



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ  
ΔΥΤΙΚΗΣ ΑΤΤΙΚΗΣ  
UNIVERSITY OF WEST ATTICA

ΣΧΟΛΗ ΕΦΑΡΜΟΣΜΕΝΩΝ ΤΕΧΝΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ  
ΤΜΗΜΑ ΓΡΑΦΙΣΤΙΚΗΣ ΚΑΙ ΟΠΤΙΚΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

FACULTY OF APPLIED ARTS AND CULTURE  
DEPARTMENT OF GRAPHIC DESIGN AND VISUAL COMMUNICATION

**ΠΑΣΑΔΑΚΗ ΑΛΕΞΑΝΔΡΑ**

A.M.: 15014

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

*Μελέτη της συσκευασίας μπαχαρικών*

Επιβλέπων Καθηγητής

**Dr Ευάγγελος Χατζηθεοδώρου**

Αναπληρωτής Καθηγητής, Πανεπιστημίου Δυτικής Αττικής

Αθήνα, Μάρτιος 2021



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ  
ΔΥΤΙΚΗΣ ΑΤΤΙΚΗΣ  
UNIVERSITY OF WEST ATTICA

ΣΧΟΛΗ ΕΦΑΡΜΟΣΜΕΝΩΝ ΤΕΧΝΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ  
ΤΜΗΜΑ ΓΡΑΦΙΣΤΙΚΗΣ ΚΑΙ ΟΠΤΙΚΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

FACULTY OF APPLIED ARTS AND CULTURE  
DEPARTMENT OF GRAPHIC DESIGN AND VISUAL COMMUNICATION

Εξεταστική επιτροπή:

**Dr Ευάγγελος Χατζηθεοδώρου**

Αναπληρωτής Καθηγητής  
Πανεπιστημίου Δυτικής Αττικής

**Dr Σοφία Μυτιληναίου**

Ακαδημαϊκός Υπότροφος  
Πανεπιστημίου Δυτικής Αττικής

**Ιωάννα Δελφίνο**

Ακαδημαϊκός Υπότροφος  
Πανεπιστημίου Δυτικής Αττικής



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ  
ΔΥΤΙΚΗΣ ΑΤΤΙΚΗΣ  
UNIVERSITY OF WEST ATTICA

ΣΧΟΛΗ ΕΦΑΡΜΟΣΜΕΝΩΝ ΤΕΧΝΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ  
ΤΜΗΜΑ ΓΡΑΦΙΣΤΙΚΗΣ ΚΑΙ ΟΠΤΙΚΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

FACULTY OF APPLIED ARTS AND CULTURE  
DEPARTMENT OF GRAPHIC DESIGN AND VISUAL COMMUNICATION

ΔΗΛΩΣΗ ΣΥΓΓΡΑΦΕΑ ΠΤΥΧΙΑΚΗΣ / ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

Η κάτωθι υπογεγραμμένη Αλεξάνδρα Πασαδάκη του Μιχαήλ, με αριθμό μητρώου 15014 φοιτήτρια του Πανεπιστημίου Δυτικής Αττικής της Σχολής “Εφαρμοσμένων Τεχνών και Πολιτισμού” του Τμήματος “Γραφιστικής και Οπτικής Επικοινωνίας”, δηλώνω υπεύθυνα ότι: «Είμαι συγγραφέας-σχεδιαστής αυτής της πτυχιακής 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».

Η Δηλούσα



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

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ  
**«Μελέτη συσκευασίας μπαχαρικών»**

ΠΑΣΑΔΑΚΗ ΑΛΕΞΑΝΔΡΑ

Επιβλέπων καθηγητής:  
Χατζηθεοδώρου Ευάγγελος

Αθήνα, Φεβρουάριος 2021



**Μέρος Α**  
Θεωρητικό υπόβαθρο



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

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ  
**«Μελέτη συσκευασίας μπαχαρικών»**

ΠΑΣΑΔΑΚΗ ΑΛΕΞΑΝΔΡΑ

Επιβλέπων καθηγητής:  
Χατζηθεοδώρου Ευάγγελος

Αθήνα, Φεβρουάριος 2021



# Περιεχόμενα

Περίληψη .....	5
Εισαγωγή.....	6
1. Ιστορία των μπαχαρικών.....	8
2. Ανάλυση συσκευασίας μπαχαρικών στην αγορά .....	11
2.1 Δομικός σχεδιασμός συσκευασίας μπαχαρικών στην αγορά .....	11
2.2 Brand.....	13
2.3 Τυπογραφία.....	14
2.4 Διάταξη και ιεραρχία πληροφοριών .....	15
2.5 Πίσω όψη .....	15
2.6 Φωτογραφίες και εικονογράφηση.....	16
2.7 Χρώμα .....	16
2.8 Σύμβολα .....	17
2.9 Φινιρίσματα και εφέ.....	18
3. Η πληροφόρηση του καταναλωτή .....	18
Συμπεράσματα .....	23
Βιβλιογραφία.....	24



## Περίληψη

Με βάση κάποιους ερευνητές ο όρος των «μπαχαρικών» προέρχεται από την πακιστανική λέξη «μπαχαρ». Υπάρχουν, όμως, και ερευνητές οι οποίοι θεωρούν ότι ο όρος αυτός αποτελεί αραβικής ή και τουρκικής προέλευσης και περιγράφει το σύνολο των αρωματικών μαγειρικών καρυκευμάτων.

Η ιστορία των μπαχαρικών ξεκινάει από πολύ παλιά, με τα μπαχαρικά να κάνουν την εμφάνισή τους ήδη από τους αρχαίους χρόνους και πολιτισμούς. Τα μπαχαρικά έδειχναν να αποτελούν συχνά αιτία πολέμου και συμφωνιών μεταξύ πολλών πολιτισμών. Μάλιστα κατά την περίοδο της της Ρωμαϊκής αυτοκρατορίας μέχρι και την πτώση της, τα μπαχαρικά ήταν διαθέσιμα προϊόντα μόνο στην ανώτερη τάξη και θεωρούνταν ισάξια με χρυσό.

Στις μέρες μας τα μπαχαρικά είναι διαθέσιμα σε όλον τον κόσμο, ανεξαρτήτως κοινωνικο-οικονομικής κατάστασης. Έτσι όποιος ενδιαφέρεται για τα μπαχαρικά μπορεί να τα συναντήσει σε διάφορα σημεία πώλησης όπως στα super market και στα καταστήματα με βιολογικά προϊόντα είτε συσκευασμένα είτε χύμα.

Τα συσκευασμένα προϊόντα διαφέρουν μεταξύ τους στο brand, στον δομικό σχεδιασμό, στη τυπογραφία, στη χρήση ή μη εικονογράφησης, φωτογραφίας, φινιρισμάτων και εφέ καθώς επίσης και στον τρόπο διαφοροποίησης των προϊόντων μεταξύ τους.

## Εισαγωγή

Τα τελευταία χρόνια παρατηρείται να υπάρχει μια μικρή σύγχυση γύρω από έννοια των μπαχαρικών Αν και πολλοί ερευνητές υποστηρίζουν ότι ο όρος «μπαχαρικά» προέρχεται από την πακιστανική λέξη «μπαχάρ», υπάρχουν κι ερευνητές που αναφέρουν πως όρος αυτός αποτελεί αραβικής ή και τουρκικής προέλευσης και περιγράφει το σύνολο των αρωματικών μαγειρικών καρυκευμάτων.

Ως μπαχαρικά θεωρούνται τμήματα κάποιων φυτών, τα οποία ανάλογα με είδος του φυτού μπορούν να είναι αποξηραμένα φύλλα, σπόροι, καρποί, ρίζες, άνθη, στήμονες, βολβοί ή φλοιοί. Τα μπαχαρικά παρέχουν τη δυνατότητα να χρησιμοποιηθούν στη μαγειρική και στη ζαχαροπλαστική είτε σε ολόκληρα κομμάτια, είτε επεξεργασμένα με τη μορφή σκόνης. Σύμφωνα με τον ελληνικό κώδικα τροφίμων και ποτών τα μπαχαρικά περιλαμβάνονται μέσα στις αρτυματικές ύλες και χάρη σε αυτές έχουν έντονο άρωμα και γεύση. Με την προσθήκη τους στα τρόφιμα βελτιώνεται η γεύση των φαγητών και των γλυκών. Το μεθυστικό αυτό άρωμα των μπαχαρικών προβάλλεται ήδη και από παλαιότερα χρόνια, καθώς δεν είναι λίγες οι αναφορές που υποστηρίζουν ότι, τα νησιά της Ανατολής αλλά και οι πόλεις του Δυτικού κόσμου έδειχναν να μοσχοβολούν όταν οι έμποροι ξεφόρτωναν το πολύτιμο με αυτά φορτίο.

Κάποιοι τα χαρακτηρίζουν ως «δώρα της Αφροδίτης», διότι με το άρωμα τους έχουν την δύναμη να ξυπνούν τα πάθη. Ο Δαβίας Ορέστης, ο οποίος είναι βιολόγος, συγγραφέας και ερευνητής των ιδιοτήτων των φυτών αναφέρει ότι το άρωμα, η γεύση, καθώς και οι αντιδράσεις που προκαλούν τα μπαχαρικά στον άνθρωπο οφείλονται κυρίως στα αιθέρια έλαια, που περιέχουν και προτείνει να χρησιμοποιούνται άφοβα γιατί εκτός από τον φαγητό και τον έρωτα, ανοίγουν την όρεξη και μαζί ξυπνούν την επιθυμία. Η πικάντικη γεύση τους οφείλεται κυρίως σε αιθέρια έλαια και σε ρητινώδης ουσίες, οι οποίες προέρχονται από αυτά.

Παρ' όλ' αυτά απαγορεύεται τα μπαχαρικά να χρησιμοποιηθούν σε τρόφιμα, που έχουν αλλοιωθεί με τον καιρό, απλά για να καλυφθεί η δυσάρεστη οσμή και η γεύση τους.



## 1. Ιστορία των μπαχαρικών

Η ιστορία των μπαχαρικών ξεκινάει από πολύ παλιά, από τότε που υπάρχει ο ανθρώπινος πολιτισμός. Τα μπαχαρικά ένωσαν διάφορους λαούς και πολιτισμούς. Για χάρη τους ξέσπασαν πόλεμοι, που αφορούν άμεσα την άνοδο και την κάθοδο αυτοκρατοριών. Έγιναν η αιτία προκειμένου να υπογραφούν διακριτικές συνθήκες και εμπορικές συμφωνίες, σχηματίζοντας τις σχέσεις των ισχυρών εθνών αλλά και τις διεθνείς ισορροπίες. Ήταν η αφορμή ανταλλαγής θρησκευτικών πεποιθήσεων και παραδόσεων μεταξύ λαών. Με αυτόν τον τρόπο τα μπαχαρικά έδωσαν τις δικές τους πινελιές στην εξέλιξη της ανθρωπότητας.

Οι πρώτες αναφορές γύρω από τα μπαχαρικά παρατηρούνται να γίνονται σε κείμενα και τοιχογραφίες πρώιμων πολιτισμών. Τα ιερογλυφικά στην Μεγάλη πυραμίδα μαρτυρούν ότι οι εργάτες κατά την αρχαιότητα έτρωγαν σκόρδο και κρεμμύδια προκειμένου να αποκτήσουν δύναμη. Ακόμα και η βίβλος των βασιλέων αναφέρει, ότι η βασίλισσα Σαββά παραχωρούσε μπαχαρικά, χρυσό και άλλους πολύτιμους λίθους στον βασιλιά Σολομώντα.

Το 400 π.Χ. ο πατέρας της Ιατρικής Ιπποκράτης ξεκινάει να γράφει συνταγές φαρμάκων με μπαχαρικά τις οποίες τυγχάνει να χρησιμοποιούμε ακόμα και σήμερα. Στους πρώτους ολυμπιακούς αγώνες το 1253 π.Χ. τα στεφάνια, που φορούσαν οι ολυμπιονίκες ήταν φτιαγμένα από μαϊντανό.

Η χρήση των μπαχαρικών επεκτάθηκε από την Μέση Ανατολή προς την Ευρώπη και την Ανατολική Μεσόγειο. Όσο μεγάλωνε η Ρωμαϊκή αυτοκρατορία αναπτύχθηκε και η ιστιοπλοΐα για την μεταφορά των μπαχαρικών από την Αίγυπτο προς την Ινδία. Το ταξίδι αυτό διαρκούσε δύο χρόνια μέχρι να φτάσουν τα μπαχαρικά στον Ινδικό Ωκεανό αλλά με την βοήθεια ανέμων το ταξίδι ήταν πιο εύκολο. Κατά την περίοδο της Ρωμαϊκής αυτοκρατορίας τα μπαχαρικά ήταν διαθέσιμα στην ανώτερη τάξη και ήταν ίσης αξίας με τον χρυσό.. Μετά την κατάρρευση της όμως η χρήση και η εμπορία τους μειώθηκε.



*Η πορτογαλική κατάκτηση της Κεϋλάνης*

Περίπου το 80 π.Χ. το σημαντικότερο κέντρο διεθνούς εμπορίου διακίνησης μπαχαρικών παγκοσμίως κατά την περίοδο της Ρωμαϊκής αυτοκρατορίας ήταν η Αλεξάνδρεια της Αιγύπτου. Τα μπαχαρικά κατέφθαναν από την Ινδία, μέσω της Αραβίας και της Ερυθράς θάλασσας, στην Ελλάδα και στην Ευρώπη.

Οι Κινέζοι ήταν επίσης ένα λαός, ο οποίος εμπορευόταν μπαχαρικά με την Κεϋλάνη και τα νησιά των Μπαχαρικών, που βρίσκονταν στην Ινδία, διασχίζοντας το Μαλαϊκό αρχιπέλαγος. Το σύμπλεγμα των ηφαιστειογενών νησιών Μπάντα κατείχε σημαντική θέση στο εμπόριο των μπαχαρικών, διότι κάποτε ήταν η μόνη πηγή παραγωγής μοσχοκάρυδου.

Το εμπόριο των μπαχαρικών ξεκίνησε πάλι να αυξάνεται κατά των Μεσαίων με κύριο λόγο την ανάπτυξη του παγκόσμιου εμπορίου. Τα πιο διαδεδομένα μπαχαρικά εκείνης της εποχής κατέφταναν από την Κίνα, την Ινδία και την Ινδονησία. Από το 3000 π.Χ. μέχρι και τους πρώτους μεταχριστιανικούς αιώνες οι Άραβες ήταν κυρίαρχοι στην διακίνηση των μπαχαρικών και των βοτάνων από τις Ανατολικές χώρες.

Το διεθνές εμπόριο ήταν και η κύρια αιτία για την ανάπτυξη της πειρατείας. Η Βενετία κατά τον 13<sup>ο</sup> αι. υπήρξε η πιο ισχυρή εμπορική δύναμη και μεγάλο ποσοστό του πλούτου της προερχόταν από την διακίνηση μπαχαρικών. Σε αυτό το γεγονός σημαντικό ρόλο έπαιξε ο Μάρκο Πόλο με την εξερεύνηση της Ασίας (1254- 1324). Είχε ισχυρούς δεσμούς με τους Άραβες, οι οποίοι της παρέδωσαν το μονοπώλιο του Ευρωπαϊκού εμπορίου με τις ανατολικές χώρες στις αρχές του 13<sup>ου</sup> αιώνα.

Παράλληλα Ισπανοί και Πορτογάλοι αναζητούσαν δικούς τους εμπορικούς δρόμους. Ο πορτογάλος Βάσκο ντα Γκάμα έφτασε από την Καλκούτα της Ινδίας στο ακρωτήριο της καλής ελπίδα με πιπέρι, τζίντζερ, κανέλα, αλλά και αρκετά κοσμήματα. Οι Πορτογάλοι κατέκτησαν τον τίτλο των Ευρωπαίων, που έφθασαν στα νησιά Μπάντα, 40 χρόνια μετά την άφιξη τους στα νησιά των μπαχαρικών (1471 μ.Χ.).

Η μετάβαση από τον Μεσαίωνα στην Αναγέννηση σηματοδοτήθηκε από έντονες ναυτικές συγκρούσεις ανάμεσα σε χώρες για την κυριαρχία διακίνησης των μπαχαρικών.

Κατά τον 15<sup>ο</sup> αιώνα, την περίοδο της Αναγέννησης ξέσπασε πόλεμος για την κυριαρχία του εμπορίου ανάμεσα στους Ισπανούς, Πορτογάλους, Άγγλους, Ολλανδούς.. Πλέοντας παραλιακά της Νότιας Αφρικής οι Πορτογάλοι έφτασαν στην Ανατολή. Το 1519 ο Φερδινάνδος Μαγγελάνος προσπάθησε να ανακαλύψει τα νησιά των μπαχαρικών κάνοντας ταξίδι το γύρο του κόσμου. Ο ίδιος πέθανε το 1521 στον πόλεμο των Μακτάν στις Φιλιππίνες, αλλά οι επιζώντες του πολέμου επέστρεψαν με μεγάλες ποσότητες πιπεριού και άλλων μπαχαρικών.

Η Ολλανδία, η οποία ελέγχει την ναυτιλία κατά τον 16<sup>ο</sup> αιώνα κατάφερε μέχρι το τέλος του 17<sup>ου</sup> αιώνα να ελέγχει και το εμπόριο των μπαχαρικών. Έτσι ιδρύθηκε η ολλανδική εταιρεία Ανατολικών Ινδών το 1602 μ.Χ. , η οποία είχε ως στόχο να δημιουργήσει εμπορικούς δεσμούς μεταξύ πολλών χωρών και πριγκιπάτα αλλά και να φτιάξει δικές του εμπορικές βάσεις. Το 1799 μ.Χ. η Ολλανδία έχασε το μονοπώλιο των μπαχαρικών μετά την απόφαση της Αγγλίας και της βασίλισσας Ελισάβετ να εμπλακούν στο εμπόριο των μπαχαρικών. Στο 2<sup>ο</sup> αιώνα μετά τον Β παγκόσμιο πόλεμο το κέντρο μεταφοράς των μπαχαρικών έγινε το Λονδίνο, ενώ στα τέλη του 20<sup>ου</sup> αιώνα την σκυτάλη την πήρε η Νέα Υόρκη κάνοντας τις ΗΠΑ πρώτες στο εμπόριο των μπαχαρικών, παίρνοντας προϊόντα από την Ινδία, η οποία εξακολουθεί να είναι μέχρι και σήμερα η πρώτη χώρα στη παραγωγή τους.

Στην σημερινή εποχή τα μπαχαρικά δεν ανήκουν μόνο στους λίγους αλλά χρησιμοποιούνται ευρύτατα σε όλες τις κουζίνες. Γνωστές πλέον για το εμπόριο των μπαχαρικών είναι η Καζαμπλάνκα, το Μαρακές, η αγορά της Ρώμης, στο Αλ χαλίλ και στο Ασουάν της Αιγύπτου καθώς και στο Καπαλί Τσαρσί της Κωνσταντινούπολης, όπου τα αρώματα των μπαχαρικών πλανεύονται παντού και ξυπνούν όλες τις αισθήσεις.

## 2. Ανάλυση συσκευασίας μπαχαρικών στην αγορά

Με μία μόνο επίσκεψη στο super market μπορεί να διαπιστώσει κανείς πόσα διαφορετικά brand και πόσες διαφορετικές συσκευασίες υπάρχουν στο ράφι με τα μπαχαρικά. Αυτή η ποικιλία προέρχεται από το πλήθος των επιλογών που έχει ο καταναλωτής στην διάθεση του για μια μορφή συσκευασίας, όπως είναι τα μπουκάλια, τα οποία περιλαμβάνουν μεγάλη γκάμα μεγεθών, σχεδίων, φινιρισμάτων και χρωμάτων. Σε κάποιες άλλες περιπτώσεις το πλήθος αυτό των επιλογών προκύπτει από το εύρος των λύσεων για συσκευασίες, οι οποίες έχουν δημιουργηθεί για μεταφορά, αποθήκευση, προβολή και επίδειξη ενός προϊόντος. Η ποικιλία των μπαχαρικών μπορεί να εμπεριέχει διαφοροποιήσεις στο υλικό δημιουργίας, στο σχήμα, στο μέγεθος, στο χρώμα, στην εταιρεία παραγωγής και στο γενικότερο σχεδιασμό.

### 2.1 Δομικός σχεδιασμός συσκευασίας μπαχαρικών στην αγορά

Αρχικά θα παρατηρήσουμε ότι σε μία εταιρεία δεν υπάρχει μόνο ένα είδος συσκευασίας. Οι πιο σύνηθες συσκευασίες που θα δούμε για τα μπαχαρικά είναι η χάρτινη συσκευασία, η πλαστική συσκευασία, η γυάλινη συσκευασία και η τσίγκινη.

- **Χάρτινη συσκευασία:** Στο υλικό της χάρτινης συσκευασίας θα παρατηρήσουμε και τις περισσότερες διαφοροποιήσεις σε ότι αφορά το σχήμα και το μέγεθος. Θα συναντήσουμε συσκευασίες μπαχαρικών να είναι σε σχήμα κύβου, παραλληλόγραμμου, σε σχήμα σπιτάκι, τρίγωνο αλλά και πολύγωνο. Επίσης οι χάρτινες συσκευασίες μπορεί να είναι άλλοτε οριζόντιες και άλλοτε κάθετες. Διαφορές παρατηρούνται και στο μέγεθος των συσκευασιών αυτών, καθώς μπορεί να έχουν μεσαίο, μικρό και αρκετά μικρό μέγεθος.



Χάρτινη συσκευασία

Επιπλέον κάποιες χάρτινες συσκευασίες διαθέτουν μια τρύπα η οποία καλύπτεται από μια ειδική μεμβράνη για να φαίνεται το μπαχαρικό που βρίσκεται στο εσωτερικό της. Πολλές φορές, επειδή η χάρτινη συσκευασία μπορεί να εμπεριέχει στο εσωτερικό της ένα πλαστικό σακουλάκι που να περιλαμβάνει το μπαχαρικό, η τρύπα αυτή παραμένει ακάλυπτη.

Ακόμα θα παρατηρήσουμε διαφορά στο είδος χαρτιού και χαρτονιού από το οποίο αποτελείται μία συσκευασία. Το χαρτί και το χαρτόνι της χάρτινης συσκευασίας δύναται να είναι ματ, γυαλιστερό, χοντρό ή λεπτό. Όλα εξαρτώνται από τις προϋποθέσεις προστασίας του μπαχαρικού αλλά και από το εκάστοτε Brand.

- **Γυάλινες συσκευασίες:** Η γυάλινη συσκευασία θεωρείται ότι δίνει ένα κύρος στο προϊόν. Εδώ οι διαφοροποιήσεις σε ότι αφορά το σχήμα δεν είναι και πάρα πολλές . Οι περισσότερες γυάλινες συσκευασίες είναι γυάλινα μπουκάλια ή γυάλινα βαζάκια. Επίσης μπορεί να έχουν σωληνοειδής μορφή, φαρδιά ή στενή. Οι διαφορές στις γυάλινες συσκευασίες παρατηρούνται κυρίως στο μέγεθος και στο ύψος., αλλά και στο πάχος που περιλαμβάνουν, καθώς αυτό μπορεί να είναι πλαστικό, σιδερένιο ή να είναι με τη μορφή μύλου.



*Γυάλινη συσκευασία*

- **Τσίγκινη συσκευασία:** Η τσίγκινη συσκευασία δεν διαφέρει από την γυάλινη. Αντιθέτως η τσίγκινη συσκευασία τυχάνει να είναι πιο περιορισμένη, αφού τις περισσότερες φορές την συναντάμε στο ίδιο μέγεθος και με το ίδιο πάχος.



*Τσίγκινη συσκευασία*

- **Πλαστική συσκευασία:** Η πλαστική συσκευασία θεωρείται από τις πιο φτηνές συσκευασίες των μπαχαρικών. Σε αυτή την κατηγορία περιλαμβάνονται δύο είδη συσκευασίας το πλαστικό σακουλάκι και το πλαστικό βαζάκι. Και τα δύο διαφέρουν στο φάρδος και στο μέγεθος ανάλογα με την εταιρεία. Το πλαστικό βαζάκι σε αντίθεση με το γυάλινο περιλαμβάνει τις περισσότερες φορές το ίδιο πόμα.



*Πλαστική συσκευασία*

## 2.2 Brand

Μέσα από τον σχεδιασμό μιας συσκευασίας πρέπει να αναδειχθεί και το όνομα του brand προκειμένου οι καταναλωτές να μπορούν να το αναγνωρίζουν κατά την αξιολόγηση του προϊόντος και να είναι η τελική τους επιλογή.

Παρατηρούμε στις συσκευασίες ότι η αξία και η προσωπικότητα του brand επικοινωνούνται στον καταναλωτή με διάφορα μέσα, όπως με την εσώγλυφη ή την ανάγλυφη συσκευασία, με τα ειδικά εφέ όπως είναι το βερνίκι ή τα ελάσματα, αλλά και με την τοποθέτηση του branding σε ενδιαφέρουσες σχέσεις προς τη φυσική συσκευασία.

Η ανάδειξη του κάθε brand για να ξεχωρίσει από τα υπόλοιπα γίνεται με το δικό του τρόπο χωρίς όμως να ξεφεύγει από τους κανόνες της αντίστοιχης εταιρείας. Ο πιο σύνηθες τρόπος που χρησιμοποιείται για να ξεχωρίσει το brand ανάμεσα στα υπόλοιπα, αλλά και με τα χαρακτηριστικά μιας άλλης συσκευασίας είναι η εναλλαγή του μεγέθους. Όπως παρατηρούμε στις περισσότερες περιπτώσεις είναι το πιο μεγάλο αλλά και με την ανάλογη αισθητική της κάθε εταιρείας. Όποια επιλογή, όμως, κι αν έχει διαλέξει ο σχεδιαστής, έχει λειτουργήσει με τέτοιο τρόπο, ώστε να ισορροπεί με τον υπόλοιπο σχεδιασμό της εκάστοτε εταιρείας και συσκευασίας.



*Brand*



## 2.3 Τυπογραφία

Παρατηρώντας τις ήδη υπάρχουσες συσκευασίες μπαχαρικών στα καταστήματα πώλησης διαπιστώνεται ότι δεν υπάρχει ένα συγκεκριμένο είδος τυπογραφίας που χρησιμοποιείται αλλά ποικίλες. Η τυπογραφία αποτελεί ένα μέσο διάχυσης πληροφοριών, καθώς ενημερώνει τον καταναλωτή για το όνομα του προϊόντος, την περιγραφή του, τις οδηγίες χρήσης του, τις προειδοποιήσεις ασφαλείας, τις πληροφορίες για τη φροντίδα του καταναλωτή, τις λεπτομέρειες ιδιοκτησίας και για όλα τα άλλα στοιχεία που χρειάζεται μία συσκευασία τροφίμων. Όλες αυτές οι πληροφορίες πρέπει να υπάρχουν πάνω στη συσκευασία τροφίμων με τέτοιο τρόπο προκειμένου να είναι ευανάγνωστες προκειμένου να έχει τη δυνατότητα ο καταναλωτής να τις διαβάσει και να τις καταλάβει. Έτσι παρατηρείται ότι σε αρκετές συσκευασίες ο σχεδιαστής έχει επιλέξει να χρησιμοποιήσει είτε μία είτε περισσότερες γραμματοσειρές για να συμπεριλάβει πάνω στη συσκευασία αυτές πληροφορίες. Η επιλογή της γραμματοσειράς εξαρτάται από διάφορους παράγοντες όπως το μέγεθος του πακέτου, το πλήθος των πληροφοριών και τη μέθοδο του τυπώματος.

Επίσης επειδή σε κάποιες συσκευασίες υπάρχει και δεύτερη γλώσσα ο σχεδιαστής έχει επιλέξει μία γραμματοσειρά που μπορεί να διαβαστεί σε πολύ μικρές στιγμές. Η χρήση οποιασδήποτε γραμματοσειράς δύναται να κάνει την συσκευασία πιο κλασική, σύγχρονη ή λειτουργική.

Ακόμα παρατηρούμε ότι ο σχεδιαστής έχει αποφασίσει να ξεχωρίσει το ένα μπαχαρικό από το άλλο ή το ένα brand από το άλλο με δύο διαφορετικούς τρόπους 1) με τη χρήση της ίδιας γραμματοσειράς αλλά με διαφορετικό χρώμα μέγεθος βάρος ή φινίρισμα η εφέ με τη χρήση διαφορετικής γραμματοσειράς, 2) με ή χωρίς τη χρήση διαφορετικού χρώματος μέγεθος βάρος του.



*Τυπογραφία*

## 2.4 Διάταξη και ιεραρχία πληροφοριών

Πάνω σε κάθε συσκευασία μπαχαρικών υπάρχουν πληροφορίες άλλες σε μεγαλύτερο και άλλες σε μικρότερο βαθμό. Οι πληροφορίες αυτές είναι το brand, η ονομασία, η παραλλαγή προϊόντος, τα στοιχεία και τα οφέλη, τα βάρη, τα μέτρα και τα λοιπά. Ο σχεδιαστής υποχρεούται να τοποθετήσει τις πληροφορίες που επιβάλλονται από τη νομοθεσία για την προστασία του καταναλωτή αλλά και αυτές που ανταποκρίνονται στις ανάγκες του ιδιοκτήτη του brand, προκειμένου να βεβαιωθεί ότι οι καταναλωτές κατανοούν το προϊόν και πώς αυτό ικανοποιεί τις προϋποθέσεις του.

Οι σχεδιαστές προσπαθούν με διακριτό τρόπο να αναγράψουν και να υποστηρίξουν την πρόταση του κάθε brand προκειμένου να βοηθήσει τους καταναλωτές να επιλέξουν το προϊόν που επιθυμούν. Οι ίδιοι ιεραρχούν τις πληροφορίες πάνω στη συσκευασία διαχωρίζοντας τα κεντρικά από τα περιφερειακά μηνύματα και ξεχωρίζοντας τα με την επιλογή της τυπογραφίας, του τοπογραφικού βάρους, με το χρώμα και άλλα γραφικά μέσα όπως πάνελ, σύμβολα, εικόνες, μπάρες έτσι ώστε να οδηγείται το βλέμμα του καταναλωτή στις αντίστοιχες πληροφορίες. Σε όλα αυτά έχει φροντίσει να υπάρχει ισορροπία.



Διάταξη και ιεραρχία πληροφοριών

## 2.5 Πίσω όψη

Παρατηρώντας τις συσκευασίες συνειδητοποιώ, ότι ο σχεδιαστής στις περισσότερες συσκευασίες δεν έχει δώσει την ίδια προσοχή στην πίσω όψη όπως έχει δώσει στην μπροστινή, στο βάρος των γραμματοσειρών, στις βασικές γραμμές, στα χρώματα και στις εικόνες. Αυτό είναι κάτι που πρέπει να ανατραπεί καθώς ο καταναλωτής πάντα γυρνάει την πίσω όψη μιας συσκευασίας για να μάθει πληροφορίες σχετικά με το προϊόν και τη χρήση



Πίσω όψη



του. Η πίσω όψη μίας συσκευασία συμπληρώνει την ιστορία ενός brand, του προϊόντος και αναφέρει σημαντικές πληροφορίες για το προϊόν και την ασφάλεια του καταναλωτή.

## 2.6 Φωτογραφία και εικονογράφηση

Η φωτογραφία πάνω σε μία συσκευασία αποτελεί το συνδυαστικό κύκλο ανάμεσα σε συσκευασία και το προϊόν, καθώς είναι άμεση, δυνατή και διαρκής. Εικονοποιεί την κεντρική πρόταση του σχεδιαστή και την επικοινωνεί γρήγορα και αποτελεσματικά. Έχει διακριτό ρόλο στο να προσελκύει και να διατηρεί την προσοχή του καταναλωτή αλλά και με αυτό τον τρόπο διαφοροποιείται το ένα brand από το άλλο.

Η φωτογραφία του μπαχαρικού παρατηρείται στις περισσότερες συσκευασίες της αγοράς. Χρησιμοποιείται για να αναδείξει το προϊόν, τη χρήση του και για να δείξει τα οφέλη του. Δεν είναι όλες οι φωτογραφίες ίδιες. Κάποιες φωτογραφίες είναι έγχρωμες, άλλες ασπρόμαυρες και η κάθε μία έχει διαφορετικό στυλ, περιεχόμενο και διαφορετική επεξεργασία εικόνας.

Εκτός από φωτογραφίες πάνω σε συσκευασίες παρατηρούμε και εικονογραφήσεις οι οποίες συνήθως κάνουν μία συσκευασία συντηρητική, με σύγχρονη και υψηλή τέχνη που συχνά αυτά χάνονται σε μία φωτογραφία. Συναντάμε εικονογραφήσεις με ποικίλες υφές και μεθόδους και αυτό είναι και κάτι που διαφοροποιεί το ένα brand από το άλλο.

## 2.7 Χρώμα

Το χρώμα αποτελεί βασικό στοιχείο πάνω στις συσκευασίες μπαχαρικών και έχει πολλαπλό ρόλο. Αρχικά μπορεί να χρησιμοποιηθεί ως μέρος της ταυτότητας ενός brand βοηθώντας τον καταναλωτή να ξεχωρίσει το ένα brand από το άλλο.



Φωτογραφία και εικονογράφηση



Χρώμα

Επίσης γίνεται και διαχωρισμός μεταξύ των μπαχαρικών, καθώς με την χρήση ενός συγκεκριμένου χρώματος για κάθε μπαχαρικό και την συνεχή επανάληψη του μπορεί να οδηγήσει τον καταναλωτή στην άμεση επιλογή του χωρίς να ψάχνει στα ράφια. Στη συγκεκριμένη περίπτωση η κωδικοποίηση του χρώματος μπορεί να θεωρηθεί ένας από τους πιο βοηθητικούς τρόπους διαφοροποίησης προϊόντων


Επιπλέον ένα χρώμα χρησιμοποιείται για να διαφοροποιήσει σε μία εταιρεία τις κατηγορίες των προϊόντων που περιλαμβάνει, δηλαδή τους μύλους από τα υπόλοιπα προϊόντα ή τις καινούριες σειρές συσκευασίας από τις παλιές.

## 2.8 Σύμβολα

Πάνω στις συσκευασίες μπαχαρικών παρατηρείται ότι υπάρχουν κάποια σύμβολα τα εκτός από ότι μπορεί να διαφοροποιούνται ένα προϊόν από το άλλο αποκαλύπτουν ή επεξηγούν χαρακτηριστικά ενός προϊόντος αλλά και τα οφέλη του δίνοντας τη δυνατότητα στους καταναλωτές να αξιολογήσουν ένα μπαχαρικό και να καλύπτει τις ανάγκες τους να το επιλέξουν.

Επίσης τα σύμβολα και οι εικόνες λειτουργούν ως συνοδευτικά μέσα στις οδηγίες χρήσης είτε βοηθώντας τις γραπτές οδηγίες είτε λειτουργώντας από μόνα τους. Επιπλέον σε κάποιες συσκευασίες που υπάρχουν πάνω από μία γλώσσες χρησιμοποιούνται για τη διαφοροποίηση της γλώσσας προκειμένου οι καταναλωτές κοιτώντας το πίσω μέρος της συσκευασίας να μπορούν να εντοπίσουν πιο γρήγορα τη γλώσσα που επιθυμούν (σημαίες ή τα αρχικά μιας χώρας).

Ακόμη τα σύμβολα και οι εικόνες φανερώνουν πληροφορίες για το περιβάλλον, την καταλληλότητα του προϊόντος, τις προειδοποιήσεις για ανακυκλώσιμα υλικά, την καταλληλότητα ενός προϊόντος για ορισμένες ομάδες, όπως χορτοφάγοι και για

	Estimated sign shows that the product is filled using "average fill system"		CE marking Conformity to the requirements of the applicable EC directives
	Recycling symbol for recyclable materials		Euro leaf Organic product logo for food produced in EU countries
	Tidyman Dispose of this carefully and thoughtfully		Identification mark. Identifies the processing establishment that produced and packaged food products
	Der Grüne Punkt Recover and recycling system		Food safe symbol
	Plastic materials recycling codes		Not suitable for children under 3 years
	Aluminum recycling symbol		Expiration date
	Material not disposable in dust bin		PAO - period after opening How long the product is good for, after it's been opened
	Fairtrade mark Product manufacturing meets the internationally-agreed social, environmental and economic Fairtrade Standards		Further information Indication to look for it in the packaging
	FSC - Forest Stewardship Council Identifies wood or paper components that come from responsibly managed forests		Flammable
	PETA Bunny - Leaping Bunny Cruelty-free products produced without testing on animals		Harmful products
	Food suitable for vegetarians		Add hot or boiling water

Σύμβολα

αλλεργιογόνα. Τέλος υπάρχουν σύμβολα που προειδοποιούν τους καταναλωτές αν είναι εύφλεκτο ή επιβλαβές για τον ίδιο η το περιβάλλον. Όλες αυτές οι πληροφορίες που δίνονται είναι αναγκαίο να είναι ευδιάκριτες και ευανάγνωστες.

## 2.9 Φινιρίσματα και εφέ

Σε κάποιες συσκευασίες οι σχεδιαστές είχαν χρησιμοποιήσει φινιρίσματα και εφέ όπως βερνίκια, διαχωρισμοί σε φύλλα, εσώγλυφα και ανάγλυφα κοπτικά. Και αυτό ήταν ένας τρόπος να διαφοροποιείται το κάθε brand και να ξεχωρίζει από τα υπόλοιπα, έτσι ώστε να τραβήξει το βλέμμα του καταναλωτή και να γίνει η τελική επιλογή του.



Φινιρίσματα και εφέ

## 3. Η πληροφόρηση του καταναλωτή

Η πληροφόρηση του καταναλωτή σχετικά με το προϊόν που πρόκειται να αγοράσει αποτελεί επίσης μία σημαντική λειτουργία της συσκευασίας. Έτσι, πάνω στη συσκευασία των τροφίμων αναγράφονται, είτε για νομοθετικούς είτε για διαφημιστικούς λόγους ένα πλήθος πληροφοριών που ενημερώνουν τον καταναλωτή για τη φύση του προϊόντος (ποσότητα, ποιότητα, σύσταση, θρεπτική αξία κ.α.) αλλά και για τον αντίστοιχο παρασκευαστή.

Όλες οι πληροφορίες που αναγράφονται πάνω στη συσκευασία θα πρέπει να είναι σαφείς, ευδιάκριτες και κατανοητές και δεν πρέπει να παραπλανούν τους καταναλωτές. Σύμφωνα με τους κανονισμούς της Ευρωπαϊκής Ένωσης στις συσκευασίες των τροφίμων πρέπει να αναγράφονται οι συγκεκριμένες πληροφορίες που αφορούν το προϊόν:

**1) Ονομασία προϊόντος και τόπος προέλευσης:** Όλα τα συσκευασμένα τρόφιμα πρέπει να αναγράφουν στην ετικέτα την ονομασία του Τροφίμου. Η ονομασία θα πρέπει να προσδιορίζει ακριβώς το περιεχόμενο και να περιλαμβάνει πληροφορίες για τη φυσική κατάσταση του Τροφίμου ή την ειδική επεξεργασία στην οποία έχει υποβληθεί (σκόνη, κατεψυγμένο, συμπυκνωμένο, καπνιστό κλπ.), προκειμένου να ξεχωρίζει το τρόφιμο από άλλα προϊόντα. Όταν γίνεται επεξεργασία με ιοντίζουσα ακτινοβολία πρέπει να αναφέρεται πάντοτε.

Ο τόπος προέλευσης είναι υποχρεωτικός σε ορισμένα προϊόντα, όπως το κρέας, τα φρούτα και τα λαχανικά, καθώς και στα τρόφιμα τα οποία περιέχουν ένα συγκεκριμένο τοπωνύμιο. Επίσης πρέπει να αναγράφεται όταν το εμπορικό σήμα ή άλλα στοιχεία της ετικέτας, όπως μια εικόνα ή μια αναφορά σε ένα τόπο μπορούν να παραπλανήσουν τον καταναλωτή ως προς την πραγματική προέλευση του προϊόντος.

**2) Στοιχεία παρασκευαστή:** Στην επισήμανση των τροφίμων πρέπει να γράφεται η επωνυμία και τα στοιχεία επικοινωνίας του παρασκευαστή ή του συσκευαστή ή ενός εγκεκριμένου πωλητή.

**3) Ποσότητα:** Στην ετικέτα θα πρέπει να αναγράφεται η καθαρή ποσότητα του προϊόντος. Για τα υγρά εκφράζεται σε μονάδες όγκου [χιλιοστόλιτρα (ml), λίτρα (L)], για τα στερεά σε μονάδες μάζας [(γραμμάρια (g), κιλά (kg)]. Για βάρος κάτω των 5 γραμμαρίων δεν απαιτείται καταγραφή. Το καθαρό βάρος δηλώνεται με το σύμβολο «e», το οποίο δεν πρέπει να συγχέεται με το E των πρόσθετων.

**4) Διάρκεια ζωής:** Ο χρόνος ζωής των προϊόντων, δηλαδή η ημερομηνία μέχρι την οποία ένα τρόφιμο διατηρεί τις ιδιαίτερες ιδιότητές του και είναι ασφαλής η χρήση του σε ενδεδειγμένες συνθήκες συντήρησης πρέπει να αναγράφεται πάνω στην συσκευασία.

Όταν τα τρόφιμα έχουν διάρκεια ζωής πάνω από 3 μήνες, πρέπει να αναγράφεται ο μήνας και το έτος μέχρι το οποίο θα πρέπει να καταναλωθούν, ενώ όσα έχουν μικρότερη

των 3 μηνών, πρέπει να αναγράφεται η ημέρα και ο μήνας μέχρι τον οποίο μπορούν να καταναλωθούν.

Για τα τρόφιμα που από μικροβιολογική άποψη είναι ευαλλοιώτα και η κατανάλωσή τους μετά το πέρας της ημερομηνίας που αναγράφεται ενδέχεται να αποτελεί άμεσο κίνδυνο για την ανθρώπινη υγεία, όπως τροφική δηλητηρίαση. Αναγράφεται η φράση «Ανάλωση μέχρι». Όλα τα συσκευασμένα νωπά προϊόντα φέρουν αυτή την ημερομηνία λήξης.

Αντίθετα όταν τα τρόφιμα μπορούν να διατηρηθούν περισσότερο καιρό (κονσέρβες, δημητριακά, μπαχαρικά κ.α.), και τα οποία μετά το πέρας της αναγραφόμενης ημερομηνίας μπορεί να υποβαθμιστούν ποιοτικά (αλλοίωση γεύσης και υφής), αλλά συνήθως δεν είναι επικίνδυνα για την υγεία αναγράφεται η φράση «Ανάλωση κατά προτίμηση πριν από το τέλος».

**5) Συνθήκες συντήρησης και οδηγίες χρήσης:** Εκτός από τη κατανάλωση των τροφίμων πριν την αναγραφόμενη ημερομηνία λήξης και τις ακατάλληλες συνθήκες συντήρησής του προϊόντος μπορεί να το καταστήσουν επικίνδυνο για την υγεία του καταναλωτή, πριν από την προτεινόμενη ημερομηνία. Έτσι αναγράφονται και οδηγίες για την ασφαλή συντήρηση των προϊόντων π.χ. «διατηρείται στους 0-3 °C» ή «διατηρείται σε δροσερό και ξηρό μέρος», «μετά το άνοιγμά του φυλάσσεται στο ψυγείο για 3-4 ημέρες» κ.τ.λ.

**6) Συστατικά:** Στις συσκευασίες θα πρέπει πάντα να αναγράφεται μια λίστα με τα συστατικά που περιέχουν τα συσκευασμένα προϊόντα. Πρέπει να αναγράφονται κατά φθίνουσα σειρά ανάλογα με το βάρος τους κατά τη στιγμή της χρησιμοποίησής τους για την παρασκευή του Τροφίμου.

Επίσης στο κατάλογο πρέπει υποχρεωτικά να αναγράφονται και τα πιθανά αλλεργιογόνα, καθώς και ουσίες που προέρχονται από Γενετικά Τροποποιημένους

Οργανισμούς (ΓΤΟ). Στα τρόφιμα που η γενετική τροποποίηση του προϊόντος ξεπερνάει σε ποσοστό το 0,9% αναγράφονται υποχρεωτικά εκτός από την περίπτωση που η τροφή του ζώου έχει παραχθεί από ΓΤΟ.

Τα συστατικά που προέρχονται από ΓΤΟ πρέπει να αναφέρονται ως «Γενετικά τροποποιημένο», «Περιέχει ή προέρχεται από γενετικά τροποποιημένους οργανισμούς» ή/και «Αυτό το προϊόν παράγεται από γενετικά τροποποιημένους οργανισμούς».

Επιπροσθέτως, πρέπει να αναγράφονται και τα πρόσθετα τροφίμων, φυσικές ή συνθετικές ουσίες, όπως χρωστικές, σταθεροποιητές, συντηρητικά, αντιοξειδωτικά κ.ά., που έχουν έναν κωδικό αριθμό «E», δηλωτικό της έγκρισης της ουσίας ως πρόσθετου Τροφίμου από την Ευρωπαϊκή Ένωση.

**7) Σήμανση προϊόντος ως βιολογικού:** Η χρήση της λέξης «βιολογικό» στις ετικέτες των τροφίμων καθορίζεται υποχρεωτικά από τη νομοθεσία της ΕΕ. Αναγράφεται μόνο στις περιπτώσεις που παραπέμπουν σε ειδικές μεθόδους παραγωγής τροφίμων, οι οποίες τηρούν υψηλά πρότυπα προστασίας του περιβάλλοντος και καλής μεταχείρισης των ζώων. Οι παραγωγοί οι οποίοι πληρούν τους απαιτούμενους όρους έχουν την δυνατότητα να χρησιμοποιούν το ευρωπαϊκό λογότυπο «Βιολογική γεωργία-Σύστημα ελέγχου ΕΚ». Τα τρόφιμα θεωρούνται ως βιολογικά, μόνον όταν τουλάχιστον το 95% των γεωργικών συστατικών τους είναι βιολογικά.

**8) Αριθμός παρτίδας και γραμμωτός κώδικας:** Ο αριθμός παρτίδας, ο οποίος συνήθως είναι ένας δυσνόητος κωδικός για τον καταναλωτή π.χ. L305804445, είναι πολύ σημαντικός για την ασφάλεια των τροφίμων, αλλά και για την πρόληψη διατροφικών κρίσεων.

Ο γραμμωτός κώδικας ο οποίος αρχικά χρησιμοποιήθηκε στις Η.Π.Α τη δεκαετία του 1970 και πλέον υπάρχει σχεδόν σε κάθε συσκευασία. Συμβάλει στην αναγνώριση του προϊόντος από ηλεκτρονικούς υπολογιστές μέσω του συστήματος scanning και η χρήση

του έχει πολλαπλά πλεονεκτήματα σε μια σειρά από διαδικασίες όπως είναι ο έλεγχος διανομής, αποθήκευσης, διαχείρισης αποθεμάτων κ.α. Ο γραμμωτός κώδικας αποτελείται από μια σειρά παράλληλων και ανισοπαχών γραμμών και 13 αριθμούς. Οι τρεις πρώτοι αριθμοί δηλώνουν τη χώρα παραγωγής του προϊόντος, οι επόμενοι 4 τη βιομηχανία παραγωγής, οι μεθεπόμενοι 5 τον κωδικό αριθμό του προϊόντος και τέλος ο 13ος αριθμός αποτελεί ψηφίο ελέγχου.

Τέλος, με βάση τον Κώδικα Τροφίμων κάθε υλικό ή αντικείμενο που πρόκειται να έρθει σε επαφή με τρόφιμα, είτε πρέπει να αναγράφει την ένδειξη «κατάλληλο για τρόφιμα είτε να φέρει τυπωμένο το παρακάτω σχήμα.

**9) Διατροφικά στοιχεία:** Σύμφωνα με την νομοθεσία της Ευρωπαϊκής Ένωσης (Οδηγία 2000/13/EK και 90/496/EOK), η αναγραφή των πληροφοριών σχετικά με τα θρεπτικά συστατικά των τροφίμων δεν είναι υποχρεωτική. Αν το επιθυμεί όμως η εταιρεία μπορεί να αναφέρει αν κάποιον προϊόν έχει κάποιο σχετικό ισχυρισμό (π.χ. Light).

Όμως η καινούργια νομοθεσία της Ε.Ε (κανονισμός 1169/2011), καθιστά υποχρεωτική τη διατροφική δήλωση για όλα τα προσυσκευασμένα τρόφιμα (με εξαιρέσεις για ορισμένες κατηγορίες τροφίμων), ενώ έχει καθορίσει και συγκεκριμένα κριτήρια για το είδος των απαιτούμενων διατροφικών στοιχείων και τον τρόπο αναγραφής τους στις ετικέτες.

## **Συμπεράσματα**

Συμπερασματικά αντιλαμβανόμαστε ότι μία βόλτα στο super market ή γενικότερα σε χώρους πώλησης μπαχαρικών είναι αρκετή για να καταλάβουμε ότι η κάθε εταιρεία και ο κάθε σχεδιαστής λειτουργεί διαφορετικά για τον σχεδιασμό μιας συσκευασίας, για την απεικόνιση του ανάλογου μπαχαρικού αλλά και την οργάνωση και ιεράρχηση των πληροφοριών. Όλοι όμως έχουν ένα κοινό σκοπό, να αναδείξουν όσο καλύτερα γίνεται το κάθε μπαχαρικό και να δημιουργήσουν μία συσκευασία που θα ξεχωρίσει στο ράφι ανάμεσα σε χιλιάδες άλλες.





[%CF%84%CE%B1-%CE%BA%CE%B1%CE%BB%CF%8D%CF%84%CE%B5%CF%81%CE%B1-](#)

[%CE%BC%CF%80%CE%B1%CF%87%CE%B1%CF%81%CE%B9%CE%BA%CE%AC](#)

<https://www.zougla.gr/fitness/ar8ra-diatrofis/article/mpaxarika---8reptiki-aksia>

<https://www.heracles.gr/magia-ton-mpacharikon/>

<https://bionews.gr/gnoriste-mpacharika-magiko-tous-kosmo/>

<http://www.gastronomos.gr/gr/%CE%B3%CE%B1%CF%83%CF%84%CF%81%CE%BF%CE%BD%CE%BF%CE%BC%CE%AF>

[%CE%B1/%CF%83%CF%85%CE%BC%CE%B2%CE%BF%CF%85%CE%BB%CE%AD%CF%82/%CF%84%CE%B1-](#)

[%CE%BC%CF%85%CF%83%CF%84%CE%B9%CE%BA%CE%AC-%CF%84%CF%89%CE%BD-](#)

[%CE%BC%CF%80%CE%B1%CF%87%CE%B1%CF%81%CE%B9%CE%BA%CF%8E%CE%BD](#)

<https://www.lifehub.gr/%CE%BF-%CF%81%CE%BF%CE%BB%CE%BF%CF%83-%CF%84%CF%89%CE%BD->

[%CE%BC%CF%80%CE%B1%CF%87%CE%B1%CF%81%CE%B9%CE%BA%CF%89%CE%BD-](#)

[%CF%83%CF%84%CE%B7%CE%BD-%CE%B9%CF%83%CF%84%CE%BF%CF%81%CE%B9%CE%B1/](#)

<http://www.pathosgiamagiriki.gr/recipe->

[items/%CE%BC%CF%80%CE%B1%CF%87%CE%B1%CF%81%CE%B9%CE%BA%CE%B1/](#)

<https://sofiasofikiti.wixsite.com/deliciouscooking/special-topic-c73d>

<https://dinanikolaou.gr/?p=10336>

<http://www.bioathens.com/o-dromos-ton-mpacharikon-mesa-apo-tin-paradosi-ke-tin-iatriki/>

<http://www.haniotika-nea.gr/i-istoria-ton-bacharikon/>

<https://www.life-events.gr/gefseis/to-thayma-ton-baxarikon-stin-politiki-kouzina/>

<https://blog.pack.ly/en/packaging-symbols-design/>

<https://www.efet.gr/index.php/el/consumers/episimansi>

**Μέρος Β**  
Παρουσίαση





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

Πτυχιακή εργασία:

# Μελέτη της συσκευασίας μπαχαρικών

Φοιτήτρια: Πασαδάκη Αλεξάνδρα

Επιβλέπων Καθηγητής: Χατζηθεοδώρου Ευάγγελος





Μπαχαρικά

# Τι σημαίνει ο όρος “μπαχαρικά” και που αναφέρεται;

- Με βάση κάποιους ερευνητές ο όρος των «μπαχαρικών» προέρχεται από την πακιστανική λέξη «μπαχαρ». Υπάρχουν, όμως, και ερευνητές οι οποίοι θεωρούν ότι ο όρος αυτός αποτελεί αραβικής ή και τουρκικής προέλευσης και περιγράφει το σύνολο των αρωματικών μαγειρικών καρυκευμάτων.
- Σύμφωνα με τον ελληνικό κώδικα τροφίμων και ποτών περιλαμβάνονται μέσα στις αρτυματικές ύλες και χάρη σε αυτές έχουν έντονο άρωμα και γεύση και με την προσθήκη τους στα τρόφιμα γίνεται πιο έντονη η γεύση των φαγητών και των γλυκών.

# Από που προέρχονται τα μπαχαρικά;



Αποξηραμένα  
φύλλα



Ρίζες



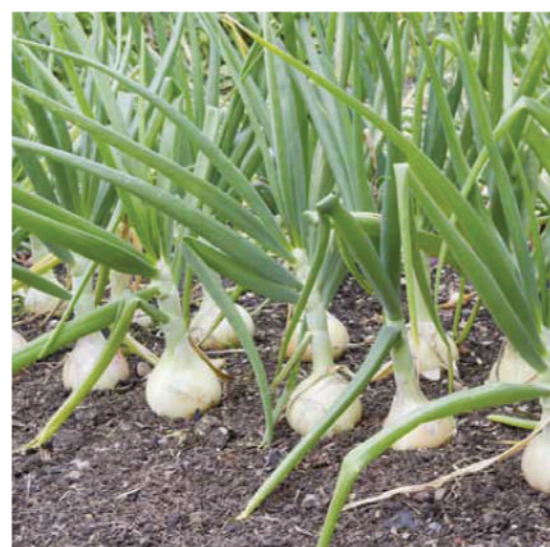
Σπόροι



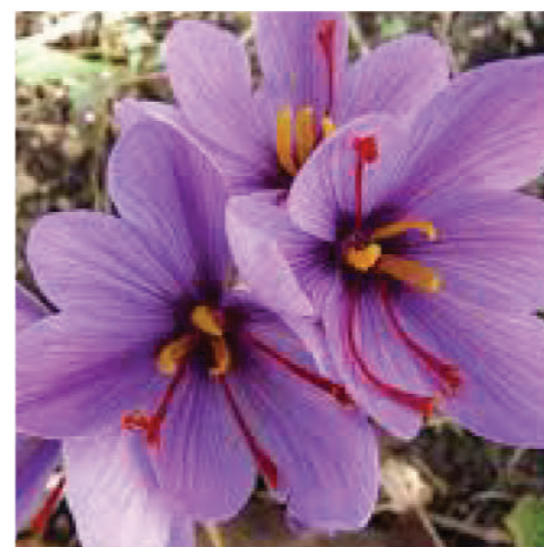
Άνθοι



Φλοιοί



Βολβοί



Στήμονες



# Ποιά είναι η ιστορία των μπαχαρικών;

- Η ιστορία των μπαχαρικών ξεκινάει από πολύ παλιά, με τα μπαχαρικά να κάνουν την εμφάνιση τους ήδη από τους αρχαίους χρόνους και πολιτισμούς.
- Την περίοδο της Ρωμαϊκής αυτοκρατορίας τα μπαχαρικά ήταν διαθέσιμα προϊόντα μόνο στην ανώτερη τάξη και θεωρούνταν ισάξια με χρυσό. Με την πτώση της Ρωμαϊκής αυτοκρατορίας μειώθηκε και η αξία τους.
- Τα μπαχαρικά κατά το παρελθόν αποτελούσαν αιτία πολέμου και συμφωνιών.
- Μερικές από τις χώρες που ασχολούνται με τη διεξαγωγή μπαχαρικών από τον κόσμο είναι η Αλεξάνδρεια, η Ινδία, η Αραβία, η Ελλάδα, η Κίνα, η Κεουλάνη, η Ινδονησία, η Βενετία, η Ισπανία, η Πορτογαλία, η Αγγλία, η Ολλανδία και η Νέα Υόρκη.
- Μέχρι σήμερα οι ΗΠΑ καταλαμβάνουν την πρώτη θέση στην παραγωγή των μπαχαρικών.
- Οι πιο γνωστές αγορές μπαχαρικών είναι η Καζαμπλάνκα, το Μαρακές, η αγορά της Ρώμης, στο Αλ χαλίλ, το Ασουάν και το Καπάλι Τσαρσί της Αιγύπτου.



# Ποιά είναι τα μπαχαρικά;

Κάποια από τα μπαχαρικά είναι τα ακόλουθα:

- Αστεροειδής Γλυκάνισος
- Βανίλια
- Κρόκος Κοζάνης (Σαφράν)
- Μοσχοκάρυδο
- Πάπρικα
- Πιπερόριζα ή Τζίντζερ
- Κανέλα
- Κουρκουμάς
- Σκόρδο
- Κάρδαμο
- Γαρίφαλο
- Μπαχάρι
- Κύμινο
- Τσίλι
- Κάρυ



## Στόχος:

Στόχος της παρούσας εργασίας ήταν η δημιουργία μίας σειράς συσκευασιών που θα ξεχωρίσουν στην αγορά και θα διαφοροποιηθούν από τις υπόλοιπες όχι μόνο για την γεύση τους αλλά και για τον σχεδιασμό τους. Επιθυμούσα οι συσκευασίες μου να είναι σύγχρονες και ελκυστικές, έτσι ώστε το μάτι του καταναλωτή να πηγαίνει γρήγορα σε αυτές και να είναι η τελική επιλογή του.





# Δομικός σχεδιασμός



Χάρτινη συσκευασία



Γυάλινη συσκευασία



Πλαστική συσκευασία



Τσίγκινη συσκευασία





# Brand



---

Μελέτη συσκευασίας μπαχαρικών  
Πασαδάκη Αλεξάνδρα

# Φωτογραφίες και εικονογράφηση



Μελέτη συσκευασίας μπαχαρικών  
Πασαδάκη Αλεξάνδρα



# Τυπογραφία



---

Μελέτη συσκευασίας μπαχαρικών  
Πασαδάκη Αλεξάνδρα





# Χρώμα



---

Μελέτη συσκευασίας μπαχαρικών  
Πασαδάκη Αλεξάνδρα

# Έφε και φινιρίσματα



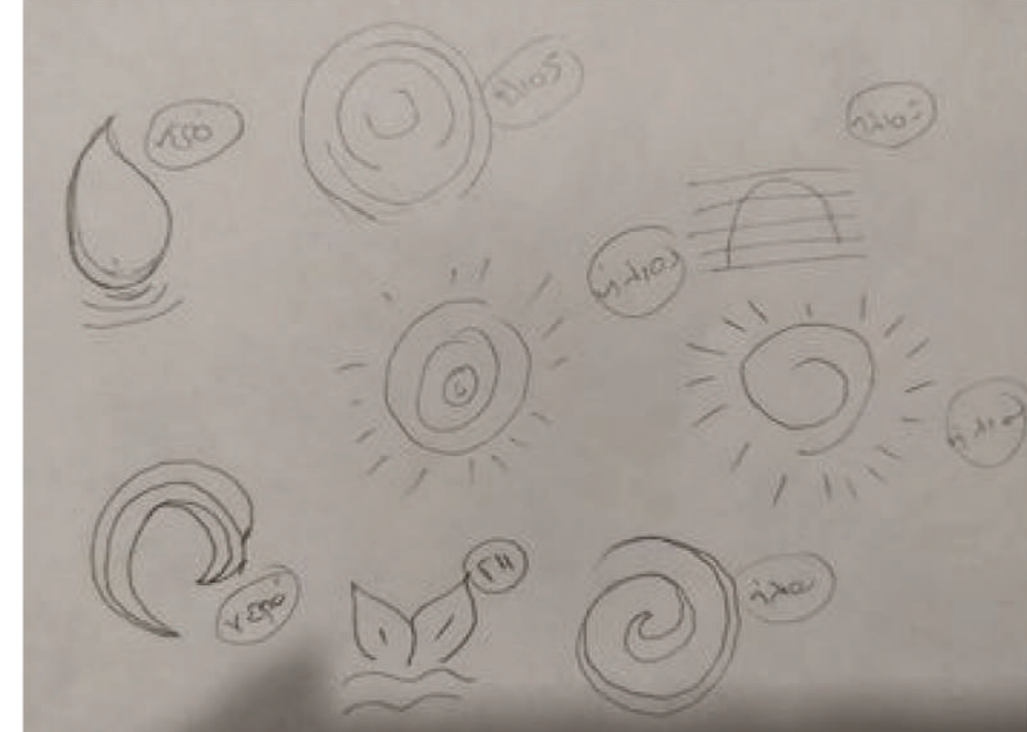
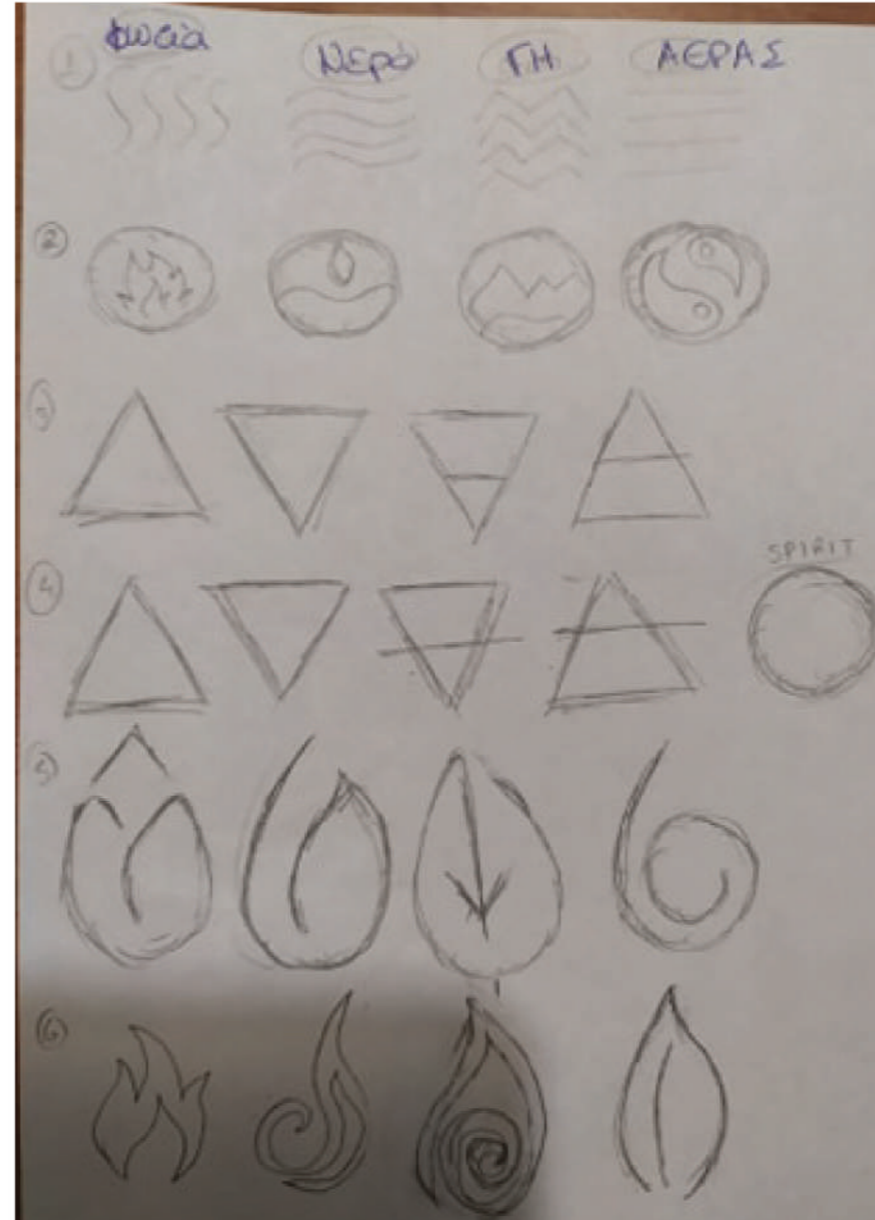
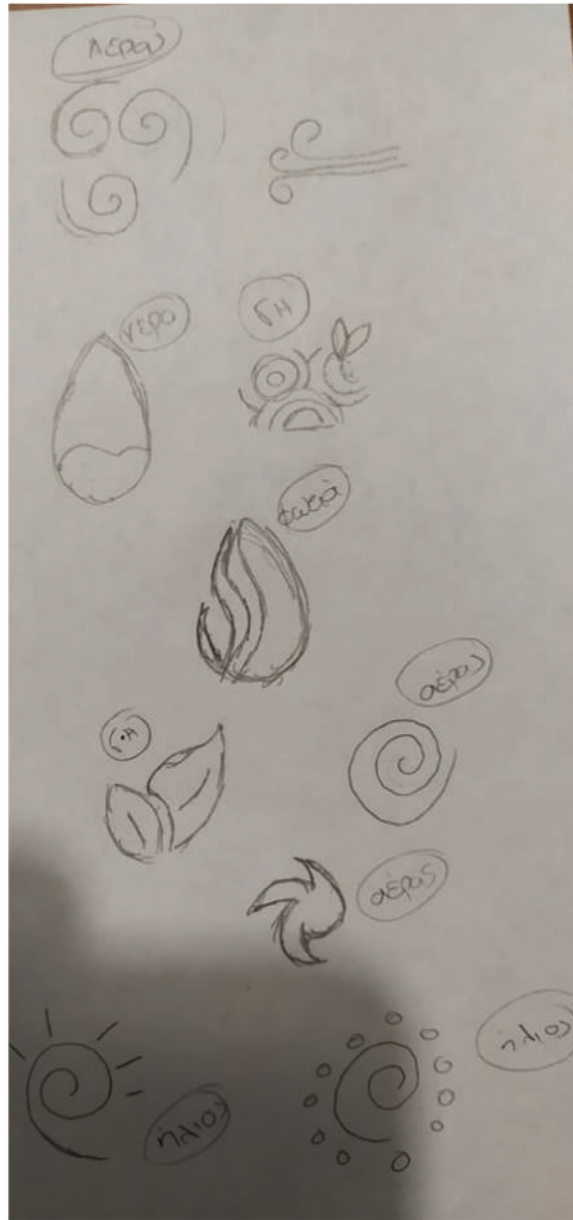
Λογότυπο

## Αρχική σκέψη λογοτύπου:

- Αρχικά για το όνομα της εταιρείας ήθελα να βρώ μία ονομασία, η οποία να αντιπροσωπεύει την αξία των μπαχαρικών. Έτσι για το λόγο αυτό επέλεξα την λέξη AURUM, η οποία σύμφωνα με την λατινική ορολογία σημαίνει χρυσός. Κατά την αρχαιότητα τα μπαχαρικά ήταν τόσο σπάνια και πολύτιμα που για χάρη τους έγιναν αρκετοί πόλεμοι. Η αξία τους ήταν ίση με αυτή του χρυσού για αυτό είχαν την δυνατότητα να τα αγοράσουν μόνο πλούσιοι και ευγενείς.
- Ακόμα η χρυσή ιδιότητα των μπαχαρικών αναδεικνύεται και από διάφορες εκφράσεις, όπως το αλάτι κάποιες φορές αναφέρεται ως "λευκός χρυσός" ενώ το σαφράν ως "κόκκινος χρυσός".
- Ακόμα η χρήση της λέξης AURUM μας παραπεμπει ακουγοντας την στην λέξη άρωμα, που είναι κύριο χαρακτηριστικό των μπαχαρικών.
- Έπειτα την ονομασία της εταιρείας ήθελα να την συνοδεύσω με κάποιο στοιχείο, το οποίο θα συνδέεται με την δημιουργία των μπαχαρικών. Συνεπώς προσπάθησα να δημιουργήσω ένα σύμβολο με τα στοιχεία της φύσης νερό, ήλιος, φωτιά και γή.



# Προσχέδια λογοτύπου:







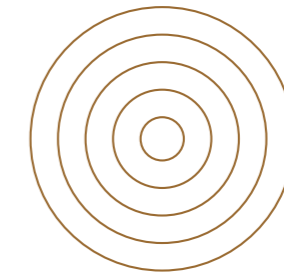
## Αρχική σκέψη για τις συσκευασίες:

- Επειδή στο λογότυπο δεν χρησιμοποίησα τα στοιχεία της φύσης αποφάσισα να τα χρησιμοποιήσω ως δευτερεύοντα στοιχεία στις συσκευασίες μου.  
Το νερό αντιπροσωπεύει τα ήπια μπαχαρικά, η Φωτιά τα καυτερά και η γή τα μείγματα μπαχαρικών.
- Για κάθε κατηγορία μπαχαρικών αποφάσισα να δημιουργήσω 3 συσκευασίες. Ένα χάρτινο κουτί με κάποιο πιο ιδιαίτερο σχήμα, μία αυτοκόλλητη ετικέτα για ένα γυάλινο βαζάκι και μία αυτοκόλλητη ετικέτα για ένα χάρτινο σακουλάκι.

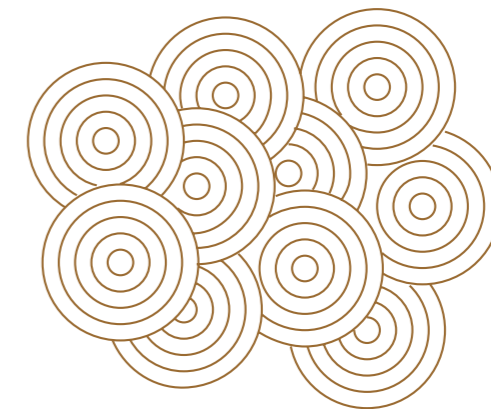
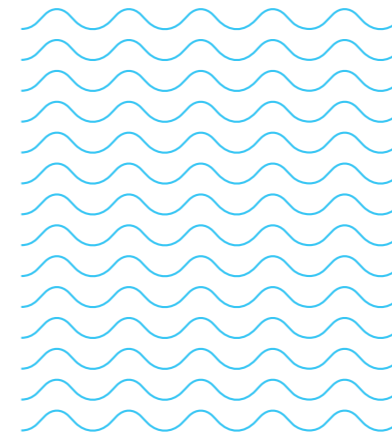
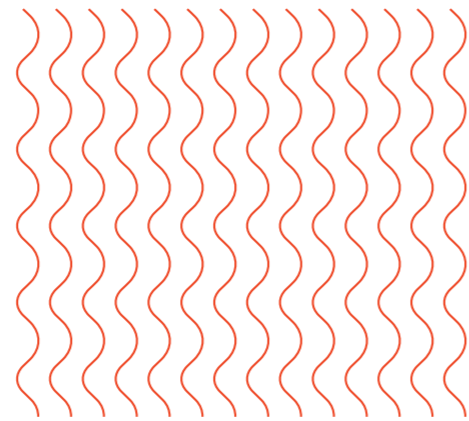


# Δευτερεύοντα γραφιστικά στοιχεία:

Στοιχεία



Pattern



Φωτιά

Νερό

Γή

Κατηγορίες  
Μπαχαρικών

Καυτερά μπαχαρικά

Ήπια μπαχαρικά

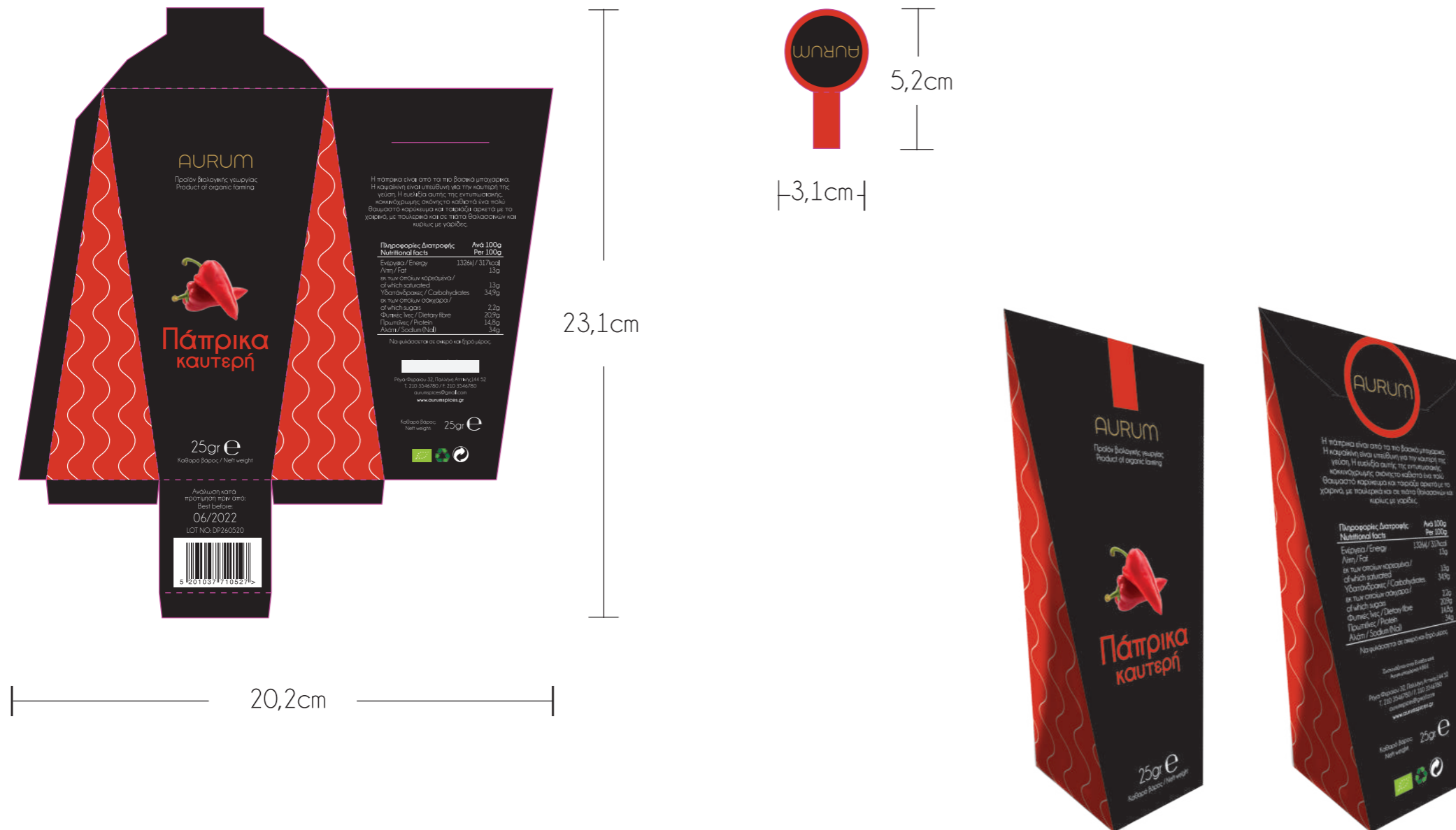
Μείγμα μπαχαρικών

# Προσχέδια Συσκευασιών:



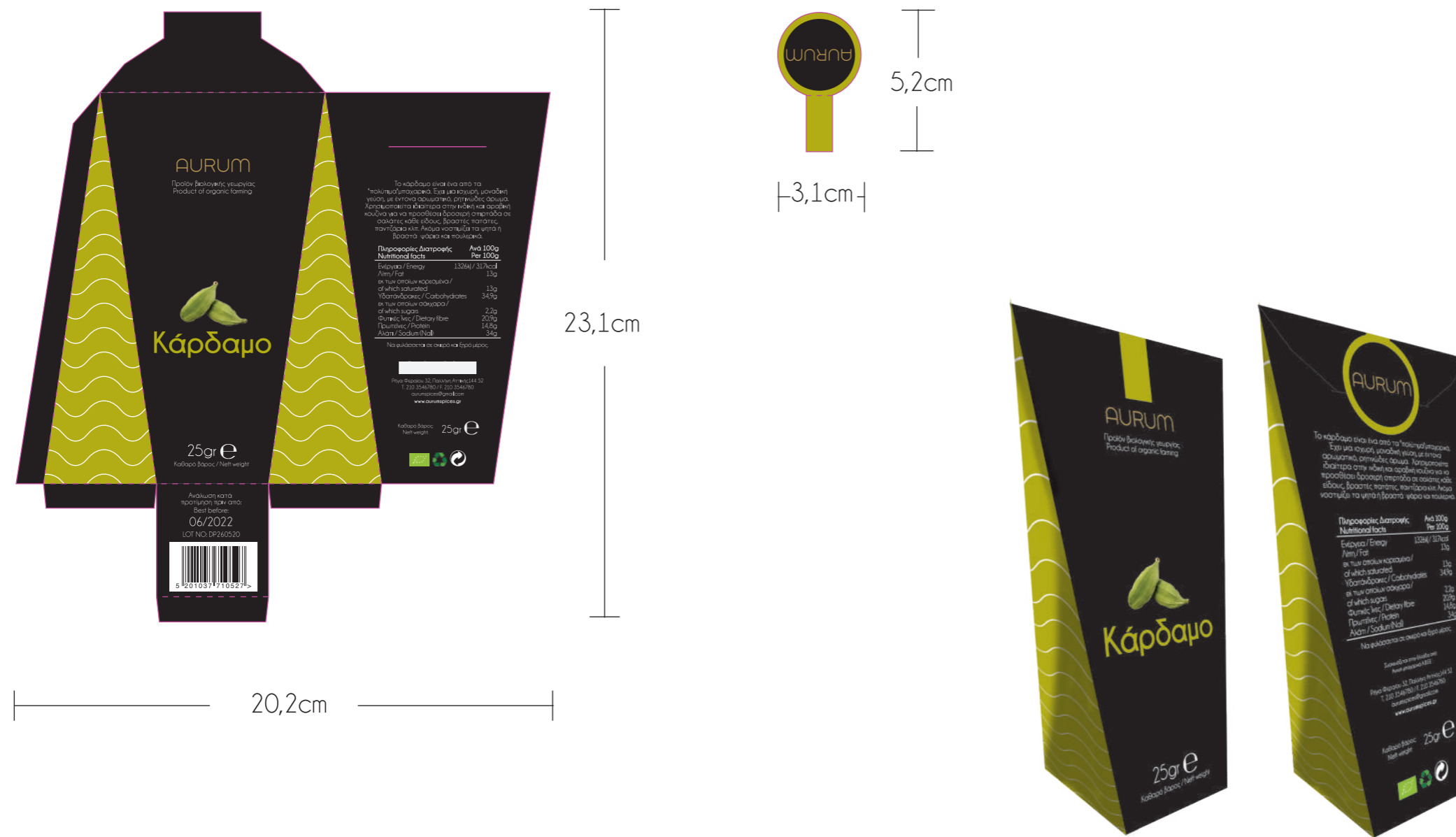
# Τελική ιδέα συσκευασιών:

Χάρτινο κουτί για την Πάπρικα και αυτοκόλλητο 1:2



Μελέτη συσκευασίας μπαχαρικών  
Πασαδάκη Αλεξάνδρα

# Χάρτινο κουτί για το Κάρδαμο και αυτοκόλλητο 1:2



Μελέτη συσκευασίας μπαχαρικών  
 Πασαδάκη Αλεξάνδρα

# Χάρτινο κουτί για το Κάρυ και αυτοκόλλητο 1:2



Μελέτη συσκευασίας μπαχαρικών  
Πασαδάκη Αλεξάνδρα

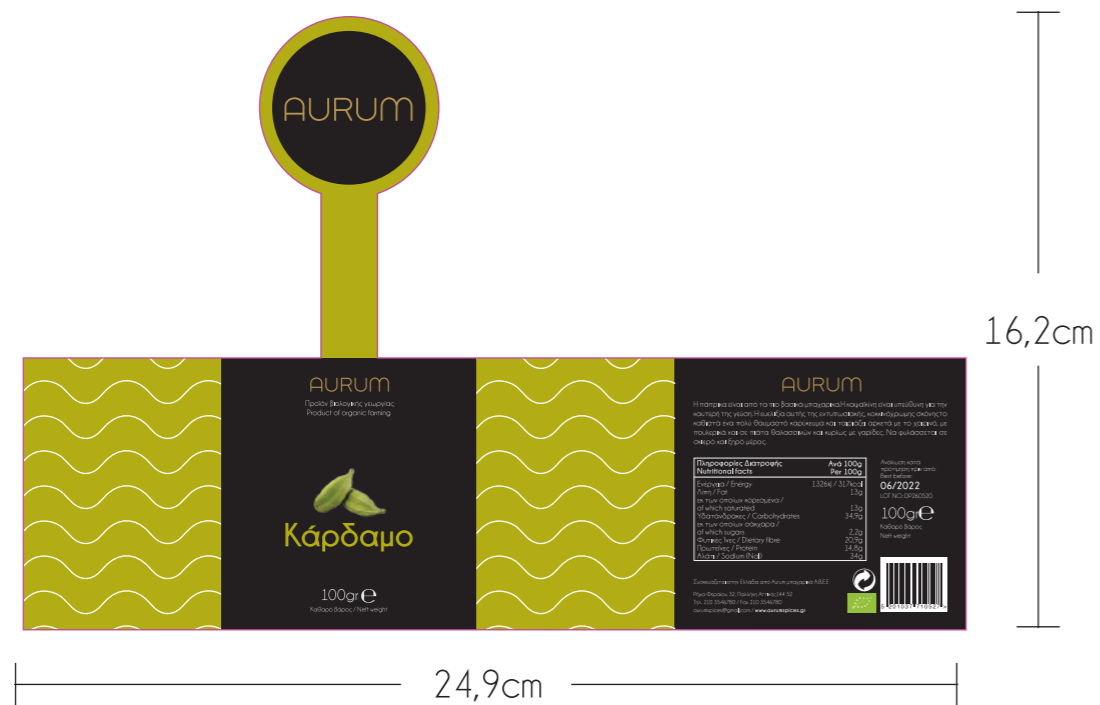
# Αυτοκόλλητη ετικέτα πάνω σε γυάλινο βαζάκι για την Πάπρικα 1:2



Μελέτη συσκευασίας μπαχαρικών  
Πασαδάκη Αλεξάνδρα



# Αυτοκόλλητη ετικέτα πάνω σε γυάλινο βαζάκι για το κάρδαμο 1:2



# Αυτοκόλλητη ετικέτα πάνω σε γυάλινο βαζάκι για το Κάρυ 1:2





# Αυτοκόλλητη ετικέτα πάνω σε χάρτινο σακουλάκι για την Πάπρικα 1:2



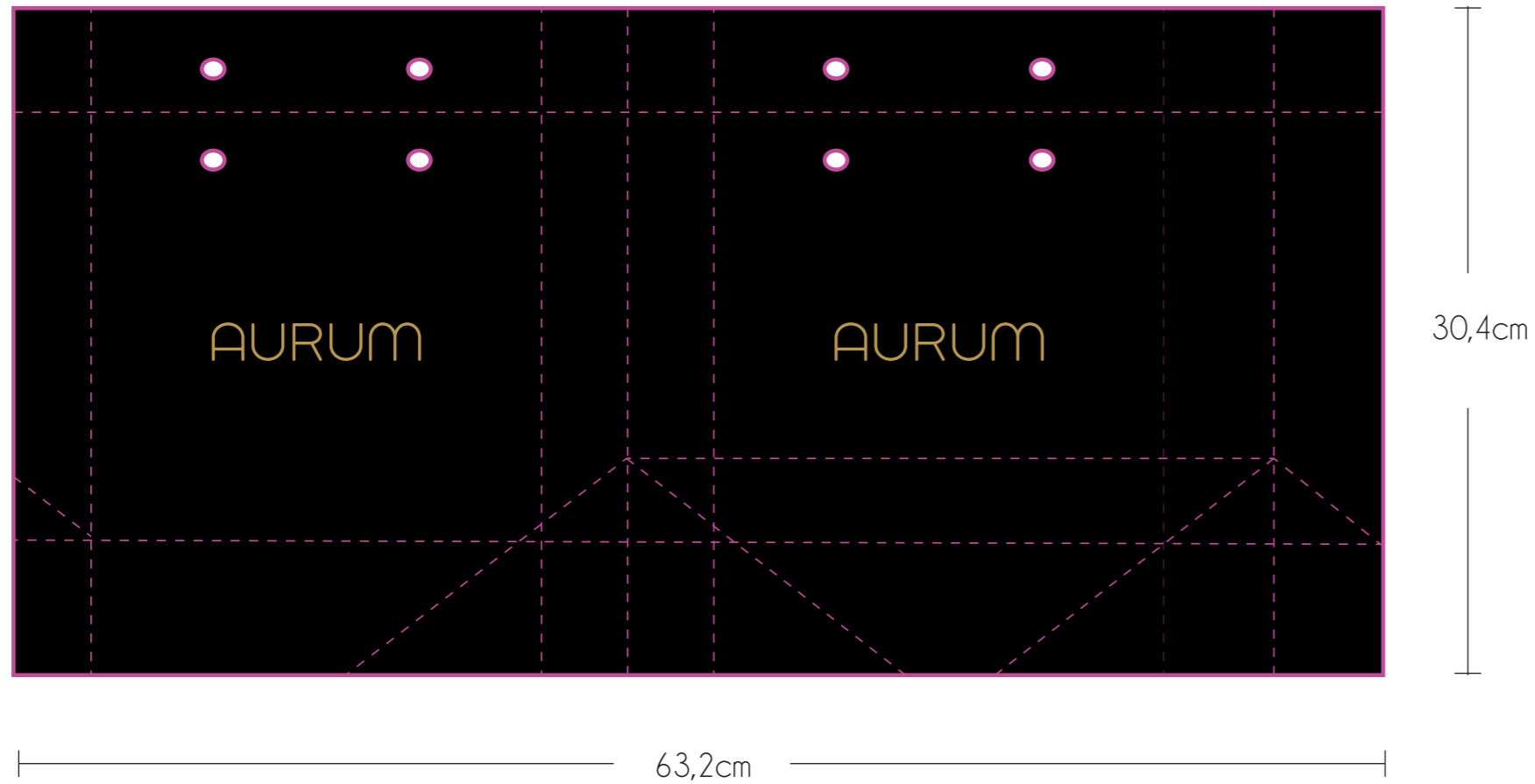
# Αυτοκόλλητη ετικέτα πάνω χάρτινο σακουλάκι για το Κάρδαμο 1:2



# Αυτοκόλλητη ετικέτα πάνω χάρτινο σακουλάκι για το Κάρυ 1:2



# Τσάντα μεταφοράς 1:3







Μελέτη συσκευασίας μπαχαρικών  
 Πασαδάκη Αλεξάνδρα





Μελέτη συσκευασίας μπαχαρικών  
 Πασαδάκη Αλεξάνδρα







---

Μελέτη συσκευασίας μπαχαρικών  
Πασαδάκη Αλεξάνδρα





Μελέτη συσκευασίας μπαχαρικών  
Πασαδάκη Αλεξάνδρα



---

Μελέτη συσκευασίας μπαχαρικών  
Πασαδάκη Αλεξάνδρα





---

Μελέτη συσκευασίας μπαχαρικών  
Πασαδάκη Αλεξάνδρα



---

Μελέτη συσκευασίας μπαχαρικών  
Πασαδάκη Αλεξάνδρα



# Μεταφορά παραγγελίας



---

Μελέτη συσκευασίας μπαχαρικών  
Πασαδάκη Αλεξάνδρα

# Manual εταιρείας



---

Μελέτη συσκευασίας μπαχαρικών  
Πασαδάκη Αλεξάνδρα

# Εταιρική Ταυτότητα



# Επαγγελματικές κάρτες, επιστολόχαρτο, φάκελος



---

Μελέτη συσκευασίας μπαχαρικών  
Πασαδάκη Αλεξάνδρα



---

Μελέτη συσκευασίας μπαχαρικών  
Πασαδάκη Αλεξάνδρα

Πρωθητικό υλικό

# Καταχώρηση



Μελέτη συσκευασίας μπαχαρικών  
Πασαδάκη Αλεξάνδρα



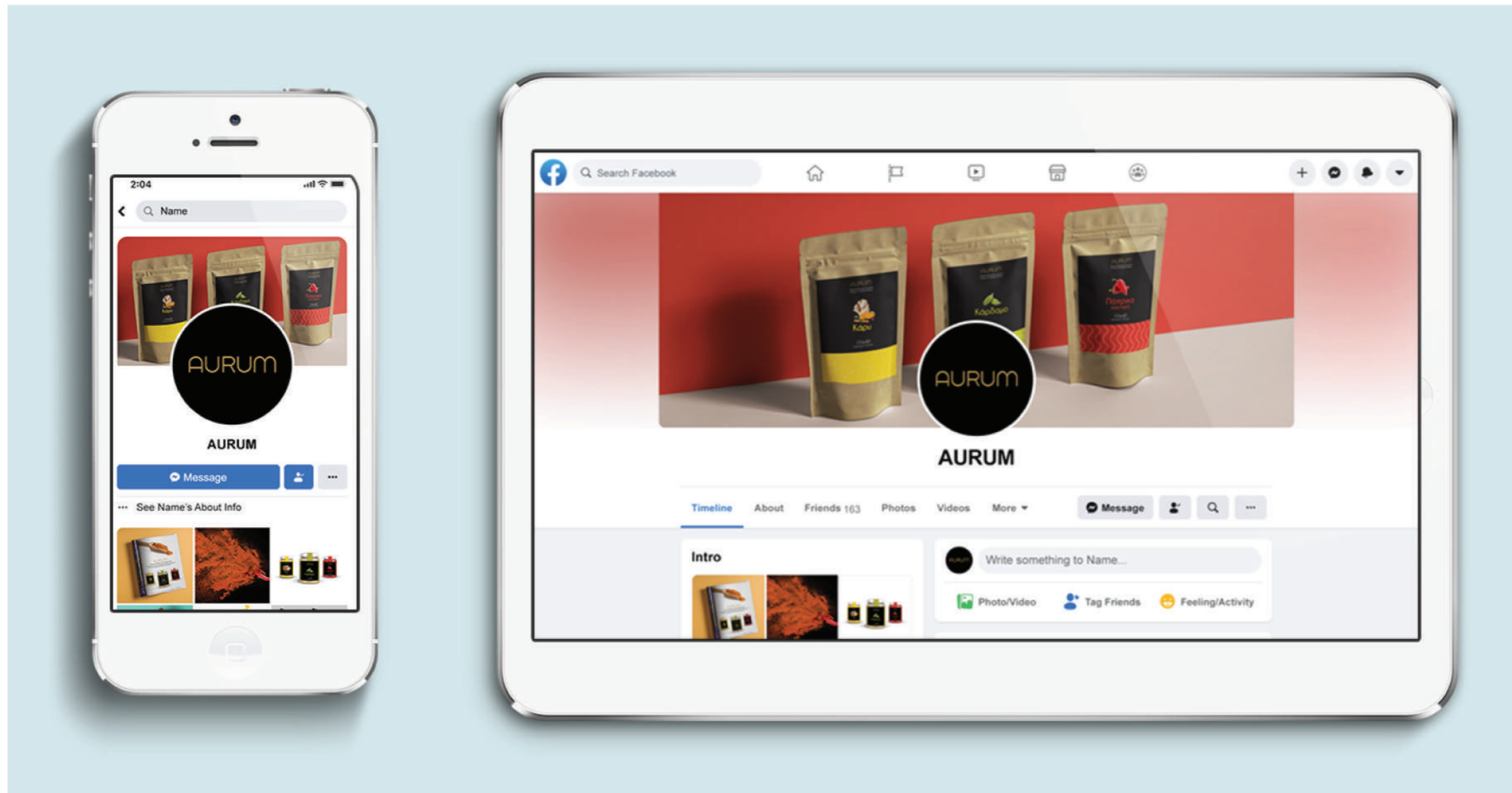


Μελέτη συσκευασίας μπαχαρικών  
Πασαδάκη Αλεξάνδρα



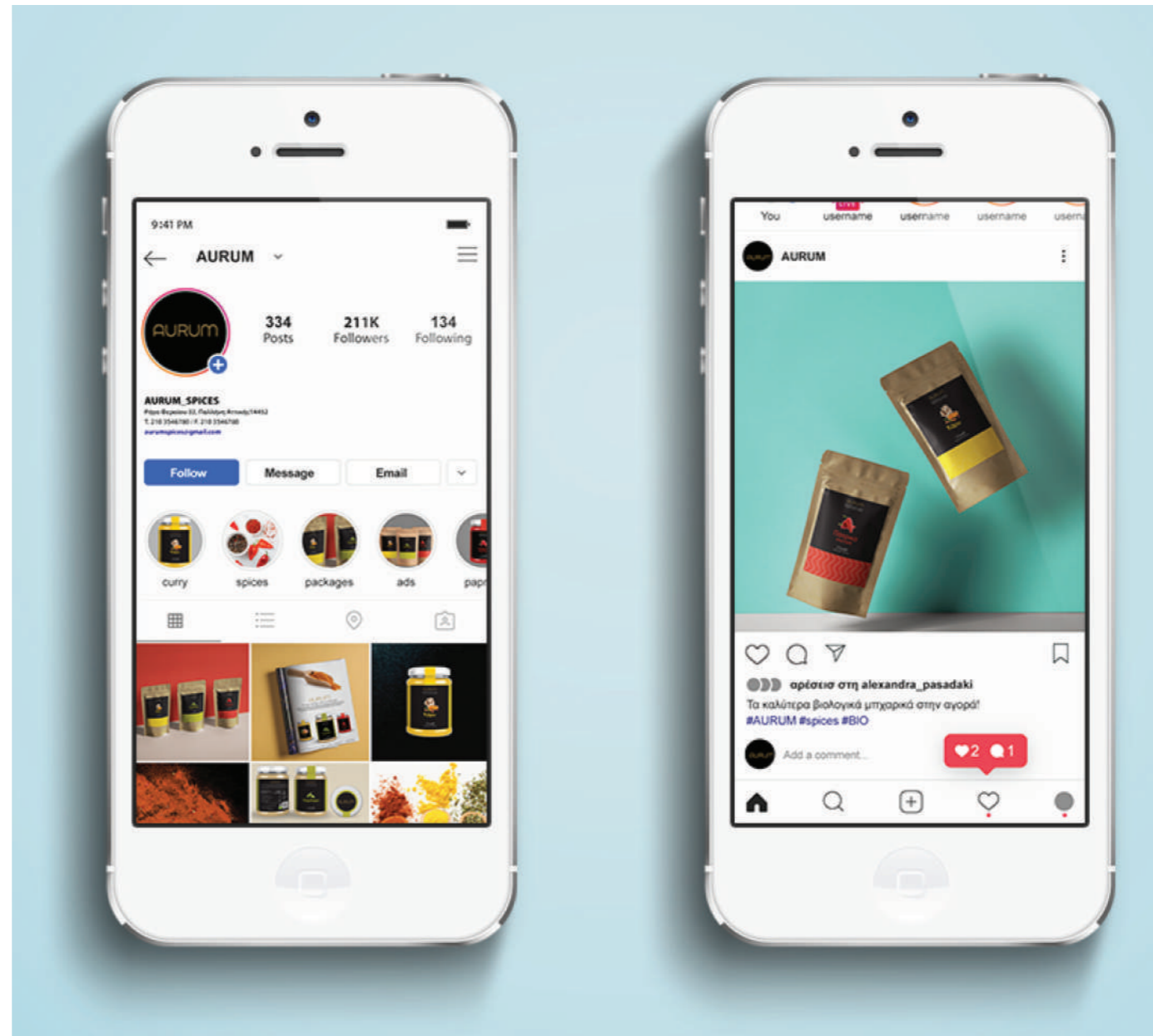
# Social Media

Facebook



Μελέτη συσκευασίας μπαχαρικών  
Πασαδάκη Αλεξάνδρα

# Instagram



Μελέτη συσκευασίας μπαχαρικών  
Πασαδάκη Αλεξάνδρα

# Βιβλιογραφία:

<https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%9C%CF%80%CE%B1%CF%87%CE%B1%CF%81%CE%B9%CE%BA%CF%8C>

<https://www.olivemagazine.gr/%CF%87%CF%81%CE%AE%CF%83%CE%B9%CE%BC%CE%B1/%CE%B4%CE%B9%CE%B1%CF%84%CF%81%CE%BF%CF%86%CE%B9%CE%BA%CE%AC-%CF%87%CF%81%CE%AE%CF%83%CE%B9%CE%BC%CE%B1/%CE%BC%CF%80%CE%B1%CF%87%CE%B1%CF%81%CE%B9%CE%BA%CE%AC-%CE%B1%CF%81%CF%89%CE%BC%CE%B1%CF%84%CE%B9%CE%BA%CE%AC-%CE%BA%CE%B1%CE%B9-%CF%80%CE%BF%CE%BB%CF%8D%CF%84%CE%B9%CE%BC%CE%B1/>

<https://wineplus.gr/el/articles/%CE%9C%CF%80%CE%B1%CF%87%CE%B1%CF%81%CE%B9%CE%BA%CE%AC-%CF%84%CE%B1-%C2%AB%CF%87%CF%81%CF%8E%CE%BC%CE%B1%CF%84%CE%B1%CF%84%CE%B7%CF%82-%CE%B3%CE%B5%CF%8D%CF%83%CE%B7%CF%82.86/>

<https://www.omilo.com/el/%CE%B5%CE%BB%CE%BB%CE%B7%CE%BD%CE%B9%CE%BA%CE%AC-%CE%B2%CF%8C%CF%84%CE%B1%CE%BD%CE%B1-%CE%BC%CF%80%CE%B1%CF%87%CE%B1%CF%81%CE%B9%CE%BA%CE%AC/>

<https://chronographimata.gr/istoria-mpaxarikon/>

[http://www.healthynews.gr/%CF%84%CE%B1-%CE%B-F%CF%86%CE%AD%CE%BB%CE%B7-%CF%84%CF%89%CE%BD-%CE%BC%CF%80%CE%B1%CF%87%CE%B1%CF%81%CE%B9%CE%BA%CF%8E%CE%BD-%CF%83%CF%84%CE%B7%CE%BD-%CF%85%CE%B3%CE%B5%CE%AF%CE%B1-%CE%BC%CE%B1%CF%82/#](https://www.healthynews.gr/%CF%84%CE%B1-%CE%B-F%CF%86%CE%AD%CE%BB%CE%B7-%CF%84%CF%89%CE%BD-%CE%BC%CF%80%CE%B1%CF%87%CE%B1%CF%81%CE%B9%CE%BA%CF%8E%CE%BD-%CF%83%CF%84%CE%B7%CE%BD-%CF%85%CE%B3%CE%B5%CE%AF%CE%B1-%CE%BC%CE%B1%CF%82/#)

<http://www.healthynews.gr/%CF%84%CE%B1-%CE%B-F%CF%86%CE%AD%CE%BB%CE%B7-%CF%84%CF%89%CE%BD-%CE%BC%CF%80%CE%B1%CF%87%CE%B1%CF%81%CE%B9%CE%BA%CF%8E%CE%BD-%CF%83%CF%84%CE%B7%CE%BD-%CF%85%CE%B3%CE%B5%CE%AF%CE%B1-%CE%BC%CE%B1%CF%82/#>

<http://www.healthynews.gr/%CF%84%CE%B1-%CE%B-F%CF%86%CE%AD%CE%BB%CE%B7-%CF%84%CF%89%CE%BD-%CE%BC%CF%80%CE%B1%CF%87%CE%B1%CF%81%CE%B9%CE%BA%CF%8E%CE%BD-%CF%83%CF%84%CE%B7%CE%BD-%CF%85%CE%B3%CE%B5%CE%AF%CE%B1-%CE%BC%CE%B1%CF%82/#>

<https://www.powerhealth.gr/mpaxarika-spicy-prostates-igeias/>

<https://www.tettixblog.gr/%CE%BA%CE%B1%CF%84%CE%B7%CE%B3%CE%B-F%CF%81%CE%AF%CE%B5%CF%82/%CF%84%CE%B1-%CF%80%CF%81%CE%BF%CF%8A%CF%8C%CE%BD%CF%84%CE%B1-%CE%BC%CE%B1%CF%82/%CE%BC%CF%80%CE%B1%CF%87%CE%B1%CF%81%CE%B9%CE%BA%CE%AC/211-%CE%B3%CE%B9%CE%B1%CF%84%CE%AF-%CF%87%CF%81%CE%B5%CE%B9%CE%B1%CE%B6%CF%8C%CE%BC%CE%B1%CF%83%CF%84%CE%B5-%CF%84%CE%B1-%CE%BA%CE%B1%CE%BB%CF%8D%CF%84%CE%B5%CF%81%CE%B1-%CE%BC%CF%80%CE%B1%CF%87%CE%B1%CF%81%CE%B9%CE%BA%CE%AC>

<https://www.zougla.gr/fitness/ar8ra-diatrofis/article/mpaxarika---8reptiki-aksia>

<https://www.heracles.gr/magia-ton-mpacharikon/>

<https://bionews.gr/gnoriste-mpacharika-magiko-tous-kosmo/>

<http://www.gastronomos.gr/gr/%CE%B3%CE%B1%CF%83%CF%84%CF%81%CE%BF%CE%BD%CE%BF%CE%BC%CE%AF%CE%B1/%CF%83%CF%85%CE%BC%CE%B2%CE%BF%CF%85%CE%BB%CE%AD%CF%82/%CF%84%CE%B1-%CE%BC%CF%85%CF%83%CF%84%CE%B9%CE%BA%CE%AC-%CF%84%CF%89%CE%BD-%CE%BC%CF%80%CE%B1%CF%87%CE%B1%CF%81%CE%B9%CE%BA%CF%8E%CE%BD>

<http://www.gastronomos.gr/gr/%CE%B3%CE%B1%CF%83%CF%84%CF%81%CE%BF%CE%BD%CE%BF%CE%BC%CE%AF%CE%B1/%CF%83%CF%85%CE%BC%CE%B2%CE%BF%CF%85%CE%BB%CE%AD%CF%82/%CF%84%CE%B1-%CE%BC%CF%85%CF%83%CF%84%CE%B9%CE%BA%CE%AC-%CF%84%CF%89%CE%BD-%CE%BC%CF%80%CE%B1%CF%87%CE%B1%CF%81%CE%B9%CE%BA%CF%8E%CE%BD>

<https://www.lifehub.gr/%CE%BF-%CF%81%CE%BF%CE%BB%CE%B-F%CF%83-%CF%84%CF%89%CE%BD-%CE%BC%CF%80%CE%B1%CF%87%CE%B1%CF%81%CE%B9%CE%BA%CF%89%CE%BD-%CF%83%CF%84%CE%B7%CE%BD-%CE%B9%CF%83%CF%84%CE%BF%CF%81%CE%B9%CE%B1/>

<https://www.lifehub.gr/%CE%BF-%CF%81%CE%BF%CE%BB%CE%B-F%CF%83-%CF%84%CF%89%CE%BD-%CE%BC%CF%80%CE%B1%CF%87%CE%B1%CF%81%CE%B9%CE%BA%CF%89%CE%BD-%CF%83%CF%84%CE%B7%CE%BD-%CE%B9%CF%83%CF%84%CE%BF%CF%81%CE%B9%CE%B1/>

<http://www.pathosgiamagiriki.gr/recipe-items/%CE%BC%CF%80%CE%B1%CF%87%CE%B1%CF%81%CE%B9%CE%BA%CE%B1/>

<https://sofiasofikiti.wixsite.com/deliciouscooking/special-topic-c73d>

---

Μελέτη συσκευασίας μπαχαρικών

Πασαδάκη Αλεξάνδρα

<https://dinanikolaou.gr/?p=10336>

<http://www.bioathens.com/o-dromos-ton-mpacharikon-mesa-apo-tin-paradosi-ke-tin-iatriki/>

<http://www.haniotika-nea.gr/i-istoria-ton-bacharikon/>

<https://www.life-events.gr/gefseis/to-thayma-ton-baxarikon-stin-politiki-kouzina/>

<https://blog.pack.ly/en/packaging-symbols-design/>

<https://www.efet.gr/index.php/el/consumers/episimansi>

Ευχαριστώ!



## **Μέρος Γ**

Εγχειρίδιο οπτικής επικοινωνίας  
της εταιρείας μπαχαρικών Aurum.

Εγχειρίδιο οπτικής επικοινωνίας της  
εταιρείας μπαχαρικών Aurum.





# Περιεχόμενα

## 1. Λογότυπο

1.1 Λογότυπο	5
1.2 Τυπογραφία λογοτύπου	7
1.3 Τυπογραφία κειμένων	8
1.4 Μέγεθος και χώρος ασφαλείας λογοτύπου	10
1.5. Χρώμα λογοτύπου	11
1,6 Θέση λογοτύπου	12
1.7 Χρήση λογοτύπου	13
1.8 Εφαρμογή λογοτύπου	14

## 2. Χρώματα υπάρχων και μελλοντικών συσκευασιών

16

## 3. Δευτερεύοντα γραφιστικά στοιχεία

3.1 Elements	18
--------------	----

## 4. Συσκευασίες

4.1 Καυτερά μπαχαρικά	20
4.2 Ήπια μπαχαρικά	23
4.3 Μείγμα μπαχαρικά	26
4.3 Τσάντα μεταφοράς	29



Λογότυπο

Λογότυπο

AURUM

AURUM

## Τυπογραφία λογοτύπου

Balat

Regular

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

Bold

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z



## Τυπογραφία κειμένων

### Champagne & Limousines

#### Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789 .,:;"'!?2#\$%&\*{(\/\)}

#### Italic

*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ*  
*abcdefghijklmnopqrstuvwxyz*  
*0123456789 .,:;"'!?2#\$%&\*{(\/\)}*

Bold

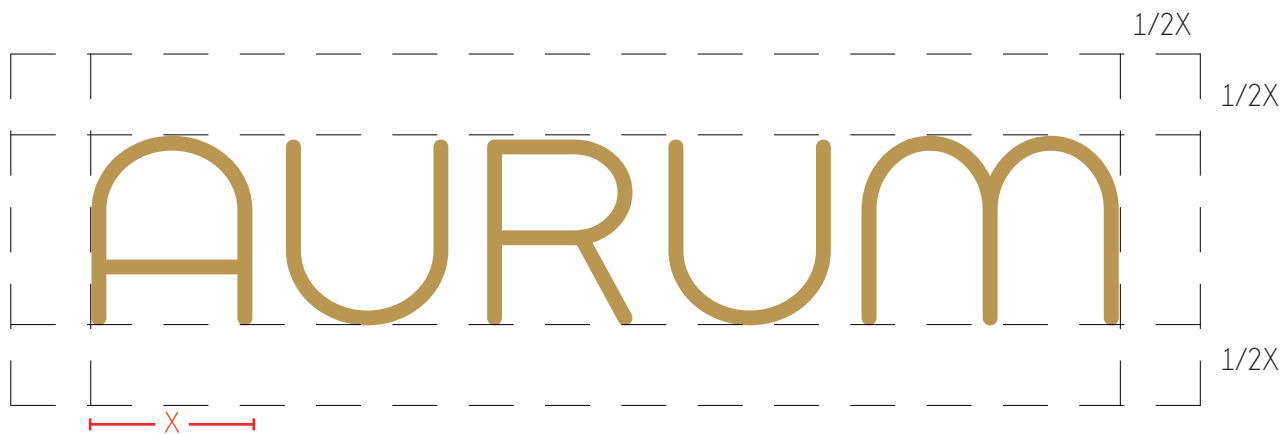
**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**  
**0123456789 .,:;"'!?2#\$\$%&\*{( /|\)}**

Bold Italic

***ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ***  
***abcdefghijklmnopqrstuvwxyz***  
***0123456789 .,:;"'!?2#\$\$%&\*{( /|\)}***

## Μέγεθος και χώρος ασφαλείας λογοτύπου

Αν θεωρήσουμε ότι το πλάτος του Α είναι  $x$ , τότε ο χώρος ασφαλείας του λογοτύπου θα είναι  $1/2x$ .



Η minimum διάσταση εφαρμογής είναι 2cm



## Χρώμα λογοτύπου



CMYK 30% 40% 80% 0%

RGB #bb9753

PANTONE P 8-8 U

RAL: 1004



CMYK 0% 0% 0% 0%

RGB #

PANTONE 000 C

RAL: 9010



CMYK 50% 100% 0% 0%

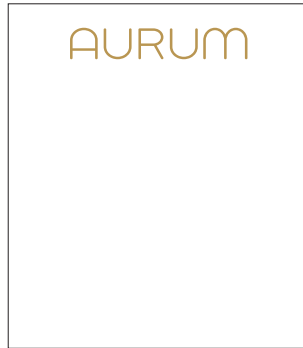
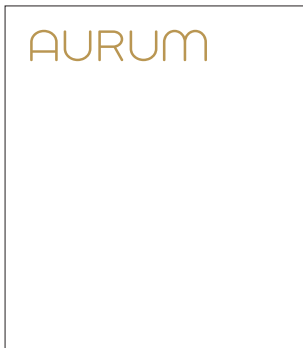
RGB #7fb539

PANTONE 6 C

RAL: 9005

## Θέση λογοτύπου

Ανάλογα τις «ανάγκες» της σύνθεσης και του σχεδιαστή.  
Το λογότυπο μπορεί να μπαίνει πάνω αριστερά, κέντρο, κάτω δεξιά ή στα πλάγια σε οποιαδήποτε εφαρμογή ή μέσω οπτικής επικοινωνίας.

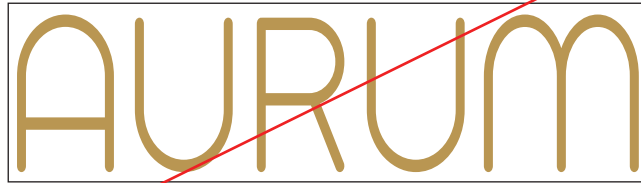
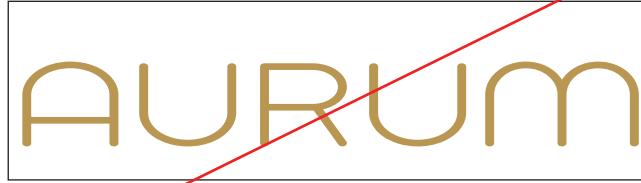
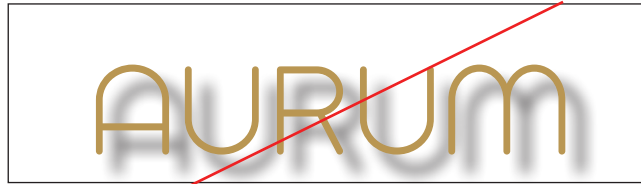




## Χρήση λογοτύπου

Το λογότυπο επιτρέπεται να μπει σε μαύρο, λευκό και χρυσό.

Στο λογότυπο **δεν** επιτρέπεται να προστεθεί σκιά ή να τραβηχτεί



## Εφαρμογή λογοτύπου σε κείμενο

Σε οποιοδήποτε έντυπο ή μέσο οπτικής επικοινωνίας το λογότυπο θα μπορεί να γράφεται με οποιαδήποτε λατινική γραμματοσειρά. Για παράδειγμα:

### **Myriad Pro**

Η εταιρεία μπαχαρικών *Aurum* αποτελεί μία από τις καλύτερες εταιρείες βιολογικών μπαχαρικών.

### **Caviar Dreams**

Η εταιρεία μπαχαρικών *Aurum* αποτελεί μία από τις καλύτερες εταιρείες βιολογικών μπαχαρικών.

### **Baskerville**

Η εταιρεία μπαχαρικών *Aurum* αποτελεί μία από τις καλύτερες εταιρείες βιολογικών μπαχαρικών.



## Χρώματα υπάρχων και μελλοντικών συσκευασιών

Πάπρικα



CMYK 0% 91% 92% 11 %  
PANTONE P 45-16 C

Κάρδαμο



CMYK 14% 6% 100% 24%  
PANTONE P 398 CP

Κάρυ (Μείγμα μπαχαρικών)



CMYK 0% 18% 100% 0%  
PANTONE P 7-8 C

Μοσχοκάρυδο



CMYK 0% 54% 64% 41%  
PANTONE P 39-14 CP

Κρόκος Κοζάνης ή Σαφράν



CMYK 27% 52% 0% 0%  
PANTONE 7439 CP

Γαρίφαλο



CMYK 24% 70% 72% 53 %  
PANTONE 4705 CP

Μπαχάρι



CMYK 17% 59% 60% 45%  
PANTONE 4715 CP

Κύμινο



CMYK 13% 19% 62% 23%  
PANTONE 4515 CP

Τσίλι



CMYK 0% 95% 100% 0%  
PANTONE 485 CP

Βανίλια



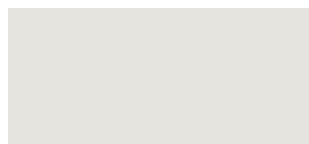
CMYK 0% 7% 75% 0%  
PANTONE 128 CP

Αστεροειδής Γλυκάνισος



CMYK 0% 75% 98% 24 %  
PANTONE P 35-8C

Σκόρδο



CMYK 3% 3% 6% 7  
PANTONE Warm Gray 1 CP

Κουρκουμάς



CMYK 0% 54% 87% 0%  
PANTONE 715 CP

Πιπερόριζα ή Τζίντζερ



CMYK 0% 97% 89% 45%  
PANTONE 7622 CP

Κανέλα



CMYK 0% 23% 63% 9%  
PANTONE 14-13 C

## Δευτερεύοντα Γραφιστικά Στοιχεία

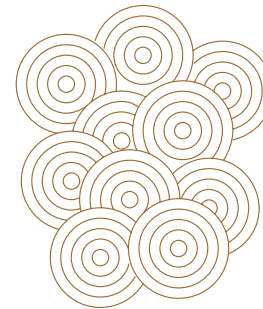
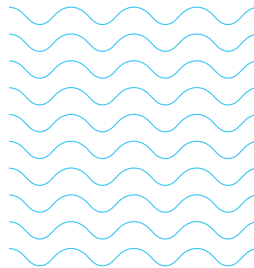
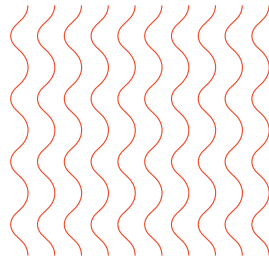


## Elements

Στοιχεία



Pattern



Φωτιά

Νερό

Γή

Κατηγορίες Μπαχαρικών

Καυτερά μπαχαρικά

Ήπια μπαχαρικά

Μείγμα μπαχαρικών

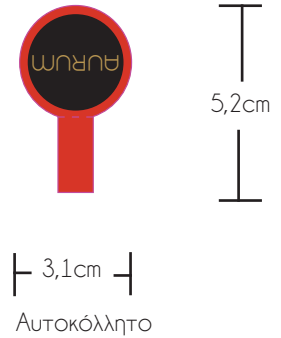
Τα elements μπορούν να χρησιμοποιηθούν σε μαύρο άσπρο και στα χρώματα των μπαχαρικών.



Πάπρικα καυτερή (Καυτερά μπαχαρικά)\_  
 Συσκευασία 1\_κουτί\_1:2



23,1cm



20,2cm

Πάπρικα καυτερή (Καυτερά μπαχαρικά)\_  
 Συσκευασία 2\_αυτοκόλλητο για βαζάκι\_1:2

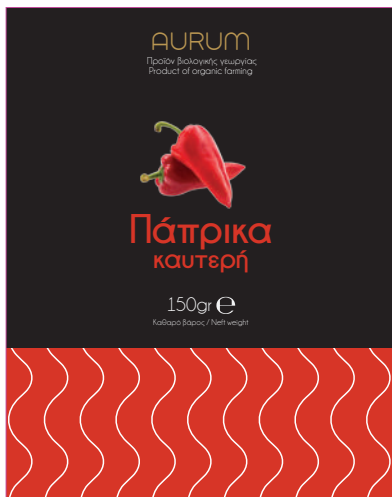


16,2cm

24,9cm



Πάπρικα καυτερή (Καυτερά μπαχαρικά)\_  
 Συσκευασία 3\_αυτοκόλλητο για φακελάκι\_1:2



13cm

10,3cm

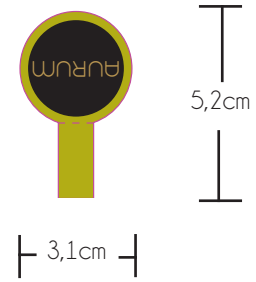




# Κάρδαμο (Ηπια μπαχαρικά)\_Συσκευασία 1\_κουτί\_1:2



23,1cm



Αυτοκόλλητο



20,2cm

Κάρδαμο (Ηπια μπαχαρικά)\_Συσκευασία 2\_  
 αυτοκόλλητο για βαζάκι\_1:2

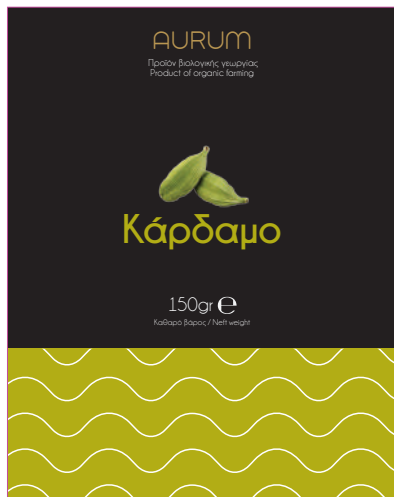


16,2cm

24,9cm



# Κάρδαμο (Ηπια μπαχαρικά)\_Συσκευασία 3\_ αυτοκόλλητο για φακελάκι\_1:2



10,3cm



13cm



Κάρυ (Μείγμα μπαχαρικών)\_Συσκευασία 1\_  
κουτί\_1:2



Αυτοκόλλητο



Κάρυ (Μείγμα μπαχαρικών)\_Συσκευασία 2\_  
 αυτοκόλλητο για βαζάκι\_1:2



24,9cm

16,2cm





Κάρυ (Μείγμα μπαχαρικών) Συσκευασία 3\_ αυτοκόλλητη για φακελάκι\_ 1:2



13cm

10,3cm



Συσκευασία τσάντα μεταφοράς\_1:4

