

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

Πτυχιακή / Διπλωματική εργασία

Σχεδιασμός εταιρικής ταυτότητας και διαφημιστικής καμπάνιας για την εταιρεία Hydra Nest

Μελέτη / Σχεδιασμός :

Ηρακλής Παπαθανασίου
(Α.Μ : 13020)

Επιβλέπων Καθηγητής:

Δρ. Ρωσσέτος Μετζητάκος

Αθήνα, Ιούλιος 2022

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ

Δρ. ΡΩΣΣΕΤΟΣ ΜΕΤΖΗΤΑΚΟΣ

Επίκουρος Καθηγητής

ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΒΑΘΜΟΛΟΓΗΣΗΣ

Δρ.ΕΛΕΝΗ ΜΟΥΡΗ

Καθηγήτρια

Δρ.ΣΠΥΡΙΔΩΝ ΣΙΑΚΑΣ

Αναπληρωτής Καθηγητής

ΔΗΛΩΣΗ ΣΥΓΓΡΑΦΕΑ ΠΤΥΧΙΑΚΗΣ/ ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

Ο κάτωθι υπογεγραμμένος Παπαθανασίου Ηρακλής του Αθανασίου, με αριθμό μητρώου 521130200228 , φοιτητή 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 σύνολο 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».

Ο Δηλών



ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Μια εργασία δεν αποτελεί ποτέ μόνο προσωπικό έργο. Έτσι θα ήθελα να ευχαριστήσω θερμά τα εξής άτομα, τα οποία πρόσφεραν κύρια και ουσιώδη βοήθεια για την εκπόνηση αυτής της πτυχιακής.

Ευχαριστώ τον υπεύθυνο καθηγητή και επιβλέποντα της εργασίας μου, κύριο Ρωσσέτο Μετζητάκο, καθώς με την καθοδήγηση και την προθυμία του βοήθησε στην τελμάτωση αυτής της εργασίας. Και ιδιαίτερες ευχαριστίες για τις συμβουλές και προτάσεις του επί του περιεχομένου της εργασίας. Επίσης θα ήθελα να ευχαριστήσω θερμά τον κύριο Σπύρο Σιάκα για την ανιδιοτελή προσφορά του στο εκτυπωτικό κομμάτι της εργασίας.

Ευχαριστώ πολύ όλους τους φίλους μου και συγγενείς που με βοήθησαν και ιδιαίτερα , τον Αντωνόπουλο Μάριο , τον Στάγκα Παναγιώτη, τον Γκαβογιάννη Βασίλη και την Παπαθανασίου Όλγα που στάθηκαν δίπλα μου όταν τους χρειάστηκα. Ευχαριστώ τον Παναγιώτη για της σχεδιαστικές του προτάσεις και την διαρκή συμπαράσταση, τον Βασίλη για την τρομερή εξυπηρέτηση στο σχεδιασμό των τρισδιάστατων ζαριών και μοντέλων , Μάριο για τον καθοριστικό του ρόλο στις πολλαπλές εκτυπώσεις και στο βάψιμο τους και την Όλγα για την καθοδήγηση και βοήθεια της στην συγγραφή αυτής της εργασίας.

Παπαθανασίου Ηρακλής
Ιούλιος 2022

ΠΕΡΙΛΗΨΗ/ABSTRACT

Τα επιτραπέζια παιχνίδια υπάρχουν εδώ και χιλιετίες, σε τέτοιο βαθμό οπού υπάρχουν αναφορές ύπαρξης ακόμα και πριν από την ανάπτυξη του γραπτού λόγου. Τα άτομα που ασχολούνται με ιδιαίτερο ενδιαφέρον και πάθος με αυτά αποκαλούνται χομπίστες ,και μέσα σε βάθος χρόνου έχουν δημιουργηθεί εταιρίες και καταστήματα που εξυπηρετούν αυτές τους τις ανάγκες. Η "Hydra Nest" έχει ως βασικό πυλώνα της, την κοινότητα των χομπιστών και βασικό στόχο την εξυπηρέτηση τους , καθώς επίσης προσφέρει και την μοναδική υπηρεσία τρισδιάστατων εκτυπώσεων.

Board games have been around for millennia, to the point that there are reports of them existing even before the development of the written word. People who engage with a special interest and passion with board games are being called hobbyist, and through the passage of time, companies and stores have been created and founded to serve their needs. "Hydra Nest" has as its main business pillar, the community of the hobbyist in mind and their needs serviced in an excellent manner, while in the meantime providing the unique service of three dimensional printing.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ/ABSTRACT	6
ΕΙΣΑΓΩΓΗ	8
ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ	9
Επιτραπέζια Παιχνίδια	9
Εταιρίες Επιτραπέζιων	11
Καταστήματα	13
ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ	14
Μυθολογία	14
Δημιουργία Ταυτότητας	14
Επιρροές	16
ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ	19
Λογότυπος	19
Χρώματα	20
Εταιρική Ταυτότητα	21
Τρισδιάστατη Εκτύπωση	22
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	28
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	29

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Το θέμα της πτυχιακής ασχολείται με την εύρεση σχεδιαστικών λύσεων για την ανάπτυξη εταιρικής ταυτότητας, και προωθητικής καμπάνιας, ενός καταστήματος πώλησης επιτραπέζιων παιχνιδιών , το οποίο προσφέρει και υπηρεσίες τρισδιάστατης εκτύπωσης , με όνομα Hydra Nest.

Η Hydra Nest έχει ως στόχο την δημιουργία χώρου ψυχαγωγίας και πώλησης επιτραπέζιων παιχνιδιών που επιπλέον θα μπορεί να προσφέρει στους πελάτες της και υπηρεσίες εκτύπωσης τρισδιάστατων σχεδιαγραμμάτων. Η Hydra Nest απευθύνεται σε άτομα με πάθος για το χώρο της φαντασίας και του επιτραπέζιου και σε άτομα με δημιουργικότητα, και έλξη στη τρισδιάστατη εκτύπωση.

Το όραμα της Hydra Nest είναι η παροχή διασκέδασης και χαράς καθώς αυτά αποτελούν το πιο σημαντικό πράγμα στη ζωή.

Με τον χώρο που προσφέρει η Hydra Nest , φέρνει τα νεότερα επιτραπέζια της αγοράς στους καταναλωτές , παραχωρεί χώρο για ψυχαγωγία και προσφέρει εκτυπωτικές υπηρεσίες για τρισδιάστατα σχεδιαγράμματα πελατών.

Τέλος το κατάστημα γίνεται ένα σημαντικό μέρος ψυχαγωγίας και συνάντησης της ανάλογης κοινότητας και την φέρνει πιο κοντά μεταξύ της.

Με βάση τα προαναφερθέντα, η δομή της πτυχιακής εργασίας απαρτίζεται από:

- Την μελέτη και έρευνα παρόμοιων , ως προς την θεματολογία, ξένων ή ελληνικών εταιριών/οργανισμών
- Το σχεδιασμό της εταιρικής ταυτότητας της Hydra Nest
- Το σχεδιασμό αρχικής σελίδας, της ιστοσελίδας της εταιρίας
- Το σχεδιασμό των σελίδων των κοινωνικών δικτύων της εταιρίας
- Το σχεδιασμό καταλόγου του καταστήματος και αναπτύγματος σακούλας
- Το σχεδιασμό και εκτύπωση 6-πλευρων ζαριών της εταιρίας
- Το σχεδιασμό κονκάρδας και μπλουζάκια για τους εργαζόμενους
- Την εκτύπωση τρισδιάστατων μοντέλων

ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ

Επιτραπέζια Παιχνίδια

Το Νοέμβριο του 1922, η εκστρατεία του Χάουαρντ Κάρτερ είχε μόλις ανακαλύψει τον περίφημο τάφο του φαραώ Τουτανχαμών, με τους νεκρικούς θαλάμους σχεδόν ανέγγιχτους. Ο Κάρτερ και η ομάδα τους ξόδεψαν τα επόμενα οκτώ χρόνια καθαρίζοντας την τοποθεσία. Για μήνες οι εργάτες μετέφεραν λείψανα στην επιφάνεια στηριζόμενα σε μουσαμαδένια φορεία. Ανάμεσα σε αυτούς τους θησαυρούς υπήρχαν και τέσσερα επιτραπέζια παιχνίδια. Κάποια ήταν απλοϊκά και δεν είχαν ιδιαίτερο ενδιαφέρον μέσα σε όλα αυτά τα λάφυρα του τάφου, αλλά ένα ξεπρόβαλε. Το ταμπλό κάθονταν πάνω στην επιφάνεια ενός επιμηκούς κουτιού, το οποίο στηρίζονταν σε αιλουροειδή πόδια που ήταν σκαλισμένα από έβενο. Το ταμπλό από λούστρο ελεφαντόδοντου χωρίζονταν σε τρεις σειρές των δέκα τετραγώνων από ένα πλέγμα ξύλινων λωρίδων, και στο μπροστινό μέρος του κουτιού υπήρχε ένα συρτάρι που περιείχε πιόνια και τα κοντά, επίπεδα ξυλάκια που λειτουργούσαν ως τα ζάρια του παιχνιδιού. Παρόλο που το παιχνίδι που ανακαλύφθηκε στον τάφο του Τουτανχαμών ήταν ιδιαίτερα στολισμένο, ο Κάρτερ και οι συνάδελφοι του είχαν ξαναδεί αυτό το παιχνίδι. Το είχαν ονομάσει «Το παιχνίδι των Τριάντα Τετραγώνων», και ήταν συχνό εύρημα των αρχαιολόγων από τις αρχές του δεκάτου ενάτου αιώνα.

Το παλαιότερο σετ χρονολογείται στο 3000 Π.Χ. , κοντά στην ίδρυση της αρχαίας Αιγύπτου, αλλά κομμάτια του παιχνιδιού έχουν βρεθεί σε τάφους που είναι προγενέστεροι κατά αιώνες αυτής της περιόδου, με αναφορές να γίνονται ότι το παιχνίδι αυτό μπορεί να είναι όσο παλιά είναι και η γραφή. Άλλες εξίσου αξιόλογες ανακαλύψεις μας αποκαλύπτουν ότι το παιχνίδι παίζονταν ακόμα και κατά την περίοδο της κατάκτησης της Αιγύπτου από τον Μέγα Αλέξανδρο, 3000 χρόνια μετά την δημιουργία των πρώτων επιτραπέζιων. Μέσω των τοιχογραφιών ανακαλύφθηκε το όνομα του παιχνιδιού. Οι Αιγύπτιοι το αποκαλούσαν «Σένετ», που σήμαινε «πέρασμα». Το 1946 το Μητροπολιτικό Μουσείο της Τέχνης στην Νέα Υόρκη, για να μπορέσει να μάθει τους κανόνες του παιχνιδιού αναγκάστηκε να καλέσει τον George Parker, τον ιδρυτή της γνωστής Parker Brothers (Monopoly, Cluedo, Risk, Scrabble). Μετά από ενδελεχή εξέταση και βοήθεια από τους Αιγυπτιολόγους, ο Parker πρότεινε ένα σετ κανόνων το οποίο χρησιμοποίησε μετέπειτα και για την εμπορική εκδοχή του Σένετ.

Το σκάκι εξελίχτηκε μέσα από ένα αρχαίο ινδικό παιχνίδι, ονόματι «Ασταπάντα». Σε αυτό το παιχνίδι οι παίκτες ρίχνανε ζάρια και έλπιζαν να είναι οι πρώτοι που θα καταφέρουν να κινήσουν όλα τα πιόνια τους έναν ολόκληρο κύκλο , γύρο από το ταμπλό, το οποίο περιείχε εξήντα τέσσερα τετράγωνα , κατανομημένα σε οκτώ σειρές και οκτώ στήλες. Κάποια περίοδο τον πέμπτο αιώνα , όμως , άτομα ξεκίνησαν να χρησιμοποιούν το ταμπλό του παιχνιδιού για ένα νέο παιχνίδι τεσσάρων ατόμων ονομαζόμενο «Τσατουράνγκα», το οποίο σημαίνει «τέσσερα άκρα» στην γλώσσα των Σανσκριτ. Το Τσατουράνγκα ήταν ένα war game και τα πιόνια αντιπροσώπευαν τις τέσσερις διάφορες στρατιωτικές δυνάμεις της αυτοκρατορίας των Γκούπτα, το πεζικό, το ιππικό , τους ελέφαντες πολέμου και το ναυτικό. Κάθε

παίκτης επίσης είχε και ένα πiónι που αντιπροσώπευε τον ράζα (βασιλιά) ο οποίος χειρίζονταν την ανάλογη δύναμη. Το πεζικό κινούνταν όπως και οι στρατιώτες στο σκάκι, πάντα μπροστά και διαγώνια επίθεση. Το ιππικό κινούνταν με τις ίδιες κινήσεις που έχει και στο σκάκι το άλογο, δηλαδή σε σχήμα «L» και οι ελέφαντες κινόντουσαν όπως οι πύργοι στο σκάκι, κάθετα και οριζόντια στο ταμπλό. Και όπως ο βασιλιάς στο σκάκι, έτσι και ο ράζα μπορούσε να κινηθεί ένα τετράγωνο σε οποιαδήποτε κατεύθυνση. Τα πλοία, από την άλλη, δεν έχουν τίποτα το κοινό με το σκάκι του σήμερα. Κινόντουσαν δύο τετράγωνα διαγώνια σε οποιαδήποτε κατεύθυνση και μπορούσαν επίσης να υπερπηδήσουν πiónια που μπλοκάρανε την κίνησή τους. Παρόλο τις ομοιότητες με το σκάκι το Τσατουράνγκα ήταν ένα πολύ διαφορετικό παιχνίδι από το σημερινό του ξάδερφο. Αρχικά, υπήρχαν τέσσερις στρατοί και ήταν αναμενόμενο ότι οι παίκτες θα συνεργάζονταν με ένα σύμμαχο για να νικήσουν τους άλλους δύο παίκτες, και μετά θα στρέφονταν ο ένας εναντίον του άλλου. Επίσης υπήρχαν κανόνες και περιορισμοί που αποτελούν ηχώ του συστήματος κάστας της Ινδίας.

Το ταπεινό πεζικό δεν μπορούσε να κατατροπώσει υψηλότερα από αυτό πiónια και οι ράζας δεν μπορούσαν ποτέ να πεθάνουν, μόνο να παρθούν ως αιχμάλωτοι. Οι παίκτες μπορούσαν να ανταλλάξουν μεταξύ τους αιχμαλώτους. Μια ακόμα σημαντική διαφορά με το σημερινό σκάκι ήταν , το στοιχείο της τύχης , το οποίο απουσιάζει από το σκάκι, αλλά στο Τσατουράνγκα οι παίκτες ρίχνανε ξυλάκια σαν ζάρια , στον αέρα για να μάθουν πόσες κινήσεις έχουν. Το παιχνίδι επίσης παίζονταν με στοιχήματα. Μέσα στα χρόνια όμως το παιχνίδι εξελίχθηκε, κινήσεις άλλαξαν και το πιο σημαντικό, το παιχνίδι έγινε για δύο άτομα.

Έφτασε στην Περσία όπου και τα πiónια απλοποιήθηκαν και τα στοιχήματα απαγορεύτηκαν. Στην Ευρώπη έφτασε το 711 Μ.Χ. όταν οι Άραβες ξεκινούσαν την κατάκτηση της Ιβηρικής χερσονήσου. Το 760 Μ.Χ ήδη παίζονταν στην Γαλλία και μέχρι τον δωδέκατο αιώνα το παιχνίδι είχε φτάσει μέχρι και τα πιο απομακρυσμένα νησιά της Σκωτίας. Οι Ευρωπαίοι διαμόρφωσαν το παιχνίδι στην καθημερινότητα τους και σε βάθος γενεών δημιουργήθηκαν οι σημερινοί κανόνες.

Έτσι λοιπόν τα επιτραπέζια επιτραπέζια παιχνίδια αποτελούν χόμπι, πάθος και σε ορισμένες καταστάσεις παίρνουν ιδεοληπτική υπόσταση , για συγκεκριμένα άτομα. Τα τελευταία σαράντα χρόνια έχει παρατηρηθεί μια μεγάλη αλλαγή στην θέση των παιχνιδιών στην δημοφιλή κουλτούρα. Η άνοδος των βιντεοπαιχνιδιών ήταν απότομη και συνεχιζόμενη. Μέσω αυτής της ανόδου έχουν διενεργηθεί πολλές μελέτες που συμπεριλαμβάνουν και τις δύο μορφές παιχνιδιών, ψηφιακά και αναλογικά, οι οποίες παραπέμπουν στο αποτέλεσμα ότι τα βιντεοπαιχνίδια πολλές φορές αποτελούν μια μετενσάρκωση των επιτραπέζιων και αρκετές φορές γίνεται και το αντίθετο.

Τα επιτραπέζια παιχνίδια χωρίζονται σε τρεις κατηγορίες, οι οποίες είναι : παραδοσιακά παιχνίδια, παιχνίδια της μαζικής αγοράς και παιχνίδια για χομπίστες. Τα παιχνίδια για χομπίστες μπορούν να χωριστούν επιπροσθέτως σε τέσσερα κύρια είδη, τα οποία είναι , Wargaming , παιχνίδια ρόλων, συλλεκτικά καρτοπαίχνιδα και eurogames.

Τα παραδοσιακά επιτραπέζια αποτελούν τα παιχνίδια που έχουν ρίζες στην αρχαιότητα όπως για παράδειγμα το τάβλι ή το σκάκι. Τα παιχνίδια της μαζικής

αγοράς αναφέρονται στα παιχνίδια αυτά που τυπώνονται κάθε χρόνο σε μεγάλο νούμερο και πουλάνε αρκετά και αποτελούν την κύρια υπόληψη του κοινού για το τι είναι το επιτραπέζιο, για παράδειγμα Monopoly, Scrabble ή Stratego. Και τέλος τα παιχνίδια για χομπίστες είναι τα παιχνίδια που δεν αποτελούν στόχο για την μαζική αγορά αλλά έχουν μία συγκεκριμένη ομάδα ως στόχο, οι οποίες έχει ονομαστεί χομπίστες.

Εταιρίες Επιτραπέζιων

Η βιομηχανία των επιτραπέζιων παιχνιδιών είναι ο οικονομικός τομέας που ασχολείται με την ανάπτυξη, το μάρκετινγκ και την νομιματοποίηση των παιχνιδιών που υπάγονται στην κατηγορία αυτή, η οποία περιλαμβάνει και τα παιχνίδια με ζάρια και κάρτες. Σύμφωνα με την «Statista», η βιομηχανία των επιτραπέζιων παιχνιδιών είχε μια εκτιμώμενη αγορά κοντά στα 7,2 δις δολαρίων το 2017 και αναμένεται να αυξηθεί κατά 4,8 δις δολαρίων τα επόμενα έξι χρόνια.

Καθώς τα παιχνίδια για να παιχτούν χρειάζονται συναντήσεις εκτός του διαδικτύου, οι παίκτες συνηθίζουν να συναθροίζονται μεταξύ τους ή σε σπίτια ή σε καταστήματα ή σε εκθέσεις που παίρνουν μέλος σε ολόκληρο τον κόσμο, και υποστηρίζονται από τις εταιρείες και τους παίκτες.

Σύμφωνα με τον εκδότη και εφευρέτη παιχνιδιών Brian Tinsman, η μέση εταιρεία επιτραπέζιων παιχνιδιών δεν συνηθίζει να δημιουργεί τα δικά της παιχνίδια αλλά αντί αυτού τα αγοράζουν ή αγοράζουν τις άδειες αυτών από ανεξάρτητους δημιουργούς. Αυτοί οι δημιουργοί θα προτείνουν τα παιχνίδια τους στους επιτήδειους αγοραστές, αφού πρώτα φυσικά έχουν διαμορφώσει μια γενική ιδέα για το παιχνίδι και ένα λειτουργικό πρωτότυπο, το οποίο έχει δοκιμαστεί μέσα από διάφορες ομάδες δοκιμών και αναθεωρήσεων. Άμα η πρόταση γίνει αποδεκτή και είναι επιτυχημένη, το παιχνίδι θα ξεκινήσει να σχεδιάζεται από το τμήμα σχεδιασμού και τέχνης του εκδότη, το οποίο θα δουλέψει στο γραφιστικό και εικαστικό σχέδιο, ενώ παράλληλα το παιχνίδι τελειοποιείται και ετοιμάζεται για την ομάδα παραγωγής, η οποία θα επιλέξει τα φυσικά υλικά του παιχνιδιού και θα ετοιμάσει τους εκτυπωτές για τα εικαστικά μέρη του επιτραπέζιου. Μετά από αυτό το παιχνίδι τυπικά αποστέλλεται στους διανομείς, οι οποίοι θα το πουλήσουν στην μαζική αγορά των εμπόρων λιανικής και στα ειδικευμένα καταστήματα και τα καταστήματα χόμπι. Άμα ο εκδότης είναι πολύ μεγάλος τότε μπορεί να επιλέξει να μην χρησιμοποιήσει διανομέα και να διανείμει μόνος του το παιχνίδι. Με πολλές αμερικάνικες εταιρείες να έχουν εργοστάσια στην Κίνα, η παραγωγή των παιχνιδιών αποτελεί μέρος της παγκόσμιας οικονομίας.

Μέσο χομπιστών που κατασκεύαζαν χειροποίητες ξύλινες μινιατούρες, που μετέπειτα πουλούσαν, κατάφεραν να ξεκινήσουν αλυσίδες καταστημάτων με την ονομασία Games Workshop. Συνέχισαν να αναπτύσσουν την αλυσίδα καταστημάτων και το 1981 η Games Workshop, βοήθησε στην ίδρυση της Citadel Miniatures, ενός κατασκευαστή μεταλλικών μινιατούρων με έδρα το Neward-on-Trent, στο Nottinghamshire. Λίγα χρόνια αργότερα εταιρεία μετακινήθηκε πιο κοντά στο Nottingham και άρχισε να αναπτύσσεται και να επεκτείνεται παράγοντας μια πληθώρα μινιατούρων, κιτ και βιβλίων με το όνομα Games Workshop. Αποτελεί την μεγαλύτερη και πιο επιτυχημένη

εταιρεία μινιατούρων στον κόσμο, και με το 70% των πωλήσεων της είναι εκτός του Ηνωμένου Βασιλείου, αποτελεί μια πλήρως διεθνής εταιρεία . Με τα πιο γνωστά προϊόντα της να είναι το «Warhammer:Age of Sigmar» και το «Warhammer 40.000» που αποτελούν τα πιο διάσημα Wargaming παιχνίδια, η Games Workshop είναι από τους βασικούς πυλώνες της αγοράς.

Στο χώρο των eurogames η Fantasy Flight, αποτελεί ένα από τα πιο γνωστά ονόματα στην αγορά. Από το 1995 έχει καταξιωθεί στο χώρο, για την καινοτομία των παιχνιδιών της , για τις καθηλωτικές εμπειρίες που αυτά προσφέρουν και για την εξαιρετική ποιότητα των προϊόντων της. Με δημοφιλείς τίτλους όπως το «Star Wars», «Marvel», «Lord of the Rings» και «A Song of Ice and Fire» και επίσης δικούς της τίτλους όπως το «Arkham Horror Files», «Keyforge» , «Terrinoth Legends» και «Twilight Imperium» , η FFG έχει καθιερωθεί στον χώρο του επιτραπέζιου παιχνιδιού. Ως μια από τις κορυφαίες εταιρείες παιχνιδιών για χομπίστες, με έδρα της την Μινεσότα, η FFG δημοσιεύει μια τεράστια σειρά επιτραπέζιων παιχνιδιών και επιτραπέζιων παιχνιδιών με κάρτες.

Η πιο δημοφιλής εταιρεία που εν τέλει είναι και από τις πιο γνωστές και σε μεγαλύτερο κοινό , είναι η Wizards of the Coast. Με τίτλους όπως το «Dungeons & Dragons», το πιο διάσημο παιχνίδι ρόλων στο κόσμο και το «Magic: The Gathering» , ένα από τα πιο γνωστά καρτοπαίχνιδα παγκοσμίως, η εταιρεία έχει ένα πού δυναμικό κατάλογο . Η εταιρεία ιδρύθηκε το 1990 από τον Peter Adkison κοντά στο Seattle. Η εταιρεία πήρε το όνομα της από μια συντεχνία από το παιχνίδι του Dungeons & Dragons το οποίο έπαιζε εκείνη την περίοδο ο Adkison. Αρχικά η εταιρεία δημοσίευε μόνο παιχνίδια ρόλων, όπως το «Talisanta» και το δικό της «The Primal Order». Το 1991 , ο Richard Garfield πλησίασε την Wizards of the Coast με την ιδέα για ένα νέο επιτραπέζιο παιχνίδι ονόματι «RoboRally», αλλά απορρίφθηκε γιατί κοστολογήθηκε πολλή ακριβή η παραγωγή του. Αντιθέτως ο Adkison ζήτησε στον Garfield , άμα θα ήταν δυνατό να εφεύρει ένα παιχνίδι το οποίο θα ήταν φορητό και γρήγορο σε διάρκεια, στο οποίο ο Garfield συμφώνησε. Έτσι δημιουργήθηκε το Magic : The Gathering , το οποίο έκανε το ντεμπούτο του τον Ιούλιο του 1993. Μέχρι τον Αύγουστο του ίδιου χρόνου το παιχνίδι είχε ξεπουλήσει όλο το απόθεμα των 2,5 εκατομμυρίων καρτών , ένα απόθεμα που υπολογίζονταν να κρατήσει μέχρι το τέλος του χρόνου. Η απίστευτη επιτυχία του παιχνιδιού μετέτρεψε την εταιρεία μέσα σε μόνο δύο χρόνια. Στις 10 Απριλίου του 1997 η εταιρεία ανακοίνωσε την απόκτηση της TSR, των δημιουργών του Dungeons & Dragons. Το καλοκαίρι του ίδιου χρόνου , η Wizards ξεκίνησε την δημιουργία της τρίτης εκδοχής του Dungeons & Dragons , η οποία εκδόθηκε το 2000 μαζί με το γνωστό d20 System. Τον Ιούνιο του 2008, ανακοινώθηκε η τέταρτη εκδοχή του D&D , η οποία είχε μέτρια ανταπόκριση από το κοινό. Στις 15 Ιουλίου του 2014 , ανακοινώθηκε η πέμπτη εκδοχή του D&D και έλαβε ευρείας αποδοχής και κέρδισε πολλαπλά βραβεία. Από τότε μέχρι σήμερα έχουν τυπωθεί πάνω από είκοσι διαφορετικά βιβλία για την πέμπτη έκδοση

Καταστήματα

Με αυτό το κοινό ως στόχο, τους χομπίστες δηλαδή, έχουν δημιουργηθεί πολλά καταστήματα μεταπώλησης επιτραπέζιων και ψυχαγωγίας τα οποία προσφέρουν στοχευμένες υπηρεσίες και προϊόντα.

Στην Ελλάδα ένα από τα πρώτα καταστήματα που άνοιξαν αρχικά ως κύριο στόχο τότε τους σκακιστές ήταν τα Κάισσα Stores , τα οποία ξεκίνησαν την λειτουργία τους το 1985, και σήμερα αποτελούν την μεγαλύτερη αλυσίδα λιανικής πώλησης σε ολόκληρη την Ελλάδα. Εκτός από την πώληση, προσφέρεται και ως χώρος συνάντησης των παικτών.

Ένα ακόμα ελληνικό κατάστημα , είναι και το Game Rules , το οποίο ξεκίνησε την λειτουργία του το 2015, και έφερε για πρώτη φορά την υπηρεσία της ενοικίασης επιτραπέζιων στο ελληνικό κοινό.

Η Αμερικάνικη TCG Games αποτελεί την εκδοτική εταιρεία της αλυσίδας The Gaming Goat. Αποτελεί τον μεγαλύτερο μεταπωλητή Kickstarter προϊόντων.

Η Compleat Strategist αποτελεί κατάστημα της Νέας Υόρκης που λειτουργεί εδώ και σαράνταπέντε χρόνια και προσφέρει τεράστια ποικιλία.

Το The Game Preserve αποτελεί αλυσίδα με τρεις τοποθεσίες στην Indianapolis και λειτουργεί από το 1980.

ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ

Μυθολογία

Οι λέξεις κλειδιά που διέπουν το κύριο όραμα της εταιρίας είναι η διασκέδαση, η φαντασία, η δημιουργία και η λογική.

Το όνομα της εταιρίας προήλθε από το μυθικό πλάσμα της Ύδρας , υποδηλώνοντας έτσι το φανταστικό μέρος και το Nest ή φωλιά που παραπέμπει στην δημιουργία. Η Λερναία Ύδρα είναι ένα από τα πιο δημοφιλή αρχαία τέρατα. Ως αντίπαλος του δεύτερου άθλου του Ηρακλή , έχει γνωρίσει μεγάλη επιτυχία μέσω τις ευρείας αποδοχής της από την αρχαιότητα. Κατά τους αιώνες το πλάσμα της Ύδρας έχει γνωρίσει πολλές εξελίξεις, για παράδειγμα, έχει αναπτύξει κέρατα και πόδια, και μερικές φορές αναπνέει φλόγες!

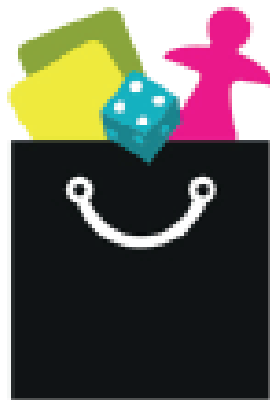
Η φωλιά αποτελεί το καταφύγιο το οποίο παρέχει προστασία από καιρικές συνθήκες, επιθέσεις και δημιουργεί τις επιτρεπτές συνθήκες για αναπαραγωγή και δημιουργία. Στη μυθολογία οι Στυμφαλίδες Όρνιθες είχαν φωλιάσει στην λίμνη Στυμφαλία, από την οποία και προκαλούσαν καταστροφές στον τοπικό πληθυσμό. Όντας ο έκτος άθλος του Ηρακλή , τον ολοκλήρωσε χρησιμοποιώντας το δηλητήριο της Λερναίας Ύδρας στα βέλη του και έτσι εξολόθρευσε μεγάλο μέρος του κοπαδιού.

Δημιουργία Ταυτότητας

Η μεθοδολογία που ακολουθήθηκε για την δημιουργία της ταυτότητας και γενικότερα του μπράντ, ήταν αρχικά ο καθορισμός μιας στρατηγικής για την ταυτότητα. Αρχικά βρέθηκαν λέξεις κλειδιά που θα αντιπροσωπεύουν την εταιρεία, λέξεις όπως διασκέδαση, δημιουργία/δημιουργικότητα και φαντασία. Έπειτα συνδέθηκαν οι λέξεις με το όνομα της εταιρείας. Με το μυθικό πλάσμα της Ύδρας να παίρνει τις διαστάσεις της φαντασίας και της διασκέδασης και τη φωλιά να αντιστοιχείται με την δημιουργία/δημιουργικότητα. Η δημιουργία/δημιουργικότητα εκφράζεται από τις υπηρεσίες τρισδιάστατων εκτυπώσεων που προσφέρει η εταιρεία και η φαντασία και η διασκέδαση από τα προϊόντα που πουλάει και τον χώρο που προσφέρει στους πελάτες της. Κατά συνέχεια έγιναν τρεις ερωτήσεις όσων αφορά τον λόγο ύπαρξης της εταιρείας και τους κύριους στόχους που την διέπουν. Πρώτο ήταν το «Γιατί»; Η απάντηση στο ερώτημα αυτό είναι, η εταιρεία πιστεύει πως η χαρά αποτελεί από τα σημαντικά αισθήματα στην ζωή. Δεύτερο ερώτημα ήταν το «Πώς»; Η απάντηση της εταιρείας εδώ είναι ότι μετατρέπει ιδέες και προσχέδια σε πραγματικότητα και προσφέρει τον χώρο της για διάδραση με αυτά και με άλλους, καθώς επίσης προσφέρει και μεγάλη ποικιλία προϊόντων. Το τρίτο και τελευταίο ερώτημα που ολοκληρώνει και τους βασικούς στόχους της εταιρείας ήταν το , «Τι κάνουμε»; Σε αυτό το ερώτημα η εταιρεία απαντά πως γίνεται διάυλος διασκέδασης και δημιουργικότητας μέσω τον μοναδικών υπηρεσιών και προϊόντων που προσφέρει. Τέλος δημιουργήθηκε μια επισκόπηση συστήματος για να διαχωριστεί η εργασία σε τέσσερα μέρη, ανάλογα με την λειτουργία τους . Δηλαδή υπάρχει το εικονικό σύστημα , το οποίο περιλαμβάνει , τον λογότυπο , την συσκευασία και τα χρώματα. Υπάρχει

το εγγενές σύστημα το οποίο αντιπροσωπεύει τα λειτουργικά οφέλη ή τα χαρακτηριστικά των υπηρεσιών. Το εξωγενές σύστημα που αποτελείται από τα άτομα που απολαμβάνουν τις υπηρεσίες/προϊόν, και τέλος τα παρεμφερή/συνεργατικά τα οποία συνθέτουν οποιοδήποτε περιεχόμενο έχει δημιουργηθεί από χρήστες.

Επιρροές







FIND A STORE

the Game Preserve

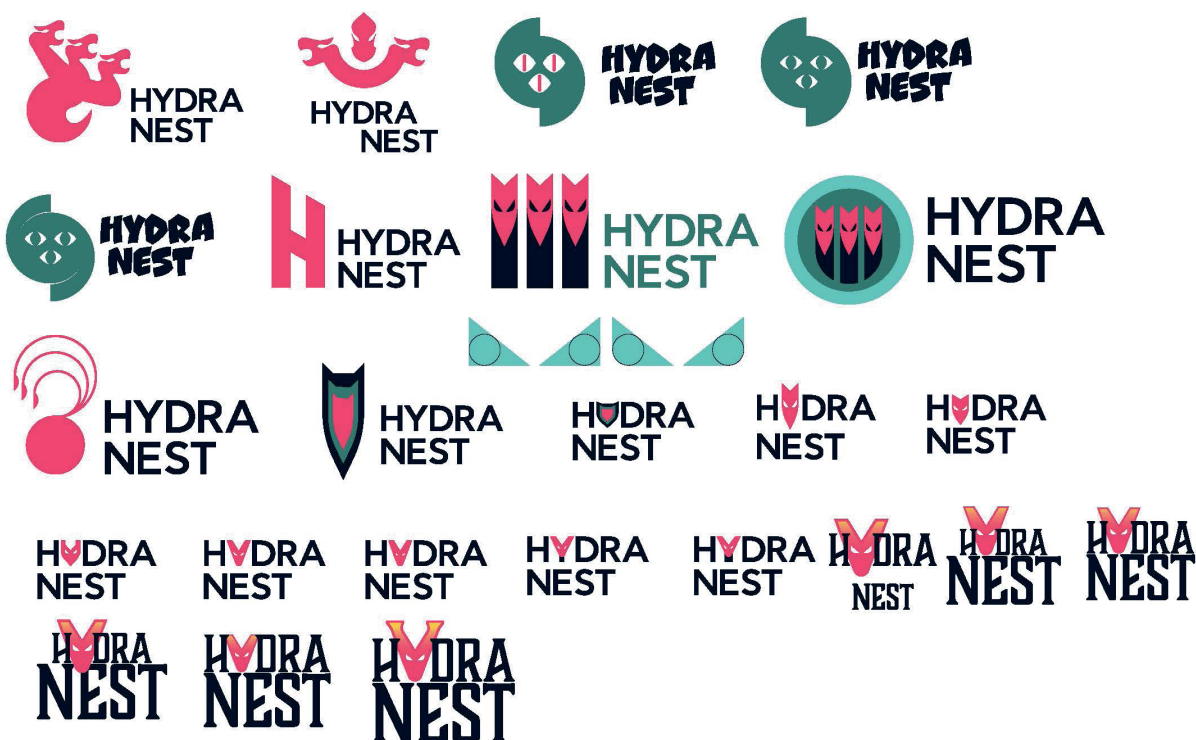
OUR MISSION

ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ

Λογότυπος

Ο σχεδιασμός του λογοτύπου έγινε αρχικά με πυξίδα το πλάσμα της Ύδρας, το οποίο, κατέληξε να απλοποιηθεί σχεδιαστικά και να ισορροπηστεί με μια γραμματοσειρά που εμπνέει φανταστικό. Η γραμματοσειρά Boucherie, συλλαμβάνει την αισθητική ουσία της διαφημιστικής τυπογραφίας της Γαλλίας του 19ου αιώνα. Η χρήση της δημιουργεί τυπογραφικές συνθέσεις που είναι φρέσκες και γνώριμες. Η χρήση παρόμοιων γραμματοσειρών σε προϊόντα που συνδέονται με την κοινότητα των χομπιστών και η περαιτέρω ταυτοποίηση τους, με τους φανταστικούς κόσμους των παιχνιδιών ρόλων και των επιτραπέζιων παιχνιδιών, βοηθάει στην περαιτέρω ανάδειξη της εταιρείας και το τι αντιπροσωπεύει η ίδια. Το εικονικό λογότυπο της Ύδρας κατέληξε να απεικονίζεται ως μέρος ενός συνολικού συνδυαστικού λογότυπου, δημιουργήθηκε με την βοήθεια της γραμματοσειράς και με σκοπό την πλήρη εναρμόνιση του με αυτή, και την τελική δημιουργία ενός ολοκληρωμένου λογοτύπου.

Προσχέδια

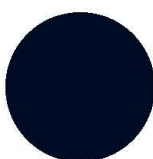


Τελικό Λογότυπο

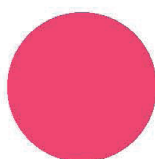


Χρώματα

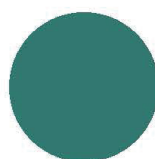
Η επιλογή των χρωμάτων έγινε με οδηγό την διασκέδαση και το παιχνίδι. Η κύρια παλέτα που επιλέχθηκε έχει έντονες αντιθέσεις και τα υπόλοιπα χρώματα την συμπληρώνουν αρμονικά. Με το κύριο χρώμα να είναι ένα πλούσιο μαύρο και με ένα έντονο κόκκινο και ένα δυναμικό κίτρινο να προσθέτουν αντίθεση και ενδιαφέρον στην κύρια παλέτα, η προσθήκη τριών συμπληρωματικών χρωμάτων έρχεται και ολοκληρώνει την χρωματική επιλογή. Σε μεγαλύτερη ανάλυση το πλούσιο μαύρο δηλώνει σταθερότητα, αξιοπιστία και ασφάλεια, κάτι που κάθε εμπορική εταιρία θέλει να προσδίδει, το έντονο κόκκινο προτρέπει στον ενθουσιασμό, στην δυναμικότητα και στο παιχνιδιάρικο αίσθημα και τέλος το δυναμικό κίτρινο υποδηλώνει την δημιουργικότητα, την χαρά, τη διασκέδαση και την ζεστασιά. Τα συμπληρωματικά μπλε δίνουν τα αισθήματα της εμπιστοσύνης, της αφοσίωσης και της επάρκειας.



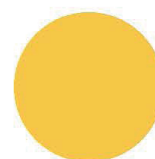
#0D1726
Rich Black
FOGRA 29



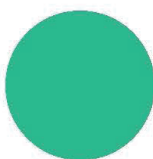
#E83B68
Radical
Red



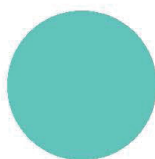
#367871
Myrtle
Green



#F8CA3F
Saffron



##33B889
Mountain
Meadow



#6CC3BE
Maximum
Blue
Screen



Red → Yellow



Black → Green

Εταιρική Ταυτότητα

Η εταιρική ταυτότητα σχεδιάστηκε με πυλώνες της, την παινιδιάρικη ιδιότητα της χρωματικής παλέτας, και την καθαρότητα και εύκολη αναγνωσιμότητα και αναγνωρισιμότητα της, τόσο από το στοχευμένο κοινό όσο και από το ευρύ κοινό. Η χρήση του μοτίβου έγινε με σκοπό την περαιτέρω ταυτοποίηση της εταιρίας με τα προϊόντα και τις υπηρεσίες που προσφέρει, λόγω του συσχετισμού του σχήματος των ζαριών με τα επιτραπέζια παιχνίδια και την συχνή χρήση τους σε αυτά. Ακολουθήθηκε μια μινιμαλιστική κατεύθυνσή με σκοπό την επίτευξη των παραπάνω στόχων. Έτσι λοιπόν οι σταθερές γραμμές που υπάρχουν και λειτουργούν ως διαχωριστικά πληροφορίας, προσφέρουν σταθερότητα και μαζί με τα έντονα χρώματα προσδίδουν παινιδιάρικες νότες στην ολιστική βλέψη.



Τρισδιάστατη Εκτύπωση

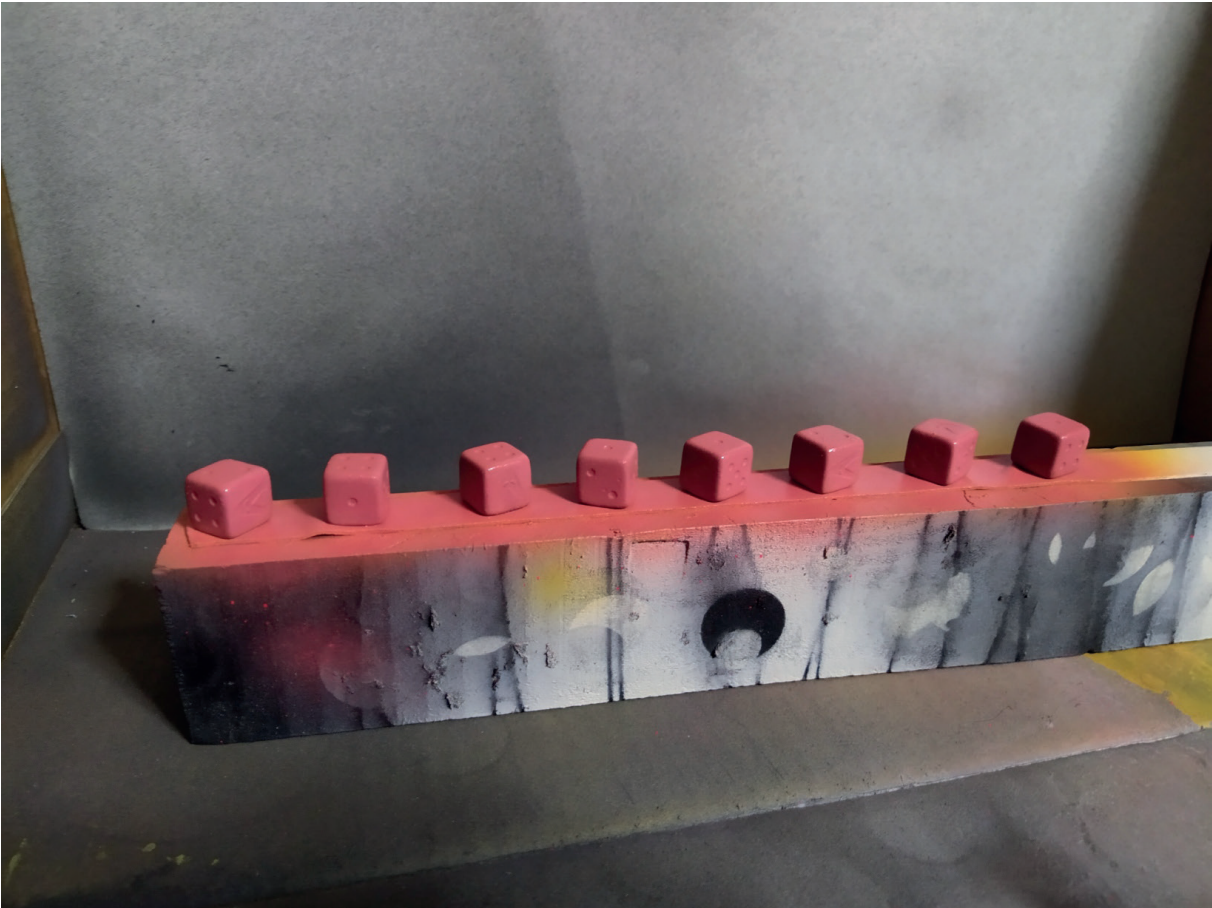
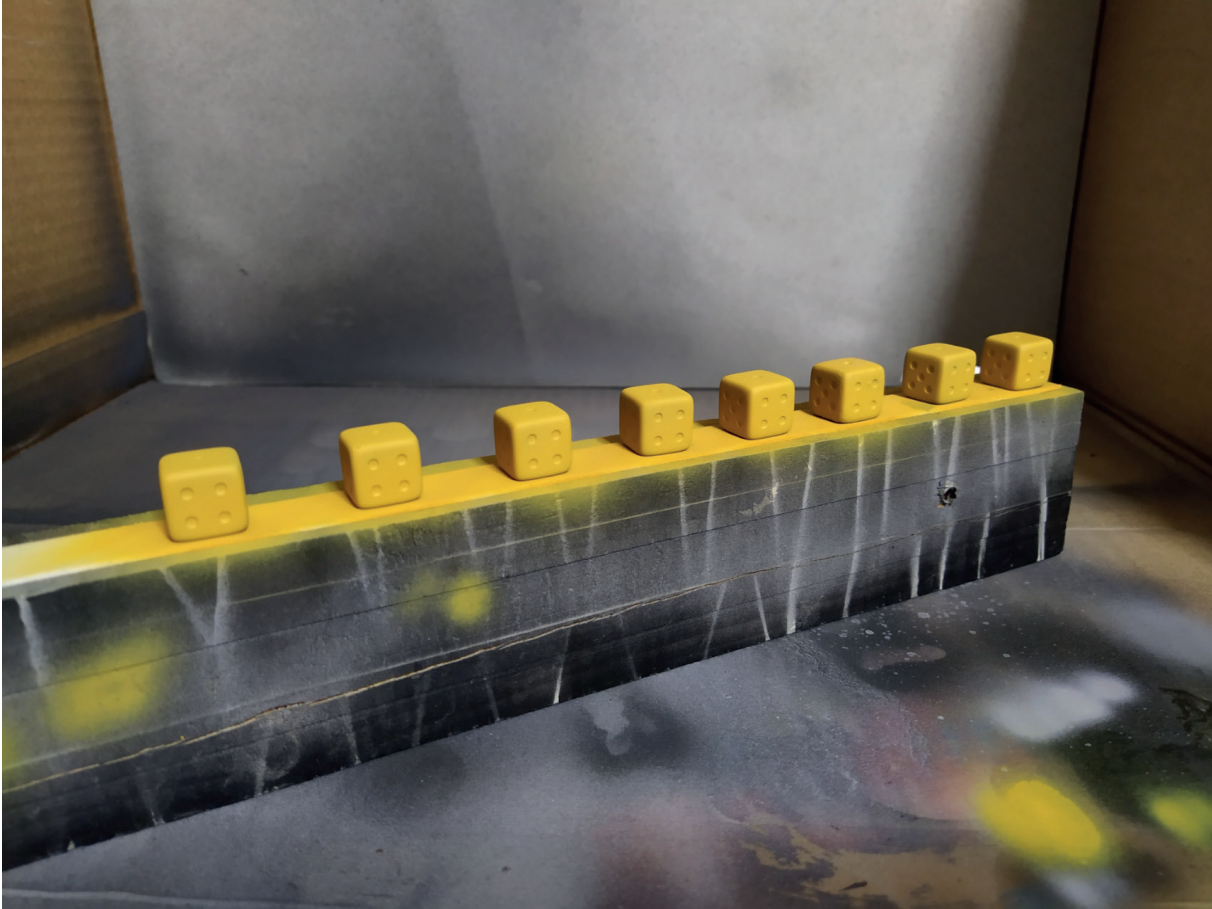
Η τρισδιάστατη εκτύπωση έγινε σε εκτυπωτή ρητίνης τύπου SLA, και η διαδικασία ξεκίνησε αρχικά με την τοποθέτηση των μοντέλων σε μορφή .stl στο πρόγραμμα slicer του εκτυπωτή και από εκεί μετέπειτα έγινε η επιλογή της λεπτομέρειας της εκτύπωσης, το στήσιμο των μοντέλων πάνω στο τραπέζι του εκτυπωτή, και η τοποθέτηση των support στα μοντέλα έτσι ώστε να μπορέσουν να τυπωθούν σωστά. Μέσα από την διαδικασία δοκιμής και λάθους, τοποθετήθηκαν τα κατάλληλα support και τα μοντέλα εκτυπώθηκαν σε άψογη κατάσταση. Η διαδικασία που ακολουθήθηκε μετά είναι, το στέγνωμα της ρητίνης ή curing, το οποίο μπορεί να γίνει στον ήλιο ή σε ειδικό μηχάνημα άμα δεν υπάρχει ηλιοφάνεια. Μετά ακολουθεί η διαδικασία της αφαίρεσης των support και ο τελικός έλεγχος του εκτυπωμένου υλικού όσον αφορά την δομική ακεραιότητα του. Το επόμενο βήμα είναι ο καθαρισμός των μοντέλων από τα υπολείμματα των support, ο οποίος γίνεται συνήθως με κοπίδι, μετά ακολουθεί η τοποθέτηση των μινιατουρών σε βάσεις στερέωσης και μετά ξεκίνησε το αστάρωμα. Το αστάρωμα έγινε με αερογράφο και με μαύρο αστάρι. Όταν το αστάρι στέγνωσε στα ζάρια περάστηκε η στρώση του βασικού χρώματος και όταν στέγνωσε και αυτή περάστηκαν και οι τελικές λεπτομέρειες. Στις μινιατούρες μετά το αστάρωμα περάστηκε ένα λευκο-γκρι για να αναδείξει την λεπτομέρεια των μοντέλων χωρίς να γίνει λεπτομερής χρωματισμός με shading και φωτισμό.













ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Τα συμπεράσματα που εξάγονται από την εκπόνηση αυτής της πτυχιακής έχουν την πιθανότητα να προσφέρουν μελλοντικές λύσεις σε ανάλογα σχεδιαστικά προβλήματα ή προβλήματα δημιουργίας στρατηγικής μιας ταυτότητας, ανάλογου ή παρεμφερούς αντικειμένου. Συγκεκριμένα η μεθοδολογία που ακολουθήθηκε για την επιλογή των στρατηγικών στόχων που έθεσε η εταιρεία , την σχεδιαστική επιλογή που επιλέχτηκε και την εταιρική ταυτότητα που διαμορφώθηκε , καθορίζει ξεκάθαρα ένα οδηγό που περικλείει όλες τις σκέψεις και λογική του σχεδιαστή. Για παράδειγμα ,η λέξη διασκέδαση αποδόθηκε με την επιλογή ζωηρών χρωμάτων,η λέξη δημιουργικότητα/δημιουργία εκφράζει την υπηρεσία των εκτυπώσεων και την επιλογή της ονομασίας της εταιρείας και τέλος η λέξη φαντασία εκφράζεται από την ονομασία, τον συνδυαστικό λογότυπο και τα προϊόντα που πουλάει η εταιρεία. Η συνολική εικόνα λοιπόν της εταιρείας είναι δομημένη σε ισχυρές βάσεις, με καλή αναγνωρισιμότητα και μοναδική ταυτότητα.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Bievre-Perrin, Fabien (2019, Μάιος 2). The different faces of the Lernaean Hydra in contemporary pop culture: from cinema to video games. Thersites 8 (2018), 67-84. <https://doi.org/10.34679/thersites.vol8>
- Στυμφαλίδες Όρνιθες. (2022, Μαΐου 26). In Wikipedia. https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%A3%CF%84%CF%85%CE%BC%CF%86%CE%B1%CE%BB%CE%AF%CE%B4%CE%B5%CF%82_%CE%8C%CF%81%CE%BD%CE%B9%CE%B8%CE%B5%CF%82
- Steward Woods (2012). Eurogames: The Design, Culture and Play of Modern European Board Games. McFarland & Company, Inc., Publishers. https://books.google.gr/books?hl=en&lr=&id=xgmjCHxSxvoC&oi=fnd&pg=PP1&dq=board+games&ots=ua438uTzIC&sig=juab1DU_5q-oWjYGa-2wQ1qYDtU&redir_esc=y#v=onepage&q=board%20games&f=false
- Tristan Donovan (2019). It's All a Game: A Short History of Board Games. Atlantic Books. https://books.google.gr/books?hl=en&lr=&id=ceNVDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT6&dq=HISTORY+OF+board+games&ots=hAt7dKcUn-&sig=sfXMfS0CvBFhMBC49RJtraGuMU&redir_esc=y#v=onepage&q=HISTORY%20OF%20board%20games&f=false
- Tabletop game industry. (19 Απριλίου 2022). In Wikipedia. https://en.wikipedia.org/wiki/Tabletop_game_industry
- Games Workshop. (2022). Our history. <https://investor.games-workshop.com/our-history/>
- Fantasy Flight Games. (2022). Who We Are. <https://www.fantasyflightgames.com/en/about/>
- Wizard of the Coast. (2022, Μαΐου 15). In Wikipedia. https://en.wikipedia.org/wiki/Wizards_of_the_Coast
- Κάισσα Stores. (2021). Τα Κάισσα Stores ξεκίνησαν το 1985, με το πρώτο κατάστημα να ανοίγει στα Εξάρχεια. <https://kaissagames.com/profile>
- The Game Rules. (2022). Σχετικά με εμάς. https://www.thegamerules.com/about_us-sxetika-me-emas
- The Gaming Goat. (2022). About the shop. <https://tgg-games.com/>