





ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΔΥΤΙΚΗΣ ΑΤΤΙΚΗΣ
UNIVERSITY OF WEST ATTICA

Σχολή εφαρμοσμένων τεχνών και πολιτισμού
Τμήμα Γραφιστικής και Οπτικής Επικοινωνίας

Κατσιγιάννη Αναστασία
Α.Μ. 18674055

Πτυχιακή Εργασία

**Σχεδιασμός της εταιρικής ταυτότητας της εταιρίας
Caretta co-fee-shop**

Επιβλέπουσα καθηγήτρια
Παπαδομανωλάκη Μαρία

Μάρτιος 2024



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΔΥΤΙΚΗΣ ΑΤΤΙΚΗΣ
UNIVERSITY OF WEST ATTICA

Faculty of applied arts and culture
Department of Graphic design and visual communication

Katsigianni Anastasia
A.M. 18674055

Thesis

**Brand identity design of
Caretta co-fee-shop**

Supervisor
Papadomanolaki Maria

March 2024



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΔΥΤΙΚΗΣ ΑΤΤΙΚΗΣ
UNIVERSITY OF WEST ATTICA

Σχολή εφαρμοσμένων τεχνών και πολιτισμού
Τμήμα Γραφιστικής και Οπτικής Επικοινωνίας

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ:

Σχεδιασμός εταιρικής ταυτότητας: **Caretta co-fee-shop**

ΜΕΛΗ ΕΞΕΤΑΣΤΙΚΗΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ ΣΥΜΠΕΡΙΛΑΜΒΑΝΟΜΕΝΟΥ ΚΑΙ ΤΟΥ ΕΙΣΗΓΗΤΗ:

Η πτυχιακή εργασία εξετάστηκε επιτυχώς από την κάτωθι εξεταστική επιτροπή:

| ΟΝΟΜΑ/ΕΠΩΝΥΜΟ | ΒΑΘΜΙΔΑ/ΙΔΙΟΤΗΤΑ | ΨΗΦΙΑΚΗ ΥΠΟΓΡΑΦΗ |
|----------------------|-----------------------|------------------|
| ΠΑΠΑΔΟΜΑΝΩΛΑΚΗ ΜΑΡΙΑ | Λέκτορας Εφαρμογών | |
| ΔΕΛΦΙΝΟ ΙΩΑΝΝΑ | Ακαδημαϊκός Υπότροφος | |
| ΜΥΤΗΛΙΝΑΙΟΥ ΣΟΦΙΑ | Επίκουρος Καθηγήτρια | |

ΔΗΛΩΣΗ ΣΥΓΓΡΑΦΕΑ ΠΤΥΧΙΑΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

Η κάτωθι υπογεγραμμένη Κατσιγιάννη Αναστασία του Χρήστου, με αριθμό μητρώου 18674055 φοιτήτρια του Πανεπιστημίου Δυτικής Αττικής της Σχολής Εφαρμοσμένων Τεχνών και Πολιτισμού του Τμήματος Γραφιστικής και Οπτικής Επικοινωνίας, δηλώνω υπεύθυνα ότι:

«Είμαι συγγραφέας 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 ΔΗΛΟΥΣΑ



Περίληψη

Η παρακάτω πτυχιακή εργασία παρουσιάζει τον σχεδιασμό της εταιρικής ταυτότητας μιας εταιρείας που ασχολείται με τη παραγωγή και τη πώληση του καφέ. Ένα μεγάλο κομμάτι της εταιρείας «Caretta co-fee shop» αποτελεί ο εθελοντισμός ως προς τη βοήθεια της προστασίας των θαλάσσιων χελώνων. Αγοράζοντας τις «special edition» συσκευασίες της εταιρείας, ο πελάτης δωρίζει το 20% των χρημάτων στην Ελληνική εθελοντική οργάνωση ΑΡΧΕΛΩΝ. Η πτυχιακή εργασία εκτός του σχεδιασμού της εταιρικής ταυτότητας, περιέχει τον σχεδιασμό συσκευασιών χύμα καφέ και κάψουλων καφέ, καθώς και το σχεδιασμό διάφορων προωθητικών ενεργειών όπως: περίπτερο, έντυπα, αφίσες, τσάντες, κούπες, μπλουζάκια. Τέλος, περιέχει τον σχεδιασμό ιστοσελίδας και εφαρμογής κινητού, καθώς και social media.

Λέξεις κλειδιά: καφές, εταιρική ταυτότητα, χελώνα, καρέτα, εθελοντισμός, social media



Abstract

The following thesis presents the design of the corporate identity of a company that specializes in the production and sale of coffee. A big part of the company «Caretta coffee shop» is volunteerism in terms of helping to protect sea turtles. By buying the company's «special edition» packages, the customer donates 20% of the money to the Greek volunteer organization ARCHELON. The thesis, apart from the design of the brand identity, contains the design of coffee packaging and coffee capsules, as well as the design of various promotional activities such as: a kiosk, brochures, posters, bags, mugs, t-shirts. Finally, it includes website and mobile app design, and social media.

Social media: coffee, brand identity, turtle, caretta, volunteerism, social media



Περιεχόμενα

Κατάλογος εικόνων

Πρόλογος

1

Εισαγωγή

- 1.1 Το brand
- 1.2 Η χελώνα
- 1.3 Το πλαστικό
- 1.4 Καφές και συσκευασία
- 1.5 Η συσκευασία στο marketing
- 1.6 Έρευνα εταιριών και προϊόντων

2

Λογότυπο

- 2.1 Ιδέα
- 2.2 Προσχέδια
- 2.3 Τελικό λογότυπο
- 2.4 Guidelines του λογοτύπου
- 2.5 Κανόνες εφαρμογής
- 2.6 Τυπογραφία
- 2.7 Χρωματικοί συνδυασμοί

3

Τυπογραφία

- 3.1 Amazon Ember
- 3.2 Haettenschweiler
- 3.3 Bahnschrift
- 3.4 Franklin Gothic
- 3.5 Kenyan Coffee Stencil
- 3.6 Caviar Dreams

4

Εταιρική ταυτότητα

- 4.1 Επαγγελματική κάρτα
- 4.2 Επιστολόχαρτο
- 4.3 Φάκελος αλληλογραφίας
- 4.4 Patterns
- 4.5 Mockups Έντυπης ύλης

5

Σχεδιασμός συσκευασιών

- 5.1 Συσκευασίες καφέ
- 5.2 Συσκευασίες special edition
- 5.3 Mockups συσκευασιών

6

Παρουσίαση προϊόντων εταιρίας

- 6.1 Κατάλογοι καταστήματος
- 6.2 Προϊόντα προς πώληση
- 6.3 Εφαρμογές λογοτύπου

7

Πρωθητική καμπάνια

- 7.1 Αφίσες
- 7.2 Καταχωρήσεις περιοδικών
- 7.3 Ενημερωτικά έντυπα
- 7.4 Πολυσέλιδο βιβλίο-έντυπο
- 7.5 Διαφημιστικό stand

8

Κιόσκι και αναμνηστικά δώρα

- 8.1 Κιόσκι
- 8.2 Tote bag
- 8.3 Μπλουζάκια
- 8.4 Αυτοκόλλητα
- 8.5 Postcard

9

Ψηφιακά μέσα επικοινωνίας

- 9.1 Social media
- 9.2 Ιστοσελίδα
- 9.3 Εφαρμογή κινητού

Συμπεράσματα

Βιβλιογραφία

Κατάλογος εικόνων

| | | | |
|--|-----|---|-----|
| Εικ 000 - κόκκοι καφέ | 006 | Εικ 025 - προσχέδιο λογοτύπου | 038 |
| Εικ 001 - κόκκοι καφέ | 007 | Εικ 026 - τελικό λογότυπο | 039 |
| Εικ 002 - κόκκοι καφέ | 013 | Εικ 027 - τελικό λογότυπο | 040 |
| Εικ 003 - εικονογράφηση: Κατσιγιάννη Αναστασία | 019 | Εικ 028 - δευτερεύον λογότυπο | 041 |
| Εικ 004 - εικονογράφηση: Κατσιγιάννη Αναστασία | 020 | Εικ 029 - εναλλακτικά λογότυπα | 041 |
| Εικ 005 - εικονογράφηση: Κατσιγιάννη Αναστασία | 022 | Εικ 030 - guidelines | 042 |
| Εικ 006 - δοχείο "dallah" | 024 | Εικ 031 - μέγιστη σμίκρυνση | 042 |
| Εικ 007 - η πρώτη μηχανή espresso | 025 | Εικ 032 - λάθος εφαρμογή | 043 |
| Εικ 008 - έρευνα | 027 | Εικ 033 - λάθος εφαρμογή | 043 |
| Εικ 009 - έρευνα | 027 | Εικ 034 - λάθος εφαρμογή | 043 |
| Εικ 010 - έρευνα | 027 | Εικ 035 - λάθος εφαρμογή | 044 |
| Εικ 011 - έρευνα | 028 | Εικ 036 - λάθος εφαρμογή | 044 |
| Εικ 012 - έρευνα | 028 | Εικ 037 - λάθος εφαρμογή | 044 |
| Εικ 013 - έρευνα | 028 | Εικ 038 - τελικό λογότυπο | 047 |
| Εικ 014 - έρευνα | 029 | Εικ 039 - παλέτα λογοτύπου | 048 |
| Εικ 015 - έρευνα | 029 | Εικ 040 - μονοχρωμία λογοτύπου | 049 |
| Εικ 016 - έρευνα | 030 | Εικ 041 - επαγγελματική κάρτα διπλής όψης | 058 |
| Εικ 017 - έρευνα | 030 | Εικ 042 - επιστολόχαρτο | 059 |
| Εικ 018 - έρευνα | 031 | Εικ 043 - φάκελος αλληλογραφίας | 060 |
| Εικ 019 - ιδέα | 034 | Εικ 044 - ανάπτυγμα φακέλου αλληλογραφίας | 061 |
| Εικ 020 - προσχέδιο λογοτύπου | 035 | Εικ 045 - pattern 1 | 062 |
| Εικ 021 - προσχέδιο σήματος | 036 | Εικ 046 - pattern 2 | 063 |
| Εικ 022 - προσχέδιο λογοτύπου | 037 | Εικ 047 - mockup έντυπης ύλης | 064 |
| Εικ 023 - προσχέδιο λογοτύπου | 037 | Εικ 048 - mockup εταιρική ταυτότητα | 065 |
| Εικ 024 - προσχέδιο λογοτύπου | 038 | Εικ 049 - mockup έντυπης ύλης | 066 |

| | | | |
|---------------------------------------|-----|--|-----|
| Εικ 050 - ανάπτυγμα Colombia | 069 | Εικ 081 - εισαγωγή αναπτύγματος στο πρόγραμμα | 104 |
| Εικ 051 - ανάπτυγμα Arabica | 070 | Εικ 082 - επεξεργασία των πλευρών της συσκευασίας | 105 |
| Εικ 052 - ανάπτυγμα Decaffeine | 071 | Εικ 083 - οπτική της κάμερας, τελική εικόνα | 106 |
| Εικ 053 - ανάπτυγμα Vanilla | 072 | Εικ 084 - σχεδιασμός mockup συσκευασίας: Κατσιγιάννη Αναστασία | 107 |
| Εικ 054 - ανάπτυγμα Caramel | 073 | Εικ 085 - σχεδιασμός mockup συσκευασίας: Κατσιγιάννη Αναστασία | 108 |
| Εικ 055 - συσκευασία καφέ Colombia | 075 | Εικ 086 - σχεδιασμός mockup συσκευασίας: Κατσιγιάννη Αναστασία | 109 |
| Εικ 056 - συσκευασία καφέ Decaffeine | 076 | Εικ 087 - σχεδιασμός mockup συσκευασίας: Κατσιγιάννη Αναστασία | 110 |
| Εικ 057 - συσκευασία καφέ Arabica | 077 | Εικ 088 - σχεδιασμός mockup συσκευασίας: Κατσιγιάννη Αναστασία | 111 |
| Εικ 058 - συσκευασία καφέ Caramel | 078 | Εικ 089 - σχεδιασμός mockup συσκευασίας: Κατσιγιάννη Αναστασία | 112 |
| Εικ 059 - συσκευασία καφέ Vanilla | 079 | Εικ 090 - κατάλογος (25x33cm), μπροστινή όψη | 116 |
| Εικ 060 - special edition logo | 081 | Εικ 091 - κατάλογος (25x33cm), πίσω όψη | 117 |
| Εικ 061 - ανάπτυγμα Egypt | 082 | Εικ 092 - κατάλογος τοίχου (200x88cm) | 118 |
| Εικ 062 - ανάπτυγμα Lebanon | 083 | Εικ 093 - ποτήρια | 119 |
| Εικ 063 - ανάπτυγμα Turkey | 084 | Εικ 094 - ποτήρια | 120 |
| Εικ 064 - ανάπτυγμα Tunisia | 085 | Εικ 095 - καφέ βάση μεταφοράς ποτηριών | 121 |
| Εικ 065 - συσκευασία καφέ Egypt | 087 | Εικ 096 - μπλε βάση μεταφοράς ποτηριών | 122 |
| Εικ 066 - συσκευασία καφέ Turkey | 088 | Εικ 097 - χάρτινο δαχτυλίδι | 123 |
| Εικ 067 - συσκευασία καφέ Lebanon | 089 | Εικ 098 - καφέ επαναχρησιμοποιούμενο ποτήρι | 124 |
| Εικ 068 - συσκευασία καφέ Tunisia | 090 | Εικ 099 - μπλε επαναχρησιμοποιούμενο ποτήρι | 125 |
| Εικ 069 - συσκευασία καφέ Greek | 091 | Εικ 100 - κούπες | 126 |
| Εικ 070 - mockup συσκευασίας Colombia | 092 | Εικ 101 - ποδιά προσωπικού | 127 |
| Εικ 071 - mockup συσκευασίας Decaf | 093 | Εικ 102 - χάρτινο σακουλάκι | 128 |
| Εικ 072 - mockup συσκευασίας Arabica | 094 | Εικ 103 - χαρτοπετσέτα | 129 |
| Εικ 073 - mockup συσκευασίας Caramel | 095 | Εικ 104 - χάρτινη σακούλα | 130 |
| Εικ 074 - mockup συσκευασίας Vanilla | 096 | Εικ 105 - ανάπτυγμα χάρτινης σακούλας | 131 |
| Εικ 075 - mockup συσκευασίας Egypt | 097 | Εικ 106 - σχεδιασμός αφίσας | 133 |
| Εικ 076 - mockup συσκευασίας Turkey | 098 | Εικ 107 - σχεδιασμός αφίσας | 134 |
| Εικ 077 - mockup συσκευασίας Lebanon | 099 | Εικ 108 - σχεδιασμός αφίσας | 135 |
| Εικ 078 - mockup συσκευασίας Tunisia | 100 | Εικ 109 - τριπλέτα αφίσες mockup | 136 |
| Εικ 079 - mockup συσκευασίας Greek | 101 | Εικ 110 - μονοσέλιδη καταχώρηση | 137 |
| Εικ 080 - διαδικασία "un unwrap" | 103 | Εικ 111 - δισέλιδη καταχώρηση | 138 |

| | | | |
|--|-----|------------------------------|-----|
| Εικ 112 - έντυπο A5 | 139 | Εικ 143 - scroll ιστοσελίδας | 175 |
| Εικ 113 - έντυπο A5 mockup | 140 | Εικ 144 - mockup ιστοσελίδας | 176 |
| Εικ 114 - layout τετράπτυχου εντύπου | 141 | Εικ 145 - swipe εφαρμογής | 178 |
| Εικ 115 - τετράπτυχο έντυπο mockup | 142 | Εικ 146 - σχεδιασμός app | 179 |
| Εικ 116 - τετράπτυχο έντυπο mockup | 143 | Εικ 147 - κόκκοι καφέ | 180 |
| Εικ 117 - τετράπτυχο έντυπο mockup | 144 | | |
| Εικ 118 - βιβλίο mockup | 146 | | |
| Εικ 119 - βιβλίο mockup | 147 | | |
| Εικ 120 - βιβλίο mockup | 148 | | |
| Εικ 121 - βιβλίο mockup | 149 | | |
| Εικ 122 - βιβλίο mockup | 150 | | |
| Εικ 123 - εικονογραφήσεις: Κατσιγιάννη Αναστασία | 151 | | |
| Εικ 124 - stand mockup | 152 | | |
| Εικ 125 - σχεδιασμός περιπτέρου | 154 | | |
| Εικ 126 - 3d σχεδιασμός περιπτέρου | 155 | | |
| Εικ 127 - 3d σχεδιασμός περιπτέρου | 156 | | |
| Εικ 128 - 3d σχεδιασμός περιπτέρου | 157 | | |
| Εικ 129 - 3d σχεδιασμός περιπτέρου | 158 | | |
| Εικ 130 - πάνινη τσάντα (γκρι) | 159 | | |
| Εικ 131 - πάνινη τσάντα (πράσινη) | 160 | | |
| Εικ 132 - μπλουζάκια, ανοιχτό πράσινο | 161 | | |
| Εικ 133 - μπλουζάκια, σκούρο πράσινο | 162 | | |
| Εικ 134 - στρογγυλά αυτοκόλλητα | 163 | | |
| Εικ 135 - τετράγωνα αυτοκόλλητα | 164 | | |
| Εικ 136 - σχεδιασμός καρτ ποστάλ | 165 | | |
| Εικ 137 - postcard mockup | 166 | | |
| Εικ 138 - οθόνη Facebook mockup | 169 | | |
| Εικ 139 - screenshots instagram | 170 | | |
| Εικ 140 - screenshots instagram | 171 | | |
| Εικ 141 - mockup αρχικής σελίδας | 173 | | |
| Εικ 142 - mockup ιστοσελίδας | 174 | | |

Πρόλογος

Η κεντρική ιδέα αυτής της πτυχιακής εργασίας είναι μια εταιρία που παράγει και πουλάει καφέ, η οποία μέσω των προϊόντων και των πωλήσεών της μπορεί και συνεισφέρει στο περιβάλλον και πιο συγκεκριμένα στα είδη των θαλάσσιων χελωνών με δωρεές χρημάτων σε οργανώσεις όπως την Ελληνική εταιρία ΑΡΧΕΛΩΝ με σκοπό τη προστασία της.

Επιπλέον, η εταιρία προωθεί εναλλακτικούς τρόπους για το πως μπορεί να πίνει κάποιος το αγαπημένο του ρόφημα χωρίς να επιβαρύνει με το καιρό το πρόβλημα της ρύπανσης με το πλαστικό.



εικ 002 - κόκκοι καφέ

Ενότητα 1

Εισαγωγή

1.1 Το brand

1.2 Η χελώνα

1.3 Το πλαστικό

1.4 Καφές

1.5 Η συσκευασία στο marketing

1.6 Έρευνα εταιριών και προϊόντων

Εισαγωγή

1.1 To brand

Το όνομα της εταιρίας προήλθε από το πασίγνωστο είδος θαλάσσιας χελώνας «καρέτα καρέτα» η οποία πλέον αποτελεί συμβολισμό της Μεσογείου θάλασσας και θα μπορούσε να αντιπροσωπεύσει όλα τα υπόλοιπα είδη θαλάσσιων χελώνων.

Καθώς ο άνθρωπος και οι πράξεις του είναι η κύρια αιτία που ο πληθυσμός της μειώνεται ασταμάτητα η λέξη που προκύπτει στο λογότυπο «**co-fee**» είναι ένας συνδυασμός των λέξεων «**company**», εταιρία και «**fee**», χρέος, αυτό που ο άνθρωπος «οφείλει» να δώσει πίσω στο είδος για τον τρόπο που συμβάλει αρνητικά στη φύση. Από το παραπάνω σκεπτικό προκύπτει το όνομα «**Caretta co-fee shop**». Η εταιρία απευθύνεται κυρίως σε εφήβους και ενήλικες εφόσον ο κύριος σκοπός της πέρα της πώλησης και της προώθησης του καφέ, είναι να ευαισθητοποιήσει και να ενημερώσει τον κόσμο ως προς τη προστασία των χελώνων.

1.2 Η χελώνα

Οι χελώνες περπατούν και κολυμπούν στη Γη πολύ πιο πριν από τον άνθρωπο καθώς έχουν καταφέρει να επιζήσουν από την εποχή των δεινοσαύρων. Παρόλα αυτά, ο τρόπος ζωής των ανθρώπων παίζει σημαντικό ρόλο στη μείωσή τους. Πλέον, τα λίγα είδη θαλάσσιας χελώνας που έχουν απομείνει θεωρούνται υπό εξαφάνιση. Ο ταχύς ρυθμός με τον οποίο ζει και εξελίσσεται ο άνθρωπος είναι υπερβολικά γρήγορος για να προσαρμοστούν πολλά είδη ζώων κι έτσι καταλήγουν να μειώνονται ραγδαία οι πληθυσμοί τους.

- Ιστορική αναδρομή

Τα αρχαιότερα απολιθώματα χελωνών που έχουν βρεθεί αποδεικνύουν πως οι χελώνες ζούσαν τουλάχιστον 250 με 260 εκατομμύρια χρόνια πριν. Παρότι οι χελώνες όπως τις γνωρίζει ο άνθρωπος σήμερα δεν έχουν δόντια, τα πρώτα είδη χελώνας που περπάτησαν στη γη όχι μόνο είχαν δόντια, αλλά και τους έλειπε το βασικό στοιχείο που κάνει τις χελώνες τόσο ξεχωριστές, το κέλυφος. Παρατηρείται όμως ότι η κατασκευή του σώματος της αρχικής χελώνας είχε τις προδιαγραφές για να αναπτυχθεί το καβούκι αργότερα.

Η **Eunotosaurus africanus**¹, είναι η πρώτη χρονολογημένη χελώνα. Έζησε πριν από 260 χρόνια. Είχε δόντια, οπτικά θα μπορούσε να πει κάποιος ότι έμοιαζε λίγο με τις σημερινές σαύρες, και τα κόκκαλα στο σώμα της τα οποία ήταν μακριά και στρογγυλεμένα στις άκρες, ήταν αυτά που αργότερα εξελίχθηκαν σε καβούκι. Οι επιστήμονες υποστηρίζουν ότι αυτά τα παράξενα δομημένα κόκκαλα πιθανώς βοηθούσαν τις χελώνες παρέχοντας ισορροπία.

1. <https://www.britannica.com/animal/sea-turtle>

Η **Odontochelys semi testacea**², ένα είδος που χρονολογείται περίπου από 220 εκατομμύρια χρόνια πριν, είναι το πρώτο είδος το οποίο είχε αναπτύξει πλήρως το πλάστρον. Αυτό το είδος αποτελεί απόδειξη πως το καβούκι στις χελώνες αναπτύχθηκε μετά από το πλάστρον. Αυτά τα στοιχεία υποδηλώνουν επίσης ότι το καβούκι των μεταγενέστερων χελωνών προέκυψε από νευρικές πλάκες που σκληρύνθηκαν με την πάροδο του χρόνου για να γίνουν επίπεδα τμήματα οστών.

Ένα είδος που αναπτύχθηκε λίγο αργότερα με το όνομα **Proganochelys quenstedti**,³ είχε επίσης δόντια, όχι όμως στα σαγόνια του. Τα δόντια ήταν τοποθετημένα στον ουρανίσκο του. Το καβούκι που ανέπτυξε ήταν αρκετά κοντινό στο σημερινό.

- Η χελώνα σήμερα

Οι θαλάσσιες χελώνες είναι αρχαίοι θαλασσοπόροι, διασχίζοντας τη Γη για πάνω από 100 εκατομμύρια χρόνια. Συνυπήρχαν με τους δεινόσαυρους μέχρι την εξαφάνισή τους πριν 65 εκατομμύρια χρόνια, ωστόσο εκείνες κατάφεραν να προσαρμοστούν στις κοσμογονικές αλλαγές και να επιβιώσουν.

Αν και είναι ερπετά, περνούν τη ζωή τους στη θάλασσα και μόνο οι θηλυκές χελώνες βγαίνουν στις παραλίες για να ωοτοκήσουν τα αυγά τους φτιάχνοντας μια φωλιά μέσα στην άμμο. Διαθέτουν αναπνευστικό σύστημα με πνεύμονες. Ο κύκλος ζωής τους θεωρείται πολύ μεγάλος καθώς μπορεί να φτάσει και ως τα 100 χρόνια.

Στη Μεσόγειο θάλασσα εντοπίζονται τρία είδη. Η **Καρέτα καρέτα** φτιάχνει φωλιές στη Μεσόγειο⁴, ενώ η **Δερματοχελώνα** και η **Πράσινη χελώνα** είναι επισκέπτες και συνήθως αναζητούν τροφή.

2. <https://prezi.com/p/oa5ltsgrods0/turtle-evolution-timeline/>

3. <https://prezi.com/p/oa5ltsgrods0/turtle-evolution-timeline/>

4. <https://medasset.org/el/thalassies-chelones/thalassies-chelones-sti-mesogeio/>

Οι χελώνες Καρέτα Καρέτα αποτελούν πλέον τον συμβολισμό της Μεσογείου. Για εκατομμύρια χρόνια η καρέτα καρέτα κολυμπάει στους κόλπους της Ελλάδας, τα τελευταία χρόνια όμως είναι υπό εξαφάνιση. Πέρα από την Ελλάδα, η χελώνα Καρέτα καρέτα φωλεοποιεί στην Τουρκία, στην Κύπρο και στη Λιβύη, ενώ μικρότεροι αριθμοί φωλιών συναντώνται στην Αίγυπτο, στο Λίβανο, στο Ισραήλ, στη Συρία, στην Τυνησία και στην Ιταλία.⁵

- Πληροφορίες για την καρέτα καρέτα

1. Η Ελλάδα φιλοξενεί το 60% περίπου των φωλιών της Μεσογείου. Οι σημαντικότερες παραλίες ωτοκίας είναι στη Ζάκυνθο (Κόλπος του Λαγανά), στην Πελοπόννησο (Κόλπος Κυπαρισσίας και Κόλπος Λακωνικού,) και την Κρήτη (Ρέθυμνο, Κόλποι Χανίων και Μεσσαράς). Οι παραλίες της Ζακύνθου, έχουν τον πιο υψηλό αριθμό φωλιών. Μάλιστα, αν το μετρηθούν ανά χιλιόμετρο, οι φωλιές μπορεί να φθάσουν πάνω από 1.500.

2. Μόνο η καρέτα ωτοκεί στην Ελλάδα. Συγκεκριμένα, από τα επτά είδη θαλάσσιων χελωνών που συνεχίζουν να κολυμπούν στους ωκεανούς, η χελώνα καρέτα φωλιάζει στις ελληνικές θάλασσες. Από τα επτά είδη, μόνο τρία παρατηρούνται τακτικά στη Μεσόγειο.

3. Οι θηλυκές καρέτα γεννούν στις παραλίες που γεννήθηκαν. Ζευγαρώνουν στη θάλασσα κάθε δύο χρόνια και γυρνούν ακριβώς στην ίδια παραλία όπου εκκολάφθηκαν για να γεννήσουν τα αυγά τους.

4. Οι χελώνες καρέτα καρέτα όταν ενηλικιωθούν φτάνουν ως και 75 - 100 εκ. μήκος σώματος και βάρος 100 - 135 κιλά, χωρίς φυσικά να αποκλείονται τα μεγαλύτερα μεγέθη.

5. <https://medasset.org/el/thalassies-chelones/thalassies-chelones-sti-mesogeio/>

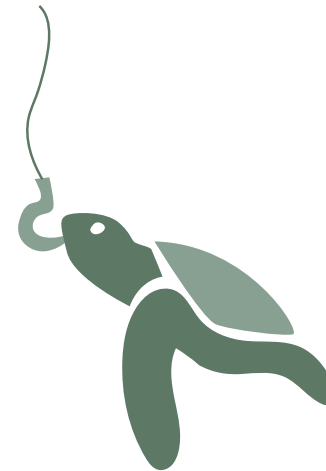
5. Σε κάθε αναπαραγωγική περίοδο μια καρέτα φτιάχνει 2-3 φωλιές και σε καθεμία από αυτές αποθέτει έως 120 αυγά, τα οποία θα μείνουν 55-60 ημέρες στη φωλιά μέχρι να εκκολαφθούν. Το φύλο των νεογνών καθορίζεται από τη θερμοκρασία της άμμου, με τις υψηλότερες θερμοκρασίες να εκκολάπτουν θηλυκά χελωνάκια και τις ψυχρότερες αρσενικά.

6. Ύστερα από έρευνες έχει παρατηρηθεί ότι μόλις 1 χελωνάκι από τα 1.000 καταφέρνει να επιβιώσει στη θάλασσα και να ενηλικιωθεί⁶.

- Οι απειλές του είδους

Η τυχαία σύλληψη κατά το ψάρεμα αποτελεί μια από τις κύριες απειλές για το είδος. Μετά από έρευνες έχει σημειωθεί ότι αυτές οι τυχαίες συλλήψεις ευθύνονται για πάνω από 44.000 θανάτους θαλάσσιων χελωνών το χρόνο.

Επιπλέον, όλα τα απορρίμματα της αλιείας (όπως τα δίχτυα) είναι πολύ επικίνδυνα για τους οργανισμούς που ζουν στη θάλασσα. Ζώα όπως η χελώνα μπλέκονται μέσα σε αυτά προσπαθώντας να κυνηγήσουν την τροφή τους και παγιδεύονται με αποτέλεσμα να πεθαίνουν. Αυτό το πρόβλημα είναι μέρος ενός μεγαλύτερου, της ρύπανσης των ωκεανών.



6. <https://mypet.gr/alla-katoikidia/erpeta/8-facts-gia-na-gnorisoyme-kalytera-tis-kareta-kareta/>
εικ.003-εικονογράφιση

Η ρύπανση των ωκεανών όπως είναι πλέον γνωστό, αποτελεί παγκόσμιο πρόβλημα με τεράστιο περιβαλλοντικό αντίκτυπο. Ειδικότερα η Μεσόγειος θεωρείται μία από τις πιο επιβαρυνμένες θάλασσες παγκοσμίως, με τα πλαστικά απορρίμματα να κυριαρχούν σε ποσότητα μεταξύ άλλων απορριμμάτων.

Η πλαστική ρύπανση είναι μια από τις κυριότερες απειλές για τα θαλάσσια είδη. Οι χελώνες συχνά μπερδεύουν τις πλαστικές σακούλες για μέδουσες, την αγαπημένη τους τροφή, καθώς έχουν παρόμοια όψη. Καταναλώνοντας πλαστικά απορρίμματα, το πεπτικό τους σύστημα φράζει, δημιουργώντας το ψευδές αίσθημα του κορεσμού, οδηγώντας τις θαλάσσιες χελώνες σταδιακά στο θάνατο.

Οι αλλαγές στο κλίμα αποτελούν φυσικό φαινόμενο που λαμβάνει μέρος στη Γη, ωστόσο μετά τη Βιομηχανική Επανάσταση το 1850 και την εντατική απελευθέρωση αερίων του θερμοκηπίου, παρατηρείται μια ραγδαία αύξηση της θερμοκρασίας.⁷

Οι θαλάσσιες χελώνες προσαρμόστηκαν και εξελίχθηκαν για να επιβιώσουν από τις αλλαγές στο κλίμα της Γης κατά το παρελθόν. Ωστόσο, η ταχύτητα με την οποία εξελίσσεται η κλιματική αλλαγή σήμερα, συνδυαστικά με τις καταστροφικές ανθρωπογενείς παρεμβάσεις στο φυσικό περιβάλλον των χελωνών, προκαλούν ανησυχία για το κατά πόσο θα μπορέσουν να επιβιώσουν.



7. <https://www.haniotika-nea.gr/apili-gia-tis-thalassies-chelones/>
εικ.004-εικονογράφηση

1.3 Το πλαστικό

Με αφορμή τις απειλές που εξηγήθηκαν προηγουμένως αξίζει να σημειωθεί το μέγεθος της καταστροφής που προκαλείται συγκεκριμένα από το πλαστικό. Ειδικότερα στην Ελλάδα, η εξάρτηση από το πλαστικό μίας χρήσης έχει πάρει ανεξέλεγκτες διαστάσεις. Καθημερινά, σερβίρονται κατά μέσο όρο περίπου ένα εκατομμύριο καφέδες σε πλαστικό ποτήρι μίας χρήσης και αυτή η ποσότητα αφορά λιγότερο από το 1% του πλαστικού που καταναλώνεται στην Ελλάδα ετησίως. Αν δεν υπάρξει άμεσα κάποια προσπάθεια για αλλαγή, έως το 2050 θα υπάρχουν περισσότερα πλαστικά στη θάλασσα απ' ό,τι ψάρια. Κάθε χρόνο παγκοσμίως διαρρέουν στους ωκεανούς οκτώ εκατομμύρια τόνοι πλαστικών.⁸

Δυστυχώς, προς το παρόν, υπάρχουν πολύ λίγοι τρόποι για να προστατευτεί το περιβάλλον από τα πλαστικά ποτήρια μιας χρήσης. Αυτά που χρησιμοποιούνται για τους κρύους καφέδες είναι ένα μεγάλο πρόβλημα για το περιβάλλον καθώς πολύ συχνά δεν γίνονται αποδεκτά σε προγράμματα ανακύκλωσης και καταλήγουν σε χωματερές.

Μια σχετικά πρόσφατη απόπειρα της λύσης αυτού του προβλήματος αποτελούν τα χάρτινα ποτήρια μιας χρήσης. Παρόλα αυτά, εν τέλει καταλήγουν και αυτά σε χωματερές αφού αποτελούνται από χαρτί τυλιγμένο εσωτερικά με επένδυση πολυμερούς, που τα καθιστά μη ανακυκλώσιμα. Σε σύγκριση όμως με τα πλαστικά ποτήρια χρησιμοποιείται λιγότερο πλαστικό για να παραχθούν, οπότε είναι προτιμότερα για οικολογικούς λόγους.

Άλλη μια προσπάθεια μείωσης της κατανάλωσης του πλαστικού αποτελούν τα χάρτινα καλαμάκια. Ενώ κι αυτά είναι καλύτερα από τα πλαστικά καλαμάκια (όσο λιγότερο πλαστικό χρησιμοποιείται για τη παραγωγή ενός προϊόντος, τόσο το καλύτερο), μόλις καλυφθούν με καφέ, χάνουν την ανακυκλωσιμότητά τους.⁹

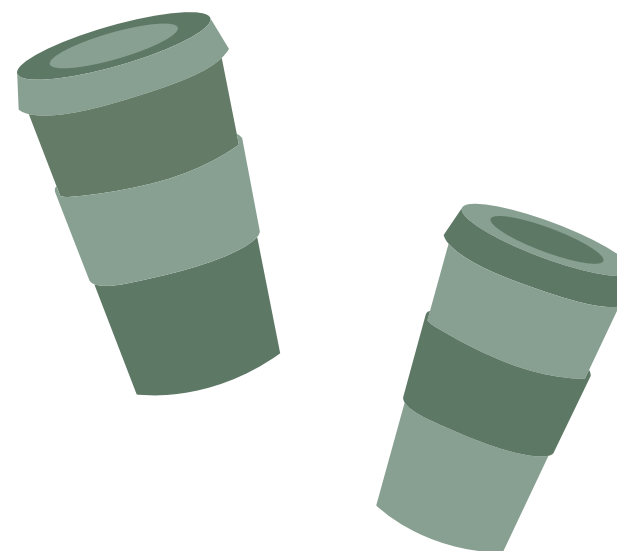
8. https://www.wwf.gr/ti_kanoume/anthropos/plastika/

9. https://www.huffingtonpost.gr/entry/apo-to-kaletero-os-to-cheirotero-yia-to-perivallon-poteri-kafe-se-katataxe_gr_615edd18e4b015457dccaef

Υπάρχουν κυρίως δύο λύσεις στο πρόβλημα της υπερκατανάλωσης του πλαστικού μέσω των ποτηριών μιας χρήσης. Η πρώτη αποτελεί εκείνα τα ποτήρια που χαρακτηρίζονται ως «βιοδιασπώμενα» ή «κομποστοποιημένα», τα οποία χρησιμοποιούν συνήθως μια επένδυση από γαλακτικό οξύ και μπορούν να κομποστοποιηθούν. Δυστυχώς όμως, στην Ελλάδα τα περισσότερα από αυτά εξακολουθούν να καταλήγουν σε χωματερές λόγω έλλειψης εγκαταστάσεων κομποστοποίησης ή του κόστους που έχει η κομποστοποίησή τους.

Η δεύτερη και ευκολότερη λύση είναι η προώθηση και η πώληση ποτηριών πολλαπλών χρήσεων τα οποία και είναι φτιαγμένα από ανακυκλώσιμα υλικά ή από μπαμπού. Με μια τέτοια αγορά ο καταναλωτής δίνει την ευκαιρία στη παραγωγή του πλαστικού να μειωθεί και συνήθως με τη χρήση ενός τέτοιου ποτηριού μπορεί να κερδίζει και μια έκπτωση στο ρόφημά του.

Ένα ακόμη βήμα που μπορεί να κάνει κάποιος για να βοηθήσει τη κατάσταση είναι τα μεταλλικά, τα γυάλινα και τα καλαμάκια από μπαμπού τα οποία είναι πολλαπλών χρήσεων και εύκολα στο καθάρισμα.¹⁰



10. https://www.huffingtonpost.gr/entry/apo-to-kaletero-os-to-cheirotero-yia-to-perivallon-poteri-kafe-se-katataxe_gr_615edd18e4b015457dcccacf
εικ.005-εικονογράφιση

Τέλος, όσων αφορά τις συσκευασίες των προϊόντων πώλησης των διάφορων εταιριών, αποτελούν κι αυτές ένα σημαντικό περιβαλλοντικό βάρος. Όσο πιο πολλά υλικά έχουν χρησιμοποιηθεί σε μια συσκευασία, τόσο πιο δύσκολο είναι αυτά μετά να διαχωριστούν και να ανακυκλωθούν.

Οι επιχειρήσεις παρασκευής προϊόντων καφέ έχουν τη δυνατότητα να ενισχύσουν την ανακυκλωσιμότητα των προϊόντων τους, όπως τις σακούλες και τις κάψουλες καφέ, εξετάζοντας το ενδεχόμενο χρήσης συσκευασιών LDPE (πολυαιθυλένιο χαμηλής πυκνότητας), ενός υλικού που μπορεί να ανακυκλωθεί ευρέως. Χρησιμοποιώντας LDPE και δίνοντας έμφαση σε σχέδια από ένα μόνο υλικό, οι εταιρείες καφέ μπορούν να αυξήσουν την ανακυκλωσιμότητα των συσκευασιών τους, προωθώντας έναν περισσότερο αειφόρο κύκλο ζωής για τα προϊόντα τους, ενώ παράλληλα συμβαδίζουν με τα καθιερωμένα συστήματα ανακύκλωσης.¹¹

11. <https://mtpak.coffee/2020/12/what-is-ldpe/>

1.4 Καφές

Η ιστορία του καφέ ξεκινάει τον 9ο αιώνα στην Αιθιοπία, όταν ένας κτηνοτρόφος, ο Kaldi παρατήρησε πως οι κασίκες του γινόντουσαν πιο ενεργητικές όταν έτρωγαν τους καρπούς από ένα συγκεκριμένο δέντρο. Σύντομα μετά από αυτό το συμβάν άρχισε η καλλιέργια του καφέ ως ροφήματος, καθώς ανακαλύφθηκε πως με το καβούρδισμα και το βρασμό των κόκκων, κατάφερναν να παρασκευάσουν ένα γευστικό και τονωτικό ρόφημα.

Ως τον 15ο αιώνα, η παραγωγή του καφέ είχε διαδοθεί έως και την Υεμένη. Καφενεία άρχισαν σύντομα να εγκαθίστανται σε πόλεις όπως η Κωνσταντινούπολη και άρχισαν σιγά σιγά να αποκτούν το πνεύμα των σημερινών καφενείων.

Παράλληλα, οι Άραβες άρχισαν να αναπτύσσουν διάφορες μεθόδους ετοιμασίας και παρασκευής του καφέ, όπως τη χρήση ενός δοχείου που ονομαζόταν «dallah»¹², η οποία χρησιμοποιούσε λεπτοαλεσμένους κόκκους καφέ.



12. <https://www.mixanitouxronou.gr/i-apolasustiki-istoria-tou-kafe/>
Εικ.006 - δοχείο "dallah"

Τον 17ο αιώνα ο καφές έφτασε για πρώτη φορά στην Ευρώπη με καφετέριες να ανοίγουν στην Γαλλία και στην Αγγλία. Συνεπώς η ζήτηση του καφέ ανέβηκε και η Ευρώπη αναγκάστηκε να φτιάξει φυτείες καφέ για να ανταπεξέλθει.

Μέχρι τον 19ο αιώνα ο καφές καθιερώθηκε ως καθημερινό ρόφημα και φτιάχτηκαν ήδη οι πρώτες μηχανές espresso.

Κατά τον 20ο αιώνα ο τομέας της παραγωγής του καφέ βίωσε την μεγαλύτερη αύξηση σε ζήτηση και παραγωγή ως τότε με την εμφάνιση των αλυσίδων καφέ, του στιγμιαίου καφέ και της τεχνολογίας παρασκευής καφέ.¹³



13. <https://www.mixanitouxronou.gr/i-apolasustiki-istoria-tou-kafe/εικ.007-η-πρώτη-μηχανή-espresso>

1.5 Η συσκευασία στο marketing

Η συσκευασία στο μάρκετινγκ δεν αποτελεί μόνο το ρόλο της μεταφοράς προϊόντων και της διατήρησης τους. Πέρα από τη διαφύλαξη των προϊόντων, λειτουργεί και ως ένα στοιχείο αλληλεπίδρασης μεταξύ των καταναλωτών και των αγαθών, ενσωματώνοντας τα χαρακτηριστικά στοιχεία και τις αξίες της μάρκας για την προώθηση της εύκολης αναγνώρισης.

Η συσκευασία ενός προϊόντος στοχεύει στη διαφοροποίηση των προϊόντων από τις υπόλοιπες ανταγωνιστικές αγορές μέσω μοναδικών σχεδίων, χρωμάτων και υλικών που προσελκύουν την προτίμηση των καταναλωτών. Ο σχεδιασμός, η τυπογραφία και τα χρώματα που έχουν χρησιμοποιηθεί σε μια συσκευασία παίζουν πολύ σημαντικό ρόλο στο τρόπο που ο καταναλωτής θα την αντιληφθεί.

Επιπροσθέτως, η συσκευασία χρησιμοποιείται ως πληροφοριακό εργαλείο, μεταφέροντας βασικές λεπτομέρειες σχετικά με το προϊόν.

Οι σύγχρονες τάσεις της συσκευασίας, οι οποίες ενσωματώνουν φιλικά προς το περιβάλλον υλικά, συμπίπτουν με τη βιωσιμότητα, προσελκύοντας καταναλωτές με περιβαλλοντική συνείδηση. Η διαρκής καινοτομία εξασφαλίζει πως η συσκευασία παραμένει επίκαιρη, προσαρμοζόμενη στις αναπτυσσόμενες προτιμήσεις των καταναλωτών με νέες τεχνολογίες και σχέδια.

Στην ουσία, η συσκευασία είναι ένα ζωτικής σημασίας εργαλείο μάρκετινγκ, που επηρεάζει τη στάση του καταναλωτή απέναντι στο προϊόν, καθορίζει την ταυτότητα της μάρκας και επηρεάζει σημαντικά την επιτυχία ενός προϊόντος στην αγορά.¹⁴

14. <https://packhelp.com/how-packaging-helps-in-advertising/>

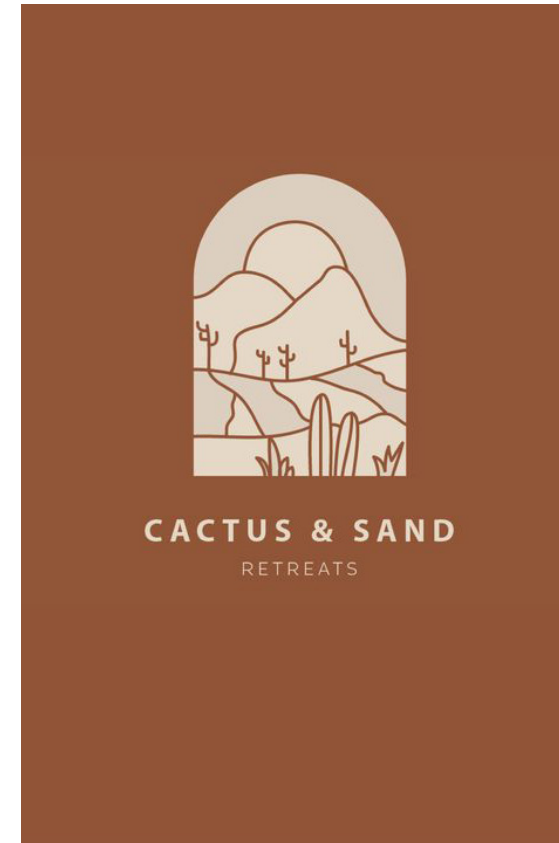
1.6 Έρευνα εταιριών και προϊόντων



εικ 008 - έρευνα
<https://www.behance.net/gallery/58520619/The-Grind-Coffee-Shop-Logo-and-Branding>



εικ 009 - έρευνα
<https://dribbble.com/shots/9836462-Logo-for-a-Coffee-Shop>



εικ 010 - έρευνα
<https://gr.pinterest.com/pin/689332286718747536/>



εικ 011 - έρευνα
<https://99designs.com/profiles/spoonlancer/designs/1385131>



εικ 012 - έρευνα
<https://nap-design.net/portfolio/logodesign-kanonnomori/>



εικ 013 - έρευνα
https://www.freepik.com/premium-vector/honey-bear-logo_3484609.htm



εικ 014 - έρευνα
<https://packagingoftheworld.com/2019/01/labarre-bookstore-cafe.html>



εικ 015 - έρευνα
<https://packagingoftheworld.com/2019/01/labarre-bookstore-cafe.html>



εικ 016 - έρευνα
<https://www.behance.net/gallery/31553079/barbarus>



εικ 017 - έρευνα
<https://gr.pinterest.com/pin/108719778498952674/>



εικ 018 - έρευνα
<https://worldbranddesign.com/branding-for-hotel-odelya/>

- Σχόλια πάνω στην έρευνα

Όπως παρατηρείται και παραπάνω οι περισσότερες εταιρίες που ασχολούνται με τη πώληση και τη παραγωγή του καφέ χρησιμοποιούν λίγα και πλακάτα χρώματα καθώς με αυτό το τρόπο οι γραφιστικές τους χρήσεις είναι πιο απλές και το αποτέλεσμα πιο εύκολα αναγνωρίσιμο. Οι αποχρώσεις συνήθως είναι γήινες καθώς ο καφές δεν παραπέμπει σε κάτι έντονο. Διάφορες συσκευασίες όμως μπορεί να ενσωματώνουν έντονα χρώματα ως στρατηγική, με το λόγο ότι τα έντονα χρώματα τραβούν τη προσοχή του ανθρώπου. Τα λογότυπα και οι γραμματοσειρές είναι απλοποιημένα για να μένουν εύκολα στη μνήμη κάποιου και να είναι αναγνώσιμα σε μικρά μεγέθη. Οι συσκευασίες από την άλλη κυμαίνονται από πολύ απλές και μινιμαλιστικές ως και περίπλοκες με διάφορες ιδιαιτερότητες ως προς το υλικό από το οποίο φτιάχνονται για περιβαλλοντικούς λόγους. Τα κυρίαρχα υλικά δεν παύουν να είναι το πλαστικό και το χαρτί, αλλά με το πέρασ του χρόνου η τεχνολογία επιτρέπει σε νέα υλικά να δοκιμάζονται στη χρήση της συσκευασίας.

Ενότητα 2

Λογότυπο

2.1 Ιδέα

2.2 Προσχέδια

2.3 Τελικό λογότυπο

2.4 Guidelines του λογοτύπου

2.5 Κανόνες εφαρμογής

2.6 Τυπογραφία

2.7 Χρωματικοί συνδυασμοί

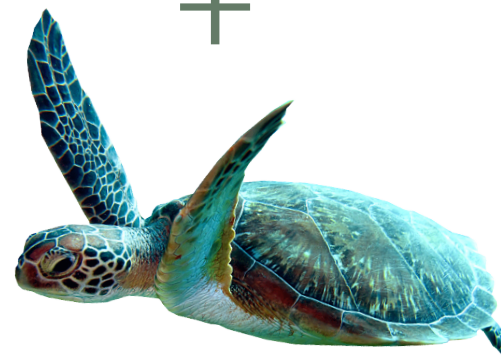
Λογότυπο

2.1 Ιδέα

Μετά την έρευνα και την ανάλυση του θεωρητικού μέρους της πτυχιακής ακολούθησε ο σχεδιασμός του λογοτύπου. Για να επικοινωνεί το λογότυπο το πνεύμα της ιδέας έπρεπε να απεικονιστεί μια χελώνα και το στοιχείο του καφέ ταυτόχρονα, καθώς και να ακολουθεί το λεκτικό κομμάτι το οποίο θα ολοκλήρωνε το λογότυπο. Γι αυτό το λόγο ενοποιήθηκαν το σχήμα της χελώνας και το σχήμα μιας κούπας του καφέ και από κάτω προστέθηκε το λεκτικό μέρος.



+

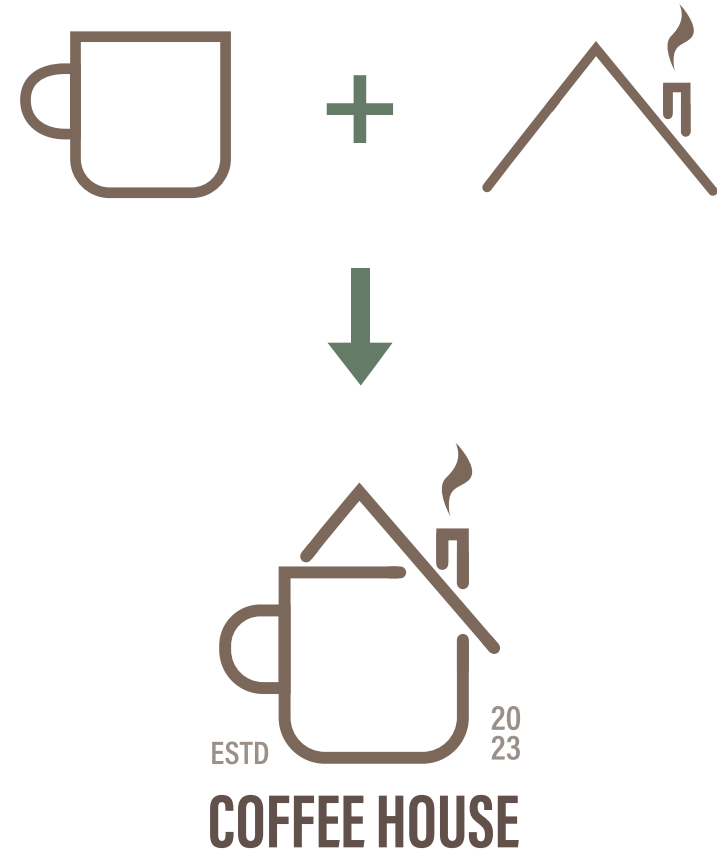


2.2 Προσχέδια

Το πρώτο λογότυπο που απεικονίζεται στα δεξιά είναι το πρώτο προσχέδιο για την ιδέα του καφεκοπτείου. Αρχικά η ιδέα της εταιρίας ήταν απλούστερη, δεν περιείχε τη χελώνα και την ιδέα του εθελοντισμού.

Στη προκειμένη περίπτωση, η εταιρία θα ονομαζόταν απλώς «Coffee House» και το σήμα δίπλα στυλιζάρει αυτή ακριβώς την έννοια, μια κούπα καφέ με μια σκεπή σπιτιού από πάνω που φτιάχνουν μαζί ένα σήμα. Ο “καπνός” που αναβλύζει μέσα από τη σκεπή μπορεί να θεωρηθεί είτε καπνός από τη καμινάδα της σκεπής, είτε καπνός από τον ζεστό καφέ.

Καθώς υπάρχουν πολλές εταιρίες με παρόμοιο σκεπτικό στο διαδίκτυο, η ιδέα αυτή απορρίφθηκε.



Το εικονίδιο στα δεξιά απεικονίζει την αμέσως επόμενη ιδέα για τον σχεδιασμό της εταιρίας.

Μετά από έρευνα για τα ποτήρια μεταφοράς του καθημερινού καφέ και του αντίκτυπου που έχουν αυτά στο περιβάλλον, σταδιακά διαμορφώθηκε το προφίλ της εταιρίας, το οποίο καλύπτει τις ανάγκες του πελάτη αλλά έχει και εθελοντικό χαρακτήρα. Στο δεύτερο σχέδιο φαίνεται η αρχική προσπάθεια να ενοποιηθεί η έννοια του καφέ με αυτή της χελώνας.

Το κέλυφος της χελώνας μαζί με ένα τμήμα του σώματός της αποτελεί τον στυλιζαρισμένο κόκκο του καφέ, ενώ η εικονογράφηση της χελώνας αποδίδει το νόημα της καρέτα καρέτα.

Η ιδέα απορρίφθηκε διότι η απεικόνισή του δεν είναι αρκετά ξεκάθαρη και δεν απεικονίζει σωστά το έργο της εταιρίας.



Τα λογότυπα που φαίνονται δεξιά αποτελούν τα πρώτα προσχέδια της τελικής ιδέας.

Το πρώτο προσχέδιο περιλαμβάνει τον σχεδιασμό μιας κούπας μόνο με περίγραμμα, καθώς και την υπόλοιπη χελώνα με “χειροποίητο” σχεδιασμό. Η τυπογραφία βρίσκεται στα αρχικά στάδια και δεν έχει πειραχτεί ακόμη.

Το “χειροποίητο” στύλ απορρίφθηκε για αισθητικούς λόγους.

Στη συνέχεια, απεικονίζεται η εξέλιξη του παραπάνω λογοτύπου, με τη κούπα να παραμένει ίδια αλλά η υπόλοιπη χελώνα να έχει μια πιο γεωμετρική και “χάρτινη” προσέγγιση. Η τυπογραφία επίσης δοκιμάζεται σε κεφαλαία γράμματα.

Αργότερα, τα σχέδια με περίγραμμα του σήματος απορρίφθηκαν διότι φαίνονται αδύναμα μεταξύ άλλων στοιχείων και σε σμίκρυνση δεν είναι αναγνώσιμα.



Επιπροσθέτως, τα λογότυπα στα δεξιά δείχνουν την εξέλιξη των παραπάνω λογοτύπων με άλλη προσέγγιση.

Για τις ανάγκες του λογοτύπου, δεν υπάρχει πιά περίγραμμα, αλλά πλακάτα χρώματα στα φυσικά χρώματα της χελώνας. Κάνοντας καφέ το κέλυφος εξυπηρετείται και το χρώμα του καφέ, ενώνοντας έτσι τις δύο έννοιες.

Η τυπογραφία και στα δύο σχέδια βρίσκεται ακόμη σε πρόχειρο στάδιο.

Ένα ακόμη πρόβλημα που προέκυψε στον σχεδιασμό είναι το πίσω πόδι της χελώνας, το οποίο της δίνει κίνηση κι έτσι μπορεί σε κάποιον να φαίνεται πως η χελώνα «φεύγει».



2.3 Τελικό λογότυπο

Δίπλα απεικονίζεται το τελικό λογότυπο της εταιρίας.

Έχουν χρησιμοποιηθεί πλακάτες αποχρώσεις του καφέ και του πράσινου, εμπνευσμένες από τα χρώματα της κανονικής χελώνας και του καφέ. Τα σχήματα είναι απλοποιημένα ώστε να είναι εύκολα αναγνωρίσιμα από κάποιον που θα δει το λογότυπο. Τα σημεία ανάμεσα στη χελώνα και τη κούπα, όπως και το μάτι και το χερούλι της κούπας είναι «τρύπες» και φαίνεται οποιοδήποτε φόντο χρησιμοποιηθεί από πίσω.

Η τυπογραφία έχει πειραχτεί για τις ανάγκες του λογοτύπου. Έχουν χρησιμοποιηθεί τα πεζά γράμματα της γραμματοσειράς Νοήιμε64, και έχουν πειραχτεί τα διάκενα. Επιπλέον, καθώς τα γράμματα «ΤΤ» της λέξης καρέτα εμφανίζονταν μόνο κεφαλαία και δεν ταίριαζαν αισθητικά με το υπόλοιπο λογότυπο, επανασχεδιάστηκαν στο χέρι με το δεύτερο “t” να είναι πιο αφαιρετικό, επιτρέποντας την χελώνα να «κουμπώσει» μέσα στην σύνθεση. Το tagline έχει υποστεί αραίωση για να είναι ευανάγνωστο και σε σμίκρυνση.



Όπως φαίνεται στα δεξιά, το τελικό λογότυπο αποτελείται από δύο κομμάτια, το σήμα και το λεκτικό.

Το σήμα είναι το συμβολικό μέρος του λογοτύπου, στο συγκεκριμένο λογότυπο ίσως και να αποτελεί το πιο εύκολα αναγνωρίσιμο στοιχείο. Το σήμα είναι σχεδιασμένο μινιμαλιστικά και γεωμετρικά χρησιμοποιώντας τόσα σχήματα ώστε να αναγνωρίζεται από κάποιον ως μια κούπα - χελώνα και χωρίς περιττά σημεία.

Το λεκτικό κομμάτι του λογοτύπου έχει τοποθετηθεί κάτω από το σήμα με τρόπο ώστε να ισορροπούν μαζί. Η στρωγυλή γραμματοσειρά αισθητικά δένει με τη χελώνα η οποία εκτός από γωνίες έχει κι αυτή στρωγγυλά σημεία.

Παρατηρείται επίσης πως κατά τη σχεδίαση του λογοτύπου έχουν χρησιμοποιηθεί περασιές ώστε να ισορροπεί. Η σύνθεσή του είναι κεντραρισμένη στη κούπα ως σχήμα, όχι δηλαδή μαζί με το κεφάλι της χελώνας, διότι λόγω του σκούρου χρώματος και του σχήματος της κούπας αν κεντραριζόταν σαν σύνολο με το κεφάλι της χελώνας το λογότυπο θα έγερνε προς τα αριστερά.



- Δευτερεύον λογότυπο

Σε περιπτώσεις που ο χώρος που χρησιμοποιείται δεν επιτρέπει στο λογότυπο να διαβαστεί σωστά μπορεί να χρησιμοποιηθεί και η διάταξη που φαίνεται δίπλα.



- Εναλλακτικά λογότυπα

Σε περιπτώσεις που ο χώρος δεν το επιτρέπει ή σε συγκεκριμένες εφαρμογές του λογοτύπου (όπως για παράδειγμα στη βάση μεταφοράς καφέ ή στο περίπτερο) μπορούν να χρησιμοποιηθούν ξεχωριστά:

1. Το σήμα
2. Το λεκτικό κομμάτι του λογοτύπου
3. Το λεκτικό κομμάτι χωρίς το tagline



2.4 Guidelines του λογοτύπου

Για να επιτευχθεί η μέγιστη δυνατή αναγνωσιμότητα του λογοτύπου κατά τη χρήση του είναι αναγκαίο να υπάρχουν ορισμένοι κανόνες χρήσης.

Αν θεωρηθεί πως το λογότυπο χωράει ακριβώς μέσα σε ένα τετράγωνο, η κάθε πλευρά του έχει διάσταση χ . Για να είναι πάντα αναγνωρίσιμο και να διαβάζεται χωρίς πρόβλημα, η απόστασή του από οποιοδήποτε άλλο στοιχείο θα πρέπει να είναι τουλάχιστον $1/4$ του χ . Αυτός ο κανόνας ισχύει για όλες της πλευρές του.

Επιπλέον, η μέγιστη σμίκρυνση που μπορεί να υποστεί το λογότυπο χωρίς να αλλοιωθεί η τυπογραφία ή το σήμα είναι τα 2 εκατοστά. Αν μικρύνει παραπάνω, πλέον δεν θα είναι αναγνωρίσιμο.



εικ 030 - guidelines, εικ 031 - μέγιστη σμίκρυνση

2.5 Κανόνες εφαρμογής

Κατά τη χρήση ενός λογοτύπου υπάρχουν διάφορες τροποποιήσεις που μπορεί να κάνει κάποιος όπως για παράδειγμα να χρησιμοποιήσει μεμονωμένα το σήμα του λογοτύπου, η να αλλάξει τη διάταξη του λογοτύπου. Όπως αναφέρθηκε και παραπάνω υπάρχουν κάποιοι κανόνες που εφαρμόζονται από πριν για κάθε λογότυπο και στη συνέχεια ακολουθούνται.

Παρομοίως, υπάρχουν και κανόνες που εφαρμόζονται για να αποφευχθούν προβλήματα όπως αναγνωσιμότητα ή αναγνωρισιμότητα. Παρακάτω παρουσιάζονται κάποιοι από τους κανόνες που επισημάνουν διάφορες λάθος χρήσεις του λογοτύπου που θα μπορούσε να κάνει κάποιος με σκοπό την αποτροπή τους.

- 1. Αρχικά, δεν πρέπει να αντιστρέφονται τα χρώματα του λογοτύπου μεταξύ τους.
- 2. Επίσης, δεν πρέπει να χρησιμοποιείται το λογότυπο σε ασπρόμαυρους τόνους.
- 3. Τα χρώματα του λογοτύπου δεν θα πρέπει να αλλάζουν πέρα των προτεινόμενων.



εικ 032 - λάθος εφαρμογή, εικ 033 - λάθος εφαρμογή
εικ 034 - λάθος εφαρμογή

- 4. Να μην χρησιμοποιείται το λογότυπο μόνο με περίγραμμα, καθώς γίνεται αδύναμο ανάμεσα σε άλλα στοιχεία και δεν εξυπηρετεί τους σκοπούς της εταιρίας.
- 5. Επιπροσθέτως, να μην αλλοιώνονται οι διαστάσεις του λογοτύπου σε κανέναν άξονα.
- 6. Τέλος, να μην αλλάζει κατά αυτόν τον τρόπο η διάταξη του λογοτύπου παρά μόνο με τον προτεινόμενο. Αλλάζοντας την διάταξη αλλοιώνεται και η ισορροπία της σύνθεσης του λογοτύπου.



εικ 035 - λάθος εφαρμογή, εικ 036 - λάθος εφαρμογή
εικ 037 - λάθος εφαρμογή

2.6 Τυπογραφία

- Vonique64

Η γραμματοσειρά Vonique64 αποτελεί τη κύρια γραμματοσειρά που χρησιμοποιήθηκε στο λεκτικό μέρος του λογοτύπου. Για πρακτικούς αλλά και αισθητικούς λόγους, η γραμματοσειρά έχει τροποποιηθεί ώστε το λογότυπο να έχει τον δικό του «χαρακτήρα» και να εξυπηρετεί τους σκοπούς της εταιρίας.

Η γραμματοσειρά σχεδιάστηκε από τον Dennis Ludlow το 2015 κι ως πηγή έμπνευσης για τη σχεδίαση της γραμματοσειράς αποτέλεσαν οι δρόμοι της Γαλλίας και της Αγγλίας, αλλά και οι διάφοροι ήχοι των καφετεριών τους. Η vonique64 αποτελεί μια μινιμαλιστική και στρογγυλή γραμματοσειρά.

VONIQUE64

VONIQUE64

Λ Α ΒΒ CC DD EE

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

- Century Gothic

Η γραμματοσειρά Century Gothic έχει χρησιμοποιηθεί στον υπότιτλο του λογοτύπου (co-fee-shop) καθώς και σε καταλόγους, έντυπα και web design.

Σχεδιάστηκε από τον Sol Hess κάπου μεταξύ του 1936 και 1947. Η γραμματοσειρά πλέον έχει 14 διαφορετικά βάρη, ξεκινώντας από τα thin ως και black μαζί με τα ανάλογα πλάγια γράμματα.

Εξαιτίας του ανοιχτού, φιλικού στυλ της γραμματοσειράς, συχνά χρησιμοποιείται σε τίτλους ΜΜΕ, όπως στην τηλεοπτική εκπομπή «Star Trek: Enterprise» και σε σήματα τόσο για την τηλεοπτική εκπομπή «Weezer» όσο και για το δίκτυο GMA. Πρόκειται για μια πολύ δημοφιλή γραμματοσειρά, κυρίως στη διαφήμιση.

Century Gothic

Century Gothic

Century Gothic

Aa Bb Cc Dd Ee

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

2.7 Χρωματικοί συνδυασμοί

- Χρωματική παλέτα

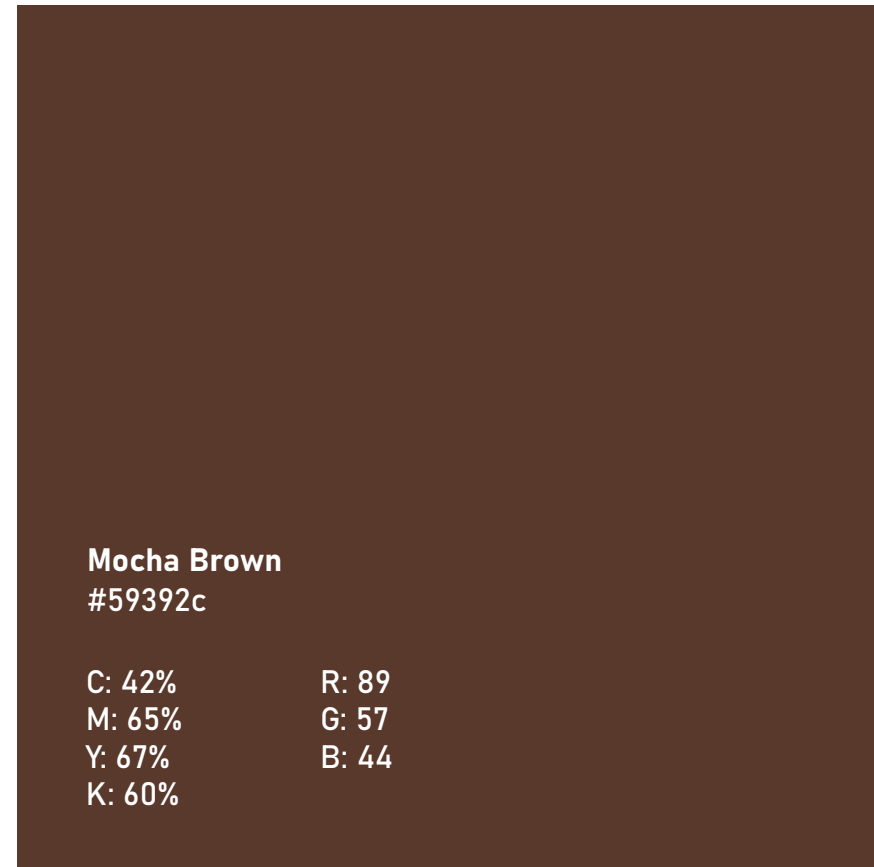
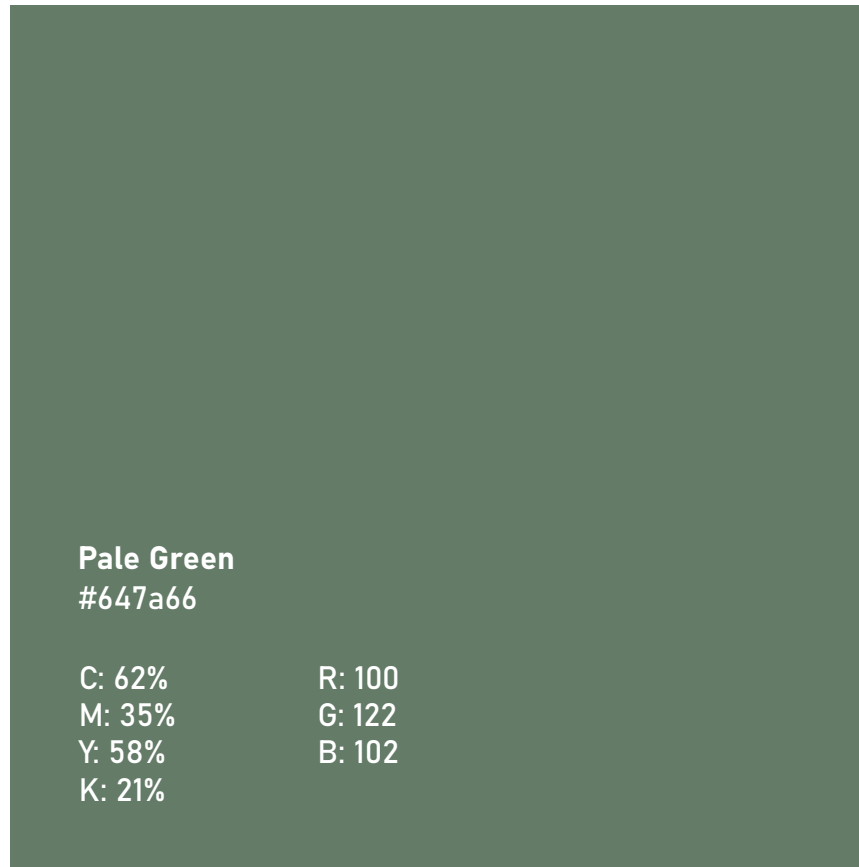
Είναι γνωστό πως τα χρώματα επηρεάζουν τον άνθρωπο και τα συναισθήματά του. Κατά συμπέρασμα, η επιλογή και η χρήση τους είναι σημαντικοί παράγοντες σε μια εταιρία. Στο λογότυπο έχουν χρησιμοποιηθεί δύο διαφορετικές αποχρώσεις, το πράσινο και το καφέ.

Το πράσινο χρώμα συμβολίζει τη φύση, την αρμονία και τη φρεσκάδα ενώ είναι συνδεδεμένο με το αίσθημα της ασφάλειας. Αποτελεί ένα από τα πιο γαλήνια χρώματα για το ανθρώπινο μάτι.

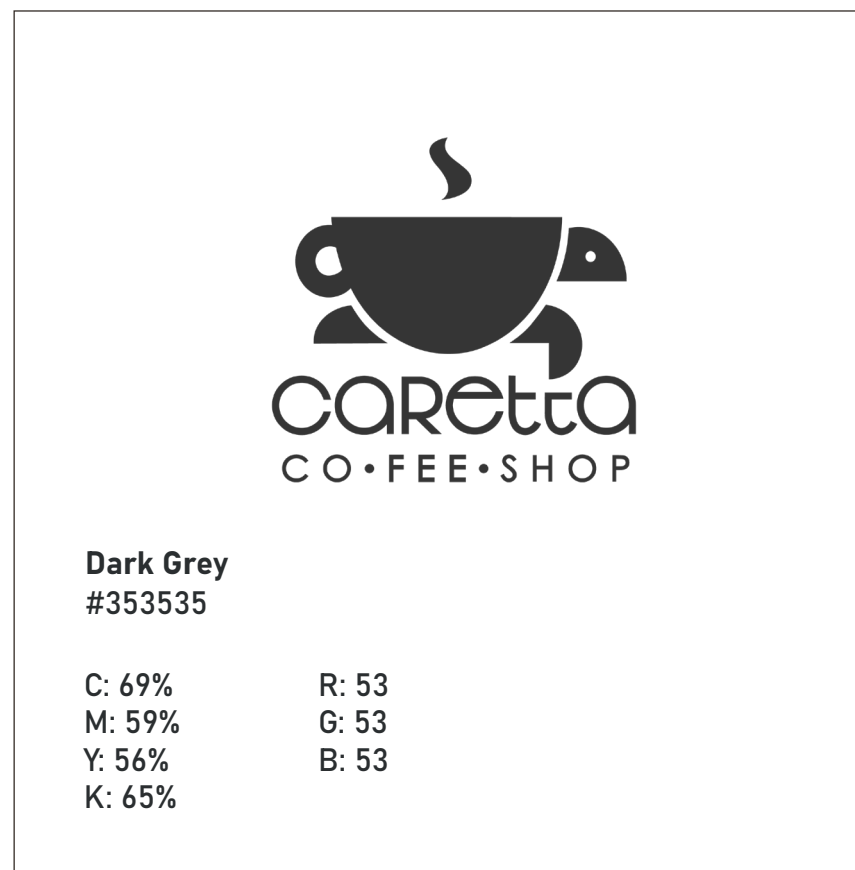
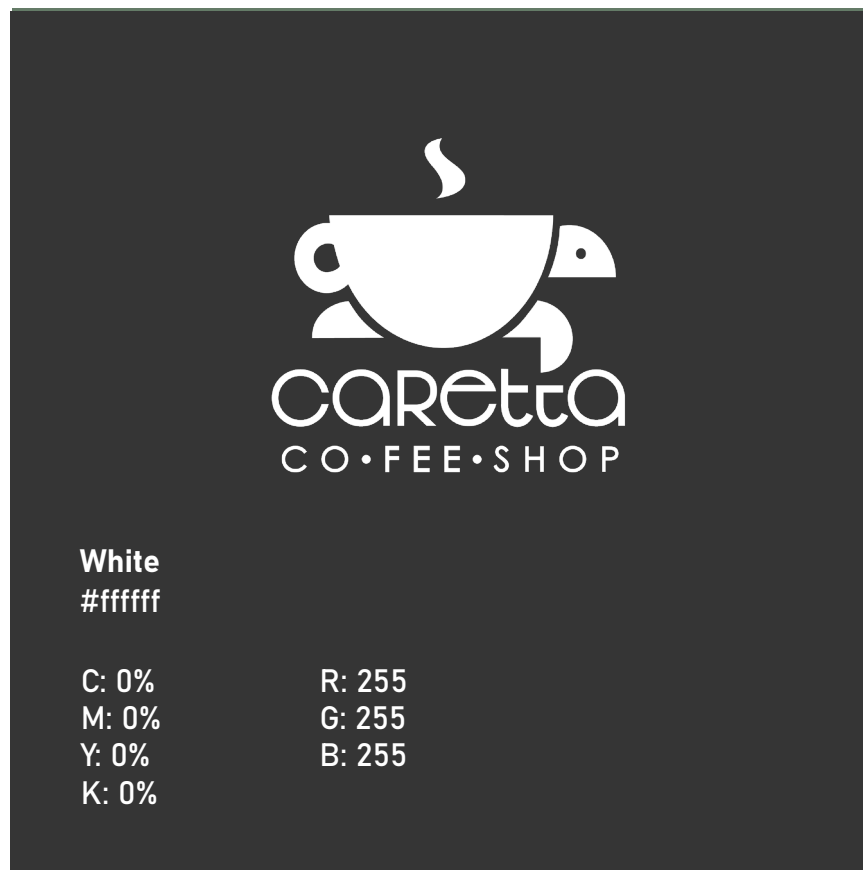
Το καφέ χρώμα είναι μια γήινη απόχρωση που συμβολίζει τη ποιότητα, τη τιμιότητα αλλά και την ενότητα.



- Χρωματική παλέτα



- Μονοχρωμία



Ενότητα 3

Τυπογραφία

3.1 Amazon Ember

3.2 Haettenschweiler

3.3 Bahnschrift

3.4 Franklin Gothic

3.5 Kenyan Coffee Stencil

3.6 Caviar Dreams

Τυπογραφία

3.1 Amazon Ember

Η Amazon Ember είναι μια sans-serif γραμματοσειρά, σχεδιασμένη από την Amazon, γύρω στο 2015, με σκοπό τη χρήση της στο branding και σε διάφορα προϊόντα της.

Ο σχεδιασμός της στοχεύει στην επίτευξη της μέγιστης αναγνωσιμότητας σε ηλεκτρονικές οθόνες, ιδίως σε οθόνες e-ink που χρησιμοποιούνται κυρίως στις συσκευές Kindle. Η γραμματοσειρά αυτή χαρακτηρίζεται από τις καθαρές γραμμές και την ισορροπημένη, σύγχρονη εμφάνιση.

Amazon Ember

Amazon Ember

Amazon Ember

Amazon Ember

Aa Bb Cc Dd Ee

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

3.2 Γραμματοσειρά Haettenschweiler

Η Haettenschweiler είναι μια έντονη, συμπυκνωμένη sans-serif γραμματοσειρά που σχεδιάστηκε από τον Walter Haettenschweiler προς τα τέλη της δεκαετίας του 1950.

Είναι γνωστή για τις δυνατές, πυκνές γραμμές και τα συμπυκνωμένα γράμματα, και αποτελεί δημοφιλή επιλογή στη διαφήμιση, τη σήμανση και τον γραφιστικό σχεδιασμό, χάρη στην ικανότητά της να τραβάει την προσοχή και να δημιουργεί ισχυρές οπτικές καταστάσεις.

Χρησιμοποιείται κυρίως σε τίτλους για τους λόγους που αναπτύχθηκαν παραπάνω καθώς η αναγνωσιμότητά της σε μεγάλα κείμενα ή σε μικρά γράμματα δεν είναι το ίδιο λειτουργική.

Haettenschweiler

Aa Bb Cc Dd Ee Ff

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

3.3 Γραμματοσειρά Bahnschrift

Η Bahnschrift, είναι μια δυναμική γραμματοσειρά sans-serif που δημιουργήθηκε από τη Microsoft το 2017 μαζί με τα windows 10 και χαρακτηρίζεται από την προσαρμοστικότητα της.

Ο σύγχρονος, λιτός σχεδιασμός της γραμματοσειράς την κάνει ιδανική τόσο για ψηφιακά όσο και για έντυπα μέσα, καθώς προσφέρει ελαστικότητα και ευκολία προσαρμογής.

Bahnschrift

Bahnschrift

Bahnschrift

Aa Bb Cc Dd Ee

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

3.4 Γραμματοσειρά Franklin Gothic

Η Franklin Gothic, σχεδιάστηκε από τον Morris Fuller Benton το 1902 για την American Type Founders και χαρακτηρίζεται από το στιβαρό και γεωμετρικό σχέδιο της. Το σταθερό πλάτος της γραμμή, τη καθιστά κατάλληλη για χρήσεις όπως έντυπα μέσα, επωνυμίες και τίτλους.

Χάρη στα πολλαπλά της βάρη και τις συμπυκνώσεις της, κάποιος μπορεί να δημιουργήσει μια ολοκληρωμένη ιεραρχία με έμφαση σε μια σύνθεση.

Franklin Gothic

Aa Bb Cc Dd Ee

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

3.5 Kenyan Coffee Stencil

Η Kenyan Coffee Stencil έχει χρησιμοποιηθεί στους δύο καταλόγους του μαγαζιού καθώς και στο λεκτικό σλόγκαν «brewing happiness, one sip at a time...», που υπάρχει σε κούπες, μπλουζάκια, κ.α.

Kenyan Coffee

Aa Bb Cc Dd Ee

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

3.6 Caviar Dreams

Η Caviar Dreams είναι μια sans-serif γραμματοσειρά η οποία σχεδιάστηκε από τον Lauren Thompson. Είναι σύγχρονη και μοντέρνα. Επίσης βγαίνει σε regular και bold καθώς και τα italic βάρη τους.

Έχει χρησιμοποιηθεί σε αφίσες και έντυπα καθώς έχει υψηλή αναγνωσιμότητα.

Caviar Dreams

Caviar Dreams

Caviar Dreams

Aa Bb Cc Dd Ee

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Ενότητα 4

Εταιρική Ταυτότητα

4.1 Επαγγελματική Κάρτα

4.2 Επιστολόχαρτο

4.3 Φάκελος αλληλογραφίας

4.4 Mockups Έντυπης ύλης

4.5 Patterns

Εταιρική ταυτότητα

4.1 Επαγγελματική Κάρτα

Η επαγγελματική κάρτα έχει διαστάσεις 8 επί 5 εκατοστά, με οριζόντια διάταξη. Σχεδιάστηκε στο πρόγραμμα Adobe Illustrator. Έχει εκτυπωθεί σε Velvet χαρτί των 300γρ.

Η κάρτα περιλαμβάνει στοιχεία της εταιρίας όπως: το λογότυπο, το όνομα της εταιρίας, τη διεύθυνση, το τηλέφωνο, τα social media.

Χρησιμοποιήθηκε το καφέ χρώμα ως το κύριο χρώμα της κάρτας καθώς ταιριάζει με τον χαρακτήρα της εταιρίας αλλά και το άσπρο για να ισορροπεί η σύνθεση.



εικ 041 - επαγγελματική κάρτα διπλής όψης

4.2 Επιστολόχαρτο

Το επιστολόχαρτο αποτελεί σημαντικό κομμάτι μιας εταιρικής ταυτότητας και βασικό μέσο επικοινωνίας, καθώς χρησιμοποιείται στη συγγραφή επιστολών.

Τα χρώματα που χρησιμοποιούνται πρέπει πάντα να επιτρέπουν την εύκολη ανάγνωση του μηνύματος που βρίσκεται γραμμένο από πάνω τους. Τέλος, οι πληροφορίες για τους τρόπους επικοινωνίας με την αναγραφόμενη εταιρία είναι συγκεκριμένες.

Το επιστολόχαρτο έχει διάσταση A4 (21 επί 29.7 εκ), κάθετη διάταξη και είναι σχεδιασμένο στο Adobe Illustrator.

Περιλαμβάνει πληροφορίες για την εταιρία όπως: Λογότυπο, τηλέφωνο, διεύθυνση, email, καθώς και σημεία που θα πρέπει να αντικατασταθούν και να συμπληρωθούν. Επιπλέον, στο κέντρο υπάρχει κενός χώρος για το κείμενο που θα θέλει κάποιος να στείλει.

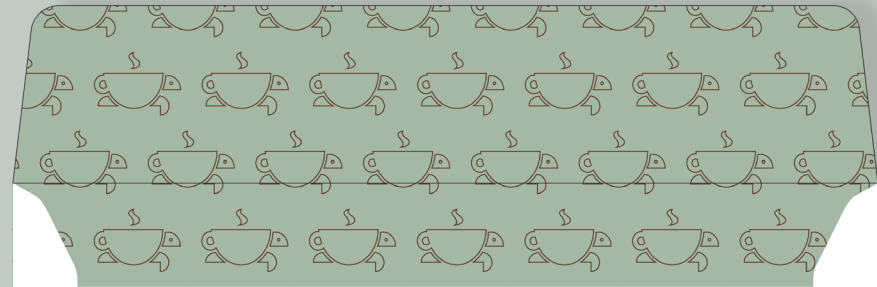


4.3 Φάκελος αλληλογραφίας

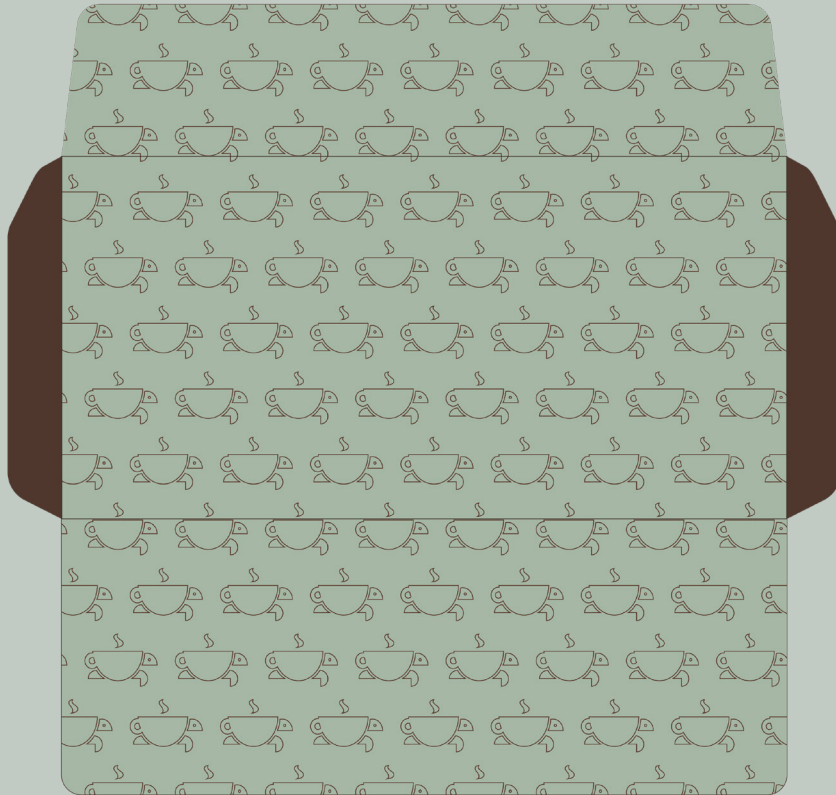
Ο φάκελος έχει σχεδιαστεί στο πρόγραμμα Adobe Illustrator και έχει διαστάσεις 11 επί 22 εκατοστά.

Στη πίσω μεριά του φακέλου υπάρχει το λογότυπο της εταιρίας καθώς και η διεύθυνση. Ο φάκελος περιλαμβάνει επαγγελματικές κάρτες και διπλωμένα Α4 επιστολόχαρτα.

Παρακάτω εμφανίζεται και το ανάπτυγμα του φακέλου και φαίνεται και η μέσα πλευρά η οποία περιέχει και το pattern που παρουσιάζεται αργότερα.



Λεωφ. Μεσογείων 58, 15343
Αγία Παρασκευή, Αθήνα



εικ 044 - ανάπτυγμα φακέλου αλληλογραφίας

4.4 Patterns

Το pattern έχει σχεδιαστεί με σκοπό ορισμένες εφαρμογές της εταιρίας όπως για παράδειγμα η χρήση του στον φάκελο ή σε διάφορα φόντο και υφές.

Ο σχεδιασμός του είναι εμπνευσμένος από το λογότυπο της εταιρίας. Έχει χρησιμοποιηθεί το περίγραμμα του σήματος χωρίς το λεκτικό κομμάτι σε καφέ χρώμα και στο φόντο ένα ανοιχτόχρωμο θαμπό πράσινο, ώστε να ταιριάζει με την υπόλοιπη αισθητική του πρότζεκτ.



εικ 045 - pattern 1

Το δεύτερο pattern της εταιρίας έχει τον ίδιο σχεδιασμό αλλά άλλες αποχρώσεις. Εξυπηρετεί τους ίδιους σκοπούς αλλά χρησιμοποιείται σε διαφορετικές εφαρμογές. Το συγκεκριμένο pattern έχει χρησιμοποιηθεί στο προωθητικό πολυσέλιδο βιβλίο της εταιρίας το οποίο παρουσιάζεται αργότερα.

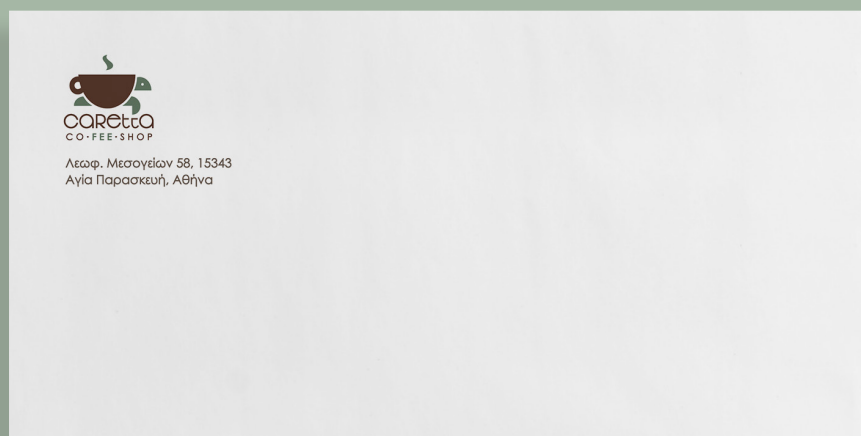
Και τα δύο patterns είναι σχεδιασμένα στο πρόγραμμα Adobe illustrator.



εικ 046 - pattern 2

4.5 Mockups έντυπης ύλης

Τα παρακάτω mockups αποτελούν προσομοίωση των εντύπων που παρουσιάστηκαν παραπάνω, μέσω του προγράμματος Adobe Photoshop. Τα πρωτότυπα mockups είναι κατεβασμένα από το διαδίκτυο.



εικ 047 - mockup έντυπης ύλης



εικ 048 - mockup εταιρική ταυτότητα



εικ 049 - mockup έντυπης ύλης

Ενότητα 5

Σχεδιασμός συσκευασιών

5.1 Συσκευασίες καφέ

5.2 Συσκευασίες special edition

5.3 Mockups συσκευασιών

Σχεδιασμός προϊόντων

5.1 Συσκευασίες καφέ

Παρακάτω θα παρουσιαστεί ο σχεδιασμός των συσκευασιών καφέ που παρέχει η εταιρία, καθώς και η λογική πίσω από αυτόν. Στις συσκευασίες της εταιρίας περιέχονται οι κάψουλες καφέ και οι συσκευασίες καφέ των 250 γραμμαρίων.

- Κάψουλες

Οι χάρτινες συσκευασίες για τις κάψουλες καφέ έχουν μέγεθος 3,7 επί 28 εκατοστά και έχουν χωρητικότητα 10 κάψουλες τύπου «nespresso». Οι συσκευασίες είναι σχεδιασμένες στο πρόγραμμα Adobe Illustrator. Είναι εκτυπωμένες σε γυαλιστερό χαρτί των 300γρ.

Πάνω στη συσκευασία πέρα από το λογότυπο της εταιρίας αναγράφονται στοιχεία για το περιεχόμενο της συσκευασίας όπως: τη ποικιλία του καφέ που περιέχεται, το καθαρό βάρος, οι σημάνσεις, το καβούρδισμα, τα συστατικά και μια

ενδεικτική ημερομηνία λήξης.

Για τον σχεδιασμό των συσκευασιών χρειάστηκε να γίνει έρευνα πάνω στα είδη του καφέ και της επιλογής τους στο χώρο της πώλησης του καφέ. Με αυτή τη λογική οι γεύσεις που περιέχονται στις συσκευασίες της εταιρίας αυτής είναι:

- **Colombia**
- **Arabica**
- **Decaffeine**
- **Vanilla**
- **Caramel**

Επιπλέον, για τον σχεδιασμό των συσκευασιών χρησιμοποιήθηκε λιτός και κατανοητικός σχεδιασμός, με ιεραρχία που να κατευθύνει το μάτι του θεατή στις σημαντικές πληροφορίες. Τα χρώματα είναι επιλεγμένα έτσι ώστε να υπάρχει συνοχή με το έργο της εταιρίας αλλά και να ταιριάζουν με τις ονομασίες και τις γεύσεις του καφέ που περιέχεται στις κάψουλες.

28 cm

3,7 cm

12,1 cm

COLOMBIA

κάψουλες καφέ

7 intensity

καβούρδισμα

blonde

medium

dark

espresso mix
medium roast

απολαύστε με ή χωρίς
γάλα, ζεστό ή παγωμένο

4-6

7-9

10-12



CARETTA
CO•FEE•SHOP

COLOMBIA

espresso mix
medium roast
coffee capsules

10 x

50 g

Best before:

10.05.2024

ΕΛ ΠΕΡΙΕΧΕΙ: 10 Κάψουλες μεσαίου καβουρδισμένου και αλεσμένου καφέ για μηχανές Nespresso. Ποικιλία Colombia.

ΣΥΣΤΑΤΙΚΑ: Καβουρδισμένος και αλεσμένος καφές, φυσική αρωματική ύλη. Αποτελεί πηγή ενέργειας, λιπαρών, πρωτεΐνης, υδατανθράκων και αλατιού. Συσκευασμένο σε προστατευμένο περιβάλλον.

EN CONTAINS: 10 capsules of medium roasted and ground coffee. Compatible with Nespresso system. Colombia mix.

INGREDIENTS: Roasted and ground coffee, natural flavoring. Source of energy to fats, protein, carbohydrates and salt. Packaged in protected area.



CARETTA
CO•FEE•SHOP

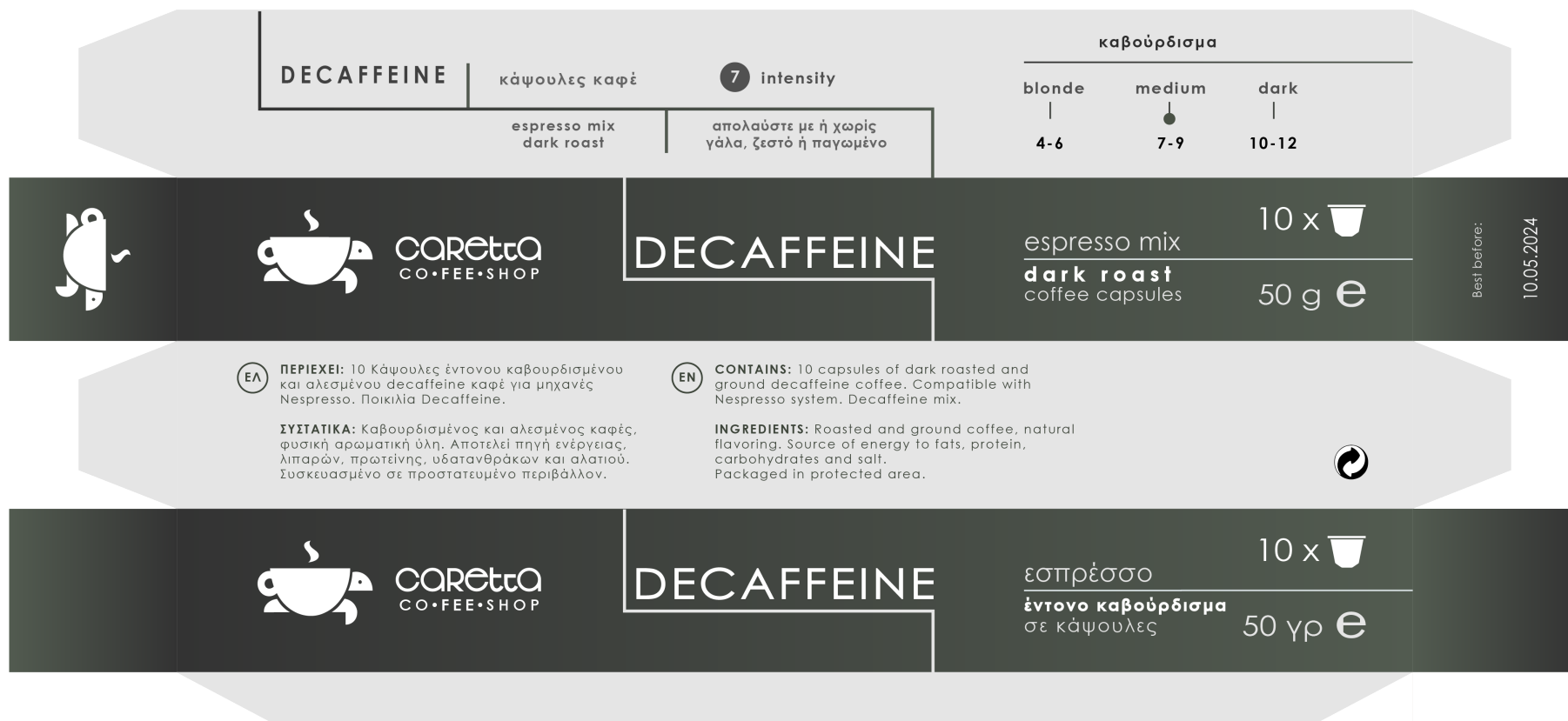
COLOMBIA

εσπρέσσο
μεσαίο καβούρδισμα
σε κάψουλες

10 x

50 γρ

| | | | | | | |
|--|---|--|--------------|---|--|----------------------------|
| ARABICA | | κάψουλες καφέ | 11 intensity | καβούρδισμα | | |
| espresso mix dark roast | | απολαύστε με ή χωρίς γάλα, ζεστό ή παγωμένο | | blonde | medium | dark |
| | | | | 4-6 | 7-9 | 10-12 |
|  |  | CARETTA CO•FEE•SHOP | ARABICA | espresso mix dark roast coffee capsules | 10 x  | Best before: 10.05.2024 |
| | | | | 50 g |  | |
| <p>ΕΛ ΠΕΡΙΕΧΕΙ: 10 Κάψουλες έντονα καβουρδισμένου και αλεσμένου καφέ για μηχανές Nespresso. Ποικιλία Arabica.</p> <p>ΣΥΣΤΑΤΙΚΑ: Καβουρδισμένος και αλεσμένος καφές, φυσική αρωματική ύλη. Αποτελεί πηγή ενέργειας, λιπαρών, πρωτεΐνης, υδατανθράκων και αλατιού. Συσκευασμένο σε προστατευμένο περιβάλλον.</p> | | <p>EN CONTAINS: 10 capsules of dark roasted and ground coffee. Compatible with Nespresso system. Arabica mix.</p> <p>INGREDIENTS: Roasted and ground coffee, natural flavoring. Source of energy to fats, protein, carbohydrates and salt. Packaged in protected area.</p> | |  | | |
|  | | CARETTA CO•FEE•SHOP | ARABICA | εσπρέσσο έντονο καβούρδισμα σε κάψουλες | 10 x  | |
| | | | | 50 γρ |  | |





εικ 053 - ανάπτυγμα Vanilla



- Συσκευασία καφέ 250γρ

Οι συσκευασίες του καφέ με χωρητικότητα 250 γραμμάρια έχουν διάσταση 19,5 επί 12,5 εκατοστά και είναι ανακυκλώσιμες καθώς είναι φτιαγμένες από πολυαιθυλένιο χαμηλής πυκνότητας, ένα είδος πλαστικού το οποίο είναι 100% ανακυκλώσιμο.

Ο σχεδιασμός είναι και πάλι λιτός και καθαρός και τα χρώματα είναι ανάλογα της εταιρίας, αλλά και των διάφορων γεύσεων των περιεχομένων των συσκευασιών. Καθώς τα είδη του καφέ είναι τα ίδια που εξηγήθηκαν και παραπάνω, τα χρώματα και οι ονομασίες των συσκευασιών είναι πού κοντά με τις κάψουλες για να υπάρχει συνοχή και αρμονία.

Πάνω στις συσκευασίες πέρα από το λογότυπο περιέχονται πληροφορίες για το προϊόν όπως τη ποικιλία του καφέ, το βάρος, το καβούρδισμα, την ένταση της γεύσης.

Οι συσκευασίες του χύμα καφέ είναι σχεδιασμένες στο πρόγραμμα Adobe Illustrator. Παρακάτω παρουσιάζεται ο σχεδιασμός τους.



εικ 055 - συσκευασία καφέ Colombia



εικ 056 - συσκευασία καφέ Decaffeine



εικ 057 - συσκευασία καφέ Arabica



εικ 058 - συσκευασία καφέ Caramel



εικ 059 - συσκευασία καφέ Vanilla

5.2 Συσκευασίες Special edition

Όπως αναφέρθηκε και παραπάνω, η εταιρία Caretta co-fee-shop, πέρα από τη παραγωγή και τη πώληση του καφέ και των υπόλοιπων προϊόντων, συμβάλλει ενεργά στο κομμάτι του εθελοντισμού συγκεντρώνοντας χρηματικά ποσά τα οποία στη συνέχεια δωρίζονται στην Ελληνική εθελοντική εταιρία ΑΡΧΕΛΩΝ, με σκοπό τη προστασία της θαλάσσιας χελώνας.

Για να γίνει η πράξη αυτή, σχεδιάστηκαν κάποιες ξεχωριστές «**special edition**» συσκευασίες χύμα καφέ και συσκευασίες με κάψουλες. Όταν αγοράζονται από κάποιον οι συσκευασίες αυτές, το 20% των εσόδων από τη πώλησή τους συγκεντρώνεται και δωρίζεται στην ΑΡΧΕΛΩΝ.

Οι συσκευασίες για τις κάψουλες είναι στο ίδιο μέγεθος με τις υπόλοιπες (3,7 επί 38 εκατοστά) και οι συσκευασίες special edition για τον αλεσμένο καφέ είναι μικρότερες από τις υπόλοιπες (19 επί 11 εκατοστά).

- Κάψουλες

Με σκοπό να διαχωριστούν οι συσκευασίες αυτές από τις υπόλοιπες με ευκολία έχουν σχεδιαστεί όλες σε πράσινους τόνους. Επιπλέον, οι ονομασίες των συσκευασιών είναι όλες επιλεγμένες με βάση τις χώρες στις οποίες η χελώνα καρέτα καρέτα γεννάει τα αυγά της:

- **Egypt** (Αίγυπτος)
- **Lebanon** (Λίβανος)
- **Turkey** (Τουρκία)
- **Tunisia** (Τυνησία)

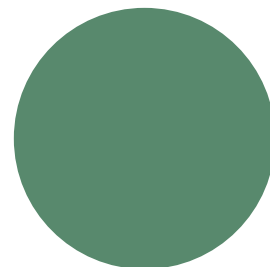
Πάνω στη συσκευασία εκτός από τις πληροφορίες που αναφέρθηκαν πιο πάνω, αναγράφονται και ενημερωτικές υποσημειώσεις για τη λειτουργία και την ιδιαιτερότητα των συσκευασιών «special edition».

Με σκοπό να ξεχωρίζουν οι special edition συσκευασίες από τις υπόλοιπες και για να είναι πιο εύκολο ο καταναλωτής να κατανοήσει με ποιες συσκευασίες δωρίζει ένα χρηματικό ποσό χρησιμοποιήθηκε διαφορετικός χρωματισμός στο λογότυπο.

Καθώς όλες οι συσκευασίες special edition είναι πράσινες, έχει χρησιμοποιηθεί το δευτερεύον λογότυπο της εταιρίας σε πράσινους τόνους σε συνδυασμό με χρυσοτυπία για να υλοποιηθεί ένα μοναδικό αποτέλεσμα.



CARETTA
CO•FEE•SHOP



Special Green
#5A896D










C: 68%
M: 29%
Y: 64%
K: 9%

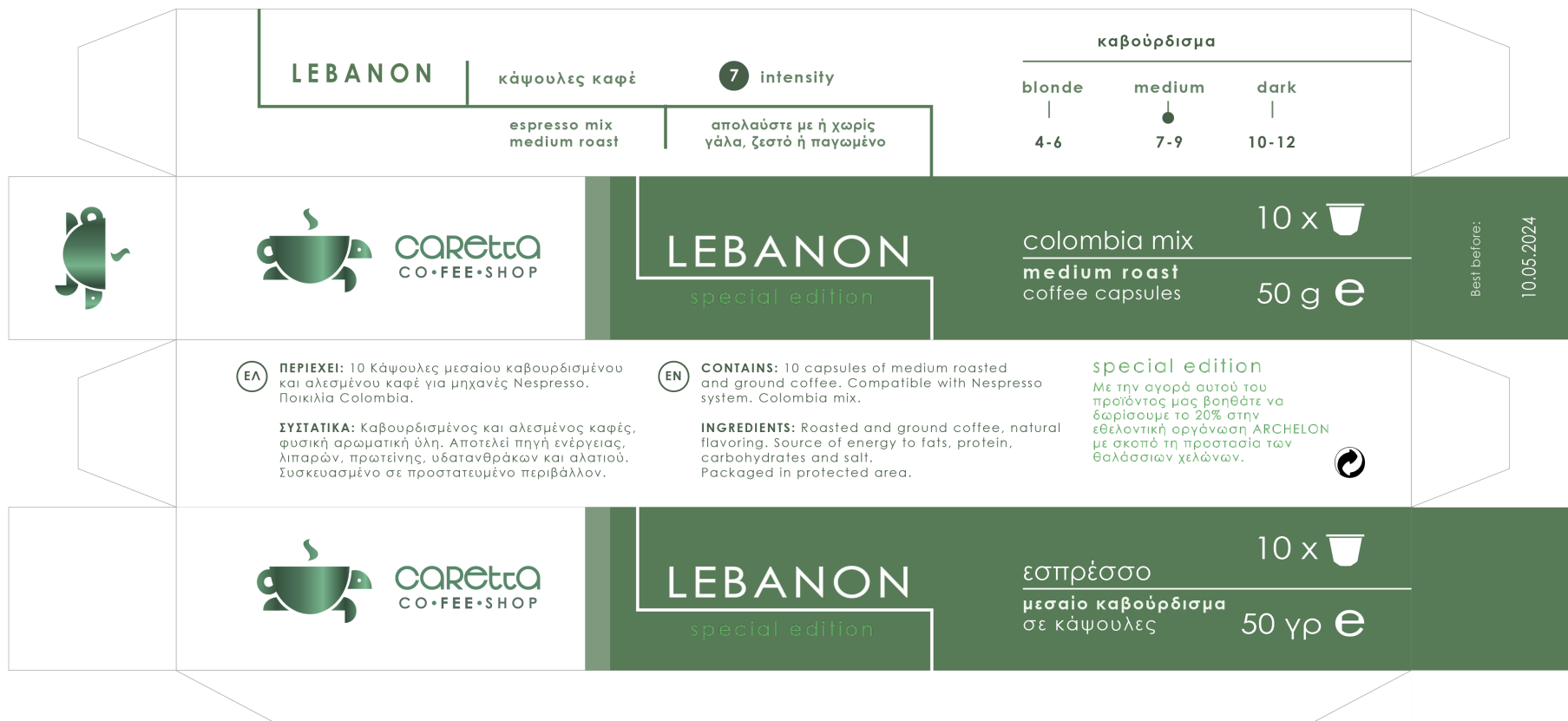
R: 90
G: 137
B: 109

28 cm









3,7 cm









12,1 cm

| | | | | | | | |
|--|---|---|--------------|---|---|--|--|
| EGYPT | | κάψουλες καφέ | 11 intensity | καβούρδισμα | | | |
| espresso mix dark roast | | απολαύστε με ή χωρίς γάλα, ζεστό ή παγωμένο | | blonde | medium | dark | |
| | | | | 4-6 | 7-9 | 10-12 | |
|  |  | EGYPT special edition | | arabica mix | 10 x  | Best before: 10.05.2024 | |
| | | | | dark roast coffee capsules | 50 g  | | |
| ΕΛ | ΠΕΡΙΕΧΕΙ: 10 Κάψουλες έντονα καβουρδισμένου και αλεσμένου καφέ για μηχανές Nespresso. Ποικιλία Arabica. | | EN | CONTAINS: 10 capsules of dark roasted and ground coffee. Compatible with Nespresso system. Arabica mix. | | special edition Με την αγορά αυτού του προϊόντος μας βοηθάτε να δωρίσουμε το 20% στην εθελοντική οργάνωση ARCHELON με σκοπό τη προστασία των θαλάσσιων χελώνων.  | |
| | | ΣΥΣΤΑΤΙΚΑ: Καβουρδισμένος και αλεσμένος καφές, φυσική αρωματική ύλη. Αποτελεί πηγή ενέργειας, λιπαρών, πρωτεΐνης, υδατανθράκων και αλατιού. Συσκευασμένο σε προστατευμένο περιβάλλον. | | INGREDIENTS: Roasted and ground coffee, natural flavoring. Source of energy to fats, protein, carbohydrates and salt. Packaged in protected area. | | | |
|  |  | EGYPT special edition | | εσπρέσσο | 10 x  | | |
| | | | | έντονο καβούρδισμα σε κάψουλες | 50 γρ  | | |



εικ 062 - ανάπτυγμα Lebanon

| | | | | | | | | | | |
|--|--|---|---|--------------------------------|--------|--------|------|-----|-----|-------|
| <p>TURKEY κάψουλες καφέ</p> <p>11 intensity</p> <p>espresso mix dark roast</p> <p>απολαύστε με ή χωρίς γάλα, ζεστό ή παγωμένο</p> | | <p>καβούρδισμα</p> <table border="1"> <tr> <td>blonde</td> <td>medium</td> <td>dark</td> </tr> <tr> <td>4-6</td> <td>7-9</td> <td>10-12</td> </tr> </table> | | | blonde | medium | dark | 4-6 | 7-9 | 10-12 |
| blonde | medium | dark | | | | | | | | |
| 4-6 | 7-9 | 10-12 | | | | | | | | |
|  |  | <p>TURKEY special edition</p> | <p>espresso mix dark roast coffee capsules</p> <p>10 x </p> <p>50 g </p> | <p>Best before: 10.05.2024</p> | | | | | | |
| <p>ΕΛ ΠΕΡΙΕΧΕΙ: 10 Κάψουλες έντονα καβουρδισμένου και αλεσμένου καφέ για μηχανές Nespresso.</p> <p>ΣΥΣΤΑΤΙΚΑ: Καβουρδισμένος και αλεσμένος καφές, φυσική αρωματική ύλη. Αποτελεί πηγή ενέργειας, λιπαρών, πρωτεΐνης, υδατανθράκων και αλατιού. Συσκευασμένο σε προστατευμένο περιβάλλον.</p> | | <p>EN CONTAINS: 10 capsules of dark roasted and ground coffee. Compatible with Nespresso system.</p> <p>INGREDIENTS: Roasted and ground coffee, natural flavoring. Source of energy to fats, protein, carbohydrates and salt. Packaged in protected area.</p> <p>special edition</p> <p>Με την αγορά αυτού του προϊόντος μας βοηθάτε να δωρίσουμε το 20% στην εθελοντική οργάνωση ARCHELON με σκοπό τη προστασία των θαλάσσιων χελώνων.</p>  | | | | | | | | |
| |  | <p>TURKEY special edition</p> | <p>εσπρέσσο έντονο καβούρδισμα σε κάψουλες</p> <p>10 x </p> <p>50 γρ </p> | | | | | | | |

| | | | | | | | | | | |
|--|--|--|---|------------------------------------|--------|--------|------|-----|-----|-------|
| <p>TUNISIA κάψουλες καφέ</p> <p>11 intensity</p> <p>espresso mix dark roast</p> <p>απολαύστε με ή χωρίς γάλα, ζεστό ή παγωμένο</p> | | <p>καβούρδισμα</p> <table border="1"> <tr> <td>blonde</td> <td>medium</td> <td>dark</td> </tr> <tr> <td>4-6</td> <td>7-9</td> <td>10-12</td> </tr> </table> | | | blonde | medium | dark | 4-6 | 7-9 | 10-12 |
| blonde | medium | dark | | | | | | | | |
| 4-6 | 7-9 | 10-12 | | | | | | | | |
|  |  | <p>TUNISIA special edition</p> | <p>dark mix dark roast coffee capsules</p> <p>10 x </p> <p>50 g </p> | <p>Best before: 10.05.2024</p> | | | | | | |
| <p>ΕΛ ΠΕΡΙΕΧΕΙ: 10 Κάψουλες έντονα καβουρδισμένου και αλεσμένου καφέ για μηχανές Nespresso.</p> <p>ΣΥΣΤΑΤΙΚΑ: Καβουρδισμένος και αλεσμένος καφές, φυσική αρωματική ύλη. Αποτελεί πηγή ενέργειας, λιπαρών, πρωτεΐνης, υδατανθράκων και αλατιού. Συσκευασμένο σε προστατευμένο περιβάλλον.</p> | | <p>EN CONTAINS: 10 capsules of dark roasted and ground coffee. Compatible with Nespresso system.</p> <p>INGREDIENTS: Roasted and ground coffee, natural flavoring. Source of energy to fats, protein, carbohydrates and salt. Packaged in protected area.</p> <p>special edition</p> <p>Με την αγορά αυτού του προϊόντος μας βοηθήστε να δωρίσουμε το 20% στην εθελοντική οργάνωση ARCHELON με σκοπό τη προστασία των θαλάσσιων χελώνων.</p>  | | | | | | | | |
| |  | <p>TUNISIA special edition</p> | <p>εσπρέσσο έντονο καβούρδισμα σε κάψουλες</p> <p>10 x </p> <p>50 γρ </p> | | | | | | | |

- Συσκευασίες καφέ 200γρ

Οι συσκευασίες του καφέ «special edition» έχουν διάσταση 19 επί 11 εκατοστά και είναι επίσης ανακυκλώσιμες καθώς είναι φτιαγμένες από πολυαιθυλένιο χαμηλής πυκνότητας. Η συσκευασία αυτή είναι μικρότερης χωρητικότητας από τις υπόλοιπες συσκευασίες χύμα καφέ. Το καθαρό βάρος του προϊόντος είναι 200 γραμμάρια σε αντίθεση με τις υπόλοιπες που είναι 250.

Οι χρωματικές αποχρώσεις είναι πράσινες όπως εξηγήθηκε και προηγουμένως και πάνω στη συσκευασία αναγράφονται πληροφορίες για τη λειτουργία των «special edition» συσκευασιών. Οι ονομασίες των συσκευασιών είναι επιλεγμένες όπως και παραπάνω από τις χώρες στις οποίες οι χελώνες καρέτα καρέτα φωλεωποιούν, αυτή τη φορά με τη πρόσθεση της Ελλάδας, δηλαδή του ελληνικού καφέ. Στις «special edition» κάψουλες δεν υπάρχει η Ελλάδα σαν ποικιλία καθώς ο ελληνικός καφές φτιάχνεται με τον παραδοσιακό τρόπο που γνωρίζουν όλοι και όχι με τη χρήση κάψουλας.









εικ 068 - συσκευασία καφέ Tunisia



5.3 Mockups συσκευασιών



εικ 070 - mockup συσκευασία Colombia



εικ 071 - mockup συσκευασία Decaf



εικ 072 - mockup συσκευασία Arabica



εικ 073 - mockup συσκευασία Caramel



εικ 074 - mockup συσκευασία Vanilla



εικ 075 - mockup συσκευασία Egypt



εικ 076 - mockup συσκευασία Turkey



εικ 077 - mockup συσκευασία Lebanon



TUNISIA BLEND

11 Intensity

dark mix

Αλεσμένος καφές

Καβούρδισμα dark roast

Ποικιλία liberica

Special edition

Με την αγορά αυτού του προϊόντος μας βοηθάτε να δωρίσουμε το 20% στην εθελοντική οργάνωση ARCHELON με σκοπό τη προστασία των θαλάσσιων χελώνων.

Ανακυκλώσιμη συσκευασία

Καθαρό βάρος 200 gr



TUNISIA BLEND dark mix

special edition

200 gr

TUNISIA BLEND

11 Intensity

dark mix

Αλεσμένος καφές

Καβούρδισμα dark roast

Ποικιλία liberica

Special edition

Με την αγορά αυτού του προϊόντος μας βοηθάτε να δωρίσουμε το 20% στην εθελοντική οργάνωση ARCHELON με σκοπό τη προστασία των θαλάσσιων χελώνων.

Ανακυκλώσιμη συσκευασία

Καθαρό βάρος 200 gr

εικ 078 - mockup συσκευασία Tunisia



εικ 079 - mockup συσκευασία Greek

- 3d modeling

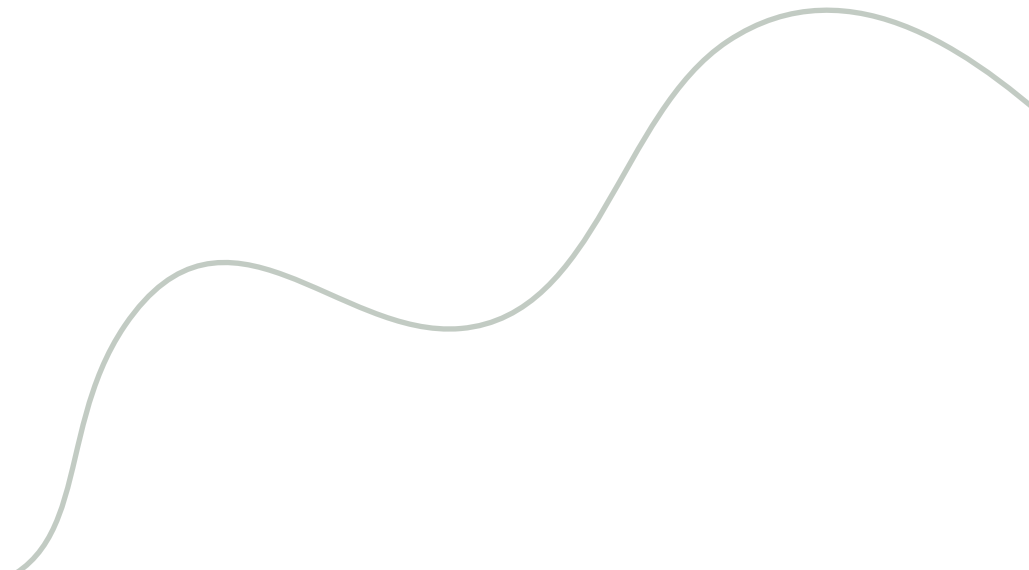
Για τις ανάγκες αυτής της πτυχιακής χρειάστηκε να σχεδιαστούν πρωτότυπα mockups ώστε να παρουσιαστούν ευρύτερα οι συσκευασίες για τις κάψουλες. Για να γίνει αυτό, αρχικά σχεδιάστηκαν τα αναπτύγματα των συσκευασιών που παρουσιάστηκαν παραπάνω. Στη συνέχεια, στο πρόγραμμα Blender σχεδιάστηκαν οι συσκευασίες.

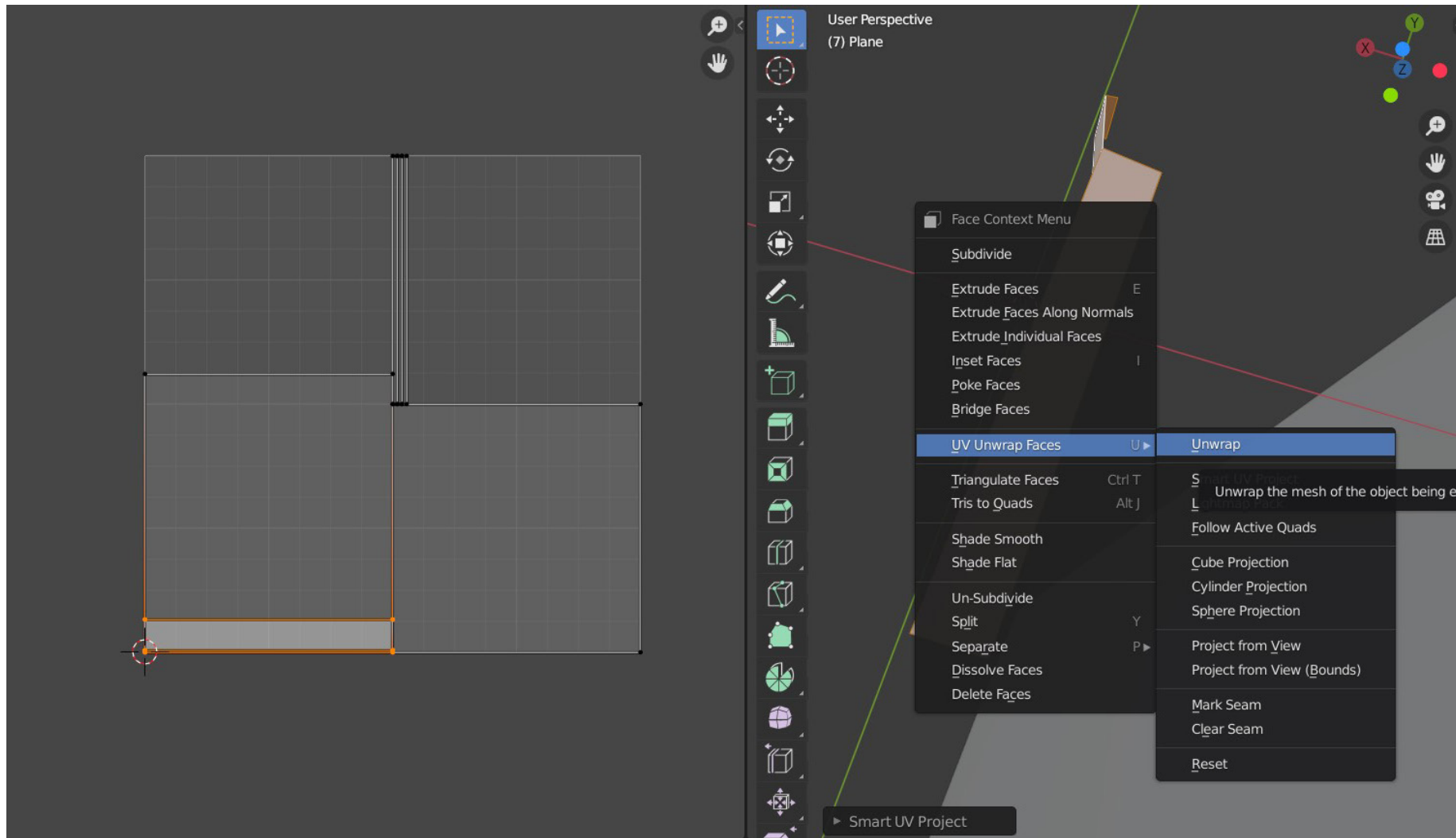
Αρχικά, εισάγοντας ένα σχήμα στο πρόγραμμα, στη συγκεκριμένη περίπτωση έναν κύβο, με διάφορες λειτουργίες, όπως την αλλαγή των διαστάσεων, την επιμήκυνση και την μετακίνηση των στοιχείων, φτιάχτηκε το βασικό σχήμα που αντιπροσωπεύει τη συσκευασία.

Περαιτέρω, στη λειτουργία UV editing, φτιάχτηκε το ανάπτυγμα του σχήματος, -της συσκευασίας-, επιλέγοντας ολόκληρο το σχήμα και πατώντας τη λειτουργία «un unwrap». Πατώντας αυτή τη λειτουργία, το πρόγραμμα «ξεδιπλώνει» το σχήμα που έχει φτιαχτεί και σε μια ξεχωριστή οθόνη εμφανίζει το «ανάπτυγμά» του.

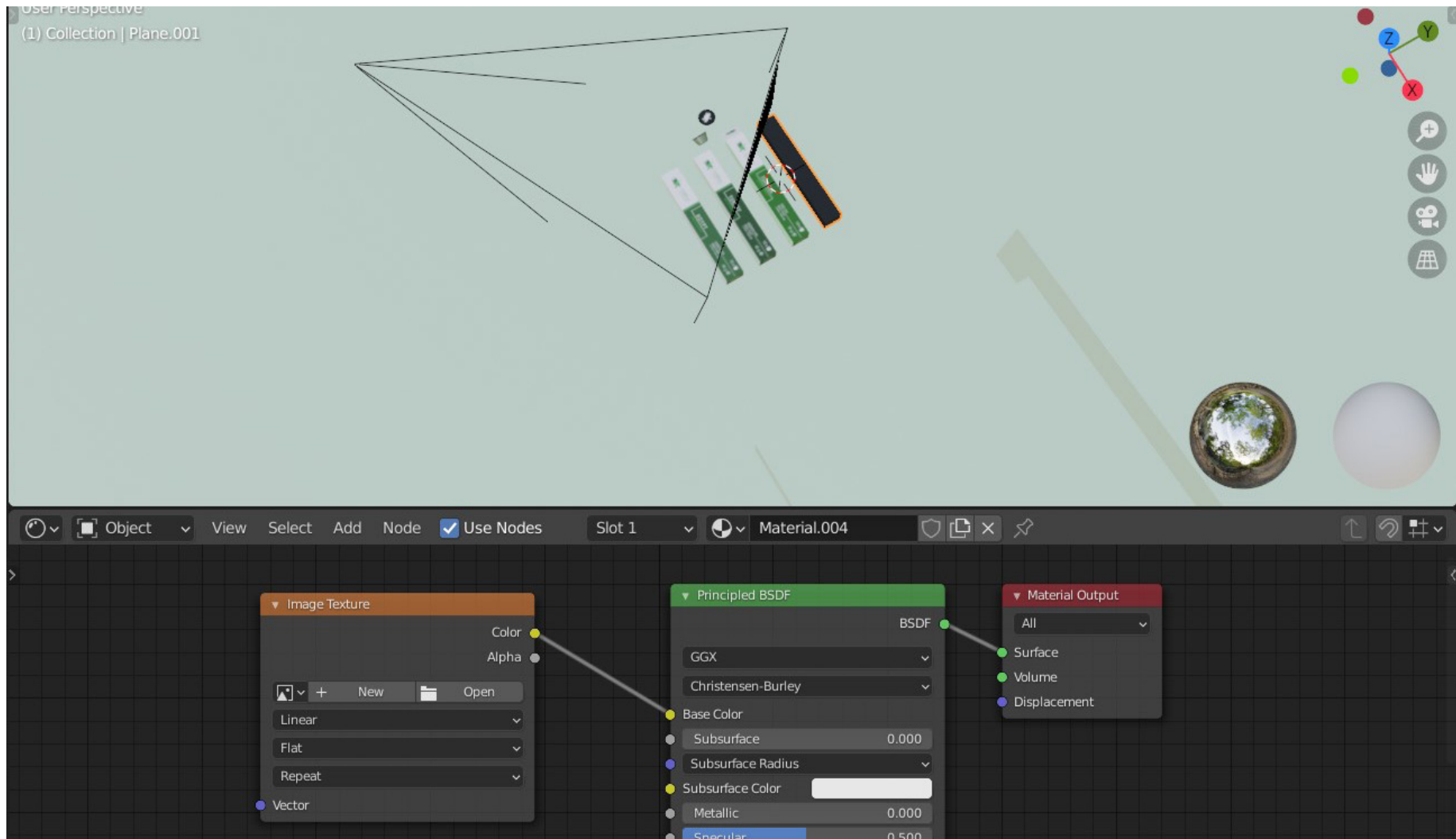
Στη συνέχεια, εισάγεται στο πρόγραμμα το ανάπτυγμα της συσκευασίας που έχει σχεδιαστεί στο Illustrator (ή σε οποιοδήποτε άλλο σχεδιαστικό πρόγραμμα) σε μορφή εικόνας. Επιλέγοντας ξεχωριστά κάθε πλευρά της συσκευασίας και μεταφέροντάς την στο αντίστοιχο σημείο του αναπτύγματος, το πρόγραμμα φτιάχνει την αληθοφανή συσκευασία.

Τέλος, φτιάχνοντας τις υφές, τα χρώματα στο φόντο, την οπτική γωνία της κάμερας και τον φωτισμό, φτάνει η στιγμή του render. Πατώντας το κουμπί «render image», το πρόγραμμα φτιάχνει την τελική εικόνα. Παρακάτω φαίνεται η διαδικασία αυτών των βημάτων για την υλοποίηση της τελικής εικόνας.

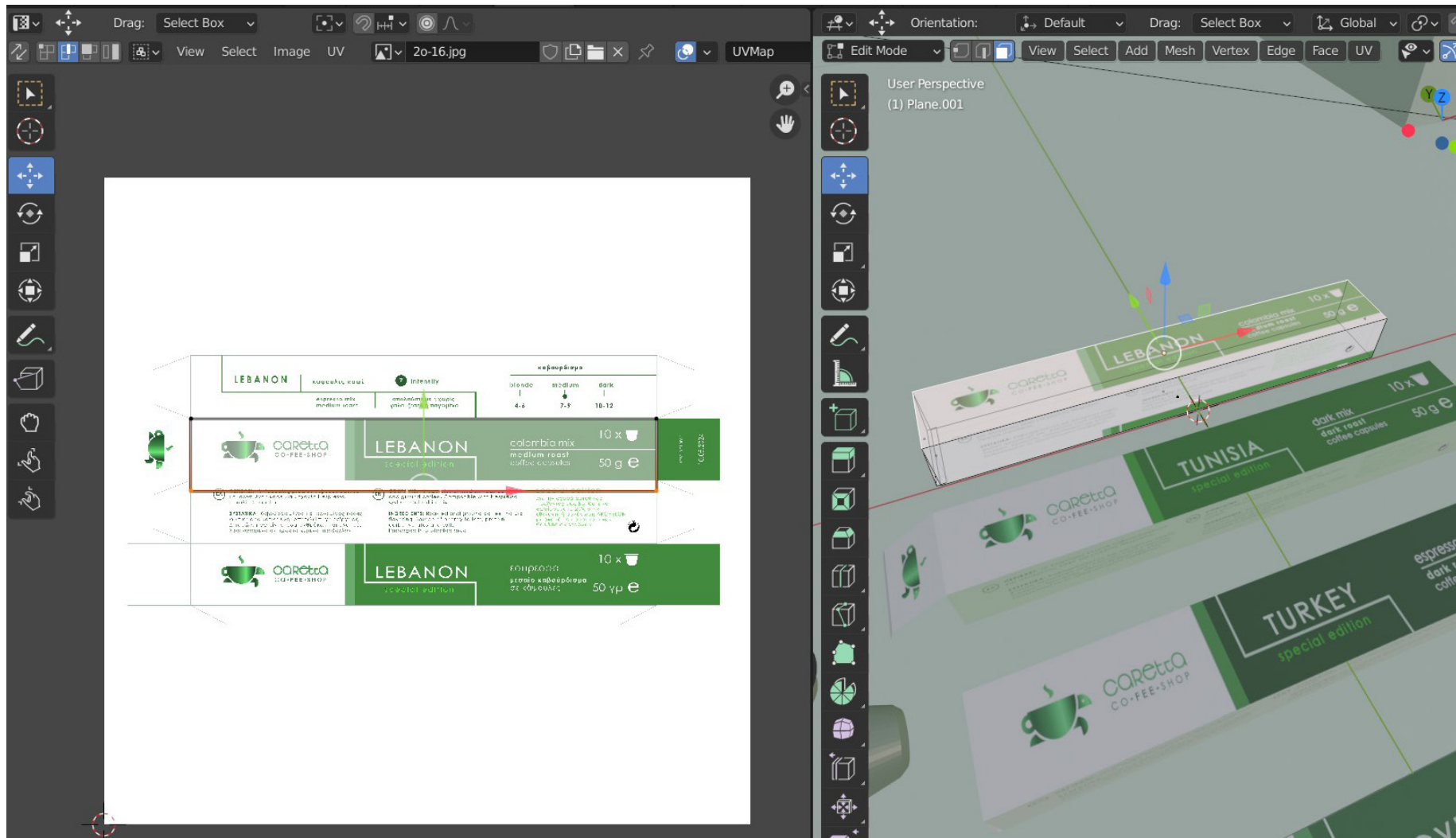




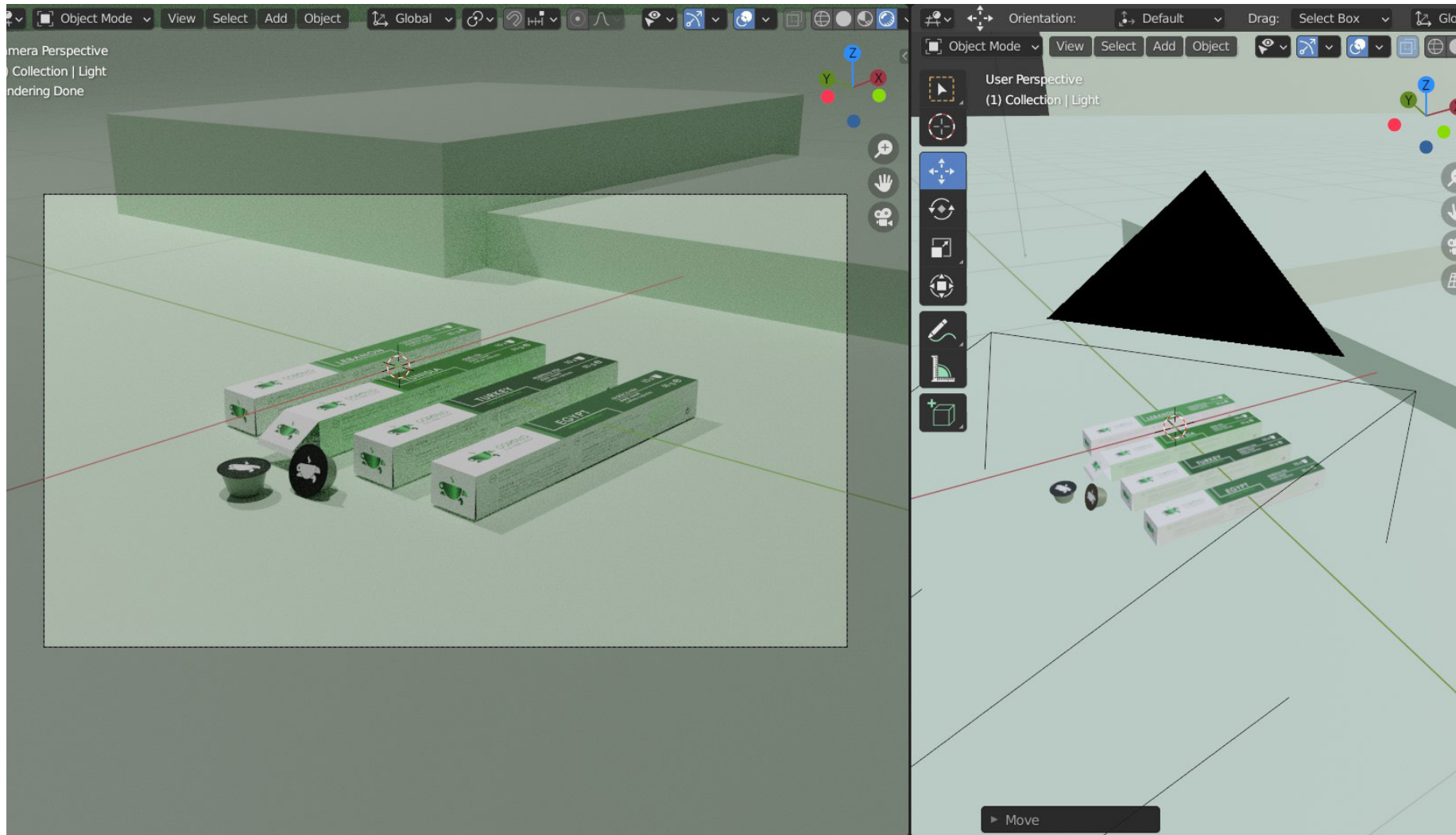
εικ 080 - διαδικασία "uv unwrap"



εικ 081 - εισαγωγή αναπτύγματος στο πρόγραμμα



εικ 082 - επεξεργασία των πλευρών της συσκευασίας



εικ 083 - οπτική της κάμερας, τελική εικόνα



εικ 084 - σχεδιασμός mockup συσκευασίας



εικ 085 - σχεδιασμός mockup συσκευασίας



εικ 086 - σχεδιασμός mockup συσκευασίας



εικ 087 - σχεδιασμός mockup συσκευασίας



εικ 088 - σχεδιασμός mockup συσκευασίας



εικ 089 - σχεδιασμός mockup συσκευασίας

Ενότητα 6

Παρουσίαση προϊόντων εταιρίας

6.1 Κατάλογοι καταστήματος

6.2 Προϊόντα προς πώληση

6.3 Εφαρμογές λογοτύπου

Παρουσίαση προϊόντων εταιρίας

Το κεφάλαιο αυτό περιλαμβάνει τα διάφορα προϊόντα και αντικείμενα που μπορεί κάποιος να βρει στην εταιρία.

Για αρχή περιλαμβάνονται οι δύο κατάλογοι του μαγαζιού, ένας μικρός που μπορεί κανείς να τον κρατά στο χέρι του για να τον διαβάσει κι ένας μεγάλος, ο οποίος είναι τοποθετημένος στον τοίχο και διαβάζεται από απόσταση.

Στη συνέχεια, περιέχονται αντικείμενα που χρησιμοποιούνται και από το προσωπικό της εταιρίας όπως τα ποτήρια των ροφημάτων. Πέρα από τα ποτήρια, χρήσιμα αντικείμενα αποτελούν η χάρτινη βάση μεταφοράς των ποτηριών, όπως και το χάρτινο δαχτυλίδι που βοηθά στην ασφαλή μεταφορά ενός πολύ ζεστού ποτηριού.

Περαιτέρω, παρουσιάζονται αντικείμενα τα οποία ο καταναλωτής μπορεί να αγοράσει, όπως κούπες και επαναχρησιμοποιούμενα ποτήρια, καθώς και η χάρτινη σακούλα που βοηθά στην μεταφορά αυτών των αντικειμένων.

Όσων αφορά το προσωπικό της εταιρίας, εμπεριέχεται και η ποδιά που φοράνε οι εργαζόμενοι.

Τέλος, παρουσιάζονται και μικρότερα αντικείμενα συγκεκριμένων χρήσεων όπως χαρτοπετσέτες και τα σακουλάκια μεταφοράς των τροφίμων.

6.1 Κατάλογοι καταστήματος

- Επιτραπέζιος κατάλογος

Ο κατάλογος του μαγαζιού είναι διπλής όψεως και σε διαστάσεις 33 επί 25 εκατοστά. Είναι σχεδιασμένος στο πρόγραμμα Adobe Illustrator.

Στη μπροστινή όψη εκτός από το λογότυπο, αναγράφονται τα προϊόντα της εταιρίας, ροφήματα και σνακς, που μπορεί να αγοράσει κάποιος. Είναι χωρισμένα ανά κατηγορίες:

- **Καφέδες** (ζεστοί και κρύοι)
- **Ροφήματα** (ζεστά και κρύα)
- **Τσάι** (ζεστά και κρύα)
- **Χυμοί** (φυσικοί)
- **Νερά και αναψυκτικά**
- **Σνακς**

Στη πίσω όψη υπάρχουν εικαστικά στοιχεία, η λέξη «μενού» και η χελώνα του λογοτύπου σε μεγέθυνση και σε τοποθέτηση που να κάνει τη σύνθεση ενδιαφέρουσα, αλλά ακόμη να είναι αναγνωρίσιμο το σήμα.

- Επιτοίχιος κατάλογος

Ο κατάλογος τοίχου, είναι ένας κατάλογος με διαστάσεις 200 επί 88 εκατοστά, ο οποίος βρίσκεται τοποθετημένος πάνω στον τοίχο, πίσω από το μπαρ του μαγαζιού.

Ο σκοπός του είναι να βοηθάει τη γρηγορότερη εξυπηρέτηση του καταναλωτή, καθώς θα διαβάσει με ευκολία τον κατάλογο, ακόμη κι από μακριά, κατά την είσοδό του στο μαγαζί.

Ο κατάλογος είναι σχεδιασμένος στο Adobe Illustrator και η σχεδίασή του είναι βασισμένη στον κατάλογο που αναφέρθηκε προηγουμένως, ώστε να υπάρχει συνοχή.

Menu



Καφέδες

- Espresso 1,60€
- Espresso Freddo 2,00€
- Cappuccino 2,00€
- Cappuccino Freddo 2,40€
- Cappuccino Latte 2,40€
- Iced Latte 2,50€
- Macchiato 1,80€
- Ελληνικός Μονός 1,50€
- Ελληνικός Διπλός 2,50€

Ροφήματα (Κρύα / Ζεστά)

- Σοκολάτα 2,20€
- Λευκή Σοκολάτα 2,20€
- Milkshake 2,40€
- Coffeaccino 2,50€
- + Σιρόπι Ή Σαντιγύ + 0,20€
(Φουντούκι, Καραμέλα, Φράουλα, Βανίλια, Σοκολάτα, Μπισκότο)

Τσάι

- Ice Tea Λεμόνι 2,00€
- Ice Tea Ροδάκινο 2,00€
- Φυσικό Τσάι Βότανα 2,20€
- Μαύρο Τσάι 1,80€
- Earl Grey 1,80€

Χυμοί

- Φυσικός Πορτοκάλι 2,50€
- Φυσικός Ανάμεικτος 3,00€

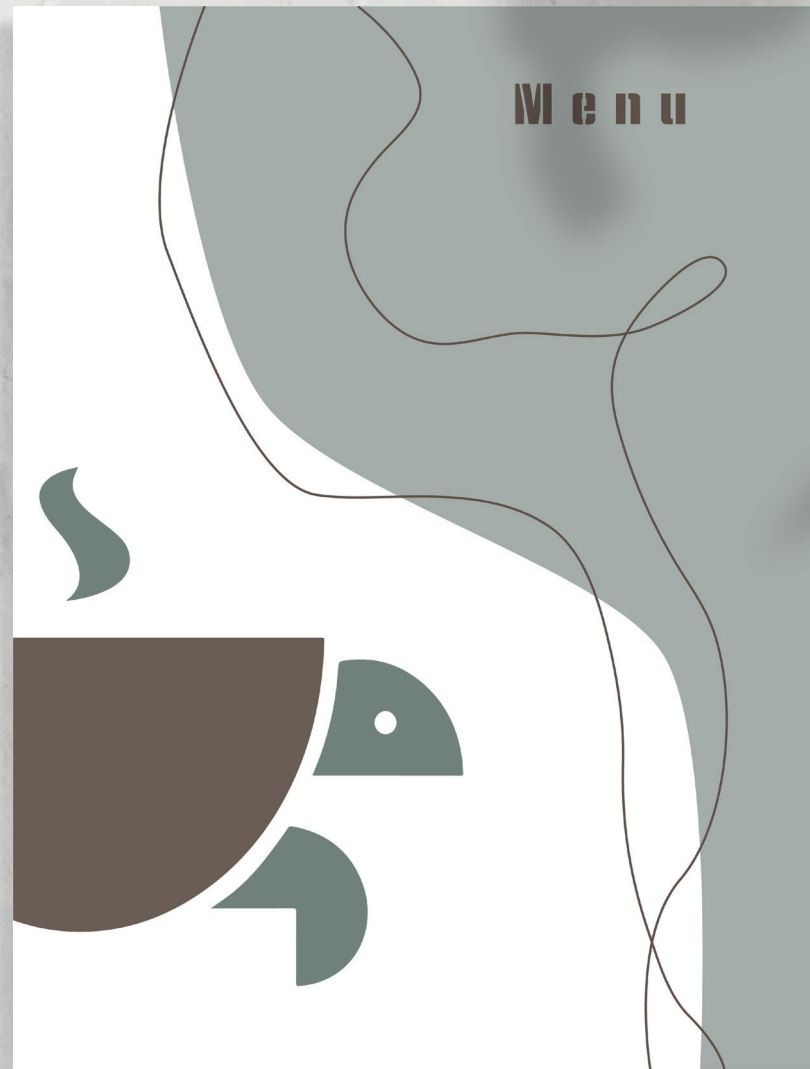
Νερό - Αναψυκτικά

- Νερό 0,5l 0,50€
- Coca Cola 2,00€
- Monster Energy 2,20€
- Χυμός Energy Boost 2,60€

Σνάκς

- Muffin Σοκολάτα 2,00€
- Muffin Καραμέλα 2,20€
- Donut Σοκολάτα 1,40€
- Κρουασάν Βουτύρο 1,80€
- Μπάρα Βρώμης 1,60€
- Μαλακό Μπισκότο 1,50€

εικ 090 - κατάλογος (25x33cm), μπροστινή όψη



εικ 091 - κατάλογος (25x33cm), πίσω όψη

Καφέδες

| | |
|-------------------------|-------|
| Espresso | 1,60€ |
| Espresso Freddo | 2,00€ |
| Cappuccino | 2,00€ |
| Cappuccino Freddo | 2,40€ |
| Cappuccino Latte | 2,40€ |
| Iced Latte | 2,50€ |
| Macchiato | 1,80€ |
| Ελληνικός Μονός | 1,50€ |
| Ελληνικός Διπλός | 2,50€ |

Ροφήματα (Κρύα / Ζεστά)

| | |
|---|-------|
| Σοκολάτα | 2,20€ |
| Λευκή Σοκολάτα | 2,20€ |
| Milkshake | 2,40€ |
| Coffeiccino | 2,50€ |
| + Σιρόπι Ή Σαντιγύ + 0,20€ | |
| (Φουντούκι, Καραμέλα, Φράουλα, Βανίλια, Σοκολάτα, Μπισκότο) | |



Τσάι

| | |
|--------------------------|-------|
| Ice Tea Λεμόνι | 2,00€ |
| Ice Tea Ροδάκινο | 2,00€ |
| Φυσικό Τσάι Βότανα | 2,20€ |
| Μαύρο Τσάι | 1,80€ |
| Earl Grey | 1,80€ |

Χυροί

| | |
|--------------------------|-------|
| Φυσικός Πορτοκάλι | 2,50€ |
| Φυσικός Ανάμεικτος | 3,00€ |

Νερό - Αναψυκτικά

| | |
|--------------------------|-------|
| Νερό 0,5l | 0,50€ |
| Coca Cola | 2,00€ |
| Monster Energy | 2,20€ |
| Χυμός Energy Boost | 2,60€ |

Σνάκς

| | |
|------------------------|-------|
| Muffin Σοκολάτα | 2,00€ |
| Muffin Καραμέλα | 2,20€ |
| Donut Σοκολάτα | 1,40€ |
| Κρουασάν Βουτύρο | 1,80€ |
| Μπάρα Βρώμης | 1,60€ |
| Μαλακό Μπισκότο | 1,50€ |

6.2 Προϊόντα προς πώληση

- Ποτήρια και βάσεις μεταφοράς

Παρακάτω παρουσιάζονται τα ποτήρια της εταιρίας και οι βάσεις μεταφοράς τους. Οι αποχρώσεις που έχουν επιλεγθεί για τον σχεδιασμό τους είναι το καφέ και το μπλε, καθώς και πιο ανοιχτοί τόνοι τους, χρώματα που βρίσκονται και σε άλλα στοιχεία της εταιρίας.

Στα ποτήρια έχει χρησιμοποιηθεί ένα πλακάτο φόντο και στο κέντρο τους το σήμα της εταιρίας. Στο κάτω μέρος του ποτηριού υπάρχει ένα διακοσμητικό στοιχείο παρόμοιο με αυτό στις συσκευασίες που φάνηκαν και παραπάνω. Στο πλαϊνό μέρος των ποτηριών είναι σχεδιασμένα «κουτάκια» με υπότιτλους, «σκέτο, μέτριο και γλυκό», ώστε να μπορεί το προσωπικό να σημειώνει για τη διευκόλυνσή του τη ζάχαρη του καφέ. Τα «κουτάκια» αυτά έχουν το σχήμα της κούπας που υπάρχει μέσα στο λογότυπο, αλλά χωρίς το γέμισμα.

Οι χάρτινες βάσεις περιλαμβάνουν το σήμα και το λεκτικό κομμάτι ξεχωριστά, σε πλακάτα φόντα. Βγαίνουν επίσης σε καφέ και μπλε αποχρώσεις, με τη βοήθεια του λευκού για αντίθεση και ισορροπία.



εικ 093 - ποτήρια



εικ 094 - ποτήρια



εικ 095 - καφέ βάση μεταφοράς ποτηριών



εικ 096 - μπλε βάση μεταφοράς ποτηριών

- Χάρτινο δαχτυλίδι ποτηριού

Το χάρτινο δαχτυλίδι σχεδιάστηκε για την προστασία των χεριών των καταναλωτών από τα πολύ ζεστά ροφήματα. Το ανάπτυγμα σχεδιάστηκε στο πρόγραμμα Adobe Illustrator.

Κατά την εφαρμογή του δεν χρειάζεται κόλλα, καθώς ο σχεδιασμός του επιτρέπει στη δίπλωσή του έτσι ώστε να «κουμπώνει» και να αγκαλιάζει με αυτόν τον τρόπο το ποτήρι.

Πάνω του υπάρχουν στοιχεία όπως το σήμα του λογοτύπου και το σλόγκαν «brewing happiness, one sip at a time...»



εικ 097 - χάρτινο δαχτυλίδι

- Επαναχρησιμοποιούμενο ποτήρι



εικ 098 - καφέ επαναχρησιμοποιούμενο ποτήρι



εικ 099 - μπλε επαναχρησιμοποιούμενο ποτήρι

- Κούπα



εικ 100 - κούπες

6.3 Εφαρμογές λογοτύπου

- Ποδιά προσωπικού



εικ 101 - ποδιά προσωπικού

- Χάρτινο σακουλάκι μεταφοράς τροφίμων



εικ 102 - χάρτινο σακουλάκι

- Χαρτοπετσέτες



εικ 103 - χαρτοπετσέτα

- Χάρτινη σακούλα μεταφοράς προϊόντων

Η χάρτινη σακούλα της εταιρίας είναι χάρτινη και 100% ανακυκλώσιμη. Είναι χρήσιμη για τη μεταφορά των προϊόντων των καταναλωτών.

Ο σχεδιασμός της έγινε στο πρόγραμμα Adobe Illustrator και οι διαστάσεις της είναι 21,5 επί 31 επί 8 εκατοστά. Είναι εκτυπωμένη σε οικολογικό χαρτί βάρους 150γρ.

Στη μπροστινή μεριά έχει χρησιμοποιηθεί το λογότυπο της εταιρίας μέσα σε έναν λευκό χώρο για να δημιουργείται αντίθεση στο σχέδιο. Οι πλαϊνές όψεις της σακούλας χρησιμοποιούν το pattern που παρουσιάστηκε και παραπάνω.



εικ 104 - χάρτινη σακούλα



εικ 105 - ανάπτυγμα χάρτινης σακούλας

Ενότητα 7

Πρωθητική καμπάνια

7.1 Αφίσες

7.2 Καταχωρήσεις περιοδικών

7.3 Ενημερωτικά έντυπα

7.4 Πολυσέλιδο βιβλίο-έντυπο

7.5 Διαφημιστικό stand

Πρωθητική καμπάνια

7.1 Αφίσες

Οι αφίσες αυτής της πτυχιακής αποτελούνται από μια τριπλέτα αφισών μεγέθους Α3. Οι δύο από αυτές μοιάζουν πολύ παρόμοιες με μια μικρή διαφορά στις αποχρώσεις ενώ η τρίτη αναγράφει διαφορετικό σλόγκαν και κατέχει διαφορετική εικονογράφιση από τις άλλες δύο.

Η πρώτη αφίσα προωθεί το πνεύμα εθελοντισμού που κατέχει η εταιρία, αναγράφοντας το σλόγκαν «απόλαυσε και συνείσφερε». Περαιτέρω, στο κέντρο της αφίσας υπάρχει μια εικονογράφιση ενός χεριού, το οποίο κρατάει και δίνει στον καταναλωτή την κούπα-χελώνα. Στο φόντο έχουν χρησιμοποιηθεί διάφορες πράσινες αποχρώσεις. Στο κάτω μέρος της αφίσας βρίσκονται πληροφορίες για την εταιρία όπως το website, το qr code που παραπέμπει στο instagram και το λογότυπο σε λευκό χρώμα.



Η δεύτερη αφίσα της τριπλέτας απεικονίζει μια ει-
κονογραφημένη κούπα γεμάτη καφέ με την οπτική
του θεατή να βρίσκεται πάνω από τη κούπα.

Στο φόντο υπάρχουν πράσινες αλλά και μπλε απο-
χρώσεις. Οι πράσινοι τόνοι έχουν χρησιμοποιηθεί σε
διάφορες φόρμες με χαμηλό opacity. Το μπλέ είναι
πλακάτο. Η συνολική σύνθεση θυμίζει το τοπίο άμ-
μου και θάλασσας.

Η τυπογραφία αναγράφει το σλόγκαν που έχει ανα-
φερθεί ξανά και παραπάνω, «brewing happiness, one
sip at a time...»

Στο κάτω μέρος της αφίσας αναγράφονται και πάλι
το website το qr code και το λογότυπο.



Η τελευταία αφίσα της τριπλέτας αποτελείται από την ίδια σύνθεση με της πρώτης, με τη μόνη διαφορά να είναι τα χρώματα.

Το χέρι είναι χρωματισμένο με μια απόχρωση που είναι μεταξύ του σκούρου μπλε και του πράσινου. Στο φόντο έχουν χρησιμοποιηθεί πράσινοι και μπλε τόνοι και έχουν αναμειχθεί με ένα εφέ «gradient».

Τέλος, όλες οι αφίσες έχουν στο πάνω μέρος τους ένα λευκό στοιχείο που μοιάζει με καφέ που στάζει. Το συγκεκριμένο στοιχείο είναι διακοσμητικό και έχει εμφανιστεί στην επαγγελματική κάρτα και θα εμφανιστεί ξανά και παρακάτω.

Όλες οι αφίσες είναι σχεδιασμένες στο πρόγραμμα Adobe Illustrator και η γραμματοσειρά που έχει χρησιμοποιηθεί είναι η «Caviar Dreams».



εικ 108 - σχεδιασμός αφίσας

Απόλαυσε



και συνείσφερε

instagram



www.caretta-co-fee.gr



brewing
happiness,



one sip at a time...

instagram



www.caretta-co-fee.gr



Απόλαυσε



και συνείσφερε

instagram



www.caretta-co-fee.gr



7.2 Καταχωρήσεις περιοδικών

Δίπλα φαίνεται η μονοσέλιδη καταχώρηση σε περιοδικό. Η σελίδα έχει μέγεθος A4. Στην επόμενη σελίδα υπάρχει η δι-σέλιδη καταχώρηση.

Όσον αφορά τη μονοσέλιδη σύνθεση, απεικονίζεται μια στοίβα από τα ποτήρια του μαγαζιού. Τη στοίβα διαπερνά μια κυματιστή διακοσμητική γραμμή. Το φόντο είναι θολό και σκουρόχρωμο ώστε να δημιουργείται αντίθεση με τα στοιχεία μπροστά. Η φράση που αναγράφεται, προωθεί την εταιρία. Τα γράμματα είναι λευκά για να ξεχωρίζουν, ενώ η κάτω αράδα χρησιμοποιεί μόνο το περίγραμμα για να έχει πιο πολύ ενδιαφέρον στο μάτι. Κάτω από τη τυπογραφία βρίσκεται το qr code και παρακάτω το λογότυπο.

Στη δισέλιδη καταχώρηση, στη δεξιά σελίδα, τα γράμματα αναγράφουν άλλο προωθητικό σλόγκαν και η εικόνα δείχνει μια ανθρώπινη παρουσία να κρατά ένα από τα ποτήρια. Στην αριστερή σελίδα, υπάρχει προωθητικό αλλά σύντομο κείμενο μαζί με το λογότυπο. Η γραμματοσειρά που έχει χρησιμοποιηθεί στα σλόγκαν είναι η «Caviar Dreams».



εικ 110 - μονοσέλιδη καταχώρηση



εικ 111 - δισέλιδη καταχώρηση

7.3 Ενημερωτικά έντυπα

- Ενημερωτικό φυλλάδιο A5

Το ενημερωτικό φυλλάδιο διαστάσεων A5 αποτελείται από δύο όψεις. Είναι εκτυπωμένο σε γυαλιστερό χαρτί βάρους 150γρ.

Η μπροστινή όψη αποτελείται από τυπογραφία σε λευκό χρώμα που προωθεί το έργο της εταιρίας συνοπτικά, καθώς και το λογότυπο. Στο φόντο υπάρχει μια εικόνα με ανθρώπινη παρουσία, το προσωπικό να φτιάχνει έναν καφέ.

Η πίσω όψη περιλαμβάνει τίτλο και κείμενο. Το κείμενο αναγράφει τις βασικές λειτουργίες της εταιρίας. Στο κάτω μέρος του εντύπου είναι τοποθετημένα τα social media της εταιρίας.





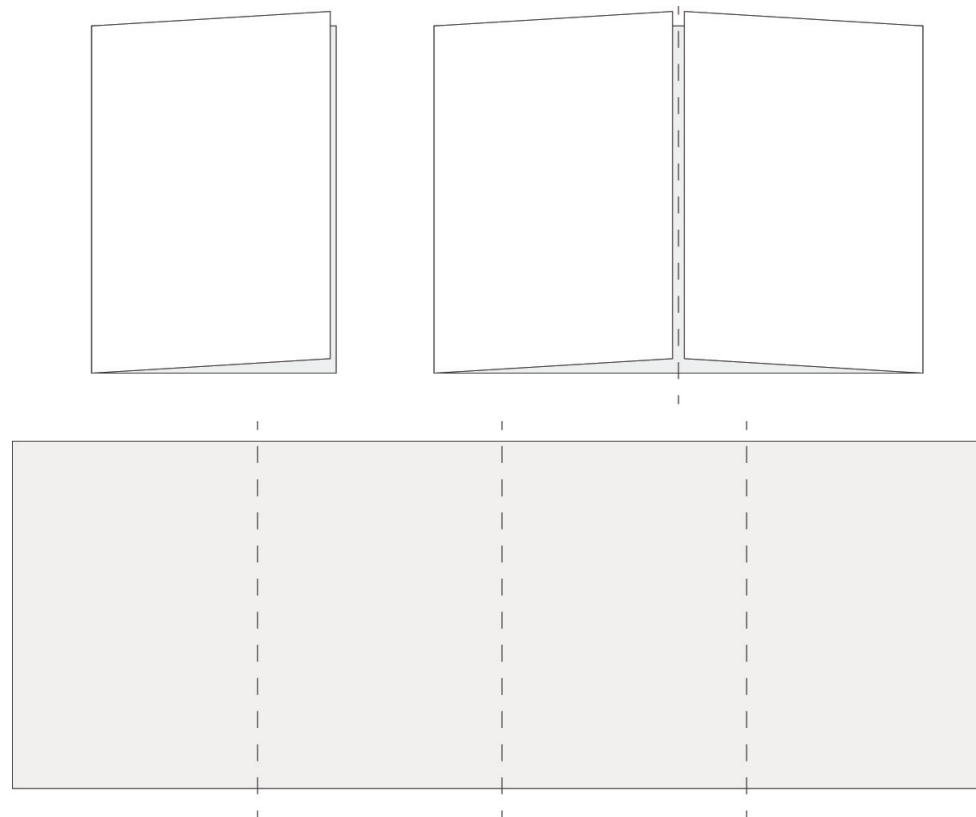
- Τετράπτυχο έντυπο

Το ενημερωτικό τετράπτυχο έντυπο όταν είναι κλειστό, έχει μέγεθος 13 επί 21 εκατοστά. Όταν κανείς το ανοίγει διαβάζει πρώτα τα εσώφυλλα, τα οποία αναγράφουν τι βρίσκεται «από κάτω τους». Όταν ανοίξει τελείως το έντυπο έχει διαστάσεις 21 επί 52 εκατοστά (τέσσερα Α5 κάθετα στη σειρά).

Το εξώφυλλο είναι σχεδόν ίδιο με το παραπάνω έντυπο. Στο οπισθόφυλλο υπάρχει το λογότυπο και τα social media.

Όλη η πίσω όψη του εντύπου είναι σε καφέ αποχρώσεις με άσπρη τυπογραφία και όλη η μέσα όψη είναι λευκή με καφέ γράμματα.

Στη μέσα όψη αναγράφονται πληροφορίες για τη χρήση του πλαστικού στην Ελλάδα καθώς και ένας πίνακας που περιλαμβάνει διάφορα είδη πλαστικού και πόσα χρόνια χρειάζεται για να αποσυντεθούν. Περαιτέρω, περιλαμβάνει πληροφορίες για την εταιρία και τις λειτουργίες της.





εικ 115 - τετράπτυχο εντύπο mockup



εικ 116 - τετράπτυχο εντύπο mockup



εικ 117 - τετράπτυχο εντύπο mockup

7.4 Πολυσέλιδο βιβλίο - έντυπο

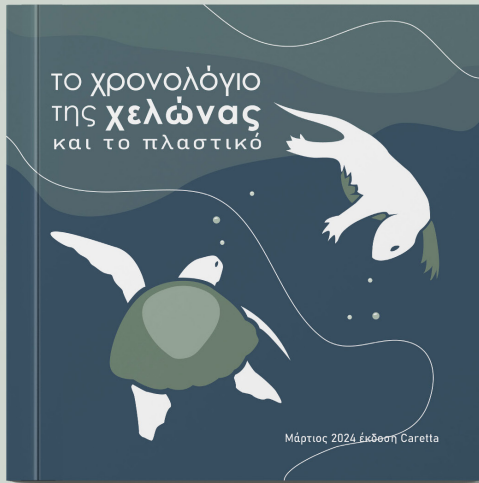
Το πολυσέλιδο βιβλίο - έντυπο αποτελεί μέρος των δώρων του περιπτέρου της εταιρίας και σκοπός του είναι να ενημερώσει τον καταναλωτή. Το μέγεθος του είναι 20 x 20 εκατοστά (τετράγωνο) και είναι εκτυπωμένο σε χαρτί Illustration.

Το περιεχόμενό του αναφέρεται στην ιστορία της εξέλιξης της χελώνας, ενώ παράλληλα εντάσσει την καρτέτα καρτέτα μαζί με πληροφορίες για το είδος. Περαιτέρω, στο τελευταίο κεφάλαιο το περιεχόμενο αναφέρεται στη χρήση του πλαστικού, ειδικά αυτού της μιας χρήσης καθώς και το πόσο βλαβερό είναι για το περιβάλλον. Τέλος, το βιβλίο-έντυπο προτείνει διάφορες ενέργειες που μπορεί να κάνει κάποιος ώστε να αποφεύγει τη ρύπανση μέσω του πλαστικού μιας χρήσης.

Οι διάφορες εικόνες που συμπεριλαμβάνονται μέσα στο βιβλίο αποτελούν εικονογραφήσεις. Τα σχήματα είναι απλά, κυρίως χρησιμοποιούν δύο χρώματα και σε κάποια σημεία χρησιμοποιούν κενούς χώρους - τρύπες έτσι ώστε να δημιουργούνται τα σχήματα. Οι εικονογραφήσεις απεικονίζουν κυρίως τις χελώνες, αλλά και στοιχεία της θάλασσας και του πλαστικού.

Για να υπάρχει συνοχή στη σχεδίαση όλων των στοιχείων της εταιρίας, έχουν χρησιμοποιηθεί πράσινοι, λευκοί και μπλε τόνοι. Το πράσινο έχει συναντηθεί πολύ ως τώρα. Το μπλε επιλεχθεί κυρίως για την αναπαράσταση του στοιχείου της θάλασσας, αλλά και καθώς έχει χρησιμοποιηθεί και σε προηγούμενα στοιχεία της εταιρίας (όπως π.χ. στα ποτήρια, τη καρτ ποστάλ κλπ.). Το λευκό δίνει την ευκαιρία στον χώρο να αναπνέει, αν και για να υπάρχει ενδιαφέρον στις συνθέσεις, κάποιες σελίδες χρησιμοποιούν μπλε φόντο με λευκά γράμματα. Στις υπόλοιπες σελίδες συμβαίνει το αντίθετο.

Η τυπογραφία είναι στρογγυλή χωρίς πατούρες ώστε να διαβάζεται εύκολα. Οι γραμματοσειρές που έχουν χρησιμοποιηθεί είναι η Century Gothic για τα κείμενα και τους υπότιτλους και η Bahnschrift για τους τίτλους και την εισαγωγή.



εικ 118 - βιβλίο mockup

260 Eunotosaurus africanus
εκατομμύρια χρόνια πριν

Η πρώτη ιστορικά χρονολογημένη χελώνα. Δεν είχε κέλυφος ή πλάστρον. Τα απολιθώματα που έχουν βρεθεί αποδεικνύουν πως αυτό το είδος είχε δόντια.



220 Odontochelys semitestacea
εκατομμύρια χρόνια πριν

Το πρώτο είδος χελώνας το οποίο ανέπτυξε ένα στοιχείο που έχουν και οι σημερινές, το πλάστρον. Είχε κι αυτή δόντια, αλλά δεν είχε αναπτύξει ακόμη κέλυφος.



12

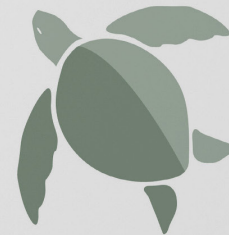
75 Archelon
εκατομμύρια χρόνια πριν

Η μεγαλύτερη σε μέγεθος χελώνα που υπήρξε ποτέ. Μπορούσε να φτάσει τα τέσσερα μέτρα σε μήκος και τους δύο τόνους σε βάρος. Αυτό το είδος οπτικά έμοιαζε πολύ με τα σημερινά είδη χελώνων. Εξαφανίστηκε τον καιρό που εξαφανίστηκαν και οι δεινόσαυροι.



65 Σημερινά είδη
εκατομμύρια χρόνια πριν

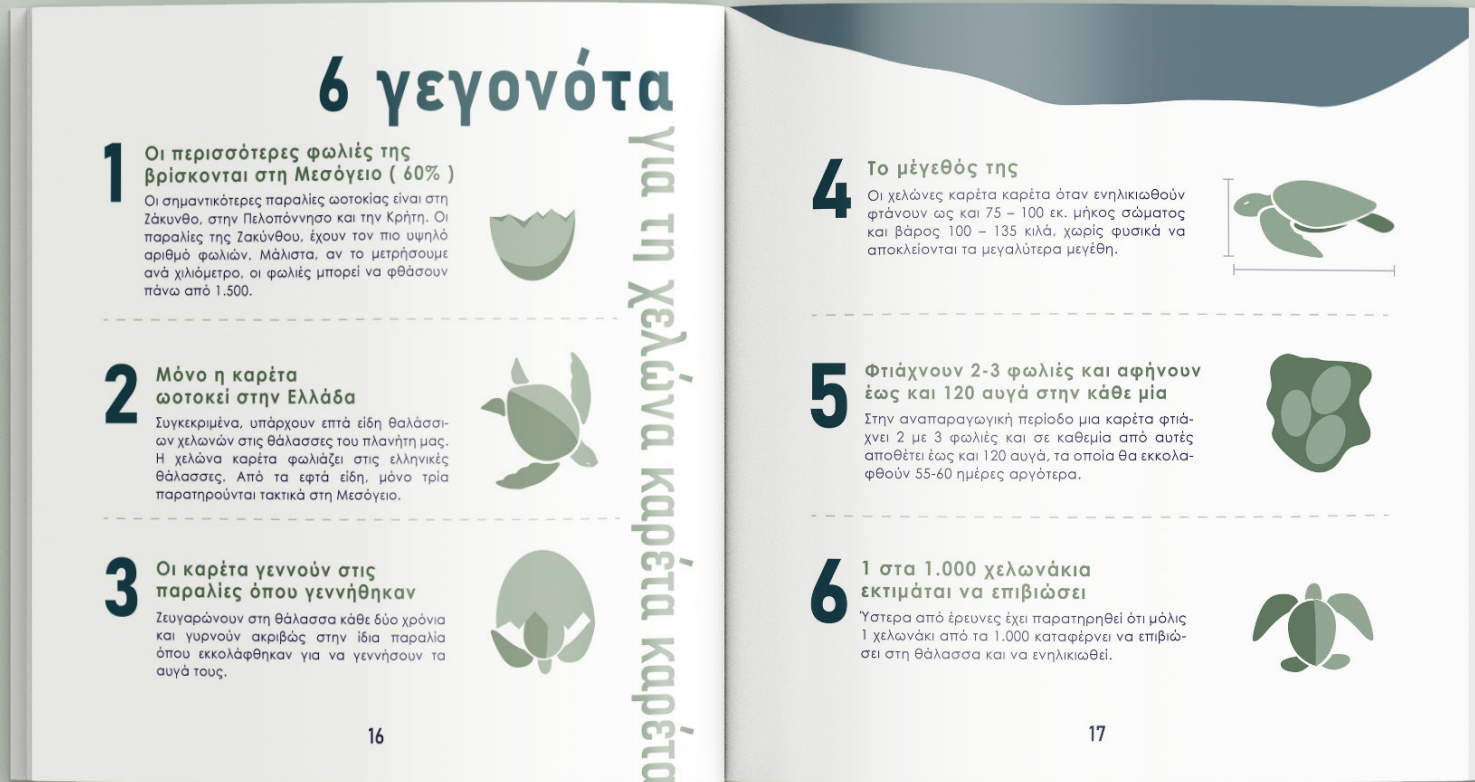
Υπάρχουν διάφορα είδη που έχουν επιζήσει ως σήμερα. Οι ομάδες των ειδών κατατάσσονται σε χερσαίες, θαλάσσιες και χελώνες του γλυκού νερού. Στην Ελλάδα τα είδη που απαντώνται είναι τρία χερσαία και τρία θαλάσσια.



13



εικ 120 - βιβλίο mockup





εικ 122 - βιβλίο mockup

- Εικονογραφήσεις που χρησιμοποιήθηκαν στο πολυσέλιδο βιβλίο-έντυπο



εικ 123 - εικονογραφήσεις

7.5 Διαφημιστικό stand

Το διαφημιστικό stand έχει μέγεθος A3 και είναι σχεδιασμένο στο πρόγραμμα Adobe Illustrator. Κύριος σκοπός του, εκτός από τη διαφήμιση της εταιρίας είναι να είναι τοποθετημένο ακριβώς δίπλα στην είσοδο του μαγαζιού ή δίπλα στο προωθητικό περίπτερο, έτσι ώστε να ενημερώνει τους περαστικούς πως μπορούν να συμβάλουν στο έργο της Caretta.

Πάνω στο stand, εκτός από τις πληροφορίες υπάρχει το λογότυπο της εταιρίας καθώς και το λογότυπο της ΑΡΧΕΛΩΝ, με την οποία και γίνεται η συνεργασία. Πάνω πάνω, υπάρχει το προωθητικό μήνυμα που κατευθύνει τον καταναλωτή στις πράσινες συσκευασίες.

Η εικονογράφηση αποτελείται από μια κούπα που χύνει τον «πράσινο» καφέ του μαγαζιού και δημιουργεί μια πράσινη θάλασσα μέσα από αυτό.



εικ 124 - stand mockup

Ενότητα 8

Κιόσκι και αναμνηστικά δώρα

8.1 Κιόσκι

8.2 Tote bag

8.3 Μπλουζάκια

8.4 Αυτοκόλλητα

8.5 Postcard

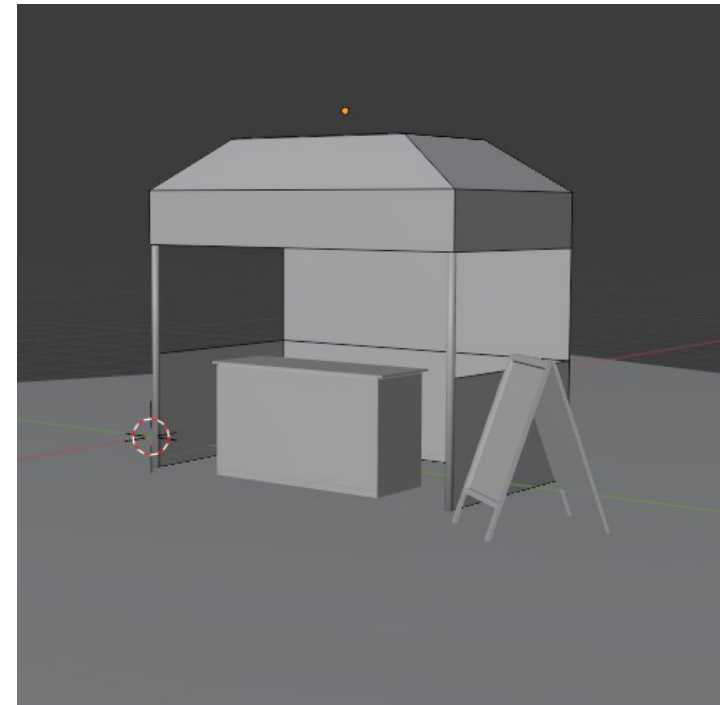
Κιόσκι και αναμνηστικά δώρα

8.1 Κιόσκι

Το διαφημιστικό-προωθητικό κιόσκι της εταιρίας βρίσκεται τοποθετημένο δίπλα σε παραλίες της Ελλάδας και σκοπό έχει να ενημερώσει τους μελλοντικούς της καταναλωτές για το έργο της εταιρίας, καθώς και να προωθήσει την επωνυμία. Για τις ανάγκες της πτυχιακής το κιόσκι έχει σχεδιαστεί στο πρόγραμμα Blender, όπως και τα προϊόντα τα οποία περιέχει το κιόσκι. Κατά συνέπεια τα mockups του περιπτέρου που φαίνονται παρακάτω είναι όλα σχεδιασμένα από την αρχή.

Τα αντικείμενα που δωρίζονται στους περαστικούς αποτελούν τα παρακάτω:

- **Tote bags** (σε δύο χρώματα)
- **Μπλουζάκια** (σε δύο σχέδια)
- **Αυτοκόλλητα** (σε δύο σχέδια)
- **Καρτ ποστάλ**



εικ 125 - σχεδιασμός περιπτέρου



εικ 126 - 3d σχεδιασμός περιπτέρου



εικ 127 - 3d σχεδιασμός περιπτέρου



εικ 128 - 3d σχεδιασμός περιπτέρου



εικ 129 - 3d σχεδιασμός περιπτέρου

8.2 Tote bag



εικ 130 - πάνινη τσάντα (γκρι)



εικ 131 - πάνινη τσάντα (πράσινη)

8.3 Μπλουζάκια



εικ 132 - μπλουζάκια, ανοιχτό πράσινο



εικ 133 - μπλουζάκια, σκούρο πράσινο

8.4 Αυτοκόλλητα

Τα στρογγυλά αυτοκόλλητα έχουν διάσταση 3,81 επί 3,81 εκατοστά. Είναι σχεδιασμένα στο πρόγραμμα Adobe illustrator.

Για τη σχεδιάσή τους χρησιμοποιήθηκε η χελώνα-το σήμα από το λογότυπο. Για το φόντο επιλέχθηκε ένα απαλό και θαμπό πράσινο και μερικές κυματιστές γραμμές οι οποίες λειτουργούν ως διακοσμητικά στοιχεία.



εικ 134 - στρογγυλά αυτοκόλλητα

Τα τετράγωνα αυτοκόλλητα έχουν διάσταση 6 επί 6 εκατοστά. Είναι σχεδιασμένα στο πρόγραμμα Adobe illustrator.

Για τη σχεδιάσή τους χρησιμοποιήθηκε το λογότυπο της εταιρίας στη λευκή του απόχρωση. Για το φόντο επιλέχθηκε ένα θαμπό πράσινο όπως σε πολλές του εφαρμογές ώστε να υπάρχει αντίθεση και συνοχή. Οι κυματιστές γραμμές και πάλι λειτουργούν ως διακοσμητικά στοιχεία.



εικ 135 - τετράγωνα αυτοκόλλητα

8.5 Postcard

Η καρτ ποστάλ έχει διάσταση 15,24 επί 10,16 εκατοστά. Είναι σχεδιασμένη στο πρόγραμμα Adobe illustrator.

Στη μπροστινή όψη έχουν χρησιμοποιηθεί μπλε και πράσινοι τόνοι στο φόντο σε αφηρημένες φόρμες όπως και στο πολυσέλιδο έντυπο. Από πάνω έχει σχεδιαστεί μια εικονογράφιση εμπνευσμένη από το λογότυπο της εταιρίας. Σε λευκούς τόνους, έχει χρησιμοποιηθεί το σήμα της Caretta co-fee-shop μαζί με μια εικονογράφιση της ίδιας κούπας που περιέχεται στο λογότυπο σε μικρότερες διαστάσεις και κάποια διακοσμητικά στοιχεία. Συνοπτικά, η καρτ ποστάλ απεικονίζει τη χελώνα να απολαμβάνει τον καφέ της εταιρίας.

Στη πίσω μεριά αναγράφεται το λεκτικό κομμάτι του λογοτύπου μαζί με τα βασικά στοιχεία που περιλαμβάνει μια καρτ ποστάλ.



εικ 136 - σχεδιασμός καρτ ποστάλ



εικ 137 - postcard mockup

Ενότητα 9

Ψηφιακά μέσα επικοινωνίας

9.1 Social media

9.2 Ιστοσελίδα

9.3 Εφαρμογή κινητού

Ψηφιακά μέσα επικοινωνίας

9.1 Social media

Στη τελευταία ενότητα συμπεριλαμβάνονται τα social media της εταιρίας. Αυτά αποτελούνται από:

- Facebook
- Instagram

Τα social media είναι ένα χρήσιμο εργαλείο για τις εταιρίες καθώς είναι πολύ εύκολο να επεκταθούν και να γίνουν πιο γνωστές μέσω των «posts» τα οποία προωθούν το υλικό των διάφορων εταιριών. Αποτελούν επίσης έναν απλό τρόπο να ενημερώνονται οι ενδιαφερόμενοι για τις εταιρίες, καθώς και για όλα τα νέα προϊόντα που δημοσιεύουν κατά καιρούς.

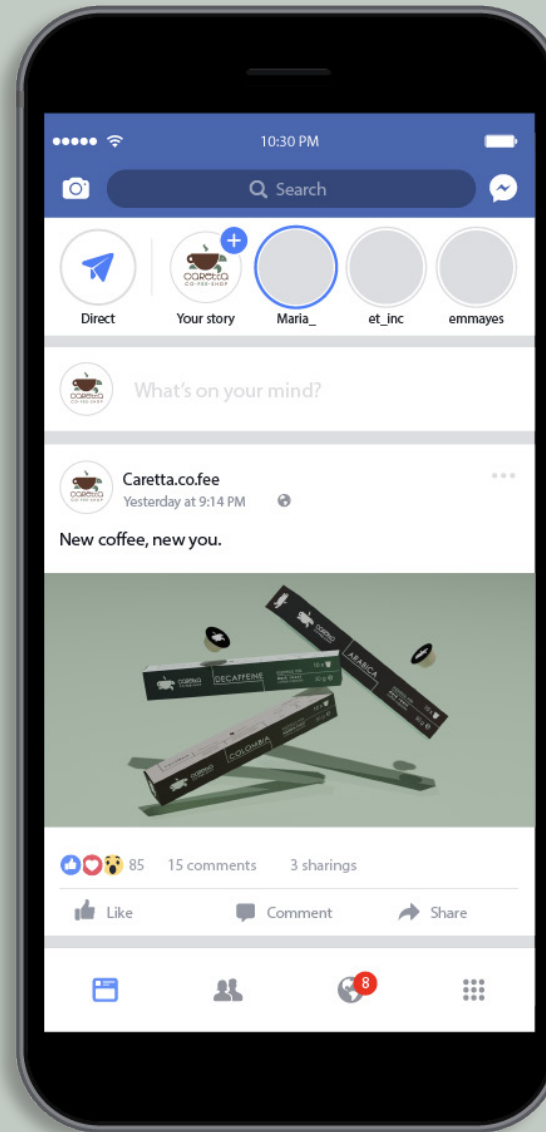
Το instagram και το facebook είναι τα δύο κυρίαρχα μέσα μαζικής ενημέρωσης της σημερινής εποχής και γι' αυτό το λόγο επιλέχθηκαν να λάβουν μέρος σε αυτή τη πτυχιακή.

Το facebook είναι η γνωστότερη πλατφόρμα των social media και χρησιμεύει στο να γνωστοποιηθεί ευρέως μια εταιρία μέσω των δημοσιεύσεων. Η παρακάτω φωτογραφία που απεικονίζει το περιβάλλον του Facebook αποτελεί mockup και όχι αληθινό λογαριασμό.

Το Instagram είναι μια πιο σύγχρονη εφαρμογή social media η οποία χρησιμοποιείται από άτομα μικρότερης ηλικίας. Χρησιμεύει στη δημοσίευση φωτογραφιών και βίντεο με προωθητικό σκοπό. Οι παρακάτω φωτογραφίες που απευθύνονται στο Instagram αποτελούν στιγμιότυπα από αληθινό λογαριασμό με αληθινά post και αληθινές αντιδράσεις.

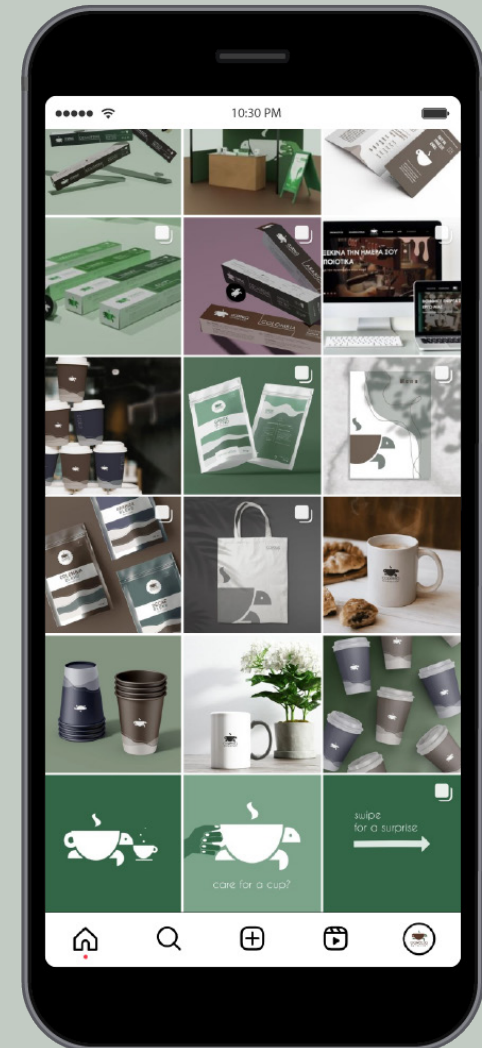
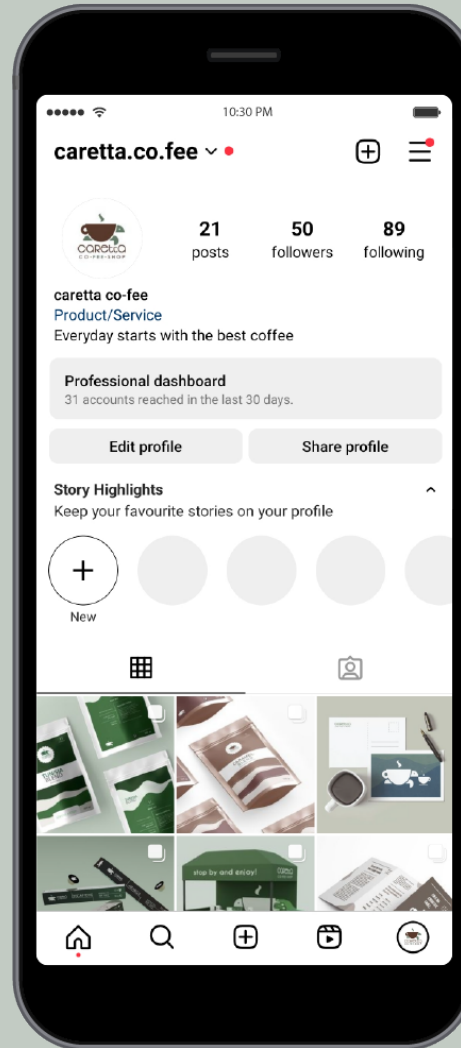
Χρησιμοποιώντας και τα δύο social media η εταιρία καλύπτει μεγαλύτερο αριθμό ανθρώπων καθώς και μεγαλύτερο ηλικιακό φάσμα.

- Facebook

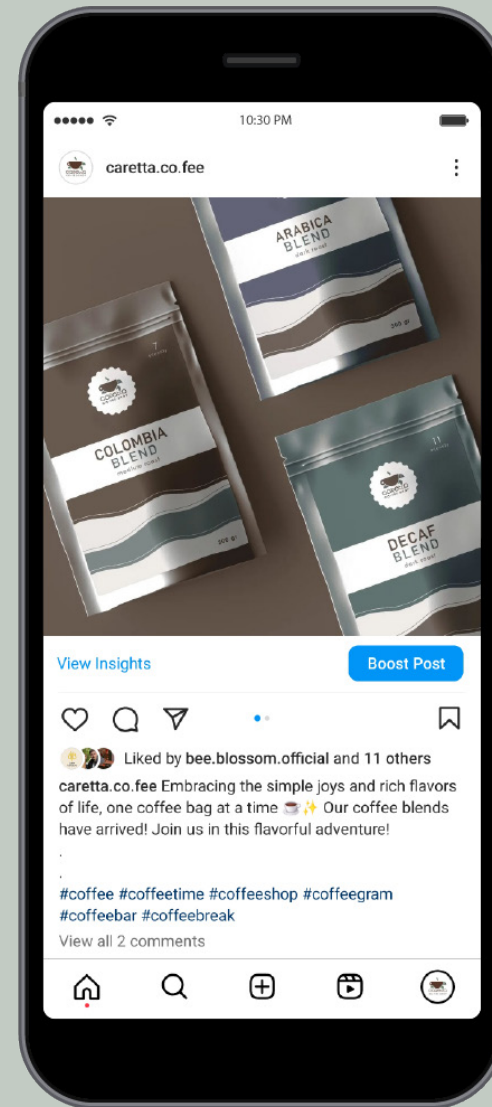
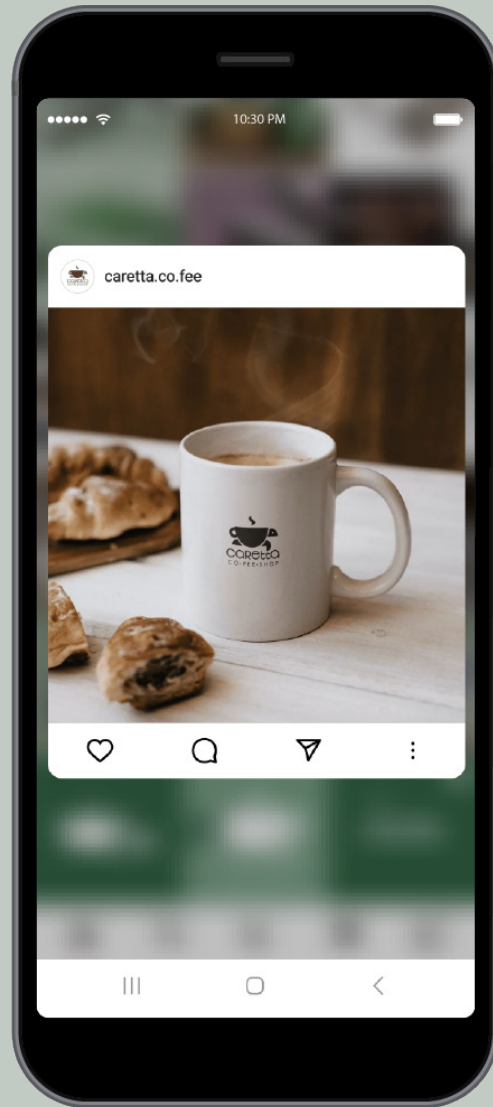


εικ 138 - οθόνη Facebook mockup

- Instagram



εικ 139 - screenshots instagram



εικ 140 - screenshots instagram

9.2 Ιστοσελίδα

Η ιστοσελίδα της εταιρίας σχεδιάστηκε στο πρόγραμμα Adobe Illustrator. Η αρχική σελίδα (home page) είναι η οθόνη που αντικρίζει ο χρήστης μόλις μπει στο site. Στη συνέχεια ακολουθούν τρεις οθόνες οι οποίες είτε αυτόματα, είτε με το swiπε του χρήστη εναλλάσσονται μεταξύ τους. Οι τρεις οθόνες μεταφέρουν προωθητικά μηνύματα για την εταιρία, διαφορετικά μεταξύ τους.

Ο χρήστης έχει τη δυνατότητα να πατήσει κάποια κουμπιά που βρίσκονται στο πάνω μέρος της οθόνης. Πατώντας το κουμπί «Κατάλογος», η ιστοσελίδα τον παραπέμπει σε μια διαφορετική οθόνη που περιλαμβάνει τον κατάλογο ανά κατηγορίες. Πατώντας τη κάθε κατηγορία ο χρήστης μπορεί να δει τα προϊόντα της εταιρίας. Ανοίγοντας την οθόνη, αρχικά εμφανίζονται τα δημοφιλέστερα προϊόντα της εταιρίας (με τίτλο «αγαπημένα»).

Το δίπλα κουμπί «η εταιρία» οδηγεί τον χρήστη σε μια οθόνη η οποία με scroll προς τα κάτω φανερώνει πληροφορίες για την εταιρία και τις λειτουργίες της. Στο κάτω κάτω μέρος της οθόνης ο χρήστης μπορεί να δει τα νέα της εταιρίας πατώντας πάνω σε κάποιο από τα κουμπιά, ή πατώντας το βελάκι

το οποίο εμφανίζει με μια κίνηση swiπε και τα υπόλοιπα νέα. Από κάτω, υπάρχουν σύμβολα - κουμπιά τα οποία παραπέμπουν τον χρήστη στα social media ή στο τηλέφωνο της εταιρίας ανάλογα.

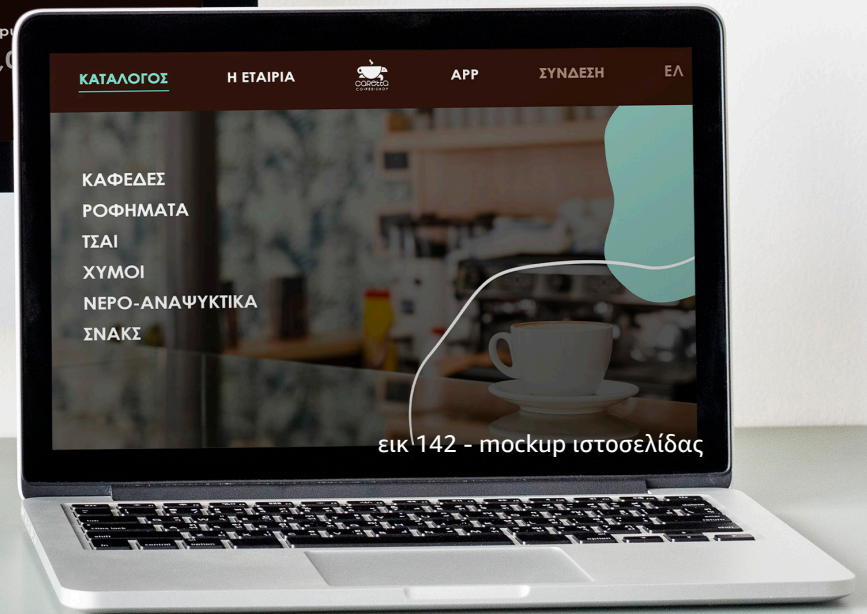
Τα χρώματα που έχουν χρησιμοποιηθεί για τον σχεδιασμό της ιστοσελίδας αποτελούνται κυρίως από καφέ, ροζ και τirkου-άζ αποχρώσεις. Η γραμματοσειρά που έχει χρησιμοποιηθεί είναι η Century Gothic σε διάφορα μεγέθη και βάρυ.

Δίπλα στο λογότυπο στη μπάρα με τις επιλογές υπάρχουν επίσης οι επιλογές «App», «σύνδεση» και το κουμπί που αλλάζει τη γλώσσα της σελίδας.





εικ 141 - mockup αρχικής σελίδας





Ει ειλεγμένες παραλιές της Ελλάδας όπου συναντάται η καρδιά. Βα βόσκς και τα περιπτερά μας. Επισκέψου μας και μπορούς:

- να ενημερωθής και να δοκιμάσις τις «special edition» κάρουλις μας
- να αποηήσις συλλεπικέ δόρα από εμάς όπω: καρτ ποστάλ, tote bags, μπλουζάκι, αυτοκόλλητα, κούπες και το ενημερωτικό έντυπο - βιβλιό μας.

OUR NEWS



A5 FLYER



NEW MENU



STAND



REUSABLE CUPS



Contact us:
f @



Stay Updated
E-mail

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ

Η ΕΤΑΙΡΙΑ



APP

ΣΥΝΔΕΣΗ

ΕΛ

OUR COMPANY

Στη Careffa co-fee shop πρώτος και σημαντικότερος στόχος μας αποτελεί η εξυπηρέτηση και η κακοποίηση όλων των καταναλωτών μας. Το δεύτερο μεγαλύτερο κομμάτι της δουλειάς μας αποτελεί το εθελοντικό μας πνεύμα το οποίο και μας κάνει να ξεχωρίζουμε.

Με την κάθε αγορά μιας πράσινης συσκευασίας «special edition» ο καταναλωτής μας βοηθά να κάνουμε μια δωρεά 20% στην ελληνική εταιρία ΑΡΧΕΛΑΩΝ για τη προστασία της χλόνας.

Αγαθόντας ένα από τα επαναχρησιμοποιήσιμα ποτήρια μας ο καταναλωτής θα λαμβάνει έκπτωση 10% στο ρόφημα της επιλογής του, με τη κάθε χρήση του.



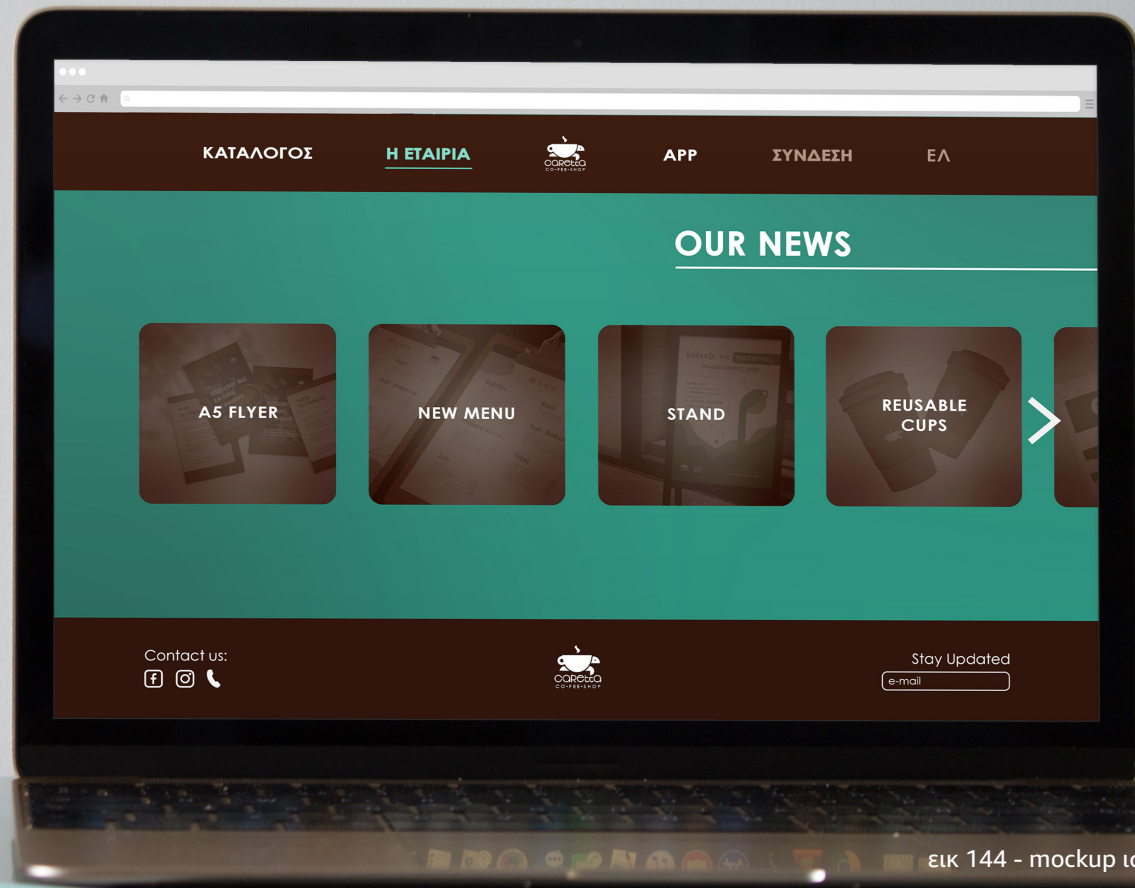
GIFTS?

Ει ειλεγμένες παραλιές της Ελλάδας όπου συναντάται η καρδιά. Βα βόσκς και τα περιπτερά μας. Επισκέψου μας και μπορούς:

- να ενημερωθής και να δοκιμάσις τις



εικ 143 - scroll ιστοσελίδας



εικ 144 - mockup ιστοσελίδας

9.3 Εφαρμογή κινητού

Η εφαρμογή του κινητού (app) είναι σχεδιασμένη με βάση τις οθόνες της ιστοσελίδας που παρουσιάστηκαν παραπάνω. Για να λειτουργήσει σωστά, χρειάστηκε οι οθόνες να προσαρμοστούν σχεδιαστικά. Τα χρώματα είναι κυρίως τα ίδια, αλλά οι συνθέσεις από οριζόντιες έπρεπε να γίνουν κάθετες. Η τυπογραφία επίσης προσαρμόστηκε στις αναλογίες του κινητού.

Στο πάνω μέρος της μπάρας, αντί για τις διάφορες επιλογές που δίνονται στην ιστοσελίδα, υπάρχει στην αριστερή μεριά το burger button το οποίο δίνει την δυνατότητα στον χρήστη να ανοίξει αυτές τις επιλογές.

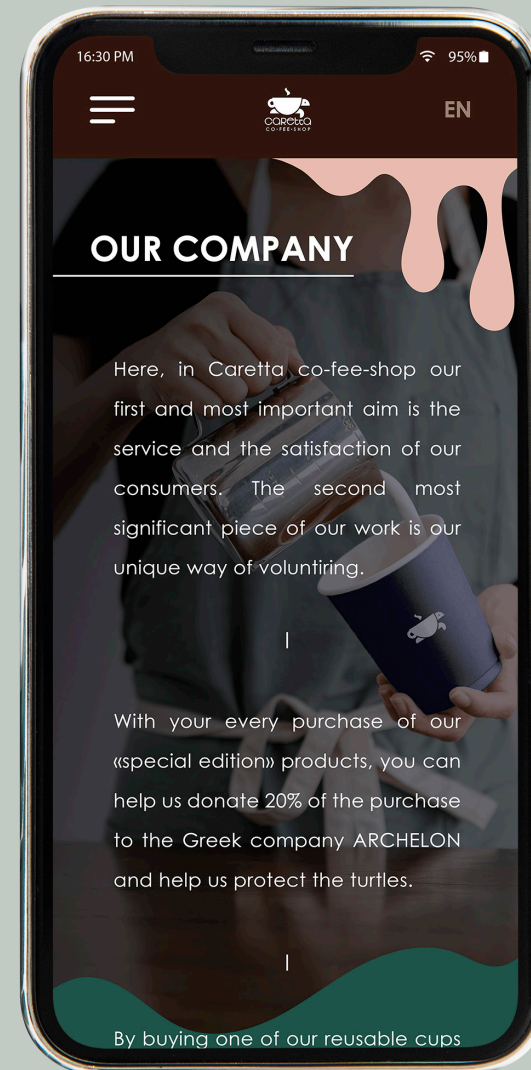
Περαιτέρω, έχει σχεδιαστεί η οθόνη που ανοίγει όταν κάποιος πατάει την επιλογή «κατάλογος» μέσω του burger button, στην αγγλική έκδοση της εφαρμογής. Αρχικά, στο πάνω μέρος της οθόνης εμφανίζονται με κίνηση swiipe τα δημοφιλέστερα ροφήματα της εταιρίας με τον τίτλο «Loved by you». Από κάτω υπάρχουν τα προϊόντα με εικόνα, ονομασία και τιμή. Από κει ο χρήστης μπορεί να επιλέξει κάποιο προϊόν και να διαβάσει πληροφορίες γι αυτό ή να το προσθέσει στο καλάθι του.

Στη συνέχεια, είναι η αρχή του καταλόγου. Ο κατάλογος ακολουθεί την ίδια λογική με τον κατάλογο που παρουσιάστηκε και στην ενότητα 6. Οι τίτλοι έχουν την ίδια σειρά και τα προϊόντα τις ίδιες τιμές. Στο ξεκίνημα του καταλόγου υπάρχουν σε λίστα οι καφέδες και ακριβώς δίπλα οι τιμές τους.

Τέλος έχει σχεδιαστεί η οθόνη «η εταιρία» όπως και για την ιστοσελίδα. Στην εφαρμογή έχει σχεδιαστεί στην αγγλική γλώσσα, καθώς μπορεί να χρησιμοποιηθεί και από κάποιον που δεν γνωρίζει απαραίτητα Ελληνικά. Η οθόνη «η εταιρία» παρουσιάζει το έργο της εταιρίας καθώς και όλες της λειτουργίες της.



εικ 145 - swipe εφαρμογής



εικ 146 - σχεδιασμός app

Συμπεράσματα

Για να σχεδιαστεί μια ολοκληρωμένη εταιρική ταυτότητα η οποία να έχει συνοχή μεταξύ των προϊόντων της πρέπει να γίνει λεπτομερής έρευνα σε διάφορους τομείς.

Ο σχεδιασμός θα πρέπει επίσης να έχει μια λογική σαν βάση και από εκεί να εξελίσσεται με ροή. Η χρωματική παλέτα καθώς και οι επιλογές των γραμματοσειρών και των εικαστικών στοιχείων θα πρέπει να μην διαφέρουν στο ύφος ώστε να γίνεται αντιληπτή η συνοχή κι από το target group.

Τέλος, σκοπός αυτής της πτυχιακής ήταν να κεντρίσει το ενδιαφέρον των ενδιαφερόμενων για τον καφέ, καθώς και να τους ευαισθητοποιήσει για το περιβάλλον.



εικ 147 - κόκκοι καφέ

Προγράμματα που χρησιμοποιήθηκαν

- Adobe **Illustrator**
- Adobe **Photoshop**
- Adobe **Indesign**
- **Blender**



Βιβλιογραφία

<https://mypet.gr/alla-katoikidia/erpeta/8-facts-gia-na-gnorisoyme-kalytera-tis-kareta-kareta/>
<https://www.britannica.com/animal/sea-turtle>
<https://prezi.com/p/oa5ltsgrods0/turtle-evolution-timeline/>
<https://www.medasset.org/el/thalassies-chelones/thalassies-chelones-sti-mesogeio/>
<https://www.haniotika-nea.gr/apili-gia-tis-thalassies-chelones/>
https://www.wwf.gr/ti_kanoume/anthropos/plastika/
<https://www.cnn.gr/perivallon/story/245897/ta-plastika-pnigoyn-ti-mesogeio-thalassa>
<https://www.ncausa.org/About-Coffee/History-of-Coffee>
<https://www.kafekopteialoumidi.gr/pages/istoria-tou-kafe>
<https://mypet.gr/alla-katoikidia/erpeta/8-facts-gia-na-gnorisoyme-kalytera-tis-kareta-kareta/>
<https://www.mtpak.coffee/fully-recyclable-coffee-bags-made-from-ldpe/>
<https://themarketeers.gr/lyseis-syskevasias/>
<https://packhelp.com/how-packaging-helps-in-advertising/>

<https://www.ladylike.gr/life/ti-symvolizoyn-ta-xrwmata/>
<https://coffeetales.gr/blog/3-popular-coffee/>
<https://varieties.worldcoffeeresearch.org/>

Πηγές εικόνων και mockups:

Pinterest

Freepik

Mockuptree

Thank you!

