του προϊόντος είναι, η ίδια με αυτή του λογοτύπου (Comfortaa Semibold) και η Averta Regular για τις υπόλοιπες πληροφορίες. Στο σύνολο της, η τυπογραφία σε ποσότητα είναι ελάχιστη. Αναγράφονται μόνο τα βασικά χαρακτηριστικά και το σλόγκαν.

Προσχέδια

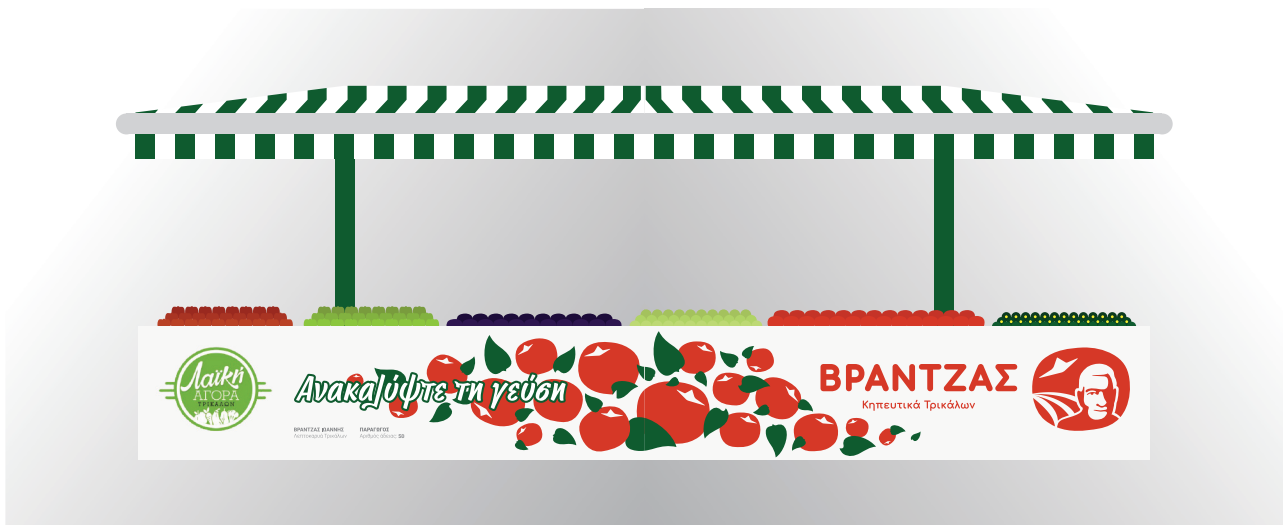


Τελική μακέτα



3.5 Πρόσοψη πάγκου λαϊκής αγοράς

Για την πρόσοψη του πάγκου εξαρχής υπήρχαν κανόνες όσον αφορά το μέγεθος και το υλικό της, από την δημοτική αρχή, προκειμένου να υπάρχει ομοιογένεια και αρμονία στη συνολική εικόνα της λαϊκής αγοράς, της οποίας το λογότυπο έπρεπε να συμπεριληφθεί στον σχεδιασμό. Στην εικογράφιση ακολούθηθηκε ο ίδιος σχεδιασμός των στοιχείων, με αυτών της συσκευασίας, διαφέροντας όμως στην σύνθεση τους. Η εικογράφιση έχει κεντρική στοίχιση και καλύπτει ένα μεγάλο ποσοστό της επιφάνειας της πρόσοψης, με τα στοιχεία της να αλληλεπιδρούν με την τυπογραφία της επωνυμίας και του σλόγκαν δίνοντας την ενέργεια της κίνησης. Η χρωματική παλέτα που χρησιμοποιήθηκε είναι πιστή με αυτή της συσκευασίας και της εταιρικής ταυτότητας.



3.6 Ρουχισμός, αυτοκόλλητα και αξεσουάρ

Επίσης, σχεδιάστηκε εταιρικός ρουχισμός χρησιμοποιώντας το ίδιο γραφικό με την συσκευασία όμως με διαφορετική σύνθεση σε συνδυασμό με το σλόγκαν της επιχείρησης. Η χρωματική παλέτα κυμάνθηκε στην ίδια φιλοσοφία με την συσκευασία.

Η ίδια σχεδιαστική πορεία ακολούθηθηκε και για την δημιουργία αξεσουάρ. Για παράδειγμα, σχεδιάστηκε πάνινη τσάντα μεταφοράς, με το λογότυπο τοποθετημένο στο κέντρο αυτής, να το περικλύουν πολλοί καρποί ντομάτας όπου σε συνδυασμό με το φύλλωμα χαρίζουν ενέργεια και κίνηση στη συνολική σύνθεση, αναδिकνώντας τις αξίες του λογότυπου και της επιχείρησης.

Σχεδιάστηκαν επίσης αυτοκόλλητα με το λογότυπο της επιχείρησης τόσο για την χρήση τους στην συσκευασία όσο και για μία πιο ευρύτερη και ευέλικτη επιλογή χρήσης, όπου και όποτε κριθεί απαραίτητο.

Ρουχισμός, αυτοκόλλητα και αξεσουάρ



3.7 Καταχώρηση και διαφημιστικές πινακίδες

Για την προώθηση της επιχείρησης αλλά και της ιστοσελίδας της, σχεδιάστηκε σαλάνι καταχώρηση για περιοδικό. Στην αριστερή σελίδα τοποθετήθηκε το Qr code με τον σύνδεσμο που οδηγεί στην ιστοσελίδα και το σλόγκαν. Στην δεξιά σελίδα, τα στοιχεία έχουν κεντρική στοίχιση. Στην χρυσή τομή της σελίδας τοποθετήθηκε το λογότυπο. Ακολουθούν, το τυπογραφικό μήνυμα και μια φωτογραφία.

Οι διαφημιστικές πινακίδες που σχεδιάστηκαν είναι μία μεγάλων διαστάσεων και μία μικρότερων τοποθετημένη σε όχημα ταξί. Στην πινακίδα μεγάλων διαστάσεων χρησιμοποιήθηκε φωτογραφία με σκούρο φόντο και την πληροφορία στην μία πλευρά της. Στην άλλη πλευρά τοποθετήθηκε ψηλά το λογότυπο. Ακολούθησε με αριστερή περασία το σλόγκαν και στην συνέχεια η ιστοσελίδα.



3.8 Ιστοσελίδα

Απαραίτητος, κρίθηκε και ο σχεδιασμός ιστοσελίδας για την επιχείρηση. Με αυτό τον τρόπο η επιχείρηση μπορεί να διαφημιστεί σε όλο το φάσμα ηλικιών και να μεταδώσει το σύγχρονο και προοδευτικό πνεύμα που την διακρίνει. Για τον σχεδιασμό της ιστοσελίδας, χρησιμοποιήθηκε η χρωματική παλέτα της εταιρικής ταυτότητας της επιχείρησης. Για την τυπογραφία, χρησιμοποιήθηκε η γραμματοσειρά Averta στα βάρη Light, Bold. Η μετάβαση μεταξύ των πληροφοριών γίνεται με μέθοδο parallax του σχεδιαστικού προγράμματος Adobe Xd. Επίσης σχεδιάστηκαν κινούμενα γραφικά σε συνδυασμό με τυπογραφία καθώς και η χρήση φωτογραφιών κρίθηκε απαραίτητη για την ανάδειξη των προϊόντων και της καλύτερης δυνατής ψηφιακής αναπαράστασης της ποιότητας.



4. Βιβλιογραφία

<https://wikifarmer.com/el/organic-agri/>

http://www.gousiaris.gr/master_tomata.html

<https://www.gothamgreens.com/>

<https://www.natuurlijk-vers.nl/>