



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ  
ΔΥΤΙΚΗΣ ΑΤΤΙΚΗΣ  
UNIVERSITY OF WEST ATTICA

**Σχολή Εφαρμοσμένων Τεχνών και Πολιτισμού Τμήμα Γραφιστικής  
και Οπτικής Επικοινωνίας Κατεύθυνση Γραφιστικής**

**ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ: Γραφικός σχεδιασμός εταιρικής ταυτότητας και εφαρμογών επωνυμίας ρούχων.**

**Αθανάσιος Καρανάσιος 14027**

**Επιβλέπουσα Καθηγήτρια: Δρ. Σοφία Μυτιληναίου**

**Αθήνα, Μάρτιος 2023**



**UNIVERSITY OF  
WEST ATTICA**

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΔΥΤΙΚΗΣ ΑΤΤΙΚΗΣ

**Faculty of Applied Arts and Culture  
Department of Graphic Design and Visual Communication**

**THESIS: Corporate Identity and Branding of Clothing Brand**

**ATHANASIOS KARANASIOS 14027**

**Supervising Professor: Sofia Mytilinaiou**

**Αθήνα, Μάρτιος 2023**



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ  
ΔΥΤΙΚΗΣ ΑΤΤΙΚΗΣ  
UNIVERSITY OF WEST ATTICA

## ΕΞΕΤΑΣΤΙΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ

### **ΠΡΟΔΡΟΜΟΣ ΜΑΝΟΥ**

ΑΚΑΔΗΜΑΙΚΟΣ ΥΠΟΤΡΟΦΟΣ  
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟΥ ΔΥΤΙΚΗΣ ΑΤΤΙΚΗΣ

### **ΔΕΛΦΙΝΟ ΙΩΑΝΝΑ**

ΑΚΑΔΗΜΑΙΚΟΣ ΥΠΟΤΡΟΦΟΣ  
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟΥ ΔΥΤΙΚΗΣ ΑΤΤΙΚΗΣ

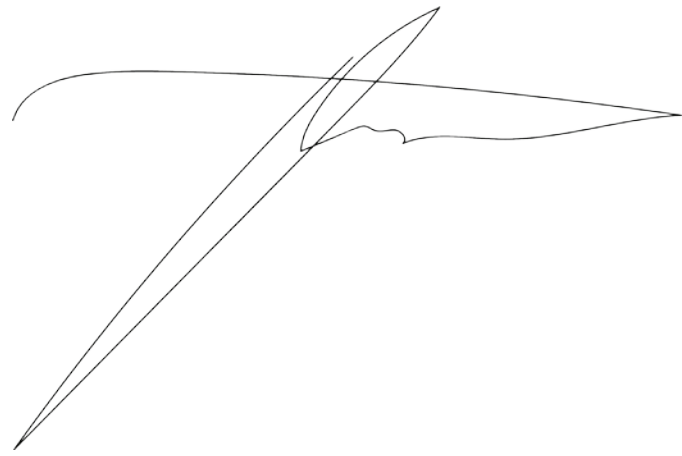
### **ΔΡ. ΜΥΤΙΛΗΝΑΙΟΥ ΣΟΦΙΑ**

ΑΚΑΔΗΜΑΙΚΟΣ ΥΠΟΤΡΟΦΟΣ  
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟΥ ΔΥΤΙΚΗΣ ΑΤΤΙΚΗΣ

## ΔΗΛΩΣΗ ΣΥΓΓΡΑΦΕΑ ΠΤΥΧΙΑΚΗΣ/ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

Ο κάτωθι υπογεγραμμένος Καρανάσιος Αθανάσιος του Χρήστου, με αριθμό μητρώου 14027 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 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



## ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Κατά τη διάρκεια των αιώνων η μόδα ήταν ένα σημαντικό μέρος της κοινωνίας και του πολιτισμού. Καθώς ο ανθρώπινος κόσμος αναπτύχθηκε, αναπτύχθηκε και η πρακτική της ένδυσης και το τι ανέπτυξαν οι άνθρωποι από διαφορετικά υλικά για να φορέσουν. Από τα πανέμορφα τοξωτά σχέδια στα εμπριμέ μεταξωτά φορέματα που κατασκευάζονταν στη δυναστική Κίνα, μέχρι τα περίτεχνα φορέματα με κορσέ της Αγγλίας του δέκατου όγδοου αιώνα, η ανθρωπότητα έχει αναπτύξει με τα χρόνια πολύχρωμες και ευφάνταστες σειρές σχεδίων. Είναι αλήθεια ότι υπάρχουν κάποια στίγματα στον κόσμο της μόδας που είναι κατανοητά. Μερικοί άνθρωποι πιστεύουν ότι ο σύγχρονος κόσμος της μόδας μπορεί να είναι περιοριστικός ή και συχνά σκληρός, προβάλλοντας μια μη ρεαλιστική προσδοκία μοντέλων. Ωστόσο, η μόδα δεν χρειάζεται να είναι ακριβή ή με μόνο μικρό μέγεθος για να την απολαύσει κανείς. Έχει να κάνει με τη μοναδικότητα και τη τήρηση ή όχι αυτού που θεωρείται «πιο πρόσφατο» ή «μοντέρνο». Είναι σημαντική στην κοινωνία γιατί έχει τη δυνατότητα να φέρει διαφορετικούς ανθρώπους κοντά για να γιορτάσουν τη δική τους ατομικότητα.

Η μόδα χαρακτηρίζεται εκ φύσεως από το στοιχείο του φευγαλέου και παροδικού, και ως εκ τούτου, έχει πολύ μικρή επίδραση στις ανθρώπινες ζωές σε βάθος χρόνου. Παρ'όλα αυτά, κατά καιρούς έχει προωθήσει κοινωνικές αλλαγές, καθώς ενθαρρύνει την τροποποίηση, τη διόρθωση και την εξέλιξη όλων εκείνων των εθίμων που είναι άκαμπτα και δεν έχουν πλέον συνάφεια. Ταυτόχρονα είναι ζωτικής σημασίας για την ιστορία γιατί σεβόμενη τις παραδόσεις μιας κοινωνίας δίνει τον τόνο για το πώς παρουσιάζονται οι άνθρωποι σε κάθε εποχή. Όλοι ζουν μέσα από τη μόδα, άλλοτε από επιλογή και άλλοτε λόγω κοινωνικών κανόνων.

Στις σύγχρονες κοινωνίες, η μόδα τοποθετείται πολύ ψηλά στην κλίμακα. Και έχει σημαντική επιρροή στον καθημερινό τρόπο ζωής των ανθρώπων επειδή ικανοποιεί επαρκώς μία από τις πιο βασικές τους ανάγκες: την αποδοχή. Όχι μόνο στην επαγγελματική αλλά και στην προσωπική ζωή, η κρίση των ατόμων για τους άλλους επηρεάζεται από την αισθητική του ντυσίματος, το χτένισμα, το σχέδιο των παπουτσιών και την εξωτερική εμφάνιση, άλλοτε σε μικρότερο και άλλοτε σε μεγαλύτερο βαθμό. Το σωστό ρούχο στη σωστή κατάσταση μπορεί να τονώσει τη διάθεση ενός ατόμου και να το μεταμορφώσει εντελώς. Βοηθά να δημιουργηθεί μια ιδέα για το τι πιστεύουν οι γύρω του για την προσωπικότητά του. Για παράδειγμα, το να φορά αυτό που το βολεύει είναι μια δήλωση και οι άνθρωποι θα σεβαστούν την ατομικότητά του. Το να ακολουθεί κάποιος μια τάση ή να εφεύρει ένα νέο στυλ μόδας είναι πάντα αποδεκτό και εκτιμάται ως προοδευτικό, μοντέρνο και ενημερωμένο.

Η μόδα αλλάζει τη γνώμη των ανθρώπων με ουσιαστικό τρόπο και προτείνει την υιοθέτηση νέων πραγμάτων, τα οποία είναι αναγκαιότητα της αλλαγής του χρόνου. Τα ανθρώπινα όντα αναζητούν πάντα την αλλαγή. Λαχταρούν νέα γούστα και νέα στυλ. Καθώς η κοινωνία μεγαλώνει και προοδεύει, αναπτύσσονται συμπεριφορές, μερικές από τις οποίες μπορούν να καταρρίψουν χρόνια αυστηρότητας.

Η μόδα, για παράδειγμα, προσαρμόζεται στις μεταβαλλόμενες δυναμικές του φύλου: τα ανδρικά φορέματα έχουν γίνει συνηθισμένα καθώς οι άνθρωποι γίνονται πιο άνετα με τη ρευστότητα του φύλου. Επομένως σπάει τους κανόνες και εμπνέει τη δημιουργικότητα. Τα ρούχα είναι μια μέθοδος αυτοέκφρασης που επιτρέπει στους ανθρώπους να είναι ο πραγματικός τους εαυτός. Από ρούχα κατά παραγγελία μέχρι απλά μπλουζάκια, δεν υπάρχει τέλος στο πώς μπορεί κανείς να εκφραστεί. Νέα υφάσματα και εφαρμογές αναπτύσσονται καθημερινά, ανοίγοντας πόρτες σε νέες και καλύτερες ιδέες.

Η μόδα λέει μια ιστορία. Είναι μια από τις πιο αγνές εκφράσεις της τέχνης γιατί είναι τέχνη που βιώνεται σε καθημερινή βάση, παρ'ότι ιστορικά σπάνια έχει εξυψωθεί στο ίδιο ανάστημα με τη ζωγραφική, τη μουσική, τη γλυπτική ή την αρχιτεκτονική. Αρκεί να σκεφτεί κανείς την πρωτοπόρο ερμηνεύτρια Marina Abramović και τον τρόπο με τον οποίο προσελκύει τον θεατή να γίνει μέρος της δουλειάς της για να συνειδητοποιήσει τη σύνδεση. Στην έκθεσή της το 2010 "The Artist is Present" στο MoMa, η Abramović ζήτησε από τον θεατή να καθίσει σιωπηλά απέναντί της και να κοιτάζει ο ένας τον άλλον για όση ώρα ο θεατής ήθελε να κοιτάζει και να τον κοιτάζουν. Όπως και στην περφόρμανς της Αμπράμοβιτς, ο σχεδιαστής μόδας δημιουργεί έργα τέχνης που χρειάζονται άλλο άτομο για την ολοκλήρωσή του.

Η μόδα υπάρχει μόνο εφόσον υπάρχει ένας ηθοποιός να την ενσαρκώσει.

Με αυτόν τον τρόπο, είναι ένα είδος performance art. Το άτομο που φορά το σχεδιασμένο κομμάτι συνομιλεί με τον σχεδιαστή και το κοινό. Γίνεται καλλιτέχνης και πλήρης συμμετέχων.

Η μόδα είναι μια εκδήλωση της ανθρώπινης τέχνης και επικοινωνίας. Βοηθά να επικοινωνήσουμε καλλιτεχνικά ποιοι είμαστε, ποιοι θέλουμε να είμαστε, πού πάμε και πού ήμασταν. Η σύγκλιση τέχνης και μόδας είναι συμβιωτική. Όλα όσα υπάρχουν και μας περιβάλλουν είναι προϊόν της κοινωνίας στην οποία ζούμε. Το ποιοι είμαστε, τι βλέπουμε και τι βιώνουμε είναι αλληλένδετα.

Δεν υπάρχει μέρος που να μην παρατηρηθεί κάποιο στοιχείο και να μην ειπωθεί ότι αυτό ή εκείνο το αντικείμενο δεν ανήκει στη σφαίρα της τέχνης. Μπορεί κανείς να πει τόσα πολλά για έναν πολιτισμό από τους πίνακες που παράγει όσο και από τα φορέματα και τα είδη ένδυσης που χρησιμοποιεί για ατομική και συλλογική έκφραση. Συνδυάζοντας διαφορετικά μέσα για να δημιουργήσουν τέχνη, οι άνθρωποι είναι καλύτερα σε θέση να υπερβούν τη ζωή τους και τη διαδικασία να συνδεθούν με την ουσία και την καθολικότητα αυτού που είναι.

Όλη η τέχνη είναι εμποτισμένη με την ενέργεια και το πάθος που αναπνέει ένας καλλιτέχνης. Ένας πίνακας έχει δύναμη. Ένα σωστά κατασκευασμένο τούντ μπουφάν έχει δύναμη. Η ενέργειά τους μπορεί να βοηθήσει στη συνειδητοποίηση των προσωπικών σωματικών και συναισθηματικών στόχων και επιθυμιών του κάθε ενός. Πολλοί έχουν διαπιστώσει ότι η τέχνη που φορούν και με την οποία περιβάλλουν τους εαυτούς τους επηρεάζει όχι μόνο το τελικό αποτέλεσμα στην επιχείρηση ή τη δουλειά τους αλλά και τη δική τους αίσθηση ευεξίας και ευτυχίας.

Η τέχνη που φοράμε και με την οποία ζούμε είναι η τέχνη που γινόμαστε. Η τέχνη η μόδα και άλλα αντικατοπτρίζει ποιοι είμαστε και ποιοι φιλοδοξούμε να είμαστε.

Ο τρόπος που ντύνεται κάποιος μπορεί να αντιπροσωπεύει διαφορετικές πτυχές της προσωπικότητάς του. Οι άνθρωποι συχνά προσπαθούν να εκφραστούν μέσα από τα ρούχα και τα αξεσουάρ που φοράνε. Οι σχεδιαστές είναι οι καλλιτέχνες που δίνουν πνοή και έκφραση σε ένα σχέδιο χρησιμοποιώντας ύφασμα και δημιουργικότητα.

Το ανθρώπινο σώμα είναι ένας καμβάς για να αποτυπώσουν τις ιδέες τους χρησιμοποιώντας διαφορετικά χρώματα, υλικά και στυλ έκφρασης. Όταν οι σχεδιαστές κάνουν έρευνα για την επόμενη συλλογή τους, αναζητούν έμπνευση από τα πάντα γύρω τους. Ενδιαφέρονται για τα σχήματα και τις μορφές, τους συναρπάζουν τα χρώματα και είναι περίεργοι για κοινωνικά, ιστορικά ή πολιτιστικά θέματα. Επισκέπτονται μουσεία και γκαλερί τέχνης, στούντιο και αρχεία καλλιτεχνών, ανατρέχουν σε φωτογραφίες και διαβάζουν βιβλία με θέμα σχετικό με το θέμα τους. Όπως στην αρχιτεκτονική, τον κινηματογράφο, τις εικαστικές εγκαταστάσεις και τις οπτικές τέχνες, η δημιουργικότητα έχει πολλές επιρροές. Επομένως, θα ήταν άδικο να κατηγορηθούν οι σχεδιαστές (και η μόδα γενικότερα) για ρηχότητα, καθώς η δουλειά τους προέρχεται από μια πνευματική διαδικασία.

## ΒΑΣΙΚΑ ΥΛΙΚΑ ΣΤΟ ΧΩΡΟ ΤΗΣ ΜΟΔΑΣ

Οτιδήποτε μπορεί να αποτελέσει μια πλούσια πηγή ιδεών για τη μόδα και το σχεδιασμό ρούχων. Αυτό το στοιχείο όμως που κάνει κάθε κομμάτι ξεχωριστό και δίνει υπόσταση στην έννοια του είδους είναι τα διαφορετικά υλικά και οι υφές που προκύπτουν από την επεξεργασία και τον συνδυασμό τους, κάνοντας ένα σχέδιο να πάρει ζωή στον πραγματικό κόσμο. Τα πιο κοινά υφάσματα που χρησιμοποιούνται στην ένδυση χωρίζονται σε δύο βασικές κατηγορίες με βάση τις υφαντικές ίνες από τις οποίες αποτελούνται:

### 1. Υφάσματα από φυσικές ίνες

### 2. Υφάσματα από τεχνητές ίνες

Ενδεικτικά, τα πιο ευρέως χρησιμοποιούμενα υφάσματα φυσικών ινών τόσο στο χώρο της υψηλής ραπτικής όσο και στη βιομηχανία της γρήγορης μόδας και των λοιπών μικρότερων βιοτεχνιών, είναι το βαμβάκι, το λινό, το μαλλί και το μετάξι.

#### \*Βαμβάκι

Το βαμβάκι έχει μέτρια προς καλή ελαστικότητα, αλλά με χαμηλότερη ικανότητα επαναφοράς και τάση για ζάρες. Η αντίληψή του στο δέρμα είναι άνετη και απαλή, έχει καλή απορροφητικότητα και μεταφέρει καλά τη θερμότητα. Παρόλα αυτά, μετά από μεγάλες περιόδους χρήσης και παρατεταμένη έκθεση στον ήλιο, εξασθενεί.

#### \*Λινό

Το λινό, μια από τις πιο ακριβές φυσικές ίνες, προέρχεται από το φυτό του λιναριού. Παράγεται με μεγάλη χρήση χειρωνακτικής εργασίας και σε μικρές ποσότητες. Ωστόσο, εκτιμάται για την εξαιρετική φρεσκάδα του σε περίπτωση υψηλών θερμοκρασιών. Είναι γνωστό ότι είναι η ισχυρότερη φυτική ίνα. Παρ'όλα αυτά έχει χαμηλή ελαστικότητα και επομένως κυματίζει εύκολα. Είναι ένα σχετικά λείο ύφασμα, αλλά γίνεται πιο απαλό μετά το πλύσιμο και είναι πολύ απορροφητικό. Είναι καλός αγωγός της θερμότητας και διατηρείται φρέσκο και φωτεινό κατά τη διάρκεια του χρόνου, επομένως χαρακτηρίζεται από μεγάλη ανθεκτικότητα και αντοχή. Πολύ συχνά χρησιμοποιείται ως μείγμα με το βαμβάκι για να γίνει πιο απαλό στην αφή και ευχάριστο στη χρήση.

### **\*Μαλλί**

Η ίνα του μαλλιού αναπτύσσεται από δέρμα προβάτου και είναι μια σχετικά χονδροειδής και κατσαρή ίνα. Γενικά έχει κυρτή όψη, και ως ύφασμα είναι πολύ ελαστικό και είναι ανθεκτικό στον στατικό ηλεκτρισμό. Είναι ένα καθαρά χειμωνιάτικο ύφασμα, άνετο και ευχάριστο στη χρήση, που κρατά το σώμα ζεστό.

### **\*Μετάξι**

Το μετάξι είναι ένα λεπτό συνεχές νήμα, το οποίο ξεδιπλώνεται από το κουκούλι ενός σκώρου κάμπιας που είναι γνωστός ως μεταξοσκώληκας. Αποτελείται από πρωτεΐνες κι είναι πολύ φωτεινό, δηλαδή η δομή του επιτρέπει στο μεταξωτό ύφασμα να διαθλά το φως από διαφορετικές γωνίες. Έχει μια λεία, απαλή και όχι ολισθηρή σύσταση. Είναι ελαφρύ και δυνατό στη χρήση και χρησιμοποιείται γενικά για πολύ ελαφριά και αεράτα ρούχα.

### **\*Νάιλον**

Περνώντας στις κυριότερες κατηγορίες τεχνητών ινών, στο νάιλον η ίνα που σχηματίζει την ουσία είναι ένα συνθετικό πολυαμίδιο μακράς αλυσίδας. Ως ύφασμα είναι πολύ ανθεκτικό, έχει μεγάλη επιμήκυνση και ελαστικότητα, επομένως πολύ δυνατό και ανθεκτικό. Έχει την ιδιότητα να είναι πολύ φωτεινό, ημιγυαλιστερό ή αδιαφανές.

### **\*Πολυεστέρας**

Είναι μια τεχνητή συνθετική ίνα που δημιουργείται από πετροχημικά, όπως ο άνθρακας και το πετρέλαιο. Έχει καλή αντοχή, αλλά παρόλα αυτά δεν είναι πολύ απορροφητικό ύφασμα και δεν αναπνέει. Είναι πολύ δημοφιλής η ανάμειξή του με άλλα υφάσματα, καθώς οι ανθεκτικές ίνες μπορούν να προσθέσουν αντοχή σε ένα άλλο ύφασμα, ενώ το άλλο ύφασμα κάνει τον πολυεστέρα πιο αναπνεύσιμο.

### **\*Ελαστάνη**

Η ίνα που σχηματίζει την ουσία που χρησιμοποιείται για την παραγωγή ελαστάνης είναι οποιοδήποτε συνθετικό πολυμερές μακράς αλυσίδας που αποτελείται από τουλάχιστον 85% τμηματοποιημένη πολυουρεθάνη. Είναι ένα είδος υφάσματος υψηλής ελαστικότητας, άνετο για το σώμα, προσκολλάται πολύ εύκολα στο σχήμα του και είναι ανθεκτικό. Δεν χρησιμοποιείται ποτέ μόνο του, αλλά πάντα αναμειγμένο με άλλες ίνες, και στον τομέα της ένδυσης χρησιμοποιείται κυρίως για ελαστικά ενδύματα για άνεση και ικανότητα χρήσης, όπως για καλτσοποιία, κορσέ, μαγιό, εσώρουχα, κολάν, κάλτσες κτλ.

Άλλοι τύποι υφασμάτων, που συνήθως αποτελούν συνδυασμούς των παραπάνω στη σύστασή τους είναι οι εξής:

### **\*Κασμίρ**

Πρόκειται για ένα είδος μάλλινου υφάσματος που κατασκευάζεται από κασίκες cashmere και κασίκες pashmina. Είναι μια φυσική ίνα γνωστή για την εξαιρετικά απαλή αίσθηση και την εξαιρετική μόνωση. Οι ίνες είναι πολύ λεπτές και αβρές, με αίσθηση σχεδόν σαν μεταξωτό ύφασμα στην αφή. Το κασμίρ είναι σημαντικά πιο ζεστό και ελαφρύτερο από το μαλλί προβάτου. Συχνά γίνεται μείγμα μαλλιού και αναμιγνύεται με άλλους τύπους μαλλιού, όπως το μερίνο, για να του δώσει πρόσθετο βάρος, καθώς οι ίνες κασμίρ είναι πολύ λεπτές.

### **\*Σενίλ**

Σενίλ είναι το όνομα τόσο του τύπου του νήματος όσο και του υφάσματος που κάνει το μαλακό υλικό. Οι κλωστές στοιβάζονται σκόπιμα κατά τη δημιουργία του νήματος, το οποίο μοιάζει με το εξωτερικό της κάμπιας. Είναι ένα υφαντό ύφασμα που μπορεί να κατασκευαστεί από ποικιλία διαφορετικών ινών, όπως βαμβάκι, μετάξι, μαλλί και ρεγιόν.

### **\*Σατέν**

Το σατέν είναι ένα από τα τρία κύρια υφαντά, μαζί με την απλή ύφανση και το twill. Η σατέν ύφανση δημιουργεί ένα ελαστικό, λαμπερό, απαλό ύφασμα με όμορφο ντραπέ. Το σατέν ύφασμα χαρακτηρίζεται από μια απαλή, γυαλιστερή επιφάνεια από τη μία πλευρά, με πιο θαμπή επιφάνεια από την άλλη πλευρά. Αυτό είναι αποτέλεσμα της τεχνικής σατέν ύφανσης και υπάρχουν πολλές παραλλαγές σχετικά με το τι ορίζει μια σατέν ύφανση.

### **\*Βελούδο**

Ένα απαλό, πολυτελές ύφασμα που χαρακτηρίζεται από ένα πυκνό σωρό από ομοιόμορφα κομμένες ίνες που έχουν απαλό χνούδι. Το βελούδο έχει ένα όμορφο ντραπέ και μια μοναδική απαλή και λαμπερή εμφάνιση λόγω των χαρακτηριστικών κοντού πέλους ινών. Το βελούδινο ύφασμα είναι δημοφιλές για βραδινά ρούχα και φορέματα για ειδικές περιστάσεις, καθώς το ύφασμα αρχικά κατασκευαζόταν από μετάξι. Βαμβάκι, λινό, μαλλί, μοχέρ και συνθετικές ίνες μπορούν επίσης να χρησιμοποιηθούν για την κατασκευή βελούδου, καθιστώντας το βελούδο λιγότερο ακριβό και ενσωματωμένο σε ρούχα καθημερινής χρήσης. Το βελούδο είναι επίσης ένα κομμάτι της διακόσμησης του σπιτιού, όπου χρησιμοποιείται ως ύφασμα ταπετσαρίας, κουρτίνες, μαξιλάρια και πολλά άλλα.

### **\*Βισκόζη**

Η βισκόζη είναι ένα ημι-συνθετικό ύφασμα από ρεγιόν κατασκευασμένο από πολύ ξύλου που χρησιμοποιείται ως υποκατάστατο μεταξιού, καθώς έχει παρόμοιο ντύσιμο και απαλή αίσθηση με το πολυτελές υλικό. Είναι ένα ύφασμα που μοιάζει με μετάξι και είναι ελκυστικό επειδή είναι πολύ φθηνότερο στην παραγωγή του. Η βισκόζη είναι ένα ευέλικτο ύφασμα που χρησιμοποιείται για είδη ένδυσης όπως μπλούζες, φορέματα και μπουφάν, καθώς και για το σπίτι σε χαλιά και ταπετσαρίες.

### **\*Οργάντζα**

Ελαφρύ, διαφανές, απλό ύφασμα που κατασκευάστηκε αρχικά από μετάξι. Το υλικό μπορεί επίσης να κατασκευαστεί από συνθετικές ίνες, κυρίως πολυεστέρα και νάιλον. Τα συνθετικά υφάσματα είναι ελαφρώς πιο ανθεκτικά, αλλά το ύφασμα αυτό είναι πολύ λεπτό και επιρρεπές σε ξεφτίσματα και σκισίματα. Η οργάντζα χαρακτηρίζεται από πολύ μικρές τρύπες σε όλο το ύφασμα, που είναι τα κενά μεταξύ του στημονιού και του νήματος του υφαδιού στο σχέδιο απλής ύφανσης. Η ποιότητα της οργάντζας ορίζεται ως ο αριθμός των οπών ανά ίντσα περισσότερες τρύπες υποδηλώνουν καλύτερης ποιότητας οργάντζα. Είναι εξαιρετικά δημοφιλής για νυφικά και βραδινά φορέματα, καθώς είναι αστραφτερή και ημιδιαφανής ποιότητας, δημιουργώντας πιο αόριστες, ενιαίες σιλουέτες.

### **\*Μουσελίνα**

Η μουσελίνα είναι ένα βαμβακερό ύφασμα με χαλαρή ύφανση. Είναι κατασκευασμένο με την τεχνική της απλής ύφανσης, που σημαίνει ότι ένα νήμα υφαδιού εναλλάσσεται πάνω και κάτω από ένα μόνο νήμα στημονιού. Η μουσελίνα είναι γνωστή ως το υλικό που χρησιμοποιείται στα πρωτότυπα μόδας για τη δοκιμή μοτίβων πριν από την κοπή και τη ραφή του τελικού προϊόντος. Είναι ιδανική γι' αυτό το σκοπό, καθώς είναι ελαφριά και γυαλιστερή, επομένως μπορεί να μιμείται το ντραπέ και να εφαρμόζει καλά και είναι απλό στο ράψιμο.

### **\*Σουέντ**

Το σουέντ είναι ένα είδος δέρματος φτιαγμένο από την κάτω πλευρά του δέρματος του ζώου, δίνοντάς του μια απαλή επιφάνεια. Το σουέντ συνήθως παρασκευάζεται από δέρμα αρνιού, αλλά είναι επίσης κατασκευασμένο από άλλα είδη ζώων, όπως κασίκες, χοίρους, μοσχάρια και ελάφια. Είναι πιο μαλακό, πιο λεπτό και όχι τόσο δυνατό όσο το πλήρες, παραδοσιακό δέρμα. Ωστόσο, το σουέντ είναι πολύ ανθεκτικό και λόγω της λεπτής φύσης του, είναι εύκαμπτο και μπορεί να καλουπωθεί και να κατασκευαστεί εύκολα. Το σουέντ χρησιμοποιείται για υποδήματα, σακάκια και αξεσουάρ, όπως ζώνες και τσάντες.

### **\*Δέρμα**

Δέρμα είναι κάθε ύφασμα που είναι κατασκευασμένο από δέρματα ή δέρματα ζώων. Διαφορετικά δέρματα προκύπτουν από διαφορετικούς τύπους ζώων και διαφορετικές τεχνικές επεξεργασίας. Το δέρμα αγελάδας είναι το πιο δημοφιλές δέρμα ζώου που χρησιμοποιείται, αποτελώντας περίπου το 65% του συνόλου των δερμάτων που παράγονται. Σχεδόν οποιοδήποτε ζώο μπορεί να γίνει δέρμα, από κροκόδειλους μέχρι χοίρους και τσούχτρες. Είναι ένα ισχυρό και εύκαμπτο υλικό και έχει μια μοναδική διάταξη από πολύπλοκες φυσικές ίνες που δίνουν τις παραλλαγές στα διάφορα είδη δερμάτων. Γι' αυτό, είναι ένα από τα πιο ευέλικτα υλικά που είναι γνωστά σήμερα. Το δέρμα έχει ένα μοναδικό χαρακτηριστικό, που του επιτρέπει να απορροφά την υγρασία και με το χρόνο να την απελευθερώνει στο περιβάλλον. Είναι ένα αναπνεύσιμο υλικό και διατίθεται σε διάφορες παραλλαγές χρώματος, υφής, αίσθησης, μυρωδιάς και επιφανειακής αντοχής.

## **ΤΟ ΔΕΡΜΑ ΑΠΟ ΤΗΝ ΕΝΔΥΣΗ ΣΤΗ ΜΟΔΑ**

Η χρήση δερμάτων ζώων για την κατασκευή ρούχων έχει τεκμηριωθεί από πάντα. Οι άνθρωποι που έζησαν στην Αίγυπτο γύρω στο 1300 π.Χ. χρησιμοποίησαν το δέρμα για πρώτη φορά. Ωστόσο, δεν ήταν μόνο οι Αιγύπτιοι που είχαν μάθει να φτιάχνουν δέρμα. Ταυτόχρονα, στοιχεία της χρήσης του υλικού έχουν βρεθεί και σε άλλους πολιτισμούς σε όλη την Ασία, την Ευρώπη και τη Βόρεια Αμερική. Κατά τη διάρκεια της ίδιας περιόδου, το δέρμα χρησιμοποιήθηκε για την κατασκευή ρούχων, ιδιαίτερα καλυμμάτων ποδιών, για να προστατεύει το σώμα και να το διατηρεί ζεστό ενώ βρισκόταν εν κινήσει. Νωρίς, οι Έλληνες άρχισαν να χρησιμοποιούν το δέρμα πιο διακοσμητικά. Το χρησιμοποιούσαν και για άλλα πράγματα. Επιπλέον, η Ρωμαϊκή Αυτοκρατορία, που χρησιμοποιούσε πολύ δέρμα στα ρούχα της, βοήθησε στην έναρξη της βιομηχανίας της μόδας. Κατά τη διάρκεια αυτής της περιόδου, το δέρμα έγινε από απαραίτητο για την αποικιακή επιβίωση σε συμβολισμό του πλούτου σε πολλές διαφορετικές ομάδες.

Στη σύγχρονη εποχή, όμως, το δέρμα αν και ακριβό και πολυτελές-χρησιμοποιήθηκε κυρίως στο Στρατό για είδη όπως μαχητικά μπουφάν και δόθηκε κατά βάση σε πιλότους τη δεκαετία του 1920. Δεν είχε γίνει ακόμη αντικείμενο μόδας. Πράγματι, μόλις τη δεκαετία του 1960 έγινε η απαραίτητη προσθήκη στη γκαρνταρόμπα κάθε fashionista. Συγκεκριμένα, δεν υπήρχε τίποτα τόσο «cool» όσο ένα δερμάτινο τζάκετ, κυρίως λόγω ηθοποιών όπως Μάρλον Μπράντο και Steve McQueen, που έκαναν το δερμάτινο μπουφάν βασικό στοιχείο στο bad boy look τους. Στα μετέπειτα χρόνια, ο Τομ Κρουζ έφερε το δερμάτινο σακάκι πτήσης στα ύψη στη μόδα μετά το Top Gun.



Όταν έφτασε η δεκαετία του '80, το δέρμα θεωρήθηκε προέκταση των δημοφιλών ροκ, πανκ και νέων ρομαντικών μουσικών σκηνών της εποχής. Τραγουδιστές όπως η Ντέμπι Χάρι και η Τζόαν Τζετ έκαναν το δέρμα το βασικό στοιχείο για την γκαρνταρόμπα κάθε θαυμαστή. Ακόμη και η Μαντόνα, γνωστή ως πριγκίπισσα της ποπ εκείνη την εποχή, σπάνια εθεάθη χωρίς ένα δερμάτινο ρούχο πάνω της.

Στη δεκαετία του '90, το δέρμα δεν ήταν μόνο τα ρούχα των σταρ του κινηματογράφου και των ροκ σταρ. Θεωρήθηκε επίσης ως το χαρακτηριστικό στυλ για μοντέλα όπως π.χ η Κέιτ Μος, που εθεάθη τακτικά να φοράει δερμάτινο μπουφάν ή δερμάτινα παντελόνια. Όλο και περισσότεροι άνθρωποι πρόσθεταν το δέρμα στη ζωή τους και ακόμη και σχεδιαστές μόδας όπως ο Alexander Wang, που κυκλοφόρησε τη δική του σειρά δερμάτινων ενδυμάτων.

Όσον αφορά τα αξεσουάρ, το δέρμα είναι ένα ιδιαίτερα περιζήτητο υλικό, το οποίο είναι συγκρίσιμο με τη δημοτικότητα του δέρματος στη βιομηχανία ενδυμάτων μόδας. Είναι επίσης ένα ιογενές υλικό για ρούχα μόδας, ειδικά για ανδρικά ρούχα. Εκτός από τις τσάντες και τα παπούτσια υψηλής μόδας, το δέρμα είναι εξίσου δημοφιλές σε κοσμήματα, ρολόγια και καλύμματα κινητών τηλεφώνων λόγω της αντοχής και της ευελιξίας του.

Συχνά θεωρούνται ως οι πιο πολυτελείς τσάντες που διατίθενται στην αγορά, αρκετοί εξέχοντες σχεδιαστές, όπως η Gucci και η Burberry, θα χρεώσουν ένα ασφάλιστρο για τις δερμάτινες τσάντες τους όταν διατεθούν στην αγορά. Όσοι επιλέγουν δερμάτινες τσάντες εκτιμούν την ξεχωριστή αίσθηση, τη μεγάλη διάρκεια ζωής και το ευχάριστο άρωμα που προσφέρει το δέρμα. Επειδή είναι κατασκευασμένες για να διαρκούν μια ζωή εάν τις λάβουν τη σωστή φροντίδα, αυτές οι τσάντες είναι πολύ ανθεκτικές.

Ωστόσο, το δέρμα θεωρείται γενικά πολυτέλεια στη βιομηχανία των αξεσουάρ μόδας. Δεν είναι ασυνήθιστο να βρίσκονται σχεδιαστές κοσμημάτων όπως ο Thomas Sabo να προσφέρουν δερμάτινες αλυσίδες και βραχιόλια μαζί με ασημένια αντίστοιχα, με μόνο μια μικρή διαφορά τιμής μεταξύ των δύο εναλλακτικών. Ένα δερμάτινο αξεσουάρ μπορεί να προκαλέσει συναισθήματα εξέγερσης ή ενός πιο «κουλ» ύφους με τον ίδιο τρόπο όπως ένα δερμάτινο μπουφάν, ή ένα δερμάτινο παντελόνι μπορεί να προκαλέσει αισθήματα εξέγερσης ή ηρεμίας. Είναι μια πολύ προσαρμόσιμο στοιχείο που προσφέρεται σε άτομα από διάφορα υπόβαθρα, συμπεριλαμβανομένων εκείνων του στρατού. Ωστόσο, χρησιμοποιείται επίσης σε διαφορετικούς τομείς από τη μόδα. Το δέρμα είναι ένα δημοφιλές υλικό για ρούχα λόγω της ελαφρότητας, της ανθεκτικότητας και της αντοχής του, μεταξύ άλλων χαρακτηριστικών. Ως εκ τούτου, χρησιμοποιείται συνήθως σε μπότες για υπαίθριες δραστηριότητες όπως πεζοπορία, γάντια οδήγησης για το φυσικό του κράτημα και ανδρικές ζώνες, καθώς είναι το πιο ευρέως χρησιμοποιούμενο υλικό σε ζώνες για άνδρες.

## ΕΝΣΤΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΥΡΕΙΑ ΧΡΗΣΗ ΤΟΥ ΔΕΡΜΑΤΟΣ

Είναι φανερό ότι το δέρμα είναι ένα δημοφιλές υλικό στη βιομηχανία της μόδας εδώ και αιώνες. Η διαδικασία παραγωγής δέρματος περιλαμβάνει διάφορα στάδια, συμπεριλαμβανομένου του καθαρισμού, του μαυρίσματος και του φινιρίσματος. Το μαύρισμα είναι η διαδικασία επεξεργασίας των δερμάτων των ζώων με χημικές ουσίες για τη διατήρησή τους και την πρόληψη της αποσύνθεσής τους.

Ωστόσο, η χρήση του δέρματος στη μόδα έχει υπάρξει επίσης αμφιλεγόμενη. Οι ακτιβιστές για τα δικαιώματα των ζώων υποστηρίζουν ότι η παραγωγή δέρματος συνεπάγεται την κακοποίηση των ζώων και μερικοί άνθρωποι επιλέγουν να αποφύγουν την αγορά δερμάτινων προϊόντων για ηθικούς λόγους. Επιπλέον, η παραγωγή δέρματος μπορεί να έχει περιβαλλοντικές επιπτώσεις, συμπεριλαμβανομένης της χρήσης τοξικών χημικών ουσιών στη διαδικασία βυρσοδεψίας και την απόρριψη απορριμμάτων.

Ως απάντηση σε αυτές τις ανησυχίες, ορισμένοι σχεδιαστές και μάρκες έχουν αρχίσει να εξερευνούν εναλλακτικά υλικά όπως το vegan δέρμα ή τα ανακυκλωμένα υλικά. Αυτές οι εναλλακτικές λύσεις έχουν σχεδιαστεί για να μιμούνται την εμφάνιση και την αίσθηση του δέρματος, ενώ είναι πιο βιώσιμες και απαλλαγμένες από σκληρότητα.

Συνολικά, το δέρμα έχει σημαντική θέση στη βιομηχανία της μόδας και η χρήση του είναι πιθανό να συνεχιστεί. Ωστόσο, ο κλάδος εξελίσσεται επίσης για να γίνει πιο βιώσιμος και ηθικός, και αυτό είναι η κύρια αφορμή που γεννάει τη δημιουργία της παρούσας εργασίας, με σκοπό να φτιαχτεί ένα νέο brand ρούχων που να έχει ως κύριο στοιχείο του το vegan δέρμα ώστε να συνεισφέρει σε αυτή την αλλαγή κατεύθυνσης της βιομηχανίας της μόδας προς τη βιωσιμότητα.

## ΔΕΡΜΑ VS VEGAN ΔΕΡΜΑ

Το δέρμα όπως έχει αναφερθεί είναι ένα υλικό κατασκευασμένο από δέρμα ζώων, ενώ το vegan δέρμα είναι ένα συνθετικό ή φυτικής βάσης υλικό που έχει σχεδιαστεί για να μιμείται την εμφάνιση και την αίσθηση του δέρματος χωρίς τη χρήση ζωικών προϊόντων.

Σύμφωνα με άρθρο του R. Waddoups, η αγορά δερμάτινων ειδών, που αποτιμάται σε 128 δισεκατομμύρια δολάρια, είναι ένας από τους μεγαλύτερους οικολογικούς παραβάτες. Το ζωικό υλικό εξαρτάται από την κτηνοτροφία μια σημαντική πηγή ρύπανσης που ευθύνεται 14,5 τοις εκατό των ετήσιων ανθρωπογενών εκπομπών αερίων του θερμοκηπίου και οι διαδικασίες μαυρίσματος καταναλώνουν υπερβολικές ποσότητες νερού και απελευθερώνουν τοξικά απόβλητα που προκαλούν αναπνευστικά προβλήματα και εξάντληση του εδάφους. Τα τελευταία χρόνια, το vegan δέρμα έχει αναδειχθεί ως μια «φιλική προς το περιβάλλον» εναλλακτική λύση που μιμείται την εμφάνιση και την αίσθηση του δέρματος. Αλλά δεν είναι όλα τα vegan δέρματα ίδια.

Μία έκθεση βιωσιμότητας που αναπτύχθηκε το 2018 από τον Kering σημειώνει ότι ο αντίκτυπος της παραγωγής vegan δέρματος μπορεί να είναι κατά ένα τρίτο χαμηλότερος από αυτόν του δέρματος με βάση τα ζώα. Τα μειονεκτήματα προκύπτουν, ωστόσο, όταν οι εναλλακτικές λύσεις κατασκευάζονται από πλαστικά πολυμερή όπως η πολυουρεθάνη και το χλωριούχο πολυβινύλιο, τα οποία διηθούν μικροπλαστικά και μπορούν να περάσουν αιώνες σε χωματερές. Ενώ ετικέτες μόδας όπως η Nanushka, η Melie Bianco και η Wolford ισχυρίζονται ότι τα vegan δερμάτινα προϊόντα τους προσφέρουν μια βιώσιμη εναλλακτική λύση στο δέρμα, πολλές κατασκευάζονται από πλαστικά με βάση το πετρέλαιο.

Σύμφωνα με το Higg Materials Sustainability Index σε άρθρο της PETA, το δέρμα από δέρμα αγελάδας συμβάλλει περισσότερο στην υπερθέρμανση του πλανήτη, τη ρύπανση του νερού, την εξάντληση του νερού και τις εκπομπές αερίων του θερμοκηπίου από όποιο συνθετικό ή φυτικής προέλευσης vegan δέρμα. Το δέρμα αγελάδας έχει σχεδόν 10 φορές τις αρνητικές περιβαλλοντικές επιπτώσεις από τα δέρματα φυτικής προέλευσης, όπως π.χ Piñate (ένα καινοτόμο φυσικό ύφασμα κατασκευασμένο από ίνες φύλλων ανανά), και σχεδόν έξι φορές από την πολυουρεθάνη, ένα άλλο συνθετικό vegan ύφασμα. Ταυτόχρονα, η μετατροπή του δέρματος ενός ζώου σε δέρμα για χρήση είναι μία από τις πιο αφύσικες διεργασίες αναχαιτίζοντας την αποσύνθεση μέσω χημικών λουτρών και αφυδάτωσης.

Η φορμαλδεΐδη, τα παράγωγα λιθανθρακόπισσας και διάφορα άλλα έλαια, βαφές και φινιρίσματα μερικά από τα οποία έχουν βάση το κυάνιο χρησιμοποιούνται για να μετατρέψουν τα δέρματα ζώων σε τελικά δερμάτινα είδη. Αυτά τα τοξικά απόβλητα διοχετεύονται σε τοπικές πηγές νερού σε χώρες όπως το Μπαγκλαντές, δηλητηριάζοντας ολόκληρα οικοσυστήματα και δίνοντας στους εργαζόμενους στο βυρσοδεψείο καρκίνο του δέρματος με ταχείς ρυθμούς. Εκτιμάται ότι το 90% εργατών από το Μπαγκλαντές θα πεθάνουν πριν από την ηλικία των 50 ετών λόγω της επικίνδυνης παραγωγής δέρματος.

Ωστόσο, μεγάλες μάρκες μόδας υιοθετούν ολοένα και περισσότερο δέρματα φυτικής προέλευσης που είναι απαλλαγμένα από σκληρότητα, είναι χαμηλής πρόσκρουσης και δεν συμβιβάζονται με την ανθεκτικότητα. Αυτές οι ποικιλίες δέρματος προέρχονται από φυσικές πηγές όπως φύλλα ανανά (Piñatex), μανιτάρια (Mylo), κάκτο, καλλιέργειες κομπούχα, ακόμη και γεωργικά απόβλητα όλα βιοαποδομήσιμα και ανακυκλώνονται εύκολα. Η Stella McCartney ηγείται του κινήματος, έχοντας το ντεμπούτο μιας ολόκληρης ετοιμο-φόρετης συλλογής χρησιμοποιώντας Mylo μαυρισμένο με λαχανικά την περασμένη άνοιξη. Την ίδια στιγμή, η Allbirds πρωτοστάτησε σε αυτό που μπορεί να είναι το πρώτο δέρμα φυτικής προέλευσης που έχει αντίκτυπο άνθρακα 40 φορές μικρότερο από το δέρμα ζώων και παράγει 17 φορές λιγότερες εκπομπές άνθρακα από τα συνθετικά δέρματα. Άλλες μάρκες όπως π.χ Hermes, Adidas, και Lululemon έχουν αρχίσει επίσης να πειραματίζονται με δέρμα φυτικής προέλευσης.

**Συνολικά, οι βασικότερες διαφορές μεταξύ δέρματος και vegan δέρματος είναι:**

**Πηγή:** Το δέρμα προέρχεται συνήθως από αγελάδες, χοίρους, πρόβατα ή κατσίκες. Το Vegan δέρμα, από την άλλη πλευρά, μπορεί να κατασκευαστεί από μια ποικιλία υλικών, όπως συνθετικά υλικά όπως PVC ή PU, ή φυσικά υλικά φυτικής προέλευσης όπως φελλός, φύλλα ανανά και φλούδες μήλου.

**Παραγωγή:** Η παραγωγή δέρματος περιλαμβάνει τη βυρσοδεψία των δερμάτων των ζώων με τη χρήση διαφόρων χημικών ουσιών, οι οποίες μπορεί να έχουν αρνητικές περιβαλλοντικές επιπτώσεις. Το vegan δέρμα, ωστόσο, μπορεί να παραχθεί χρησιμοποιώντας πιο βιώσιμες μεθόδους και υλικά, μειώνοντας τις επιπτώσεις του στο περιβάλλον.

**Ανθεκτικότητα:** Το δέρμα είναι γνωστό για την αντοχή του και μπορεί να διαρκέσει για πολλά χρόνια με την κατάλληλη φροντίδα. Το Vegan δέρμα μπορεί να διαφέρει σε αντοχή ανάλογα με τα υλικά που χρησιμοποιούνται στην παραγωγή του.

**Κόστος:** Το δέρμα μπορεί να είναι ακριβό λόγω του κόστους των δερμάτων των ζώων και της εντατικής εργασίας διαδικασίας μαυρίσματος. Το Vegan δέρμα, από την άλλη, μπορεί να παραχθεί με χαμηλότερο κόστος χρησιμοποιώντας συνθετικά ή φυτικά υλικά, όπως δέρμα μήλου, δέρμα από φύλλα, Vegea (γνωστό και ως δέρμα κρασιού), δέρμα μανιταριού, Piñatex, δέρμα κάκτου, δέρμα από μάνγκο ή βιοκατασκευασμένο δέρμα.

**Ηθική:** Μερικοί άνθρωποι επιλέγουν να αποφεύγουν το δέρμα επειδή διαφωνούν με τη χρήση ζωικών προϊόντων. Το Vegan δέρμα προσφέρει μια εναλλακτική λύση για όσους θέλουν παρόμοια εμφάνιση και αίσθηση χωρίς να χρησιμοποιούν ζωικά προϊόντα.

Στην πράξη, η επιλογή μεταξύ δέρματος και vegan δέρματος εξαρτάται από τις προσωπικές προτιμήσεις, τις προτεραιότητες και τις αξίες του κάθε καταναλωτή.

## ΕΠΩΝΥΜΪΕΣ ΠΟΥ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΟΥΝ VEGAN ΔΕΡΜΑ ΩΣ ΚΎΡΙΟ ΣΤΟΙΧΕΪΟ

Κάποιες εταιρείες που έχουν αφήσει πίσω τους τις συμβατικές πηγές πρώτων υλών και χρησιμοποιούν το vegan δέρμα ως κύριο υλικό τους είναι:

**Matt & Nat:** ειδικεύεται στη δημιουργία τσαντών και αξεσουάρ για vegan. Χρησιμοποιούν υλικά όπως ανακυκλωμένο νάιλον, φελλό και vegan δέρμα κατασκευασμένο από PU (πολυουρεθάνη).

**Stella McCartney:** αυτή η πολυτελής επωνυμία μόδας όπως αναφέρθηκε και νωρίτερα, χρησιμοποιεί πολλά βιώσιμα και vegan υλικά στις συλλογές της, συμπεριλαμβανομένου του vegan δέρματος. Χρησιμοποιούν ένα υλικό που ονομάζεται "Alter Nappa", το οποίο είναι μια χορτοφαγική εναλλακτική του δέρματος από πολυεστέρα και πολυουρεθάνη.

**Nanushka:** με έδρα τη Βουδαπέστη, χρησιμοποιεί πολύ vegan δέρμα στις συλλογές της. Χρησιμοποιούν ένα υλικό που ονομάζεται "vegan leatherette", το οποίο είναι κατασκευασμένο από PU και βαμβάκι.

**JW Pei:** προσφέρει οικονομικές τσάντες vegan κατασκευασμένες από vegan δέρμα. Χρησιμοποιούν ένα υλικό που ονομάζεται «δέρμα εξαιρετικά μικροϊνών», το οποίο είναι ένα υψηλής ποιότητας vegan δέρμα κατασκευασμένο από μικροΐνες.

**Angela Roi:** προσφέρει πολυτελείς vegan τσάντες από vegan δέρμα. Χρησιμοποιούν ένα υλικό που ονομάζεται "EPUL", το οποίο είναι ένα vegan δέρμα κατασκευασμένο από πολυουρεθάνη και πολυεστέρα.

**Allégorie:** μία επωνυμία που χρησιμοποιεί κάκτους, φλοιούς μάνγκο και άλλα υλικά που θα κατέληγαν στη χωματερή για να τα μετατρέψει σε τσάντες, πορτοφόλια και άλλα αξεσουάρ.

**Oliver Co., Veerah & Samara:** είναι μερικές μάρκες που χρησιμοποιούν δέρμα μήλου για να σχεδιάσουν όμορφα, βιώσιμα προϊόντα.

**Ganni, Pangaia:** χρησιμοποιούν το υλικό vegea για τη δημιουργία ρούχων, παπουτσιών και άλλων αξεσουάρ.

Αυτά είναι μόνο μερικά παραδείγματα επωνυμιών που χρησιμοποιούν vegan δέρμα ως κύριο υλικό τους. Υπάρχουν πολλές ακόμη αναπτυσσόμενες μάρκες που εξελίσσουν όλο και περισσότερο τις πηγές πρώτων υλών τους για προσφέρουν vegan δερμάτινα και όχι μόνο προϊόντα σε ένα όλο και πιο ενήμερο αγοραστικό κοινό.

## ΤΟ BRANDING ΣΤΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΤΗΣ ΜΟΔΑΣ

Το branding είναι ένα κρίσιμο συστατικό της βιομηχανίας της μόδας. Είναι η διαδικασία δημιουργίας και επικοινωνίας μιας εικόνας που αντιπροσωπεύει την ταυτότητα, τις αξίες και τα προϊόντα της εταιρείας. Μια ισχυρή επωνυμία μπορεί να βοηθήσει μια εταιρεία να διαφοροποιηθεί από τους ανταγωνιστές της, να οικοδομήσει εμπιστοσύνη και αφοσίωση με τους πελάτες και να δημιουργήσει μια μοναδική ταυτότητα που έχει απήχηση στους καταναλωτές.

Ορισμένοι βασικοί παράγοντες που κάνουν το branding στη βιομηχανία της μόδας μοναδικό είναι:

**Οπτική Ταυτότητα:** Στη βιομηχανία της μόδας, η οπτική ταυτότητα μιας μάρκας είναι ζωτικής σημασίας. Το λογότυπο, η τυπογραφία, η χρωματική παλέτα και οι εικόνες που χρησιμοποιούνται από μια επωνυμία πρέπει να είναι διακριτικά και οπτικά ελκυστικά για να ξεχωρίζουν σε μια πολυσύχναστη αγορά.

**Εικόνα επωνυμίας:** Η εικόνα μιας μάρκας στη βιομηχανία της μόδας είναι στενά συνδεδεμένη με τα προϊόντα της, τα οποία συχνά θεωρούνται ως αντανάκλαση των αξιών, της ποιότητας και του στυλ της μάρκας. Η συνέπεια στην ποιότητα του προϊόντος, το σχεδιασμό και την ανταλλαγή μηνυμάτων είναι ζωτικής σημασίας για τη διατήρηση μιας ισχυρής εικόνας της επωνυμίας.

**Αναγνώριση επωνυμίας:** Η οικοδόμηση της αναγνωρισιμότητας της επωνυμίας είναι ζωτικής σημασίας στη μόδα, όπου υπάρχει έντονος ανταγωνισμός και συνεχώς εξελισσόμενες τάσεις. Οι μάρκες πρέπει να επενδύσουν στο μάρκετινγκ και τη διαφήμιση για να προσεγγίσουν το κοινό-στόχο τους και να χτίσουν την αναγνώριση της επωνυμίας.

**Επιδοκιμασίες διασημοτήτων:** Οι εγκρίσεις από δημοφιλή και ευρέως προβαλλόμενα πρόσωπα είναι μια κοινή στρατηγική στο συγκεκριμένο χώρο, όπου η σύνδεση με μια γνωστή διασημότητα μπορεί να βοηθήσει μια μάρκα να ξεχωρίσει και να κερδίσει αξιοπιστία. Δημοφιλείς είναι και οι συνεργασίες με influencers και fashion bloggers.

**Βιωσιμότητα:** Τελευταία, έχει γίνει ένας ολόενας και πιο σημαντικός παράγοντας για το branding στη βιομηχανία της μόδας. Οι καταναλωτές γνωρίζουν περισσότερο τον περιβαλλοντικό και κοινωνικό αντίκτυπο της παραγωγής μόδας και οι επωνυμίες που δίνουν προτεραιότητα στη βιωσιμότητα μπορούν να χτίσουν μια φήμη για ηθικές και υπεύθυνες πρακτικές.

## ΤΑ ΛΟΓΟΤΥΠΑ ΣΤΗ ΜΟΔΑ

Τα λογότυπα στο χώρο της μόδας έχουν υποστεί μια σημαντική μεταμόρφωση με τα χρόνια, εξελισσόμενα από απλά, συμβολικά σχέδια σε πιο σύνθετα και εκλεπτυσμένα γραφικά που αντικατοπτρίζουν τις αξίες και την προσωπικότητα των επωνυμιών που αντιπροσωπεύουν. Αυτό το δοκίμιο στοχεύει να παρέχει μια επισκόπηση της εξέλιξης των λογότυπων μόδας, ανιχνεύοντας την ιστορική εξέλιξη αυτών των εμβληματικών συμβόλων και διερευνώντας πώς έχουν αλλάξει ώστε να αντικατοπτρίζουν τις μεταβαλλόμενες εποχές και τάσεις στη βιομηχανία της μόδας. Τα πρώτα λογότυπα μόδας ήταν σχετικά απλά, αποτελούμενα από ένα σύμβολο, έμβλημα ή μονόγραμμα που αντιπροσώπευε τη μάρκα. Για παράδειγμα, το εμβληματικό "CC" της Chanel παρουσιάστηκε τη δεκαετία του 1920 και έκτοτε έχει γίνει ένα από τα πιο αναγνωρίσιμα λογότυπα στον κόσμο της μόδας. Άλλες επωνυμίες, όπως η Gucci και η Louis Vuitton, υιοθέτησαν παρόμοια λογότυπα σε στυλ εμβλημάτων, χρησιμοποιώντας απλά σχέδια που ήταν εύκολο να αναγνωριστούν και να αποτυπωθούν στη μνήμη.

Κατά τη διάρκεια των δεκαετιών του 1950 και του 1960, τα λογότυπα στη μόδα άρχισαν να γίνονται πιο περίπλοκα, ενσωματώνοντας γράμματα, τυπογραφία και άλλα στοιχεία που βοήθησαν να ξεχωρίσει η μάρκα και να μεταδώσει τη μοναδική της προσωπικότητα. Για παράδειγμα, το λογότυπο της Gucci εξελίχθηκε από ένα απλό έμβλημα σε ένα σχέδιο που ενσωμάτωσε το όνομα της μάρκας, σε μια στυλιζαρισμένη γραμματοσειρά που αντικατοπτρίζει την πολυτελή εικόνα της μάρκας. Ομοίως, το λογότυπο της Louis Vuitton μεγάλωσε για να συμπεριλάβει το όνομα της μάρκας και ένα περίτεχνο, αλληλένδετο μοτίβο που αντιπροσώπευε την κληρονομιά και τη δεξιοτεχνία της επωνυμίας.

Τις δεκαετίες του 1960 και του 1970 σημειώθηκε μια αλλαγή στον σχεδιασμό των λογότυπων μόδας, καθώς οι σχεδιαστές πειραματίστηκαν με πιο μοντέρνα και αφηρημένα γραφικά που αντανάκλασαν τις μεταβαλλόμενες εποχές και τάσεις. Για παράδειγμα, το εμβληματικό λογότυπο του Yves Saint Laurent έγινε ένα μινιμαλιστικό, αφηρημένο σχέδιο που αντιπροσώπευε την προνοητική προσέγγιση της φίρμας στο χώρο. Άλλες μάρκες, όπως οι Pucci και Ralph Lauren, υιοθέτησαν παρόμοια λογότυπα που ενσωμάτωσαν φωτεινά, εντυπωσιακά χρώματα και τολμηρά, γραφικά στοιχεία που τις ξεχώριζαν από τα πιο παραδοσιακά λογότυπα μόδας.

Τις δεκαετίες του 1980 και του 1990, τα λογότυπα μόδας έγιναν ακόμη πιο αφηρημένα και εκλεπτυσμένα, ενσωματώνοντας περίπλοκα σχέδια, προηγμένη τυπογραφία και άλλα στοιχεία που βοήθησαν να μεταδοθεί η εικόνα και οι αξίες της μάρκας. Για παράδειγμα, το λογότυπο της Prada έγινε ένα κομψό, μοντέρνο σχέδιο που ενσωμάτωσε το όνομα της μάρκας σε μια τολμηρή, στυλιζαρισμένη γραμματοσειρά που αντανakλούσε την κατάστασή της ως κορυφαία μάρκα υψηλής ραπτικής. Άλλες μάρκες, όπως η Dior και η Gucci, εξέλιξαν επίσης τα λογότυπά τους για να αντικατοπτρίζουν τις μεταβαλλόμενες εποχές και τάσεις, ενσωματώνοντας πιο σύνθετα και λεπτομερή σχέδια που αντικατοπτρίζουν την εικόνα και την προσωπικότητα της μάρκας.

Η εξέλιξη των λογοτύπων στη μόδα συνεχίστηκε τις δεκαετίες του 2000 και του 2010, καθώς οι σχεδιαστές συνέχισαν να ξεπερνούν τα όρια του τι ήταν δυνατό στο σχεδιασμό λογοτύπων. Για παράδειγμα, το λογότυπο της Balenciaga έγινε ένα φουτουριστικό, αφηρημένο σχέδιο που ενσωμάτωσε προηγμένη τυπογραφία και άλλα στοιχεία που αντανakλούσαν την καινοτόμο προσέγγιση της μάρκας στην haute couture. Άλλες μάρκες, όπως η Fendi και η Givenchy, εξέλιξαν επίσης τα λογότυπά τους, ενσωματώνοντας πιο σύνθετα σχέδια που αντανakλούσαν την κατάστασή τους ως κορυφαίες επωνυμίες.

Σήμερα, τα λογότυπα μόδας συνεχίζουν να εξελίσσονται και να αλλάζουν, αντανakλώντας τις μεταβαλλόμενες εποχές και τάσεις στη βιομηχανία της μόδας. Για παράδειγμα, πολλές μάρκες ενσωματώνουν πιο φιλικά προς το περιβάλλον και βιώσιμα στοιχεία στα λογότυπά τους, όπως η χρήση ανακυκλωμένων υλικών ή η ενσωμάτωση πράσινων εικόνων. Άλλες μάρκες χρησιμοποιούν ψηφιακές τεχνολογίες για να δημιουργήσουν λογότυπα που είναι πιο διαδραστικά και δυναμικά, ενσωματώνοντας στοιχεία όπως κινούμενα γραφικά ή επαυξημένη πραγματικότητα.

Συνολικά, ο σχεδιασμός των λογοτύπων μόδας ήταν μια συνεχής, εξελισσόμενη διαδικασία, που αντανakλά τους μεταβαλλόμενους καιρούς και τις τάσεις στη βιομηχανία της μόδας. Από απλά, συμβολικά σχέδια έως πολύπλοκα και εκλεπτυσμένα γραφικά, τα λογότυπα μόδας έχουν υποστεί σημαντική μεταμόρφωση με τα χρόνια και πιθανότατα θα συνεχίσουν να εξελίσσονται και να αλλάζουν στο μέλλον. Όσο η μόδα συνεχίζει να εξελίσσεται και να αλλάζει, θα αλλάζουν και τα λογότυπα που αντιπροσωπεύουν τις μάρκες που πρωτοστατούν.

## ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ

Όπως αποδεικνύεται η μόδα έχει μια ισχυρή δυναμική, η οποία μπορεί να καλλιεργήσει αξίες και να ωθήσει την εξέλιξη των κοινωνιών, προς την κατεύθυνση της ανάπτυξής τους.

Λόγω αυτής της δυναμικής της και της καταλυτικής της επιρροής, στους ανθρώπους, γίνεται οδηγός σε μια πορεία προς ένα καλύτερο μέλλον, που μεταξύ άλλων, προστατεύει το φυσικό περιβάλλον, προωθώντας τρόπους και μεθόδους δημιουργίας ενδυμάτων, που δεν το διαταράσσουν, όπως την παραγωγή και χρήση του vegan δέρματος.

Το vegan δέρμα μπορεί να συμβάλει από τη μία στην ισορροπία του περιβάλλοντος και παράλληλα να συνεισφέρει στη βιωσιμότητα της βιομηχανίας της μόδας.

Πάνω σε αυτές τις αρχές και στην εξέλιξη, δημιουργήθηκε η εταιρεία «VYNO» η οποία σχεδιάζει και παράγει ενδύματα και αξεσουάρ με πρώτη ύλη το vegan δέρμα.

Ένα υλικό που εκτιμάται ότι θα επικρατήσει στον χώρο, υπακούοντας σε προτεραιότητες βιωσιμότητας του πλανήτη μας.

Η «VYNO» δίνει το παράδειγμα της εξέλιξης του χώρου της μόδας, σε πιο βιώσιμο και ηθικό, όταν στην εποχή μας γιγαντώνονται οι απειλές της κλιματικής αλλαγής και οι καταστροφικές συνέπειες της ανθρώπινης παρέμβασης στο περιβάλλον.

## ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ ΚΑΙ ΠΗΓΕΣ

Annie, P. (March 30, 2016).

OPINION: Do you think fashion is important in society?

Ανακτήθηκε από <https://www.seren.bangor.ac.uk/lifestyle/fashion/2016/03/30/opinion-do-you-think-fashion-is-important-in-society/>

Georges, B. (June 20, 2017).

In Defense of Fashion as a True Art Form

Ανακτήθηκε από <https://observer.com/2017/06/fashion-true-art-form/>

Deborah, S. (September 14, 2009)

Fashion as an Art Form

Ανακτήθηκε από <https://macaulay.cuny.edu/seminars/bergman09/node/47/index>

Errika, G. (March 11, 2020)

Is Fashion a Form of Art?

Ανακτήθηκε από <https://www.dailyartmagazine.com/is-fashion-a-form-of-art/html>

Gert, E. (May 15, 2018)

Most Common Fabrics that are Used in Clothing

Ανακτήθηκε από <https://medium.com/@gerterdmann/most-common-fabrics-that-are-used-in-clothing-af6f53ad2103>

Lutfe, E. (Oct 11, 2022)

Leather: The Benefits of Leather for Human Life and the Environment

Ανακτήθηκε από <https://www.linkedin.com/pulse/leather-benefits-human-life-environment-lutfe-elahi>

Peta

But what is vegan leather?

Ανακτήθηκε από <https://www.peta.org/living/personal-care-fashion/what-is-vegan-leather/>

VYNO

## ΕΡΕΥΝΑ ΛΟΓΟΤΥΠΩΝ

0 I 0 n L E E

KRYSVINCZI

ΛΛΛΛ Ε Ρ Ο Ε Τ Τ Ι

R U V E

ORSEUND IRIS

NEW YORK

PETER DO



ΠΡΟΣΧΕΔΙΑ ΛΟΓΟΤΥΠΟΥ

VYNO



VYNO

VYNO

VYNO

VYNO

## ΤΕΛΙΚΟ ΛΟΓΟΤΥΠΟ

---

### ΒΑΣΙΚΗ ΧΡΗΣΗ

---



### ΔΕΥΤΕΡΕΥΟΥΣΑ ΧΡΗΣΗ

---

VYNO

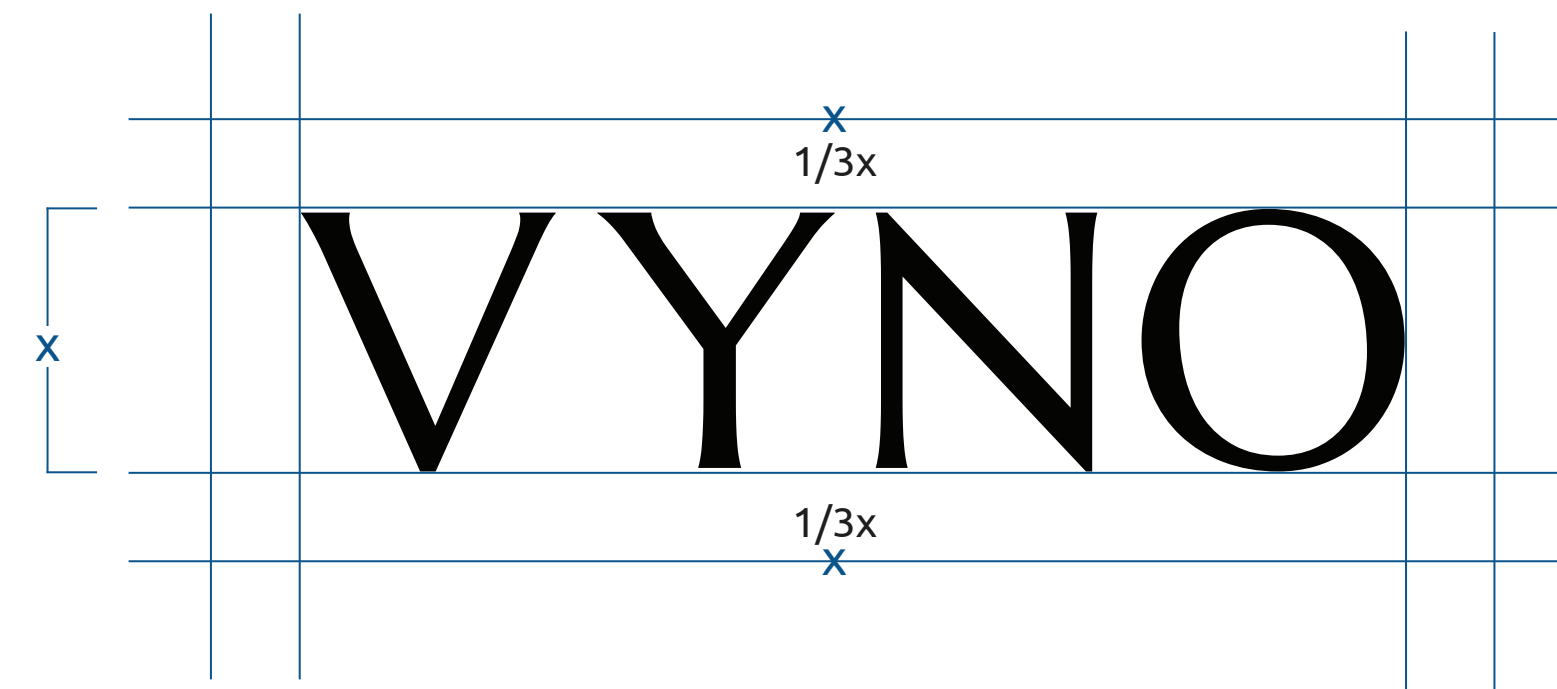
## ΟΡΘΟΤΗΤΑ ΛΟΓΟΤΥΠΟΥ

### ΕΛΑΧΙΣΤΟ ΜΕΓΕΘΟΣ

VYNO

Το ελάχιστο μέγεθος του λογοτύπου δεν θα πρέπει να είναι σε ύψος μικρότερο από 1cm.

### ΠΕΡΙΘΩΡΙΑ



**ΛΟΓΟΤΥΠΟ ΣΕ ΚΛΙΜΑΚΑ**

---

VYNO

VYNO

VYNO

VYNO

## ΧΡΩΜΑΤΙΚΗ ΠΑΛΕΤΑ

#072325



R 7    C 87  
G 35    M 63  
B 37    Y 64  
          K 71

#000000



R 0    C 75  
G 0    M 68  
B 0    Y 67  
          K 90

#490505



R 73    C 44  
G 5    M 88  
B 5    Y 79  
          K 68

**ΚΥΡΙΑ ΤΥΠΟΓΡΑΦΙΑ**

---

MARCELLUS SC

---

ABCDEFGHIJKLM  
NOPQRSTUVWXYZ

---

1234567890

MARCELLUS SC REGULAR

## ΔΕΥΤΕΡΕΥΟΥΣΑ ΤΥΠΟΓΡΑΦΙΑ

---

UBUNTU

---

abcdefghijklm  
nopqrstuvwxyz

---

1234567890

UBUNTU

---

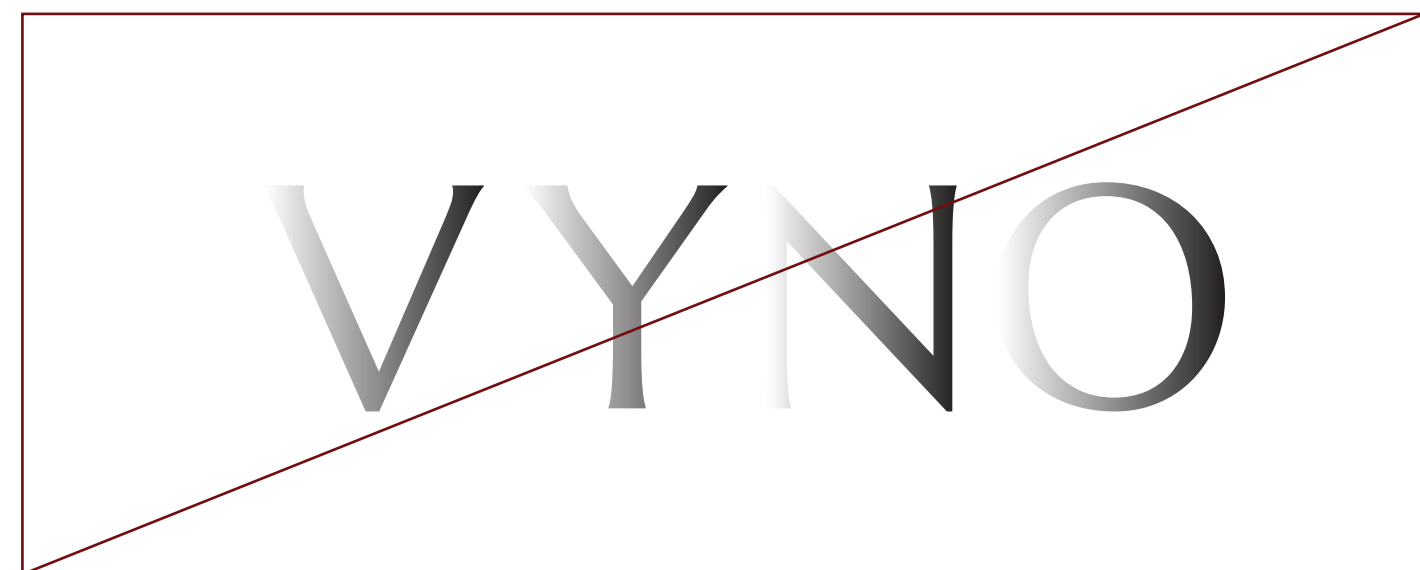
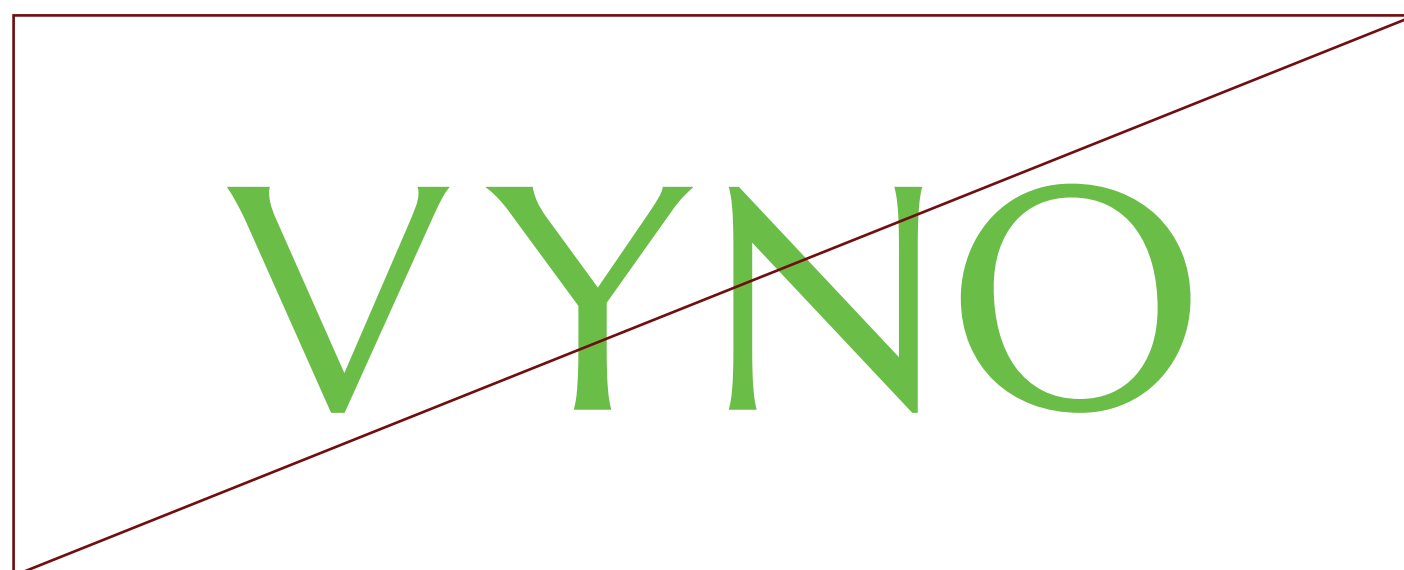
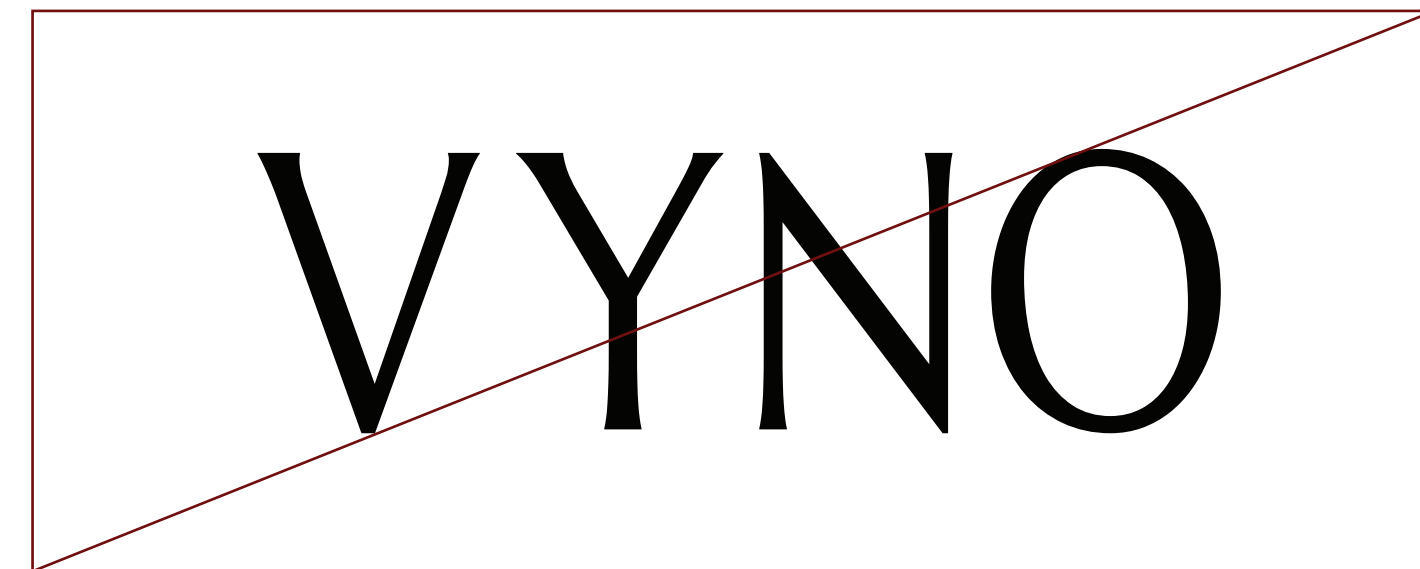
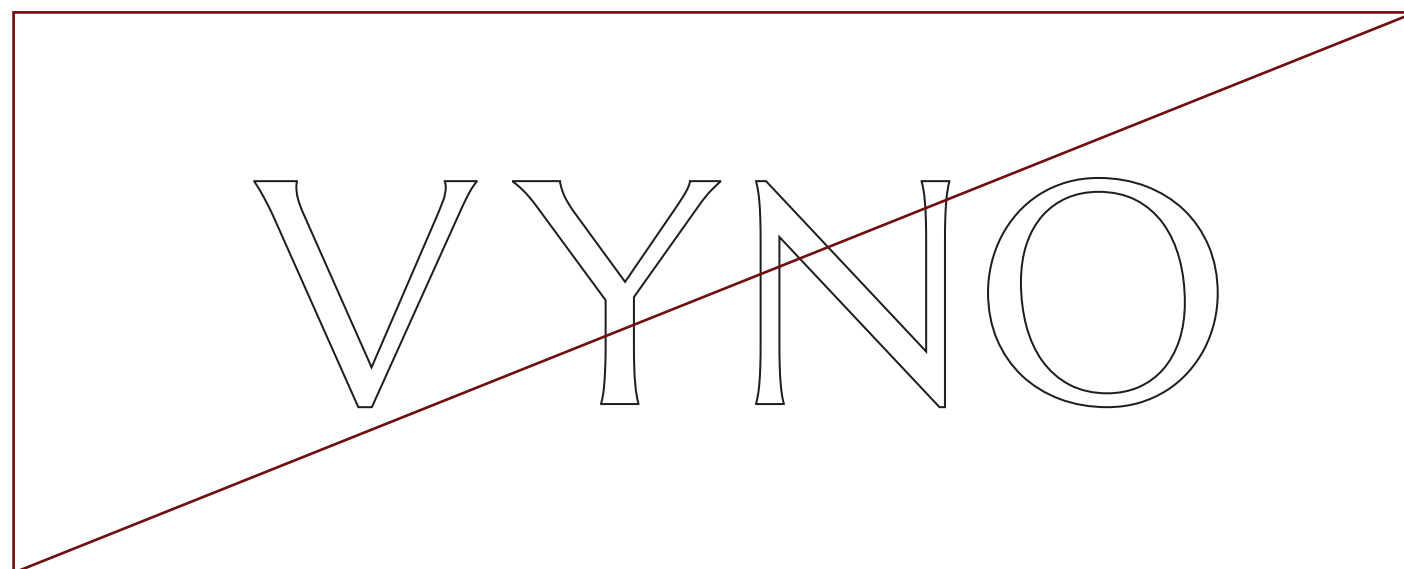
abcdefghijklm  
nopqrstuvwxyz

---

1234567890

UBUNTU REGULAR AND MEDIUM

## ΛΑΝΘΑΣΜΕΝΕΣ ΧΡΗΣΕΙΣ



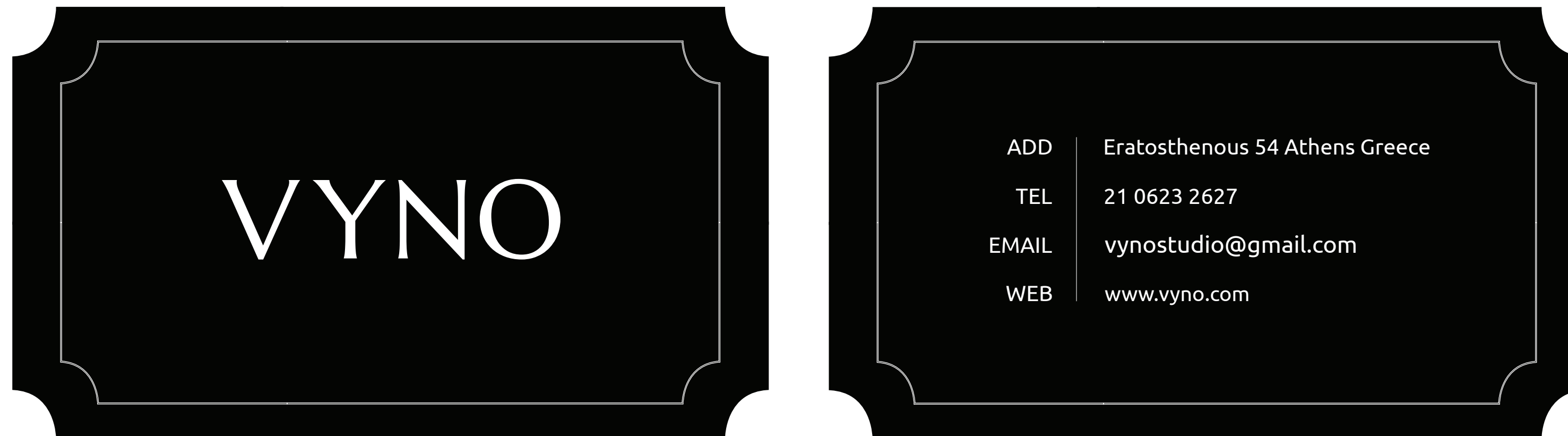


## ΕΠΙΜΕΡΟΥΣ ΓΡΑΦΙΣΤΙΚΑ ΣΟΙΧΕΙΑ



**ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ**

## ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΑΡΤΑ



## ΠΡΟΣΩΠΙΚΗ ΚΑΡΤΑ



VYNO

**John Winchester** CEO

ADD | Eratosthenous 54 Athens Greece  
TEL | +30 6970666003  
EMAIL | j\_winchester@gmail.com

# ΕΠΙΣΤΟΛΟΧΑΡΤΑ



VYNO

To  
John Winchester  
Founder and CEO  
Avenue Park, San Francisco  
California, CA  
Date  
20/01/2023

Dear John Winchester

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugait nulla facilisi.

Spanni ipsum dolor sit amet, cons ectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.

Morem dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.

Best regards,  
Rowena MacLeod  
Creative Director

Eratosthenous 54 Athens Greece  
TELL 21 0623 2627  
vynostudio@gmail.com  
www.vyno.com

Dear John Winchester

To  
John Winchester  
Founder and CEO  
Avenue Park, San Francisco  
California, CA  
Date  
20/01/2023

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugait nulla facilisi.

Spanni ipsum dolor sit amet, cons ectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.

Morem dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.

Best regards,  
Rowena MacLeod  
Creative Director

Eratosthenous 54 Athens Greece  
TELL 21 0623 2627  
vynostudio@gmail.com  
www.vyno.com

VYNO

To  
John Winchester  
Founder and CEO  
Avenue Park, San Francisco  
California, CA  
Date  
20/01/2023

Dear John

Lorem ipsum  
erat volutpat  
tation ullamcorper  
consequat

# ΦΑΚΕΛΟΣ



# LABELS



# LABELS





**PACKAGING**

## PACKAGING



## PACKAGING



## PLAN B ENVELOPE



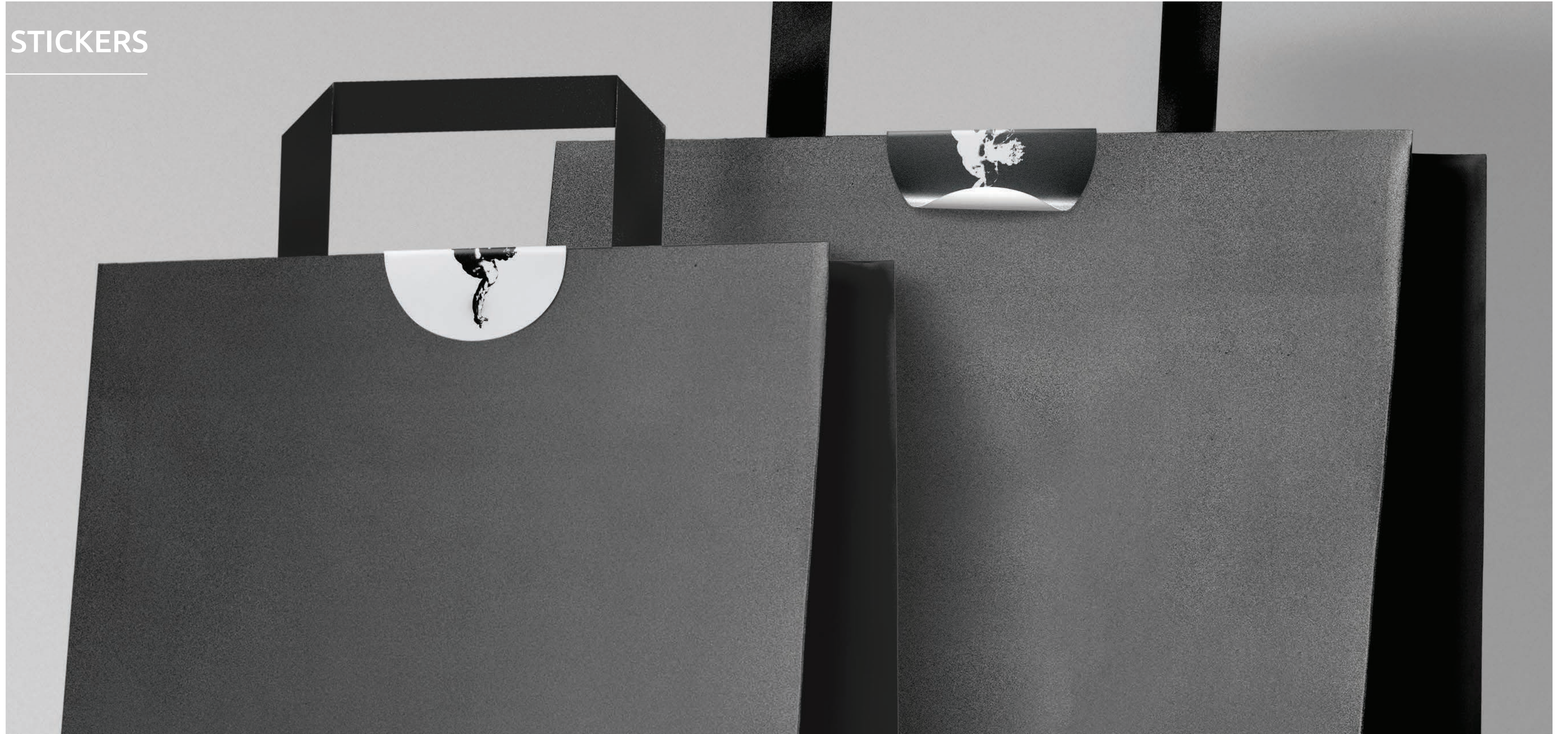
**SHOPPING BAG**

---



## STICKERS

---



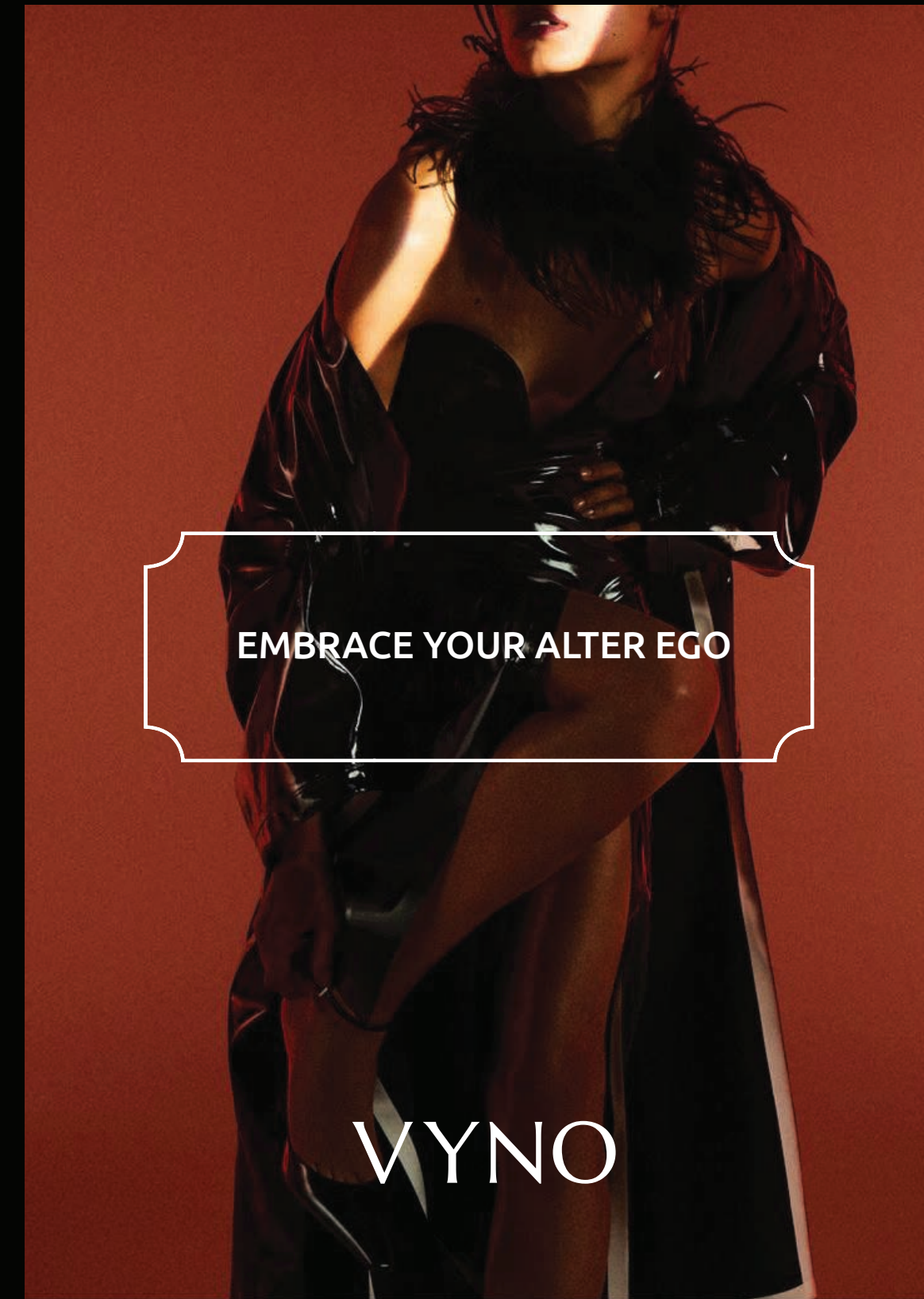
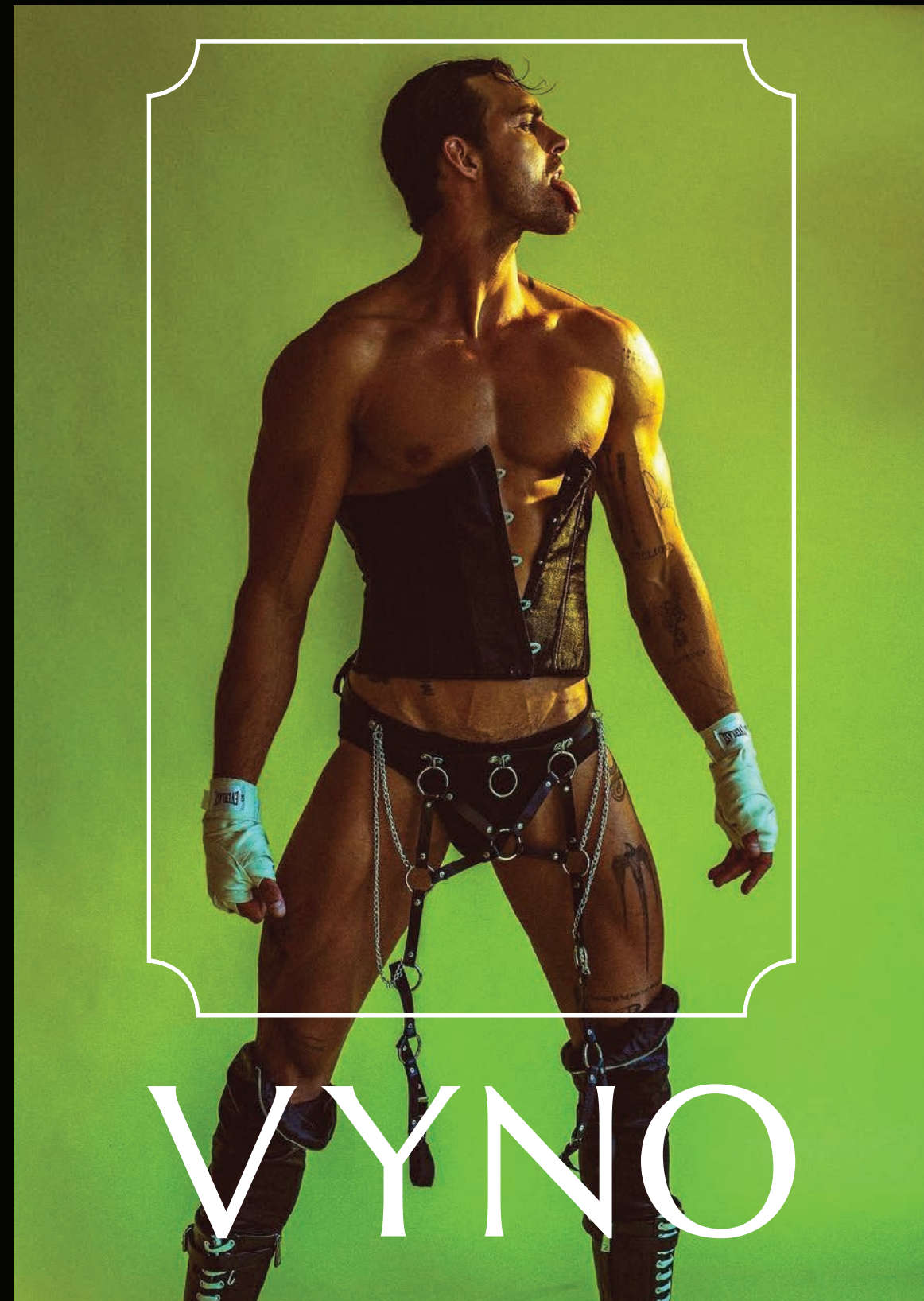
## KAPTA A5



**ΑΦΙΣΕΣ**



## ΑΦΙΣΕΣ



ΑΦΙΣΑ

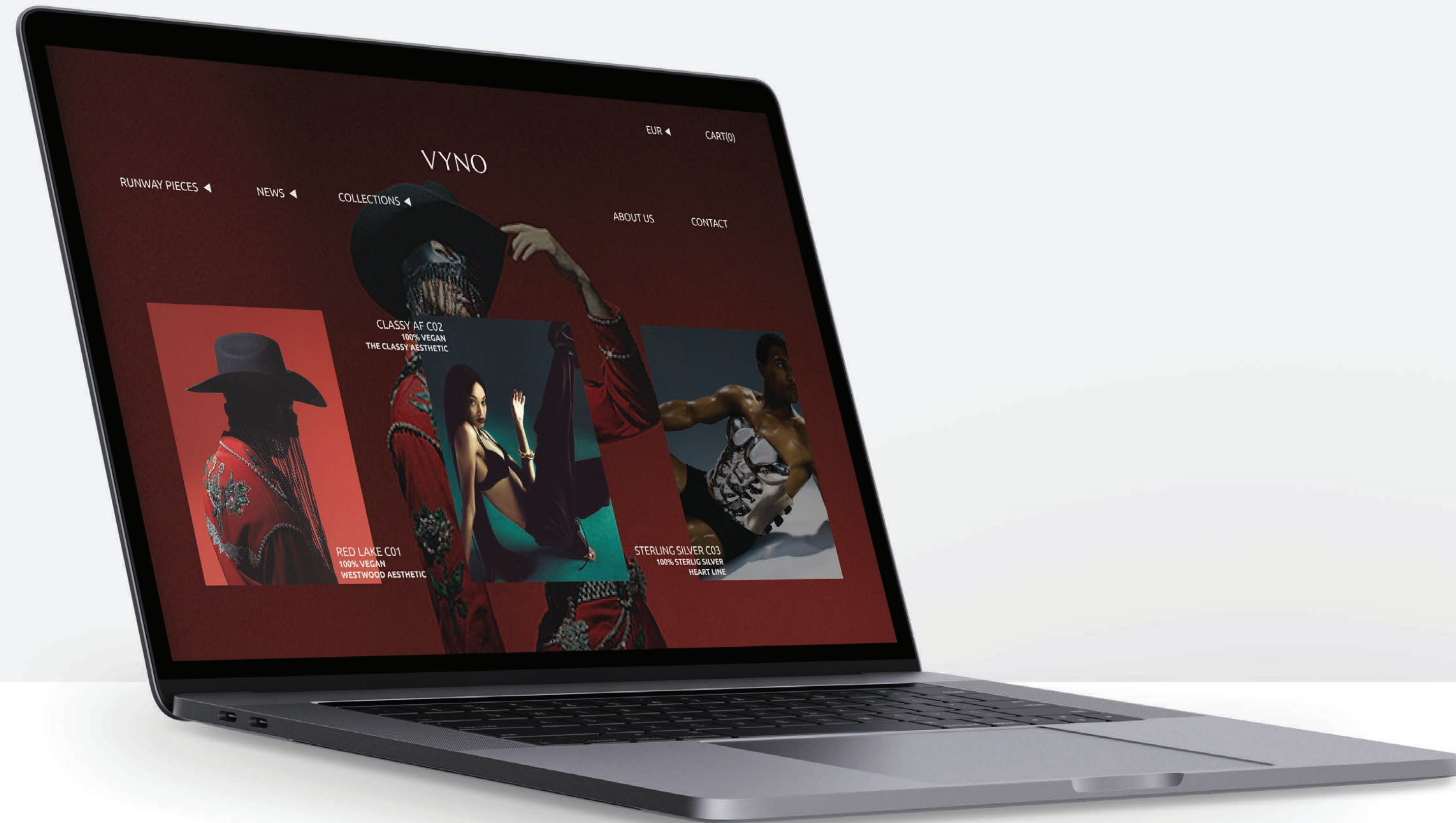


**WEB**

# WEBSITE



# WEBSITE



# INSTAGRAM



**ΚΑΤΑΣΤΗΜΑ**

## ΚΑΤΑΣΤΗΜΑ

---





**BITPINA**



VYNO

**THANK YOU**