



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ  
ΔΥΤΙΚΗΣ ΑΤΤΙΚΗΣ  
UNIVERSITY OF WEST ATTICA

ΣΧΟΛΗ ΕΦΑΡΜΟΣΜΕΝΩΝ ΤΕΧΝΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ  
ΤΜΗΜΑ ΓΡΑΦΙΣΤΙΚΗΣ ΚΑΙ ΟΠΤΙΚΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

**ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ: Σχεδιασμός εταιρικής ταυτότητας και συσκευασίας για εταιρία προϊόντων περιποίησης προσώπου με την ονομασία “NORAL”**

**ΑΓΡΑΠΙΔΗ ΜΑΡΙΑ - ΕΙΡΗΝΗ 15048**

Επιβλέπουσα Καθηγήτρια: Δρ. Παπανικολοπούλου Μαγδαληνή

Αθήνα, Μάρτιος 2024



UNIVERSITY OF  
WEST ATTICA  
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΔΥΤΙΚΗΣ ΑΤΤΙΚΗΣ

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

**THESIS: Corporate identity and packaging design for a facial care products company under the name “NOPAL”**

**AGRAPIDI MARIA - EIRINI 15048**

Supervising Professor: Dr. Papanikolopoulou Magdalini

Athens, March 2024



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ  
ΔΥΤΙΚΗΣ ΑΤΤΙΚΗΣ  
UNIVERSITY OF WEST ATTICA

**ΕΞΕΤΑΣΤΙΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ**

**Δρ. Παπανικολοπούλου Μαγδαληνή**

**Δρ. Μυτιληναίου Σοφία**

**Δρ. Δεβετζή Ιωάννα**

Αθήνα, Μάρτιος 2024

## **ΔΗΛΩΣΗ ΣΥΓΓΡΑΦΕΑ ΠΤΥΧΙΑΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ**

Η κάτωθι υπογεγραμμένη Αγραπίδη Μαρία Ειρήνη του Σκλαβούνου, με αριθμό μητρώου 15048 φοιτήτρια του Πανεπιστημίου Δυτικής Αττικής της Σχολής Εφαρμοσμένων Τεχνών & Πολιτισμού του Τμήματος Γραφιστικής και Οπτικής Επικοινωνίας, δηλώνω υπεύθυνα ότι:

«Είμαι συγγραφέας αυτής της πτυχιακής/διπλωματικής εργασίας και ότι κάθε βοήθεια την οποία είχα για την προετοιμασία της είναι πλήρως αναγνωρισμένη και αναφέρεται στην εργασία. Επίσης, οι όποιες πηγές από τις οποίες έκανα χρήση δεδομένων, ιδεών ή λέξεων, είτε ακριβώς είτε παραφρασμένες, αναφέρονται στο σύνολο τους, με πλήρη αναφορά στους συγγραφείς, τον εκδοτικό οίκο ή το περιοδικό, συμπεριλαμβανομένων και των πηγών που ενδεχομένως χρησιμοποιήθηκαν από το διαδίκτυο. Επίσης, βεβαιώνω ότι αυτή η εργασία έχει συγγραφεί από μένα αποκλειστικά και αποτελεί προϊόν πνευματικής ιδιοκτησίας τόσο δικής μου, όσο και του Ιδρύματος. Παράβαση της ανωτέρω ακαδημαϊκής μου ευθύνης αποτελεί ουσιώδη λόγο για την ανάκληση του πτυχίου μου».

Η Δηλούσα



Αγραπίδη Μαρία - Ειρήνη



## **ΠΕΡΙΛΗΨΗ**

Μετά από την επαφή μου με τα μαθήματα της σχολής, επέλεξα να ασχοληθώ με τον τομέα της συσκευασίας και του branding. Η παρακάτω πτυχιακή εργασία αφορά τον σχεδιασμό των συσκευασιών και της εταιρικής ταυτότητας μιας εταιρείας με προϊόντα περιποίησης προσώπου. Η εταιρεία θα έχει την ονομασία "NOPAL" και τα προϊόντα θα έχουν ως βασικό συστατικό το φραγκόσυκο. Η ειδοποιός διαφορά της συγκεκριμένης εταιρείας είναι ο ιδιαίτερος σχεδιασμός των συσκευασιών, ο οποίος είναι εμπνευσμένος από το φυτό και η δυνατότητα των εσωτερικών συσκευασιών, να μπορούν να συνδέονται μαγνητικά μεταξύ τους δημιουργώντας ένα ομοίωμα του κάκτου.

Λέξεις κλειδιά: περιποίηση προσώπου, φραγκόσυκο, συσκευασία, ρουτίνα περιποίησης, εταιρική ταυτότητα, λογότυπο

## **SYNOPSIS**

After my contact with the courses of the faculty, I chose to deal with the intersections of packaging and branding. The following thesis is about the packaging design and corporate identity of a company with face profiling products. The company that has the name "NOPAL" and the products that have prickly pear as the main ingredient. The noticeable difference of this company is the special design of the packages, which is inspired by the plant and the possibility of the inner packages, they cannot be magnetically connected to each other creating a mock-up of the cactus.

Keywords: facial, prickly pear, packaging, skincare routine, corporate identity, logo

# ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Εισαγωγή.	7	09 Εταιρική ταυτότητα.	54
01 Έρευνα	8	Επαγγελματική κάρτα	55
Ο καλλωπισμός του προσώπου στην ιστορία.	9	Φάκελος	57
Το φραγκόσυκο (oruntia ficus-indica)	13	Επιστολόχαρτο	59
Τα οφέλη του φραγκόσυκου στην περιποίηση προσώπου	14	10 Εφαρμογές	62
Το Branding στην βιομηχανία της ομορφιάς και των καλλυντικών	15	Τρίπτυχο φυλλάδιο	63
Τι χρειάζεται για μια επιτυχημένη μάρκα προϊόντων περιποίησης προσώπου	16	Πάνινη τσάντα	65
Συσκευασίες	20	Καπέλο	66
Έμπνευση	21	Νεσεσέρ	67
Λογότυπα εταιρειών	22	Θερμός	68
02 Ιδέα	23	Αφίσες A3	69
03 Προσχέδια	25	11 Ιστοσελίδα	71
04 Λογότυπο	31	12 Βιβλιογραφία	73
Βασικό λογότυπο	32		
Ασπρόμαυρο λογότυπο	33		
Περιθώρια ασφαλείας	34		
Ελάχιστο μέγεθος	34		
Λανθασμένη χρήση του λογότυπου	35		
05 Χρωματική παλέτα	36		
06 Γραμματοσειρές	38		
07 Γραφικά	41		
08 Συσκευασίες	43		

## ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Το δέρμα μας είναι το μεγαλύτερο και το πιο ορατό όργανο του ανθρώπινου σώματος και είναι κατανοητό το πόσο σημαντικό είναι να το φροντίζουμε και να το σεβόμαστε. Τα τελευταία χρόνια, η περιποίηση του προσώπου μας έχει αποκτήσει μεγάλη φήμη και ενδιαφέρον, με μερικούς καταναλωτές να έχουν έως και 10 στάδια στην ρουτίνα τους. Η εξειδικευμένη και επιστημονική περιποίηση του προσώπου μας, μπορεί να είναι ένα σύγχρονο φαινόμενο, αλλά η ανάδειξη της αισθητικής μας είναι κάτι που η ανθρωπότητα κάνει από το 6000 π.Χ. Σχεδόν σε όλους τους πολιτισμούς του παρελθόντος, έχουν ανακαλυφθεί θεραπείες για την προστασία και την βελτίωση της όψης του δέρματος, με πολλές από αυτές τις τεχνικές και μεθόδους να τις χρησιμοποιούμε ακόμα και σήμερα. Τα τελευταία χρόνια ειδικά, εμφανίζεται μεγάλο ενδιαφέρον για την περιποίηση της επιδερμίδας, κυρίως λόγω της επιρροής των μέσων κοινωνικής δικτύωσης που χρησιμοποιούμε σχεδόν καθημερινά. Στην σύγχρονη εποχή οι καταναλωτές είναι πιο εξοικειωμένοι από ποτέ, με τα προϊόντα που αγοράζουν. Με μια γρήγορη αναζήτησή στο διαδίκτυο μπορούν έχουν στην διάθεση τους πληροφορίες για το κάθε προϊόν που ενδιαφέρονται να αγοράσουν. Σε ένα όλο και πιο χαώδη κόσμο με αμέτρητες επιλογές προϊόντων και εταιρειών, η αναζήτησή των καταλληλότερων και αποτελεσματικότερων από αυτά μπορεί να αποδειχθεί κουραστική, αγχώδης και χρονοβόρα διαδικασία. Παρατηρείται λοιπόν, μια ανάγκη του αγοραστικού κοινού για απλές και κατανοητές συνθέσεις και συστατικά, τα οποία μπορούν να χρησιμοποιήσουν άφοβα. Στην σημερινή εποχή, οι καταναλωτές είναι περισσότερο από ποτέ ενημερωμένοι για την υγεία και την ευεξία. Με μια γρήγορη πλοήγηση στο διαδίκτυο ο καθένας από μας μπορεί να βρει τις κατάλληλες συμβουλές για να εμβαθύνει την σχέση με την υγεία του. Με αυτές τις συνθήκες, υπάρχουν πολλές ανησυχίες και ερωτήματα σχετικά και με την υγεία του δέρματος. Η ρύπανση, η αντιηλιακή προστασία και το στρες είναι πτυχές της ζωής, που οι καταναλωτές γνωρίζουν πως επηρεάζουν σημαντικά την ποιότητα και την γήρανση του δέρματος. Προκειμένου να τα αντιμετωπίσουν και να τα αποτρέψουν, στρέφονται σε εταιρείες με φυσικά προϊόντα, απαλλαγμένα από βλαβερές ουσίες, τα οποία υπόσχονται να διορθώσουν και να αντιστρέψουν τα προβλήματα του δέρματος. Ο σύγχρονος καταναλωτής αναζητά τα κατάλληλα προϊόντα, στα οποία μπορεί να βασιστεί και να τα εμπιστευτεί για να ικανοποιήσουν όλες του τις ανάγκες. Με μια πληθώρα εταιρειών περιποίησης του δέρματος με χιλιάδες διαφορετικά συστατικά και φόρμουλες, η αναζήτηση μπορεί να είναι αρκετά δύσκολη και κουραστική. Οι πελάτες πλέον, ζητούν περισσότερη διαφάνεια από τις εταιρείες σχετικά με τα συστατικά που χρησιμοποιούν και θέλουν μια φόρμουλα απλή και κατανοητή. Το γεγονός αυτό έχει προκαλέσει ένα ενδιαφέρον στα προϊόντα και τις συνθέσεις, εμπλουτισμένες με ένα κύριο συστατικό (όπως για παράδειγμα η βιταμίνη C ή το έλαιο αμυγδάλου) και οι εταιρείες έχουν αρχίσει να ανταποκρίνονται. Τα προϊόντα αυτά είναι απαλλαγμένα από πιθανούς ερεθιστικούς και βλαβερούς παραγόντες όπως το άρωμα και τα parabens. Για αυτό το λόγο λοιπόν, επέλεξα να δημιουργήσω μια εταιρεία φυτικών προϊόντων για το δέρμα με βάση το φραγκόσυκο, στην οποία θα υπάρχει μια ολοκληρωμένη σειρά περιποίησης.

'EPEYNA

01



# ΈΡΕΥΝΑ

## Ο ΚΑΛΩΠΙΣΜΟΣ ΤΟΥ ΠΡΟΣΩΠΟΥ ΣΤΗΝ ΙΣΤΟΡΙΑ

### Αρχαίος κόσμος (Ελλάδα και Αίγυπτος)

Η εξειδικευμένη και επιστημονική περιποίηση του προσώπου μας, μπορεί να είναι ένα σύγχρονο φαινόμενο, αλλά η ανάδειξη της αισθητικής μας είναι κάτι που η ανθρωπότητα εφαρμόζει από το 6000 π.Χ.

Στην Αρχαία Ελλάδα το ελαιόλαδο ήταν το αγαπημένο υλικό των γυναικών για να αποκτήσουν υγιή λάμψη στο δέρμα, αλλά και τα μαλλιά τους. Το χρησιμοποιούσαν μάλιστα μαζί με θαλασσινό αλάτι, ώστε να δημιουργήσουν την δικιά τους απολεπιστική πάστα. Άλλα συστατικά που επέλεγαν ήταν το γάλα, το μέλι και το γιαούρτι, τα οποία καταπολεμούσαν σημάδια γήρανσης. Το μέλι ήταν αρκετά δημοφιλές καθώς μπορούσε να αντιμετωπίζει την ακμή, χάρη στις αντιβακτηριακές του ιδιότητες, ενώ τα προβιοτικά του γιαουρτιού, το καθιστούσαν μια τέλεια ενυδατική κρέμα.

Οι Αιγύπτιοι ήταν κι αυτοί πολύ γνωστοί για την ιδιαίτερη προσοχή που έδιναν στο δέρμα και την εμφάνισή τους. Δημιούργησαν φυσικά προϊόντα περιποίησης του δέρματος χρησιμοποιώντας ελαιόλαδο, αυγά στρουθοκαμήλου, ζύμη, γάλα και αιθέρια έλαια από φυτά και βότανα. Απολεπιστικές πάστες κατασκευάζονταν από άμμο και αλόη και χρησιμοποιήθηκαν φυτικά έλαια ως ενυδατικά. Τα έλαια σώματος αναπτύχθηκαν για τη θεραπεία συγκεκριμένων δερματικών παθήσεων όπως οι ραγάδες στις γυναίκες. Σήμερα, τα καλύτερα φυσικά προϊόντα περιποίησης του δέρματος χρησιμοποιούν αιγυπτιακές τεχνικές όπως η αλόη, το διττανθρακικό νάτριο, το μύρο και το λιβάνι.

Μπορούμε μάλιστα, να οφείλουμε τη δημιουργία της πρώτης αντιγηραντικής κρέμας στους Αιγύπτιους. Χρησιμοποίησαν συμπυκνωμένο έλαιο τριγωνέλλας (fenugreek) για να μειώσουν τις ρυτίδες και άλλες ατέλειες του δέρματος.

Εκτός από την φροντίδα του δέρματος, το μακιγιάζ ήταν επίσης σημαντικό μέρος της αιγυπτιακής κουλτούρας. Η εφαρμογή του μακιγιάζ θεωρήθηκε ως μια τελετουργία για να τιμήσουν τους θεούς και τις θεές τους, έτσι και οι κοινές γυναίκες το φορούσαν ελεύθερα. Οι γυναίκες εφάρμοζαν σκιές ματιών που κατασκευάζονταν από τη σύνθλιψη μεταλλεύματος, χαλκού και ημιπολύτιμων λίθων και την ανάμειξή τους με νερό, λάδι ή ζωικό λίπος. Μολύβι ματιών (κολ), ελαφρόπετρες και χρωματιστές χέννες εφαρμόζονταν επίσης από βασιλικές γυναίκες της Αιγύπτου. Η περιποίηση του δέρματος και το μακιγιάζ δεν ήταν μόνο σημαντικό μέρος της καθημερινής ζωής, αλλά και στη μετά θάνατον ζωή. Οι αρχαιολόγοι έχουν ανασκάψει πολλά δοχεία μακιγιάζ και τα υπολείμματα λαδιών σώματος από αιγυπτιακούς τάφους. Η Κλεοπάτρα έκανε τα γνωστά μπάνια μέσα σε γάλα γαϊδούρας και μέλι, με τα οποία διατηρούσε το δέρμα της μαλακό και λείο. Το πατσουλί και το ξινόγαλα ήταν χρήσιμα συστατικά για θεραπεύσουν την ακμή και παράλληλα ρύθμιζαν την λιπαρότητα του δέρματος. Το ξινόγαλα περιέχει γαλακτικό οξύ, ένα συστατικό που χρησιμοποιούμε σήμερα για την απολέπιση και την βελτίωση της όψης του δέρματος. Ήταν επίσης οι πρώτοι που εισήγαγαν το μόλυβδο ως κρέμα προσώπου, κάτι το οποίο στην συνέχεια αποδείχθηκε πολύ βλαβερό.





# ΈΡΕΥΝΑ

## Ο ΚΑΛΩΠΙΣΜΟΣ ΤΟΥ ΠΡΟΣΩΠΟΥ ΣΤΗΝ ΙΣΤΟΡΙΑ

### Αναγέννηση

Την περίοδο αυτή οι γυναίκες χρησιμοποιούσαν ασημένιο υδράργυρο, μόλυβδο και κιμωλία για να χρωματίσουν τα πρόσωπά τους. Μοιραζόντουσαν επίσης, πρακτικές από τον μεσαίωνα για τον καθαρισμό και την περιποίηση του προσώπου τους, με την βοήθεια βοτάνων και του μελιού. Μια άλλη μέθοδος περιλάμβανε βρασμένο πλιγούρι σε ξίδι σαν θεραπεία για τα σπυράκια, ενώ στα πρησμένα μάτια τοποθετούσαν ψωμί μουλιασμένο σε ροδόνερο.

### Εποχή του Μπαρόκ

Στην εποχή του Μπαρόκ οι γυναίκες υποστήριζαν τον καθαρισμό του σώματος μέσω του ατμού (σάουνα) και λουτρών από γάλα. Το βαρύ και έντονο μακιγιάζ θεωρούνταν το πιο αξιοσέβαστο και για αυτό έβαζαν αρκετό ρουζ στην δεκαετία του 1780. Τα χείλη τους, τα έβαφαν κόκκινα με λίγο αποσταγμένο ξίδι.

### 1800

Τόσο η περιποίηση του προσώπου, όσο και η άθληση απέκτησαν την ίδια σημασία κατά την διάρκεια του 1800. Κατασκεύαζαν με διάφορα συστατικά, όπως κρόκο αυγού και πλιγούρι, κρέμες για την μείωση κηλίδων και στιγμάτων. Ο χυμός λεμονιού ήταν ένα ακόμα συστατικό που τοποθετούσαν στο δέρμα τους, για να επιτύχουν μια φυσική λεύκανση. Μέσα σε αυτή την περίοδο εφευρέθηκαν η πούδρα μωρού, η βαζελίνη και το βάλαμο χειλιών.





# ΈΡΕΥΝΑ

## Ο ΚΑΛΩΠΙΣΜΟΣ ΤΟΥ ΠΡΟΣΩΠΟΥ ΣΤΗΝ ΙΣΤΟΡΙΑ

### 1900

Η δεκαετία του 1900 ήταν μια σημαντική περίοδος για την προσιτή περιποίηση του δέρματος. Αρχικά, ιδρύθηκε ο οργανισμός τροφίμων και φαρμάκων (FDA), ο οποίος οφείλεται για την ρύθμιση των ασφαλών πρακτικών στα καλλυντικά προσώπου. Εφευρέθηκε επίσης, η εταιρεία Carmex με τα βάλασμα το 1937, όπως και το αντηλιακό το 1944. Το 1980 σημειώθηκε μεγάλη ζήτηση στα φυσικά προϊόντα για το δέρμα. Αυτό οδήγησε στην κυκλοφορία της σειράς περιποίησης από τον Dr. Murad το 1989 και στην ίδρυση της Burt's Bees το 1980. Στην συνέχεια αναπτύχθηκαν πολλές άλλες γνωστές εταιρείες καλλυντικών, που χρησιμοποιούμε ακόμα και σήμερα. Τα προϊόντα περιποίησης προσώπου άρχισαν να γίνεται πιο προσιτά για όλους. Μέσα στην δεκαετία του 1900, εισήχθη η θεραπεία του προσώπου με λέιζερ, η απολέπιση του δέρματος και η διαδικασία του μαυρίσματος. Στις γυναίκες, έγιναν γνωστές διαφορετικές μέθοδοι αποτρίχωσης με την χρήση κρέμας και κεριού. Τέλος, έγινε δημοφιλής η ανάπτυξη επιστημονικά βασισμένων συνθέσεων και κατασκευάστηκαν προϊόντα περιποίησης χωρίς την ανάγκη συνταγογράφησης, όπως κρέμες για εξανθήματα, μαλακτικά και ενυδατικές κρέμες.



# ΈΡΕΥΝΑ

## Ο ΚΑΛΩΠΙΣΜΟΣ ΤΟΥ ΠΡΟΣΩΠΟΥ ΣΤΗΝ ΙΣΤΟΡΙΑ

### 2000 μέχρι σήμερα

Η πορεία της περιποίησης του προσώπου εξελίχθηκε με τέτοιο τρόπο, ώστε να περιλαμβάνει τους πάντες. Σήμερα, άντρες και γυναίκες μπορούν να επωφεληθούν από την τακτική περιποίηση του προσώπου, αφού τα προϊόντα είναι πλέον διαθέσιμα για όλους. Η βελτίωση της επιστήμης και της τεχνολογίας, έχει βοηθήσει σημαντικά στην παραγωγή και διαθεσιμότητα όλο και περισσότερων σκευασμάτων στην αγορά και σε αρκετά προσιτές τιμές. Μπορούμε να έχουμε πρόσβαση σε προϊόντα για κάθε τύπο δέρματος. Οι κατηγορίες των προϊόντων με την σειρά τους, εμπλουτίστηκαν και έχουμε στην διάθεσή μας τονωτικά, καθαριστικά, ενυδατικές κρέμες, μάσκες ομορφιάς, θεραπείες για την ακμή, και άλλα. Παρόλα αυτά, υπάρχουν και προϊόντα υψηλής ποιότητας και τιμής, τα οποία απευθύνονται σε συγκεκριμένο κοινό. Χάρη στο διαδίκτυο, η αγορά των προϊόντων και η ενημέρωση σχετικά με την σωστή περιποίηση του προσώπου και τα συστατικά που είναι ωφέλιμα, έχει γίνει πιο γρήγορη και εύκολη από ποτέ, διευκολύνοντας την ανάπτυξη μιας προσωπικής ρουτίνας περιποίησης, για τις ανάγκες του κάθε δέρματος.





# ΈΡΕΥΝΑ

## ΤΟ ΦΡΑΓΚΟΣΥΚΟ (OPUNTIA FICUS - INDICA):

Φραγκόσυκο ονομάζεται ο καρπός της φραγκοσυκιάς, ενός κάκτου με καταγωγή από το Μεξικό και είναι γνωστός με την τοπική ονομασία «νοπάλ». Φέρει ένα εδώδιμο καρπό και μεγάλα άνθη συνήθως κίτρινα, αλλά σε διαφορετικά είδη μπορεί να είναι λευκά, βαθύ πορτοκαλί, κόκκινο, ροζ ή μοβ. Η σκληρή εξωτερική φλούδα του καρπού είναι συνήθως κόκκινο όταν είναι ώριμο, αλλά μπορεί να είναι μοβ, πορτοκαλί ή κίτρινο.

Ο καρπός αυτός αναπτύσσεται περιμετρικά πάνω στις άκρες των φύλλων της φραγκοσυκιάς. Η επιφάνεια του καλύπτεται αφενός από στρογγυλά σκούρα κομπάκια και αφετέρου από πολύ μικρά αγκαθάκια τα οποία μοιάζουν με χνούδι και δε γίνονται άμεσα αντιληπτά, τα λεγόμενα φραγκάγκαθα.

Ο κάκτος αυτός χρησιμοποιείται από την αρχαιότητα, με πρώτους τους Ατζέκους, οι οποίοι έφτιαχναν με αυτό ένα είδος αλκοολούχου ποτού. Σε αντίθεση με τους περισσότερους κάκτους, ολόκληρο το φυτό είναι βρώσιμο, όχι μόνο τα άνθη και τα φρούτα. έχει τεράστια οφέλη για την υγεία, συμπεριλαμβανομένων υψηλών συγκεντρώσεων αντιοξειδωτικών, φυτικών ινών, βιταμινών και μετάλλων. Αναφέρεται επίσης ότι βοηθά στη ρύθμιση των επιπέδων σακχάρου στο αίμα, μπορεί να μειώσει τη χοληστερόλη, να περιέχει αντιικές ιδιότητες - και ακόμη και να μειώσει το hangover (που πιθανώς προκαλείται από ένα άλλο φυτό - την αγαύη).

Οι Μεξικάνοι το καταναλώνουν καθημερινά και αξιοποιούν τόσο το φρούτο, όσο και τα φύλλα του, ενώ αποτελεί το εθνικό φυτό της χώρας. Ήρθε στην Μεσόγειο μέσω των Ισπανών και εντοπίζεται στην χώρα μας στο ξηρό, βραχώδες τοπίο της Μάνης, της Κρήτης και των Κυκλάδων. Στην Ελλάδα καταναλώνεται αποκλειστικά το φρούτο τους ζεστού καλοκαιρινούς μήνες, ενώ χρησιμοποιείται σε μαρμελάδες, γλυκά του κουταλιού και χυμούς. Πέρα όμως από τα άφθονα οφέλη του για τον οργανισμό μας, έχει πολλαπλές ιδιότητες και για την περιποίηση του δέρματος, οι οποίες το καθιστούν ένα θαυματουργό βασικό συστατικό.

Εμφανίζεται κυρίως σε δύο παραλλαγές στα καλλυντικά για το δέρμα. Το ένα είναι το πλούσιο σε θρεπτικά συστατικά εκχύλισμα, το οποίο παρασκευάζεται από τον πολτό του φρούτου και του κάκτου. Το δεύτερο είναι το λάδι που συλλέγεται από την ψυχρή έκθλιψη των σπόρων. Η ίδια η καλλιέργεια του φυτού θεωρείται βιώσιμη, αφού ο κάκτος απαιτεί λίγο νερό, και δεν προκαλεί την αποψίλωση των δασών ή στην εξάλειψη των φυσικών λιβαδιών. Προωθεί επίσης τη βιοποικιλότητα προσφέροντας σκιά, καταφύγιο και θρεπτικά συστατικά στην άγρια ζωή. Καθώς οι κάκτοι ευδοκιμούν σε ξηρά κλίματα με ελάχιστο ή καθόλου νερό, είναι οι ειδικοί της φύσης στην φύλαξη της ενυδάτωσης. Τόσο ο κάκτος όσο και ο καρπός είναι γεμάτοι με νερό και ηλεκτρολύτες.

Πέρα όμως από τα άφθονα οφέλη του για τον οργανισμό μας, έχει πολλαπλές ιδιότητες και για την περιποίηση του δέρματος, οι οποίες το καθιστούν ένα θαυματουργό βασικό συστατικό.





# ΈΡΕΥΝΑ

## ΤΑ ΟΦΕΛΗ ΤΟΥ ΦΡΑΓΚΟΣΥΚΟΥ ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΠΟΙΗΣΗ ΠΡΟΣΩΠΟΥ:

Συγκριτικά με άλλα συστατικά πλούσια σε ωφέλιμες ουσίες, το έλαιο και το εκχύλισμα φραγκόσουκου είναι γεμάτα με αντιοξειδωτικά, βιταμίνες, μέταλλα και απαραίτητα λιπαρά οξέα. Η σύνθεση του αυτή το καθιστά μια εξαιρετική επιλογή για όλους τους τύπους δέρματος όπως και δέρματα με τάση για ακμή, ενώ το γεγονός ότι δεν προκαλεί ερεθισμούς, δίνει την δυνατότητα να χρησιμοποιείται σε ευαίσθητες περιοχές και δέρματα.

Το φραγκόσυκο έχει ενυδατικές και αντιβακτηριδιακές ιδιότητες, κάτι που το καθιστά ιδανικό συστατικό για δέρματα με τάση ακμής. Βοηθά επίσης στην επούλωση του δέρματος και στην αποκατάσταση του προστατευτικού φλοιού. Επιπλέον έχει μία από τις υψηλότερες ποσότητες βιταμίνης E που βρέθηκαν σε οποιαδήποτε φυτική πηγή, η οποία είναι απαραίτητη για την ανανέωση και τη θρέψη της επιδερμίδας. Τέλος, το λάδι από τους σπόρους είναι εμπειρίχει βιταμίνη K και λινελαικό οξύ, δύο ουσίες που βοηθούν να λάμψει ορατά η επιδερμίδα και μειώνουν τις βλάβες από την υπεριώδη ακτινοβολία.

Με τόσες ευεργετικές ιδιότητες, το φραγκόσυκο αποτελεί δικαιολογημένα μια εξαιρετική επιλογή για συστατικό στις ρουτίνες ομορφιάς.

Πιο συγκεκριμένα μερικές από τις ιδιότητες του φραγκόσουκου είναι οι εξής:

**Είναι καταπραϋντικό για το δέρμα:** Το έλαιο σπόρων φραγκόσουκου είναι γεμάτο με φλαβονοειδή και ψευδάργυρο τα οποία βοηθάμε στην ανακούφιση της φλεγμονής και στην ηρεμία του ερεθισμού. Οι αντιικές και αντιβακτηριδιακές ιδιότητες βοηθούν στην αντιμετώπιση προβλημάτων με την ακμή και το φυσικό συστατικό προσφέρει μια θεραπευτική πινελιά που μειώνει την ερυθρότητα και καταπραϋνει τα ηλιακά εγκαύματα.

**Ενυδάτωση:** Τα υψηλά επίπεδα λιπαρών οξέων στο έλαιο από σπόρους φραγκόσουκου βοηθούν στην προστασία του δερματικού φραγμού και συμβάλλουν στη μείωση της απώλειας νερού, η οποία συνεπώς βελτιώνει την ενυδάτωση.

**Καταπολεμά τις λεπτές γραμμές:** Έρευνες δείχνουν ότι οι εντατικές ενυδατικές ιδιότητες της βιταμίνης E και η ικανότητα προστασίας με τη βοήθεια αντιοξειδωτικών καθιστούν το φραγκόσυκο κορυφαία επιλογή για όσους θέλουν να θρέψουν το δέρμα τους και να μειώσουν τα σημάδια πρόωρης γήρανσης. Αυτό το συστατικό μπορεί να διεγείρει την παραγωγή κολλαγόνου, να ελαχιστοποιήσει τη ζημιά της ρύπανσης και τις ακτίνες UV και να μειώσει την εμφάνιση των ρυτίδων.

**Βελτιώνει τον τόνο του δέρματος:** Με τη βοήθεια της βιταμίνης K, το έλαιο σπόρων φραγκόσουκου ελαχιστοποιεί τα σπασμένα τριχοειδή αγγεία, φωτίζει το δέρμα και φωτίζει τους μαύρους κύκλους. Το βιώσιμο συστατικό δρα επίσης ως άμυνα κατά της υπερμελάγχρωσης και οι αναπλαστικές ιδιότητες αφήνουν το δέρμα απαλό και λείο.





# ΈΡΕΥΝΑ

## ΤΟ BRANDING ΣΤΗΝ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΤΗΣ ΟΜΟΡΦΙΑΣ ΚΑΙ ΤΩΝ ΚΑΛΥΝΤΙΚΩΝ

Στην βιομηχανία της ομορφιάς, οι καταναλωτές δεν αποσκοπούν μόνο στο να αγοράσουν τα προϊόντα των εταιρειών, αλλά μαζί τους επιθυμούν και την αίσθηση της αυτοπεποίθησης και του καθαρού, αψεγάδιαστου δέρματος που υπόσχεται το προϊόν.

Τι είναι το branding καλλυντικών;

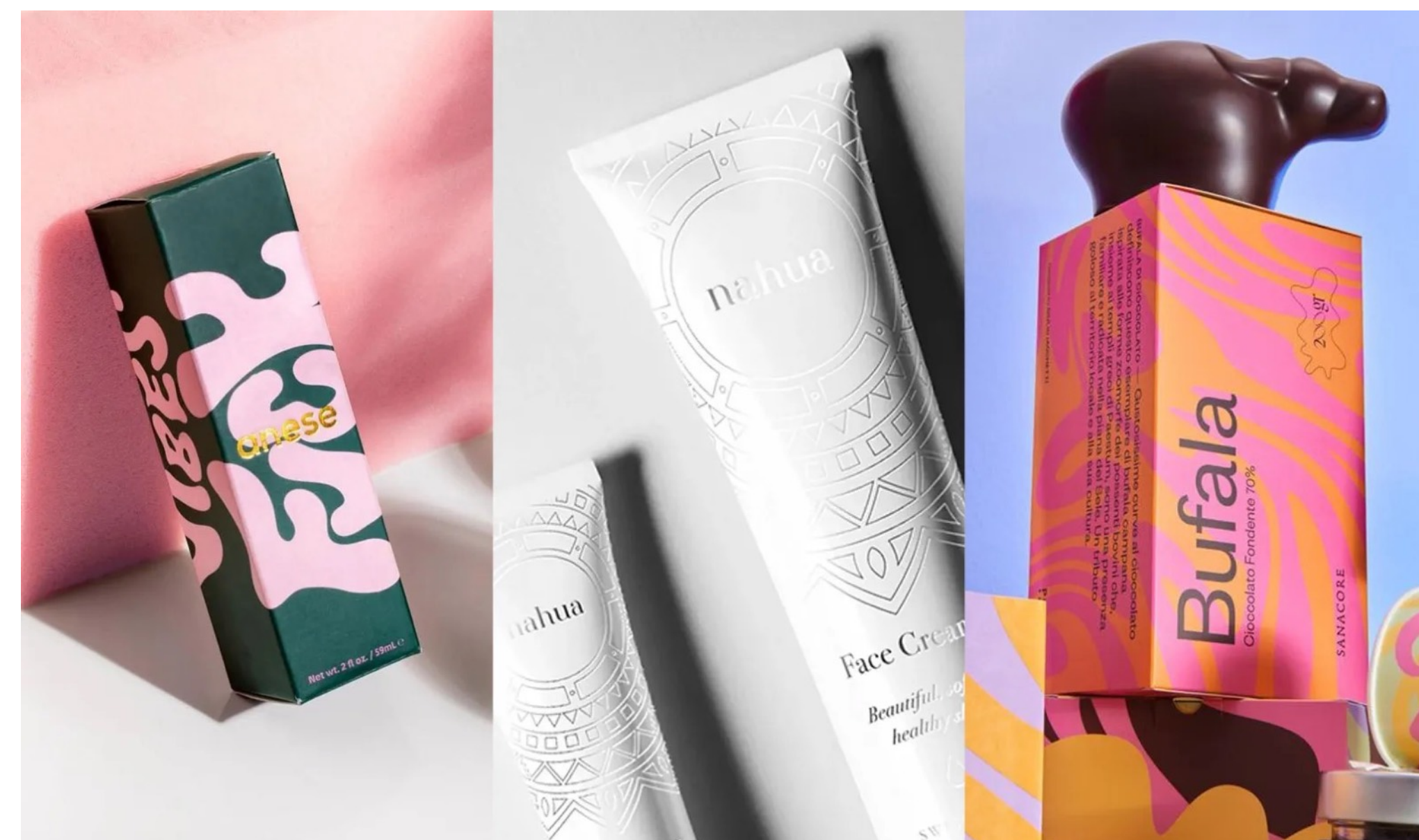
Η επωνυμία των καλλυντικών είναι παρόμοια με οποιαδήποτε άλλη μορφή επωνυμίας στην αγορά. Όταν πρόκειται για την επωνυμία μιας επιχείρησης πρέπει να γνωρίζουμε μερικές βασικές πληροφορίες.

**Η επωνυμία:** Η επωνυμία σας είναι ο τρόπος με τον οποίο οι άνθρωποι αντιλαμβάνονται την εταιρεία. Γενικά περιλαμβάνει τα συναισθήματα των πελατών για την εταιρεία.

**Το branding:** Είναι η διαδικασία να αποδοθεί υπόσταση και μορφή στο brand μέσω προσπαθειών μάρκετινγκ. Αυτό περιλαμβάνει τον τρόπο με τον οποίο η επιχείρηση αλληλεπιδρά με τους πελάτες, τον τρόπο με τον οποίο εμπορεύεται προϊόντα και ποιους θεωρεί τους πιθανούς πελάτες της.

**Η ταυτότητα της επωνυμίας:** Η ταυτότητα της επωνυμίας είναι το στοιχείο μέσω του οποίου οι καταναλωτές μπορούν να αναγνωρίσουν την επωνυμία ανάμεσα στον ανταγωνισμό της. Αυτό περιλαμβάνει το λογότυπο της μάρκας, το σλόγκαν, τους συνδυασμούς χρωμάτων που σχετίζονται με την επωνυμία και ούτω καθεξής.

Για να δημιουργηθεί μια ολοκληρωμένη και επιτυχημένη επωνυμία, η κατανόηση αυτών των τριών στοιχείων είναι ζωτικής σημασίας.





# ΈΡΕΥΝΑ

## ΤΙ ΧΡΕΙΑΖΕΤΑΙ ΜΙΑ ΕΠΙΤΥΧΗΜΕΝΗ ΜΑΡΚΑ ΚΑΛΛΥΝΤΙΚΩΝ

Πριν ξεκινήσουμε οποιαδήποτε κίνηση για να δημιουργήσουμε μια νέα μάρκα καλλυντικών, είναι απαραίτητο να εξετάσουμε κάποιες σημαντικές παραμέτρους, ώστε να μπορέσει να ξεχωρίσει η επιχείρηση από τον ανταγωνισμό και να προσεγγίσει το ιδανικό αγοραστικό κοινό.

Αυτές είναι:

**Η ταυτότητα:** Πρέπει να κάνουμε μια εισαγωγή στην αγορά προτού το κοινό να αλληλεπιδράσει με την εταιρεία. Θα πρέπει να γίνει κατανοητό το εμπορικό σήμα και ο κλάδο στον οποίο βρίσκεστε η επιχείρηση. Η κατανόηση της επωνυμίας καλλυντικών και του προϊόντος της πρέπει να είναι ακριβής και ξεκάθαρη. Χρειάζεται να επιλέγονται μια συνοπτικές και πρωτότυπες φράσεις για να περιγράψουμε τις βασικές αξίες της επωνυμίας, όπως "βιώσιμο", "τολμηρό", "βασιλικό" ή "καινοτόμο".

**Οι αξίες:** Αποτελούν τον σκοπό, τους στόχους και τις αξίες μιας επιχείρησης. Η εταιρεία σας χρειάζεται έναν μοναδικό σκοπό και μια ειδοποιό διαφορά εκτός από εξαιρετικά είδη ομορφιάς για να ξεχωρίσει από τον ανταγωνισμό. Για παράδειγμα, τα φιλικά προς το περιβάλλον καλλυντικά περιέχουν μόνο φυσικά συστατικά και χρησιμοποιούν βιώσιμες επιλογές συσκευασίας για να εξασφαλίσουν ένα καλύτερο μέλλον.

**Ο ιδανικός αγοραστής:** Όταν χτίζουμε μια επωνυμία ομορφιάς, πρέπει να διασφαλίζετε ότι θα απευθύνεται σωστό target group. Επομένως, είναι σημαντικό να προσδιοριστεί ο ιδανικός πελάτης καθώς και πώς μπορούμε να ικανοποιήσουμε τις ανάγκες του πριν ξεκινήσουμε την δημιουργία της εταιρείας.

**Ο ανταγωνισμός:** Η βιομηχανία καλλυντικών είναι κορεσμένη από πλήθος επωνυμιών. Πρόκειται να αντιμετωπίσουμε έντονο ανταγωνισμό ως νέα μάρκα. Επομένως, είναι σημαντικό να μελετήσουμε τους αντιπάλους τους αντιπάλους μας και να μάθουμε πως θα τους ξεπεράσουμε. Δώστε στο κοινό σας επιτακτικές αιτιολογήσεις. τι μπορείτε να προσφέρετε που σας διακρίνει από τους αντιπάλους σας; Γνωρίστε τα δυνατά σας σημεία και τις αδυναμίες των ανταγωνιστών σας και δημιουργήστε ένα δημιουργικό σχέδιο που αναδεικνύει τη μοναδικότητα της επωνυμίας σας.





# ΈΡΕΥΝΑ

## ΤΙ ΧΡΕΙΑΖΕΤΑΙ ΜΙΑ ΕΠΙΤΥΧΗΜΕΝΗ ΜΑΡΚΑ ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ ΠΕΡΙΠΟΙΗΣΗΣ ΠΡΟΣΩΠΟΥ

Μετά από ενδελεχή κατανόηση των στόχων, των αρχών, των μοναδικών σημείων πώλησης και target group της επωνυμίας καλλυντικών σας, είναι η ώρα να προχωρήσουμε στο επόμενο βήμα, το οποίο είναι είναι να συνδυαστούν μεταξύ τους τα δομικά στοιχεία της επωνυμίας για να δημιουργήσουμε την οπτική ταυτότητα της.

Παρακάτω αναλύονται τα διάφορα στοιχεία που χρειαζόμαστε για να δημιουργήσουμε σωστά μια επωνυμία.

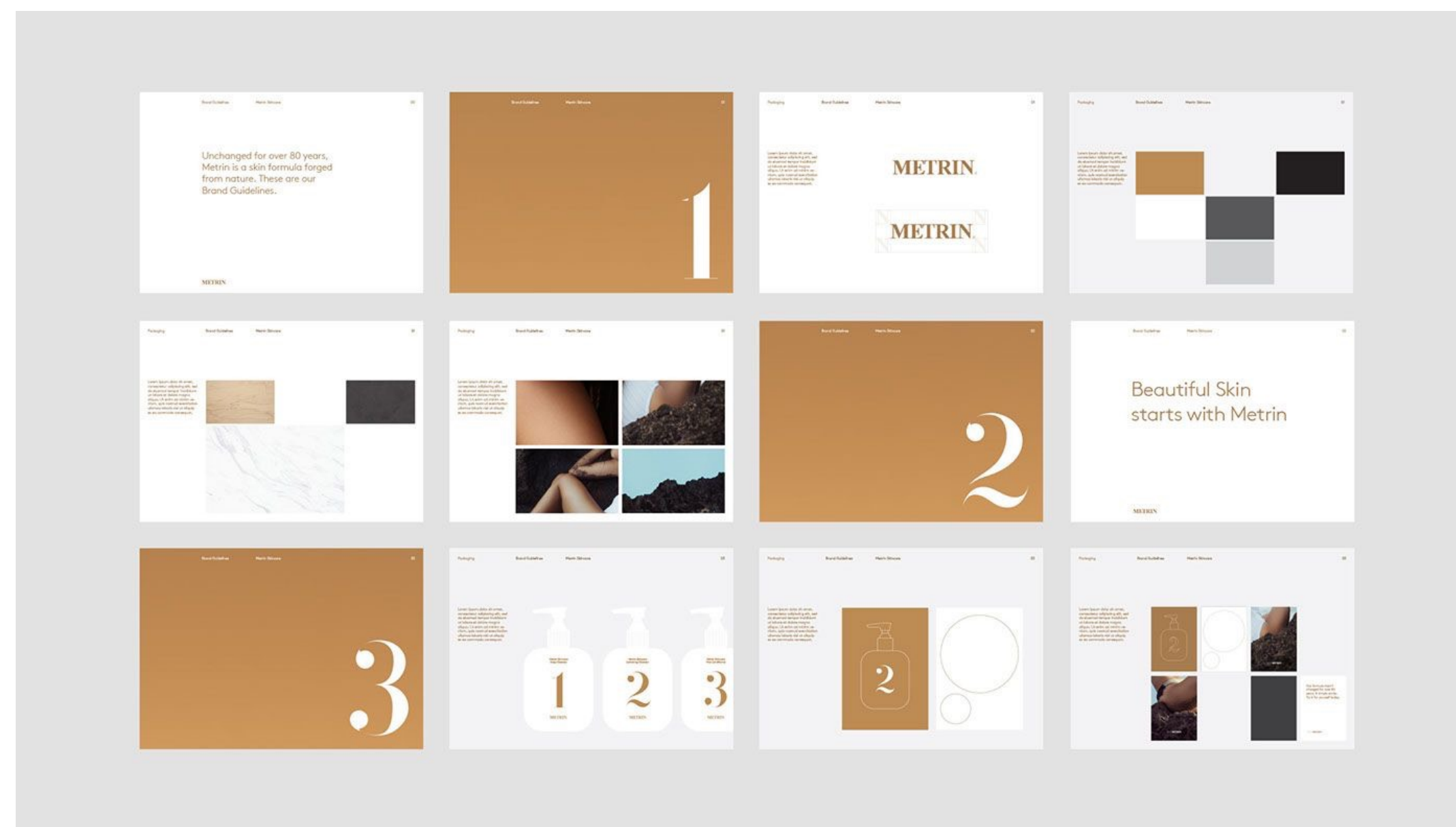
**Λογότυπο:** Είναι το σύμβολο που αντιπροσωπεύει την εταιρεία. Ένα λογότυπο είναι η ουσία μιας εταιρείας, καθώς δίνει στην επωνυμία ομορφιάς ένα σαφές νόημα και επικοινωνεί συνοπτικά αυτό που προορίζεται να κάνει. Ο σχεδιασμός ενός λογότυπου μπορεί να γίνει με την χρήση εικόνων ή γραμμάτων ή με συνδυασμό και των δύο. Σημαντικό είναι να δημιουργήσουμε ένα λογότυπο που είναι απλό, εύκολα αναγνωρίσιμο και ενσωματώνει μερικές πρωτότυπες ιδέες για να τραβήξει αμέσως την προσοχή του κοινού.

**Τυπογραφία:** Η χρήση ελκυστικών γραμματοσειρών που τοποθετούνται με ακρίβεια με την φιλοσοφία της εταιρείας δίνει την εντύπωση καθαρής ενσωμάτωσης. Επιπλέον, προκαλεί συναισθήματα στο κοινό και αφήνει μια διαρκή επίδραση στο μυαλό τους. Για την επωνυμία των καλλυντικών, το στυλ γραμματοσειράς θα πρέπει να είναι ελκυστικό, αντιπροσωπεύοντας την ηρεμία της υλιστικής γοητείας, ιδιαίτερα από τη γυναικεία προοπτική.

**Παλέτα χρωμάτων:** Το χρώμα είναι ουσιαστικό μέρος του branding. Είναι υπεύθυνο για τις εγγενείς σκέψεις, τα συναισθήματα και τα συναισθήματα του κοινού σχετικά με τη μάρκα. Στην καθημερινή ζωή, το χρώμα επηρεάζει έντονα το πώς νιώθουν οι άνθρωποι. Για παράδειγμα, το λευκό χρώμα συμβολίζει την ηρεμία, το πράσινο αντιπροσωπεύει τη φύση, το μωβ είναι βασιλικό ή αριστοκρατικό και το βυσσίνο χρώμα υποδηλώνει ομορφιά ή εφευρετικότητα. Η επιλογή του χρώματος πρέπει να ευθυγραμμίζεται με τις βασικές αξίες της εταιρείας.

**Εφαρμογές εταιρικής ταυτότητας:** Είναι οι τρόποι με τους οποίους η επιχείρηση επικοινωνεί τόσο με τους πελάτες της, όσο και με τα εσωτερικά στελέχη της και έχουν πολύ σημαντικό ρόλο. Οι εφαρμογές μπορεί να είναι έντυπες ή ηλεκτρονικές και ο σκοπός τους είναι να μεταδίδουν μηνύματα υπό το ύφος του brand. Αποτελούν δηλαδή, τον τρόπο επαφής των πελατών με την επιχείρηση, όταν δεν υπάρχει ένα φυσικό πρόσωπο για να μεταφέρει το μήνυμα. Οι κυριότερες από αυτές είναι:

Το επιστολόχαρτο, η επαγγελματική κάρτα, ο φάκελος, η συσκευασία, οι διαφημίσεις, η ιστοσελίδα.



# ΈΡΕΥΝΑ

## Η ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ ΤΩΝ ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ ΟΜΟΡΦΙΑΣ

Η συσκευασία των προϊόντων ομορφιάς έχει να κάνει με την παρουσίαση. Περιλαμβάνει την όμορφη και ελκυστική συσκευασία, η οποία διατηρεί και καλύπτει διάφορα είδη ομορφιάς, όπως π.χ. περιποίηση δέρματος, καλλυντικά, περιποίηση μαλλιών, αρώματα και προσωπική περιποίηση.

Η εμφάνιση των προϊόντων παίζει σημαντικό ρόλο καθώς αφήνει μια μόνιμη εντύπωση στους καταναλωτές. Το μάρκετινγκ και η επωνυμία είναι δύο παράγοντες ζωτικής σημασίας για να ξεχωρίσει η επιχείρηση ανάμεσα στον ανταγωνισμό. Επιπλέον, η συσκευασία πρέπει να είναι αρκετά ευέλικτη, επιτρέποντάς σας να ζωντανέψετε τα οράματά σας χωρίς περιορισμούς.

Έτσι, η επιλογή συσκευασίας που προσφέρει πλήρη έλεγχο των υλικών, της εκτύπωσης, του σχήματος και της υφής θα σας επιτρέψει να επιμεληθείτε το τέλειο μείγμα που συμπληρώνει το προϊόν σας και ευθυγραμμίζεται με την ταυτότητα της επωνυμίας σας.

Η κατάλληλη συσκευασία για προϊόντα ομορφιάς εξυπηρετεί τόσο τη λειτουργική ικανότητα, όσο και αισθητικούς σκοπούς, διασφαλίζοντας την ακεραιότητα, την ασφάλεια και την ευκολία διαθεσιμότητας του προϊόντος, ενώ παράλληλα ενισχύει την οπτική απήχηση και την εικόνα της επωνυμίας των προϊόντων ομορφιάς.

Η συσκευασία είναι το πρώτο σημείο επαφής μεταξύ καταναλωτή και προϊόντος. Η οπτικά ελκυστική και όμορφα σχεδιασμένη συσκευασία τραβάει την προσοχή και προκαλεί το ενδιαφέρον στους πιθανούς αγοραστές. Η εντυπωσιακή συσκευασία μπορεί να προκαλέσει θετικά συναισθήματα και να μεταφέρει μια αίσθηση ποιότητας και αξίας, επηρεάζοντας τους καταναλωτές να εξερευνήσουν περαιτέρω το προϊόν. Επιπλέον, η συσκευασία χρησιμεύει ως εργαλείο επικοινωνίας, παρέχοντας βασικές πληροφορίες για το προϊόν. Οι σαφείς και ενημερωτικές ετικέτες προκαλούν εμπιστοσύνη στους καταναλωτές, διασφαλίζοντάς τους για τα συστατικά, τα οφέλη και τις οδηγίες χρήσης του προϊόντος.

Η συσκευασία μεταφέρει επίσης ταυτότητα και αξίες της επωνυμίας. Η σταθερή επωνυμία σε όλες τις σειρές προϊόντων ενισχύει την αναγνώριση και την αφοσίωση της επωνυμίας, βοηθώντας τις επωνυμίες ομορφιάς να αποκτήσουν ισχυρή παρουσία στην αγορά.





# ΈΡΕΥΝΑ

## Η ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ ΤΩΝ ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ ΟΜΟΡΦΙΑΣ

Ο ρόλος της συσκευασίας για τις επωνυμίες ομορφιάς: Πώς ωφελεί τις επιχειρήσεις;

Στον τομέα των προϊόντων ομορφιάς, όπου η επιδίωξη της προσοχής των καταναλωτών είναι αδιάκοπη και ο αντίκτυπος των πρώτων εντυπώσεων βαθύς, η σημασία των ελκυστικών συσκευασιών για τις μάρκες ομορφιάς δεν μπορεί να υπερβληθεί. Παρακάτω είναι κάποιοι από τους λόγους που ζητούν την επένδυση στην αισθητική της συσκευασίας:

**Η προσοχή του καταναλωτή:** Ανάμεσα στην τεράστια γκάμα προϊόντων ομορφιάς που βρίσκονται στα ράφια των καταστημάτων ή τις πλατφόρμες ηλεκτρονικού εμπορίου, οι εντυπωσιακές συσκευασίες φέρουν σημαντική ευθύνη. Ένα προσεκτικά σχεδιασμένο κουτί διατηρεί την ικανότητα να τραβήξει το βλέμμα των πιθανών αγοραστών ακαριαία, προκαλώντας την περιέργειά τους και παρακινώντας για περαιτέρω εξερεύνηση.

**Ενίσχυση της ταυτότητας της επωνυμίας:** Η συσκευασία, ως απτή αναπαράσταση της ουσίας μιας επωνυμίας ομορφιάς, λειτουργεί ως ζωτικός αγωγός για τη μετάδοση των αξιών, της προσωπικότητας και του δημογραφικού στόχου. Ένας προσεκτικά ενορχηστρωμένος σχεδιασμός συσκευασίας ενισχύει την αναγνώριση της επωνυμίας και δημιουργεί μια συναισθηματική σχέση με τους καταναλωτές, ενισχύοντας τελικά την αφοσίωση της επωνυμίας.

**Αντιληπτή αξία προϊόντος:** Η εντυπωσιακή συσκευασία, με τις έννοιες της πολυπλοκότητας και της φινέτσας, ασκεί βαθιά επιρροή στην αντιληπτή αξία του εσώκλειστου προϊόντος. Ακόμη και πριν γνωρίσουν το περιεχόμενό τους, οι καταναλωτές έχουν την προδιάθεση να συσχετίσουν τις καλοσχεδιασμένες συσκευασίες με τα ακριβά και πολυπόθητα εμπορεύματα, ενισχύοντας την πρόθεση αγοράς.

**Εμπιστοσύνη και αξιοπιστία:** Το σήμα κατατεθέν της επαγγελματικής και αισθητικά ευχάριστης συσκευασίας εκτείνεται πέρα από τη γοητεία της επιφάνειας. Δημιουργεί μια αίσθηση εμπιστοσύνης και αξιοπιστίας, δίνοντας προσοχή στη λεπτομέρεια και δέσμευση για την παροχή μιας ολοκληρωμένης εμπειρίας για τον καταναλωτή.

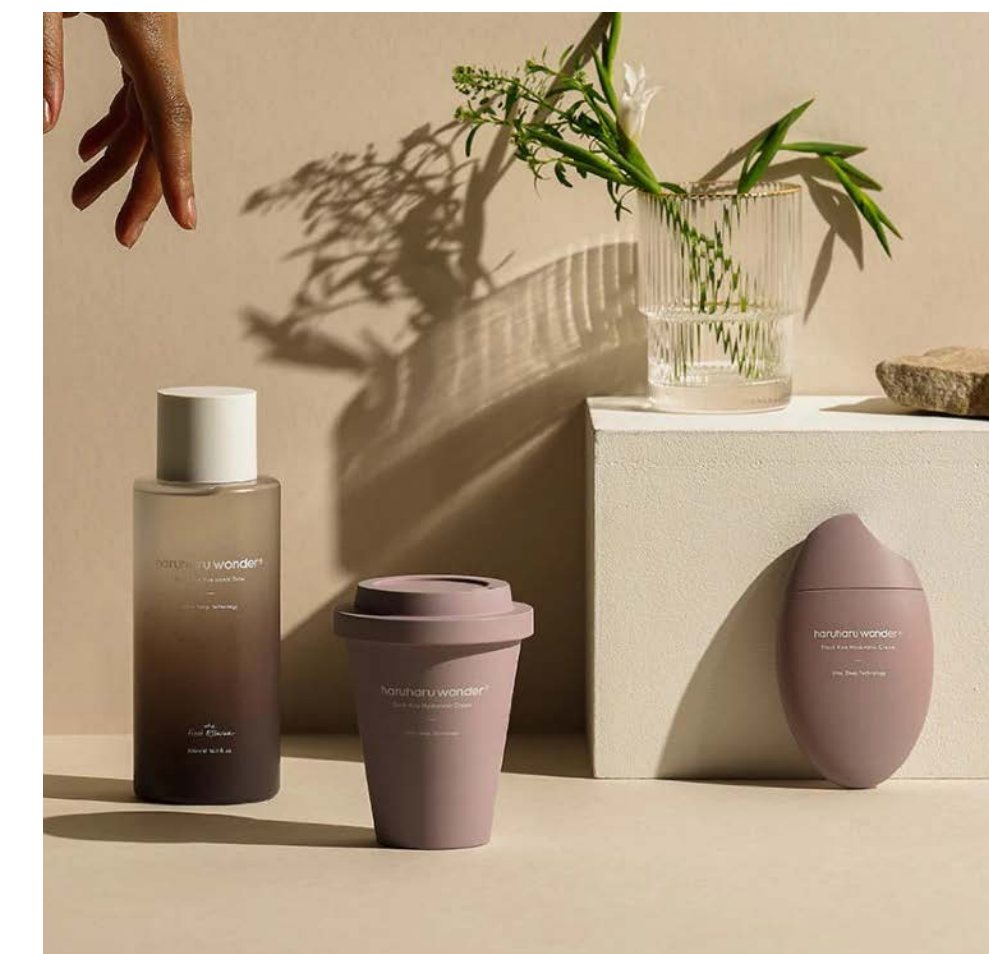
**Διαφοροποίηση σε μια κορεσμένη αγορά:** Στο περιβάλλον μιας κορεσμένης αγοράς ομορφιάς, η διαφοροποίηση είναι ο ακρογωνιαίος λίθος της στρατηγικής επιτυχίας. Η συσκευασία, όταν είναι δημιουργικά ξεχωριστή, παρέχει μια μοναδική οπτική ταυτότητα που ξεχωρίζει τα προϊόντα της μάρκας από τους ανταγωνιστές τους, διευκολύνοντας την αναγνώριση της επωνυμίας και ενισχύοντας την επιλογή της επωνυμίας, από τους καταναλωτές.





# ΕΡΕΥΝΑ

## Συσκευασίες





# ΕΡΕΥΝΑ

## Έμπνευση



# ΈΡΕΥΝΑ

Λογότυπα εταιρειών

CAUDALÍE  
PARIS

KORRES

LA MER

*innisfree*

The  
Ordinary.

gisou

*Kiehl's*  
SINCE 1851

PEACH  
& LILY

APIVITA



ΙΔΕΑ

02



# ΙΔΕΑ

Στην σύγχρονη εποχή, ο τομέας των προϊόντων περιποίησης προσώπου εξελίσσεται ραγδαία. Όλο και περισσότερες επιχειρήσεις εμφανίζονται στην αγορά, η κάθε μια με την δικιά της ξεχωριστή σύνθεση προϊόντων και φιλοσοφία. Υπάρχουν πλέον στην διαθεσιμότητα μας, αμέτρητα προϊόντα για κάθε μας ανάγκη και πρόβλημα. Η αναζήτησή των καταλληλότερων προϊόντων για μας και η ξετάση των χιλιάδων συστατικών και συνθέσεων μεταξύ τους μπορεί να αποβεί χρονοβόρα και κουραστική διαδικασία.

Μέσα από αρκετή σκέψη και έρευνα, αποφάσισα να δημιουργήσω την δικιά μου ολοκληρωμένη σειρά περιποίησης προσώπου, με βασικό συστατικό το φραγκόσυκο. Η ονομασία της εταιρείας θα είναι “NOPAL”, από την ισπανικής προέλευσης λέξη για το φραγκόσυκο. Η φιλοσοφία της εταιρείας βασίζεται στην συνεργασία των προϊόντων μεταξύ τους, ώστε να δημιουργηθεί μια ολοκληρωμένη και αποτελεσματική ρουτίνα περιποίησης προσώπου και στην αναδείξει το φραγκόσυκο ως συστατικό. Η ρουτίνα αυτή απαρτίζεται από τρία προϊόντα : το καθοριστικό τζελ, τον ορό και την ενυδατική κρέμα. Ξεκινώντας από την βάση της ρουτίνας και το πρώτο προϊόν της σειράς, το καθοριστικό τζελ, είναι αφετηρία της σωστής περιποίησης και η προετοιμασία του δέρματος, για τα επόμενα στάδια. Στην συνέχεια ακολουθεί ο ορός προσώπου και στο τέλος η διαδικασία ολοκληρώνεται με την ενυδατική κρέμα. Έχοντας την διαδικασία αυτή στο νου μου, προχώρησα στον σχεδιασμό των συσκευασιών ο οποίος βασίστηκε στην δομή του φυτού του φραγκόσυκου. Η κάθε συσκευασία αποτελεί ένα μέρος του φυτού τα οποία συνδέονται μεταξύ τους μαγνητικά και συνεπώς “χτίζεται” ένας μικρός κάκτος. Έτσι λοιπόν, το καθοριστικό τζελ είναι το μεγαλύτερο φύλλο το οποίο αποτελεί την βάση του κάκτου, ο ορός είναι το μικρότερο φύλλο και η ενυδατική κρέμα είναι το φρούτο του φυτού, τα οποία θα στηρίζονται μαγνητικά πάνω στο μεγαλύτερο φύλλο.

Το αποτέλεσμα λοιπόν είναι μια ρουτίνα περιποίησης, δομημένη σε ένα μικρό γλυπτό το οποίο μπορεί να τοποθετηθεί στον προσωπικό μας χώρο για άμεση και γρήγορη χρήση.

Το προϊόν απευθύνεται κυρίως σε γυναίκες 25-45 ετών, οι οποίες αναζητούν κατανοητές συνθέσεις και συστατικά, και μια γρήγορη και ρουτίνα περιποίησης , η οποία χρησιμοποιείται εύκολα και γρήγορα.

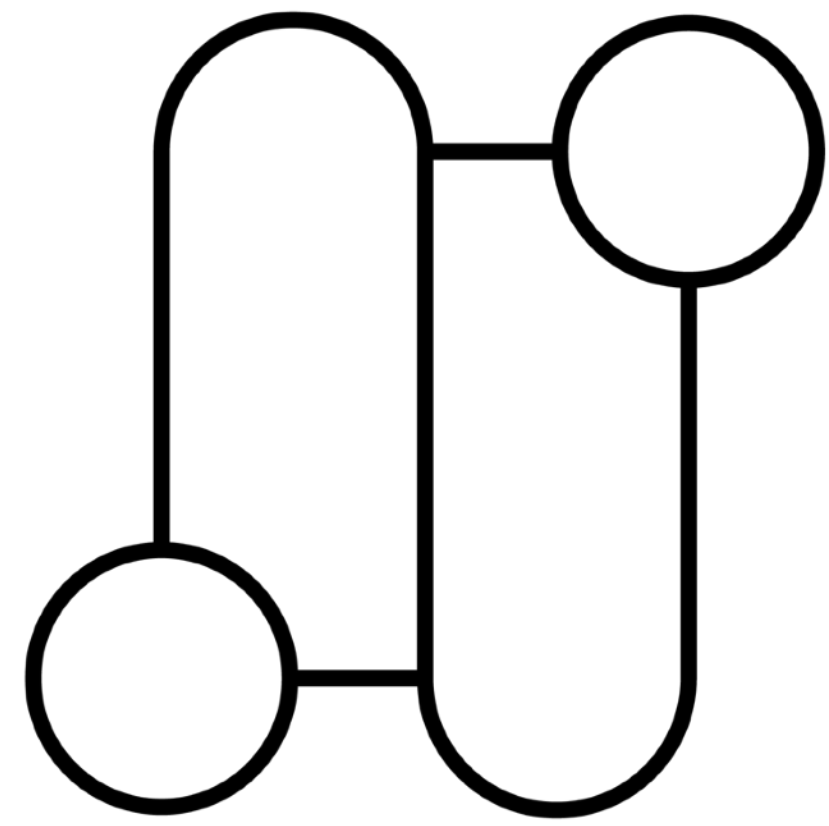
Οι εξωτερικές συσκευασίες θα είναι από ανακυκλώσιμο σκληρό χαρτόνι, ενώ οι εσωτερικές θα είναι από ανακυκλωμένο πλαστικό με ματ φινίρισμα. Η σύνθεση των προϊόντων θα είναι συμβατή με όλους τους τύπους επιδερμίδας, με 100% φυτικά υλικά και απαλλαγμένη από βλαβερές ουσίες.

Τέλος, τα προϊόντα θα είναι διαθέσιμα σε φαρμακεία αλλά και αλυσίδες μεγάλων καταστημάτων ομορφιάς.

ΠΡΟΣΧΕΔΙΑ

03

# ΠΡΟΣΧΕΔΙΑ ΛΟΓΟΤΥΠΟΥ



NOPAL

NOPAL

NOPAL

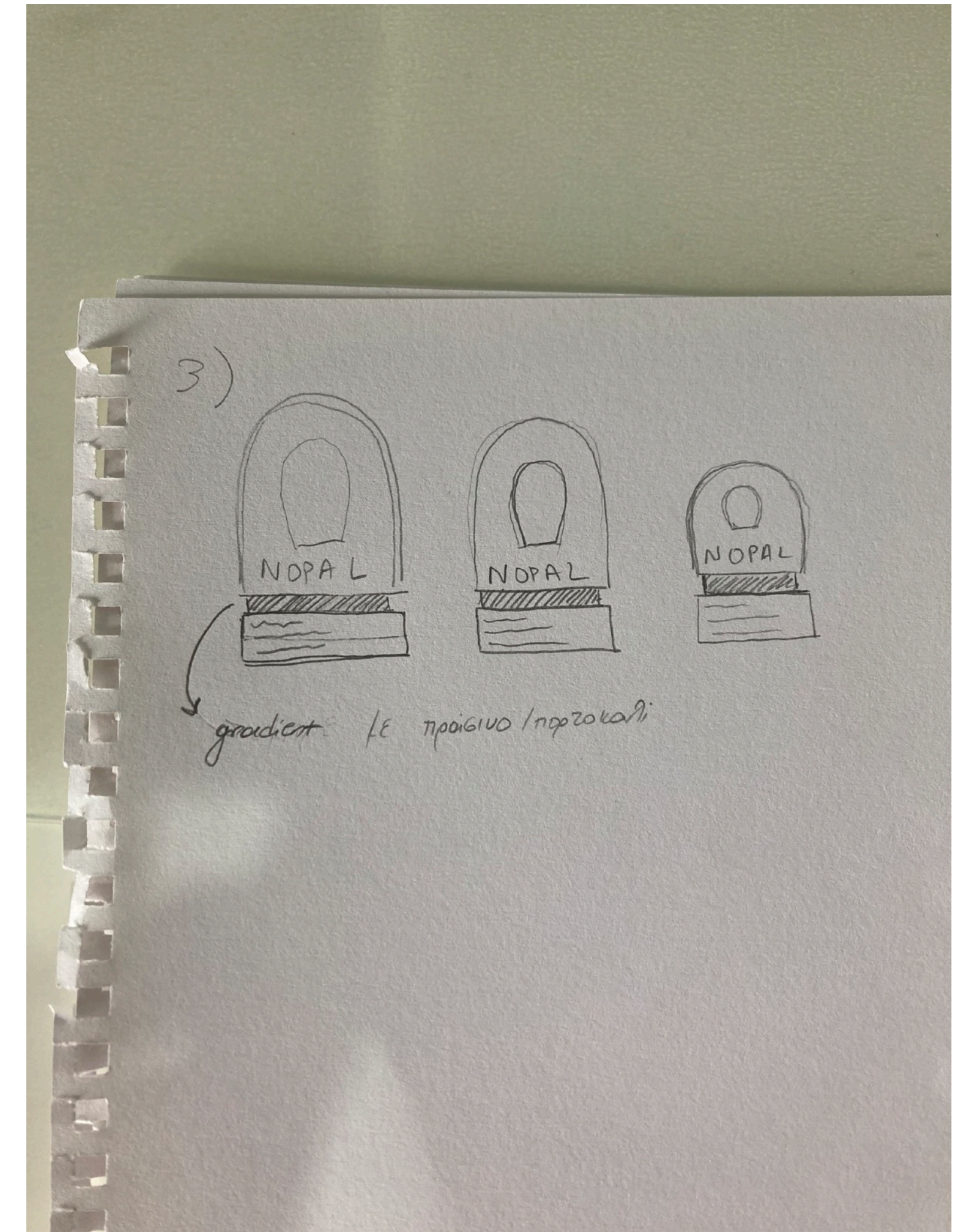
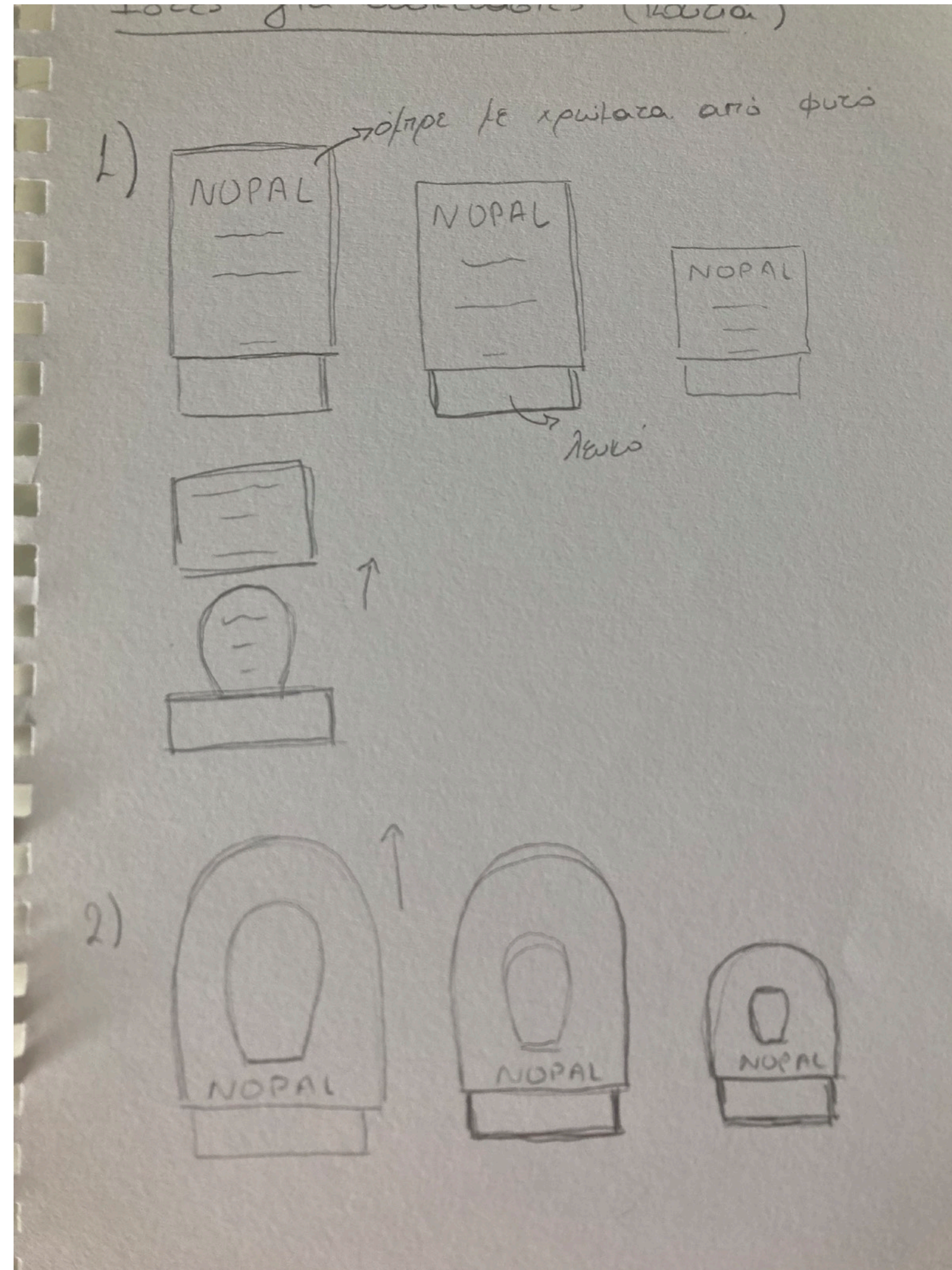
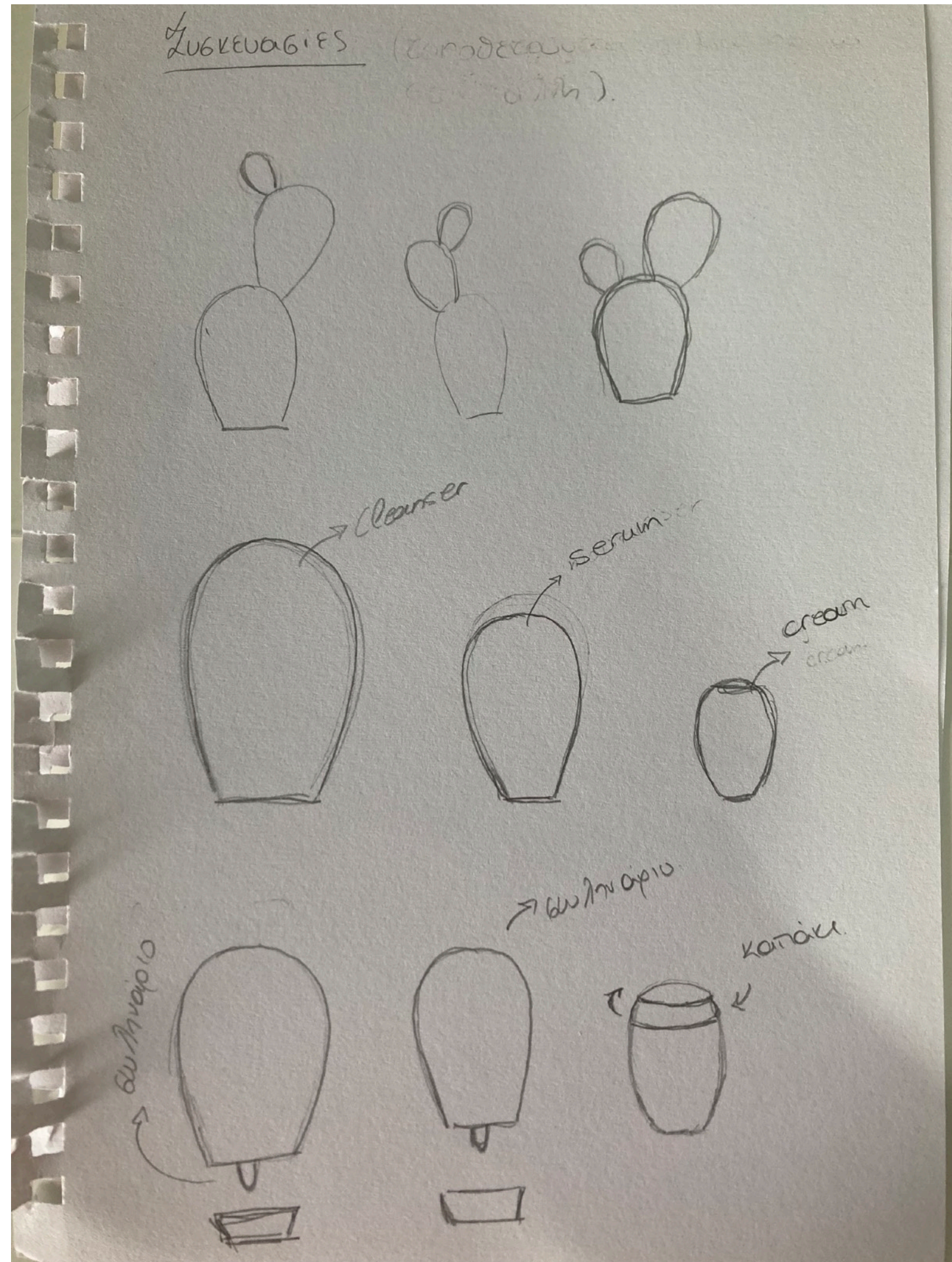
NOPAL

NOPAL

NOPAL



# ΠΡΟΣΧΕΔΙΑ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΩΝ





# ΠΡΟΣΧΕΔΙΑ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΩΝ

## Ιδέα 1

Μπροστινή όψη



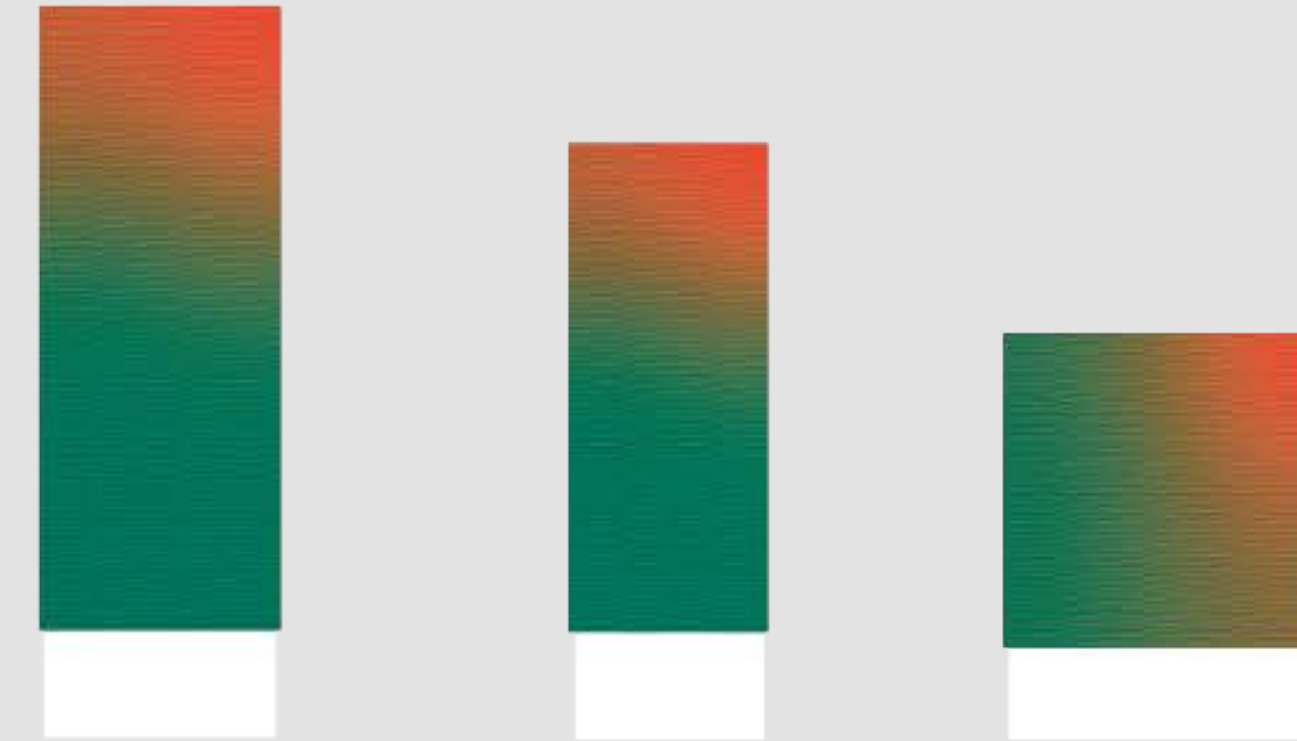
Πίσω όψη



Αριστερή όψη



Δεξιά όψη



Κάτω όψη



Πάνω όψη









# ΛΟΓΟΤΥΠΟ

# 04

# ΛΟΓΟΤΥΠΟ



NOPAL

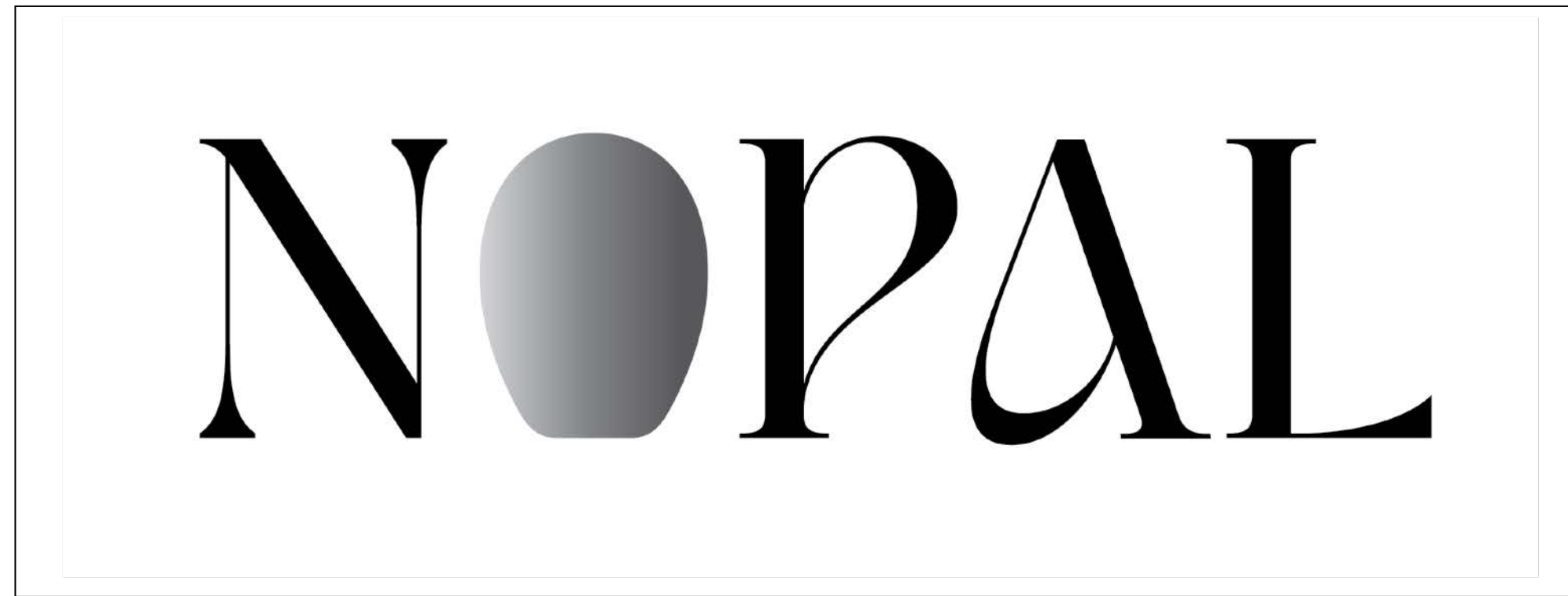
## Βασικό Λογότυπο

Το όνομα του brand θα είναι “NOPAL” από την ισπανική ονομασία του φραγκόσουκου, καθώς κατάγεται από το Μεξικό. Το λογότυπο αποτελείται από τυπογραφία, με το γράμμα “O” της λέξης NOPAL να έχει αντικατασταθεί από το σχήμα ενός φραγκόσουκου. Το χρώμα του φραγκόσουκου εμφανίζεται με ένα ντεγραντέ εφέ από πορτοκαλί αποχρώσεις. Στην πορτοκαλί συσκευασία μόνο εμφανίζεται με πράσινο ντεγραντέ.

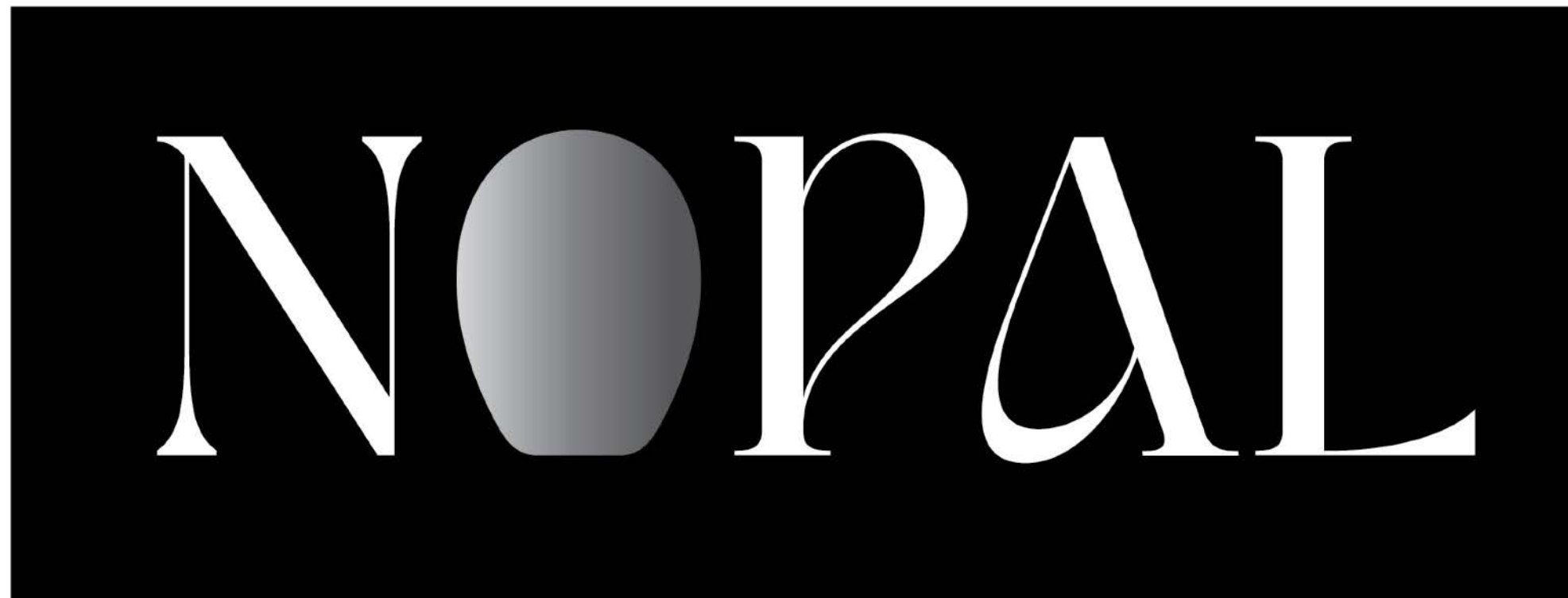


NOPAL

# ΛΟΓΟΤΥΠΟ



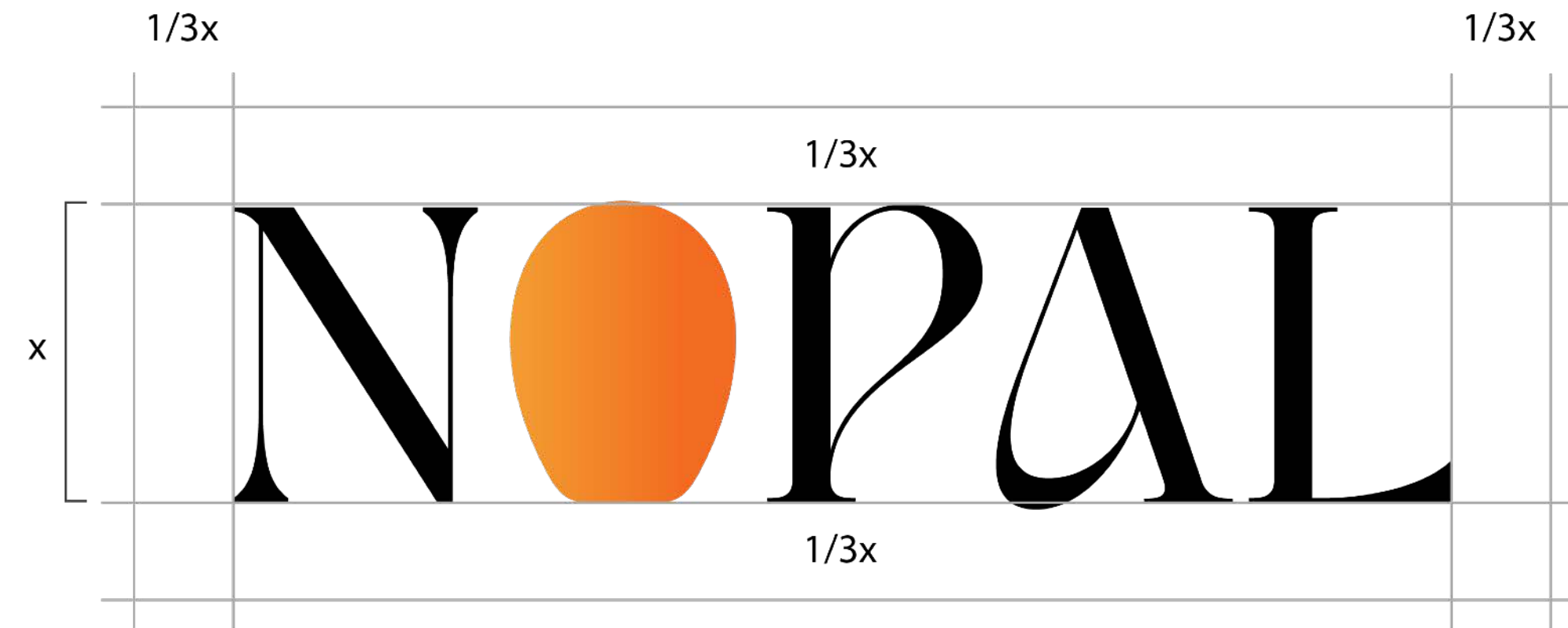
## Ασπρόμαυρο λογότυπο



# ΛΟΓΟΤΥΠΟ

## Περιθώρια ασφαλείας

Είναι απαραίτητο να ορίσουμε μια απόσταση που θα υπάρχει γύρω από το λογότυπο μας, ώστε να είναι εύκολη η ανάγνωση του.



## Μεγέθη

Το λογότυπο μπορεί, ανάλογα με την εφαρμογή, να χρησιμοποιηθεί σε διαφορετικά μεγέθη. Για εκτύπωση δεν μπορούμε να μικρύνουμε το λογότυπο σε διάσταση μικρότερη των 3,5cm πλάτος, και για ψηφιακή χρήση σε διάσταση μικρότερη των 143px πλάτος, καθώ δεν είναι δυνατή η αναγνωσιμότητα.

NOPAL



# ΛΟΓΟΤΥΠΟ

## Λανθασμένη χρήση του λογότυπου:

Δεν πρέπει να αλλοιώνονται το σχήμα, η κλίση και τα χρώματα του λογότυπου.

Δεν θα πρέπει να αφαιρούνται ή να προσθέτονται στοιχεία, δεν πρέπει να τοποθετείται σε φόντα που το καθιστούν δυσανάγνωστο, κτλ..

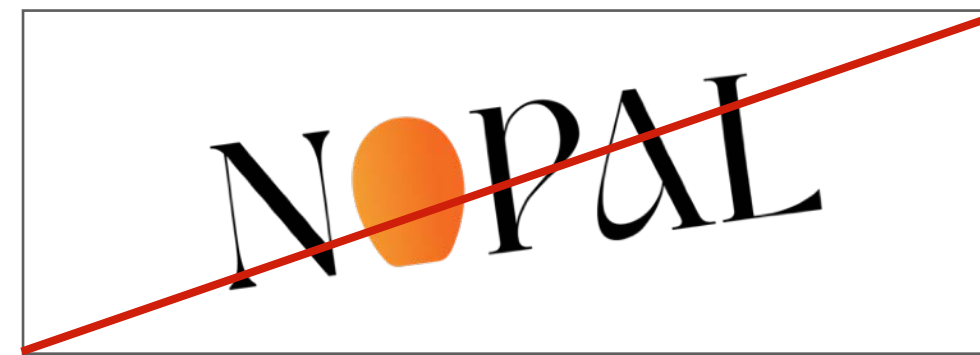
Εδώ παρουσιάζονται κάποια παραδείγματα λανθασμένης χρήσης.



Δεν παραμορφώνουμε το λογότυπο



Δεν αλλάζουμε το κενό ανάμεσα στα γράμματα



Δεν αλλάζουμε την κλίση του λογότυπου



Δεν τοποθετούμε το λογότυπο σε φόντο με παραπλήσια χρώματα.



Δεν αλλάζουμε το χρώμα



Δεν αντιστρέφουμε τα χρώματα



Δεν αλλάζουμε χρώματα στο gradient



Δεν βάζουμε pattern ή υφές

# ΧΡΩΜΑΤΙΚΗ ΠΑΛΕΤΑ

05



# ΧΡΩΜΑΤΙΚΗ ΠΑΛΕΤΑ

## Χρώματα της ταυτότητας

Τα χρώματα της ταυτότητας είναι εμπνευσμένα από τα φύλλα και τον καρπό του φραγκόσυκου και εμφανίζονται με ντεγκραντέ εφέ. Για το βασικό λογότυπα χρησιμοποιούνται δύο αποχρώσεις του πορτοκαλί και δύο αποχρώσεις του πράσινου. Για την υπόλοιπη ταυτότητα χρησιμοποιούνται οι δύο από τις πιο σκούρες αποχρώσεις και το λευκό.



C 2 M 44 Y 91 K 0  
R 242 G 157 B 52  
WEB #F29D34

C 0 M 72 Y 100 K 0  
R 243 G 107 B 3  
WEB #F36B21



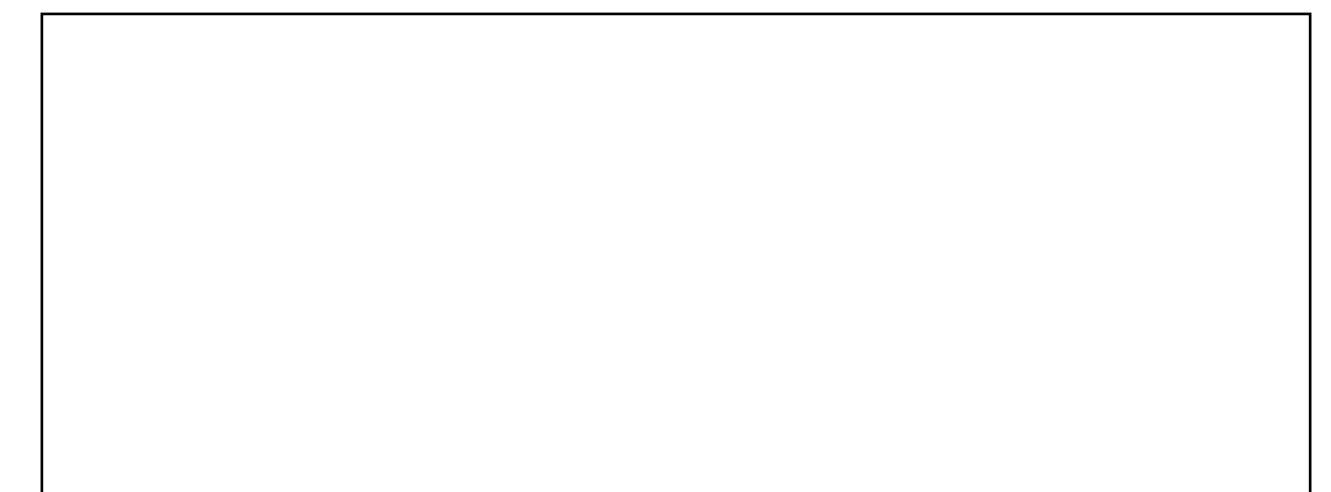
C 50 M 20 Y 76 K 2  
R 138 G 166 B 98  
WEB #8AA662

C 71 M 36 Y 75 K 20  
R 76 G 115 B 83  
WEB #4C7353



C 0 M 72 Y 100 K 0  
R 243 G 107 B 3  
WEB #F36B21

C 71 M 36 Y 75 K 20  
R 76 G 115 B 83  
WEB #4C7353



C 0 M 3 Y 2 K 0  
R 255 G 255 B 255  
WEB #FFFFFF

# ΓΡΑΜΜΑΤΟΣΕΙΡΕΣ

06



# ΓΡΑΜΜΑΤΟΣΕΙΡΕΣ

## **Κύρια Γραμματοσειρά**

Χρησιμοποιείται στο λογότυπο με κεφαλαία και διάκενο 35.

Chaviera Regular

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

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

! ? & ( ) , .

# ΓΡΑΜΜΑΤΟΣΕΙΡΕΣ

## **Δευτερεύουσα γραμματοσειρά**

Χρησιμοποιείται στις πληροφορίες των συσκευασιών και για επιμέρους κείμενα.

Graphik Light

A B C D E F G H J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z  
a b c d e f g h j k l m n o p q r s t u v w x y z  
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9  
! ? & ( ) , .

Graphik Regular

A B C D E F G H J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z  
a b c d e f g h j k l m n o p q r s t u v w x y z  
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9  
! ? & ( ) , .

Graphik Medium

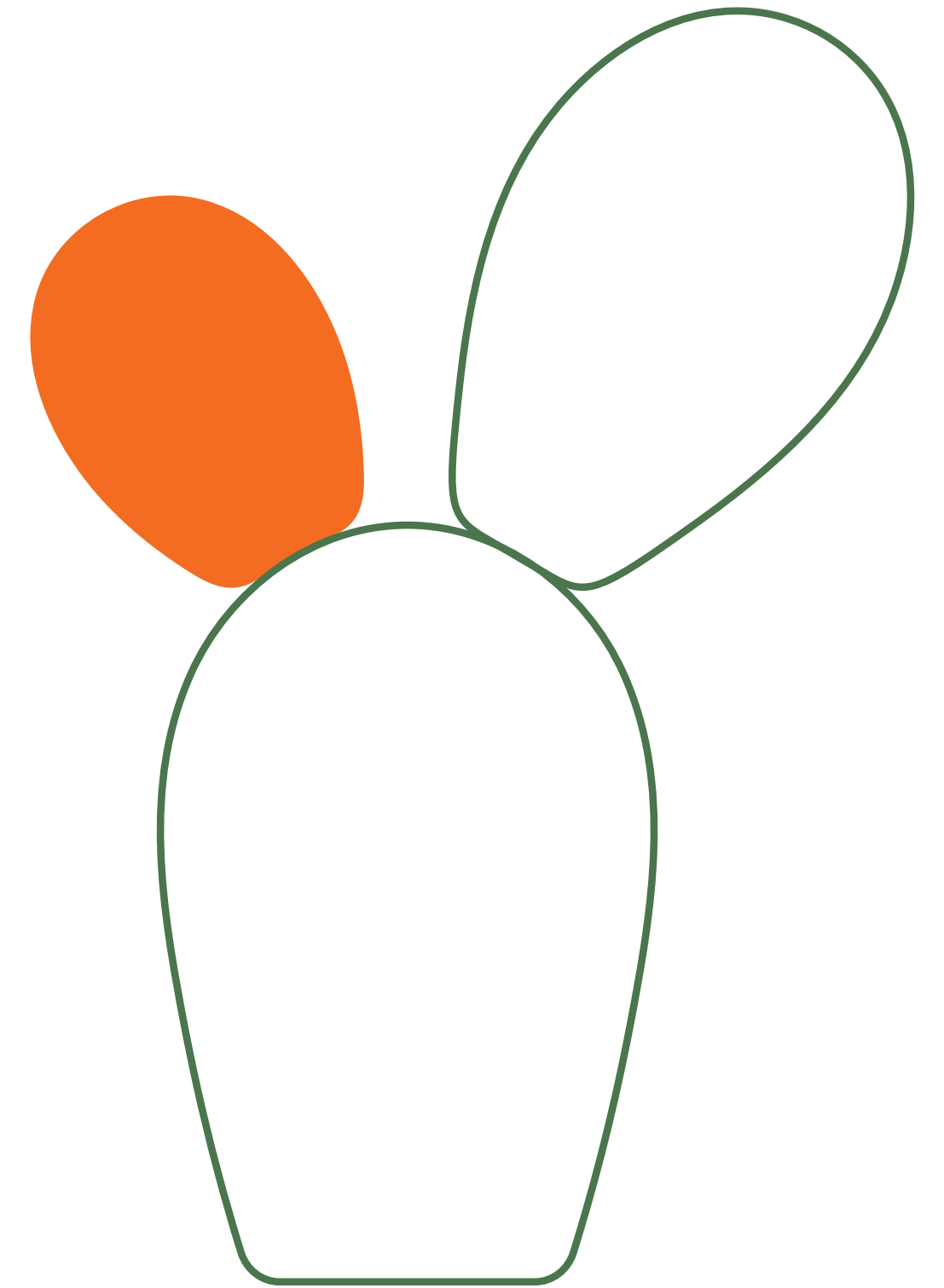
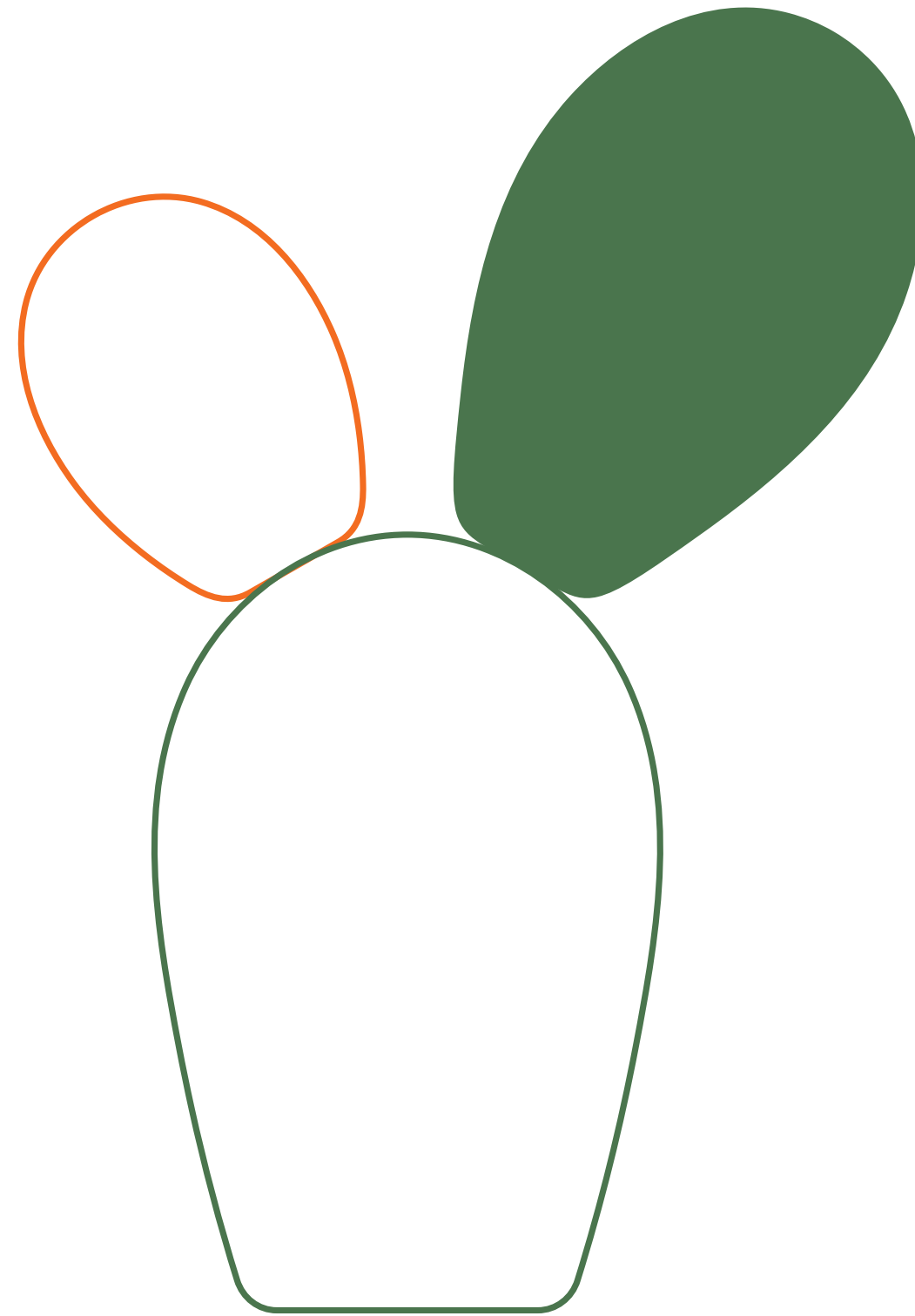
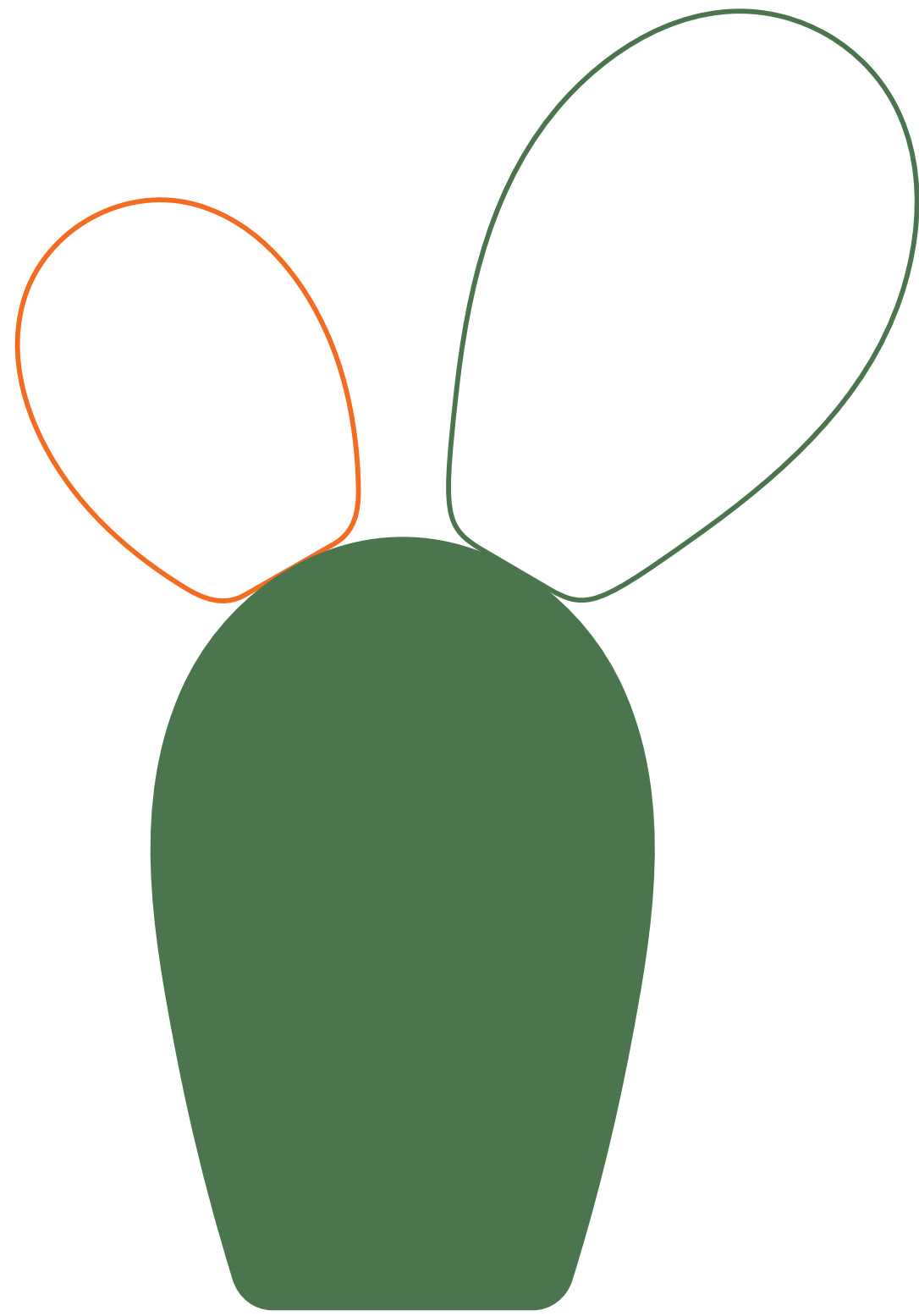
A B C D E F G H J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z  
a b c d e f g h j k l m n o p q r s t u v w x y z  
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9  
! ? & ( ) , .



ΓΡΑΦΙΚΑ

07

# ΓΡΑΦΙΚΑ

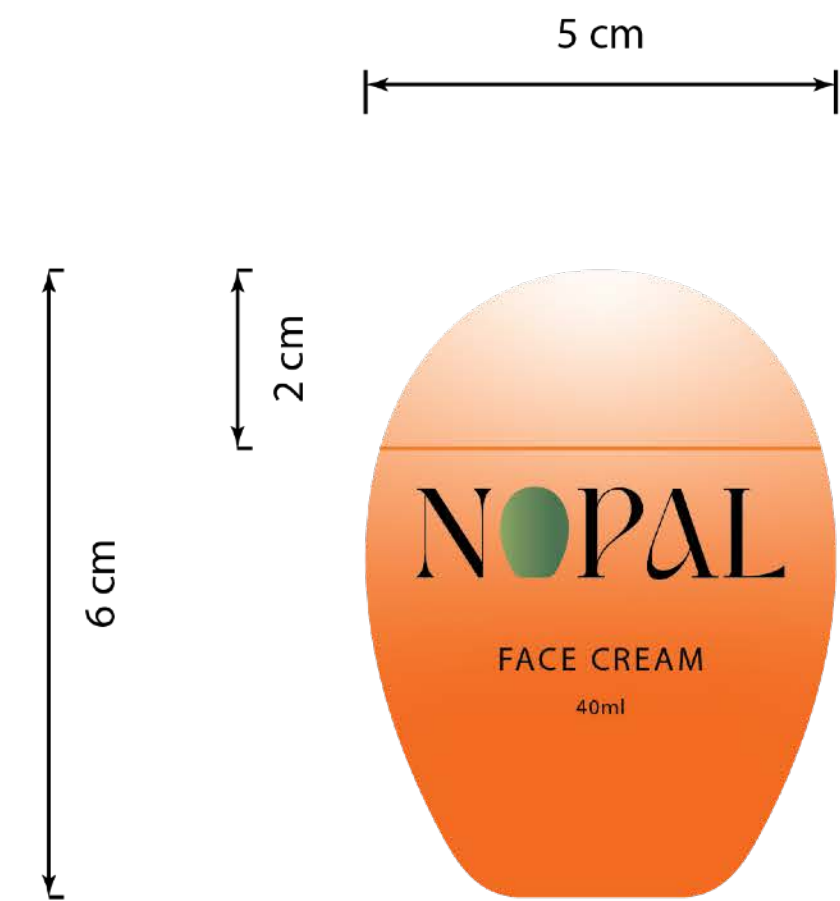
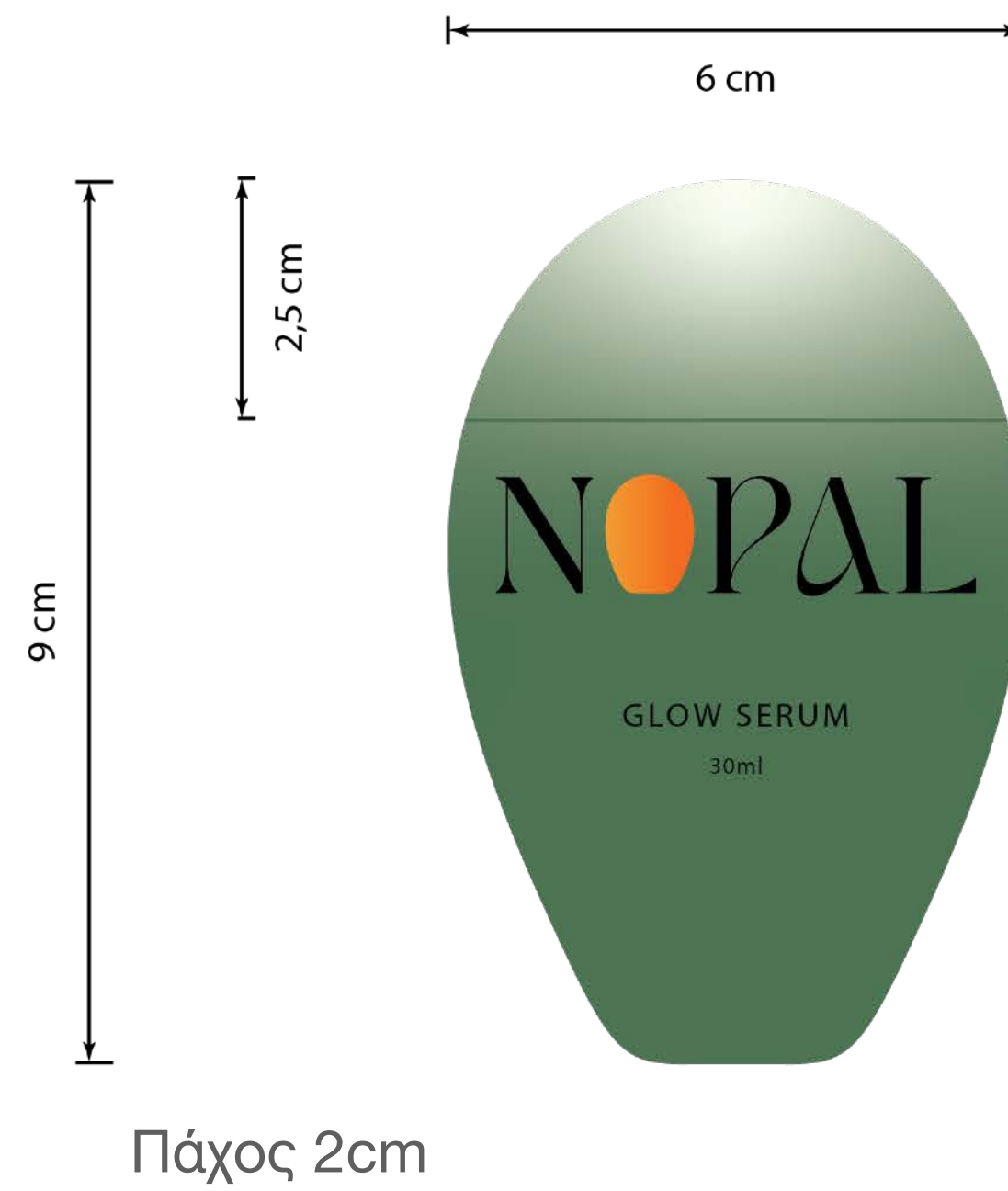
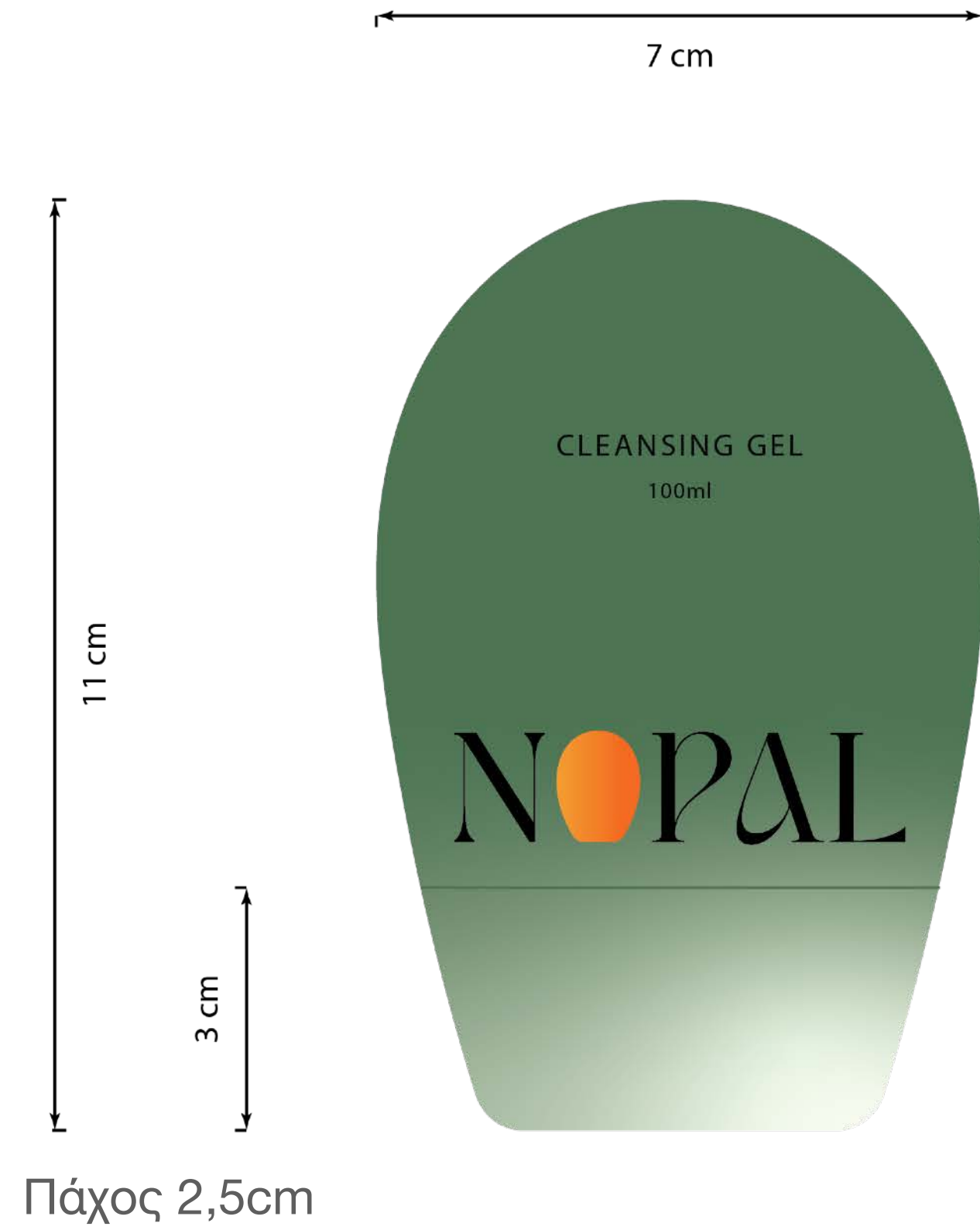




# ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΕΣ

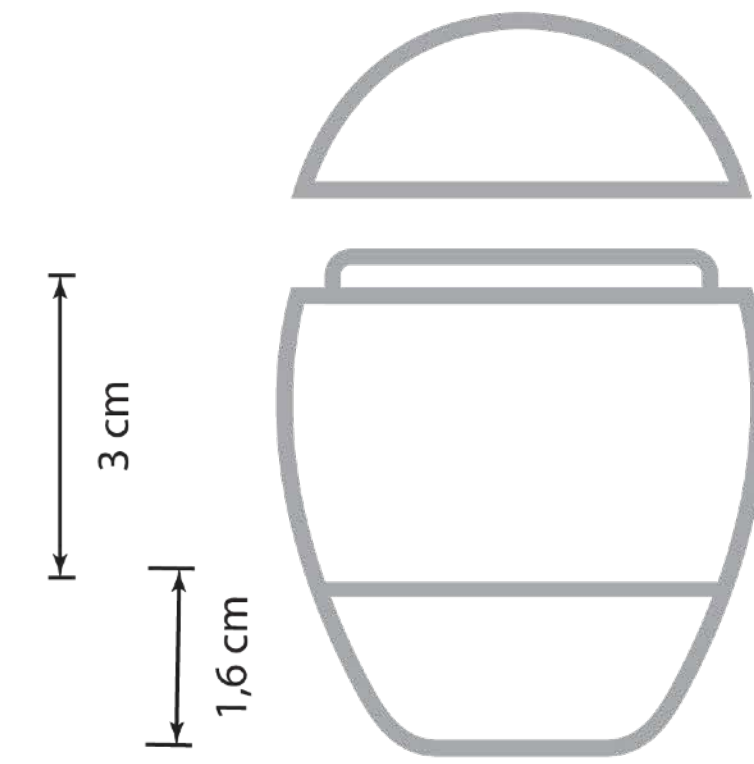
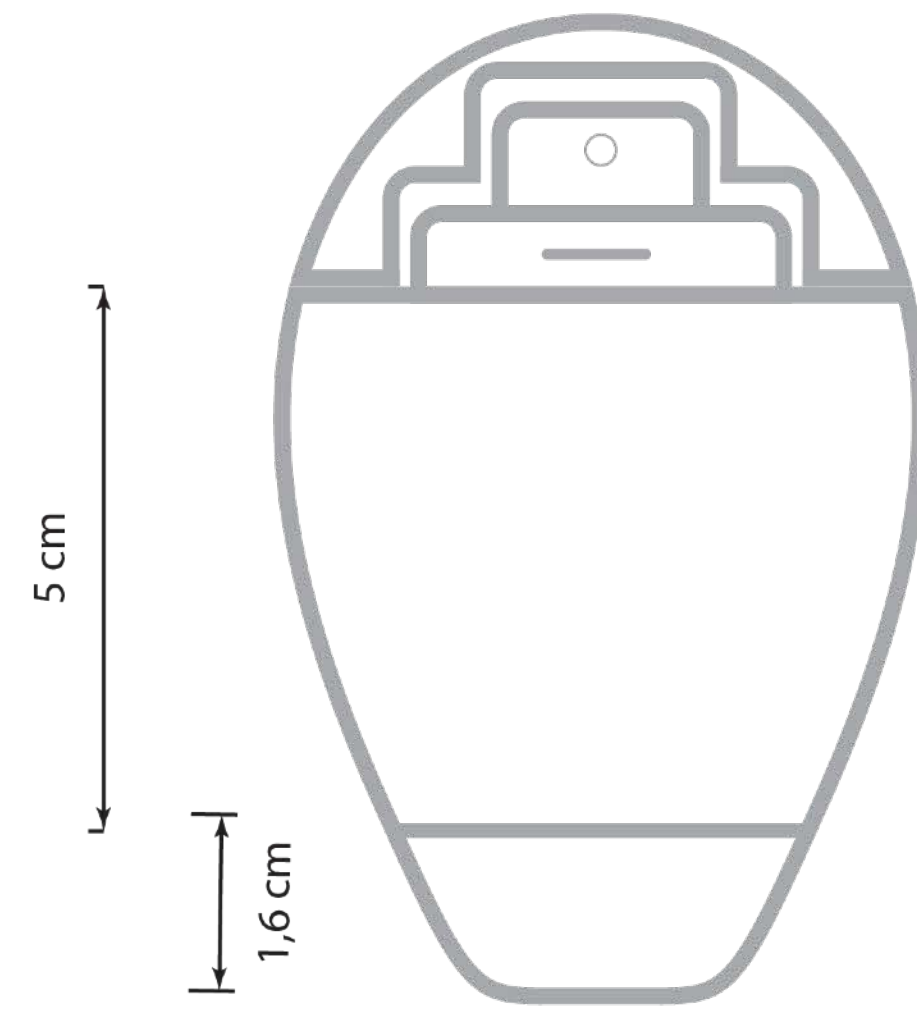
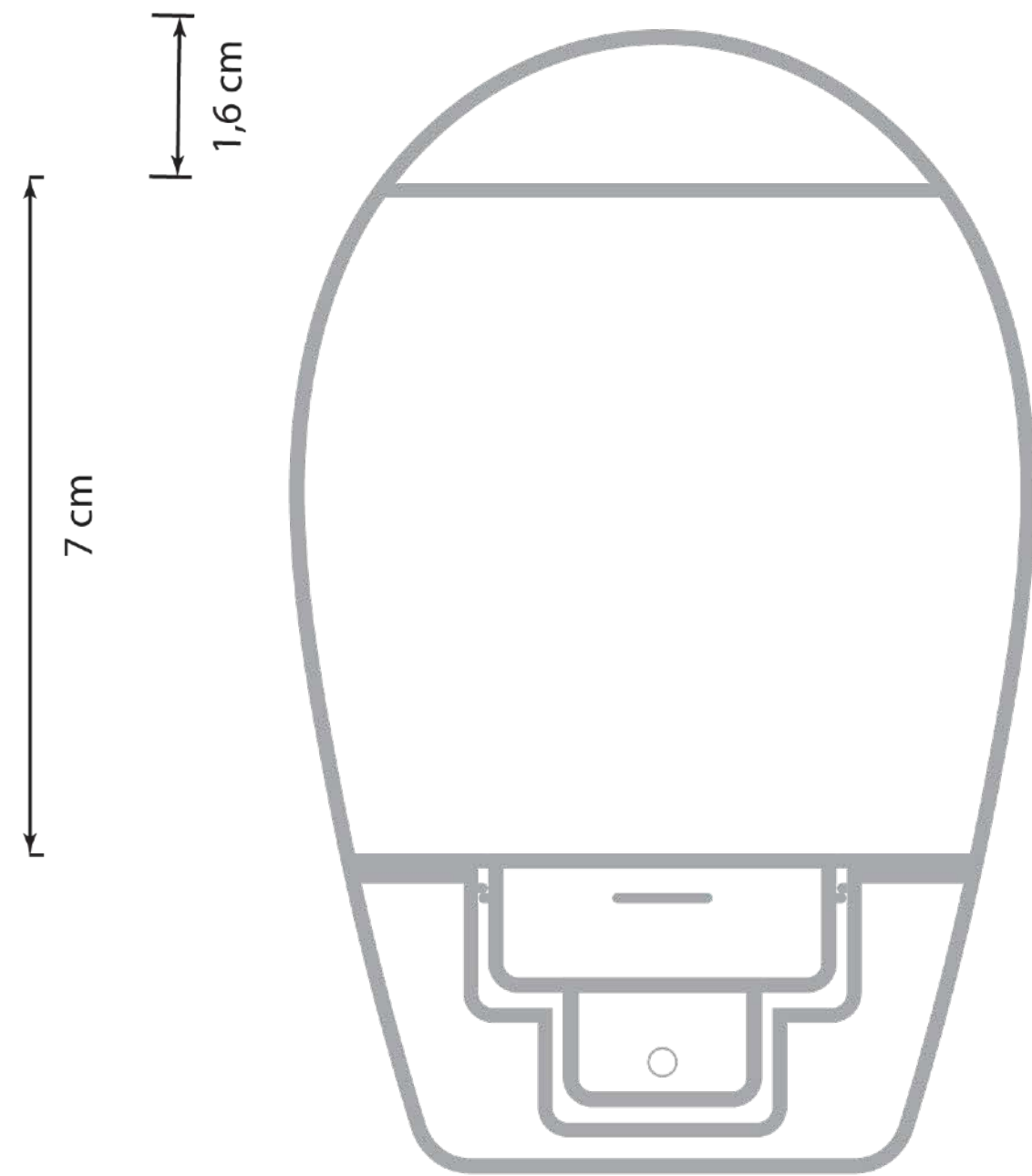
08

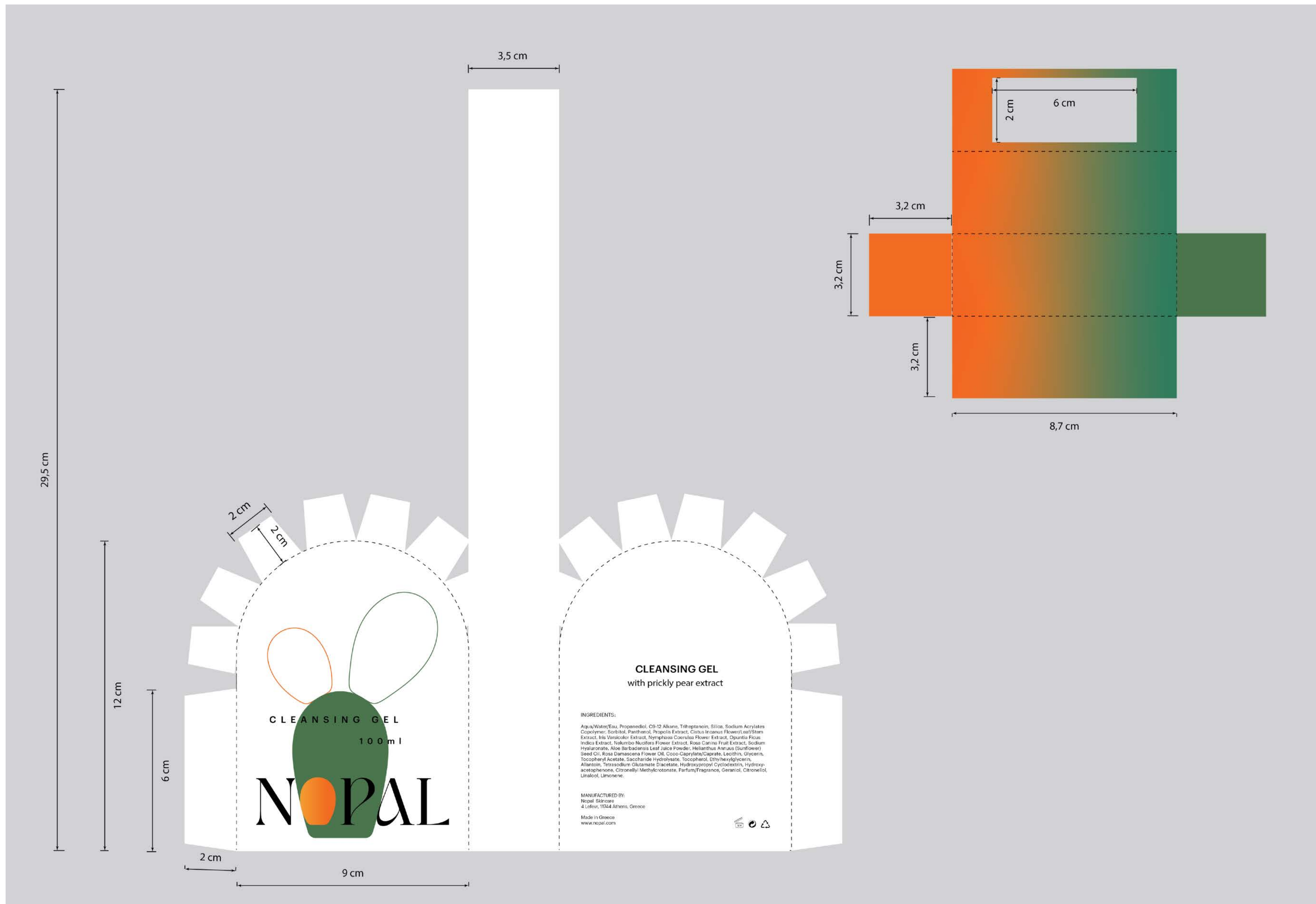
# ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΕΣ



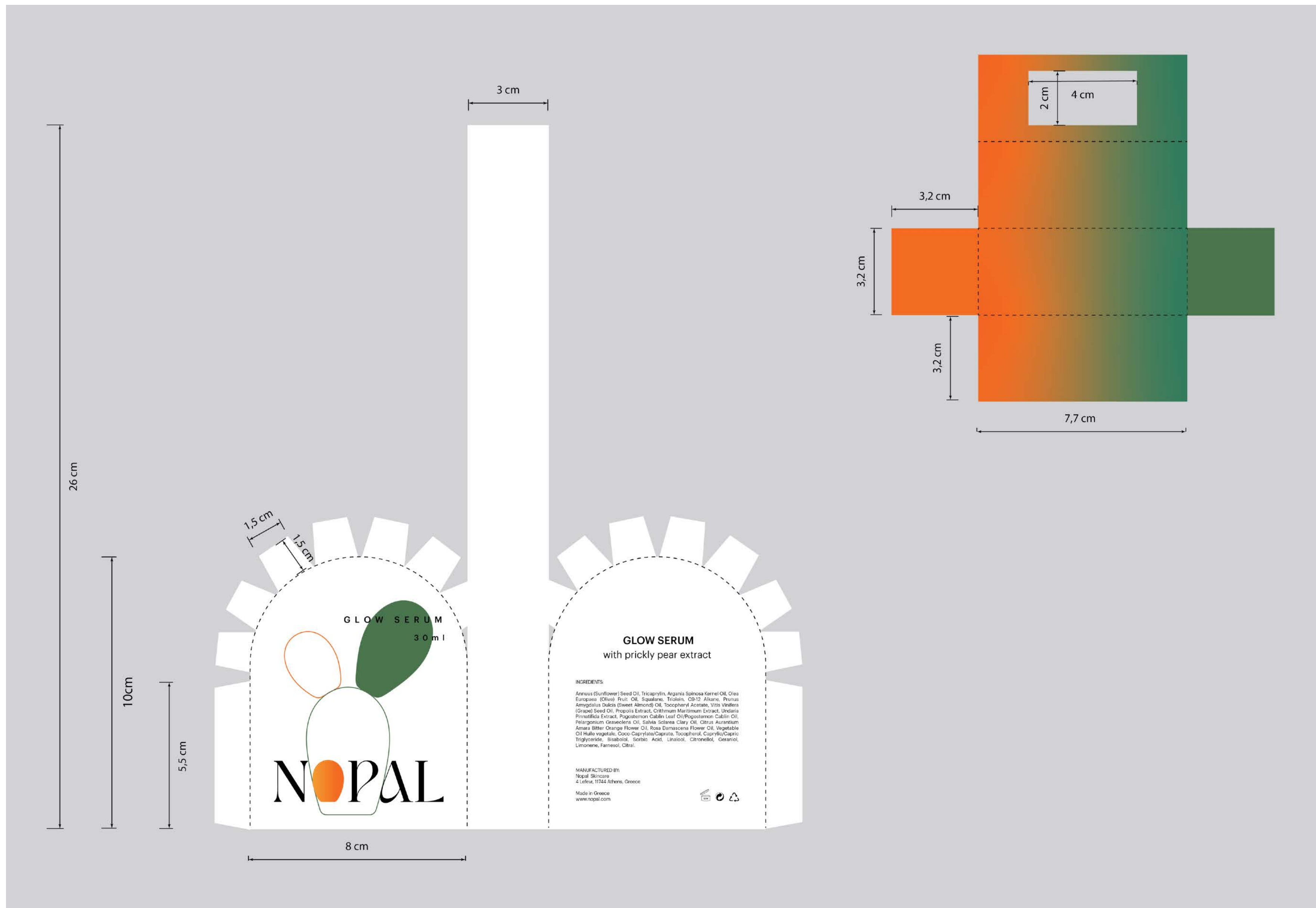


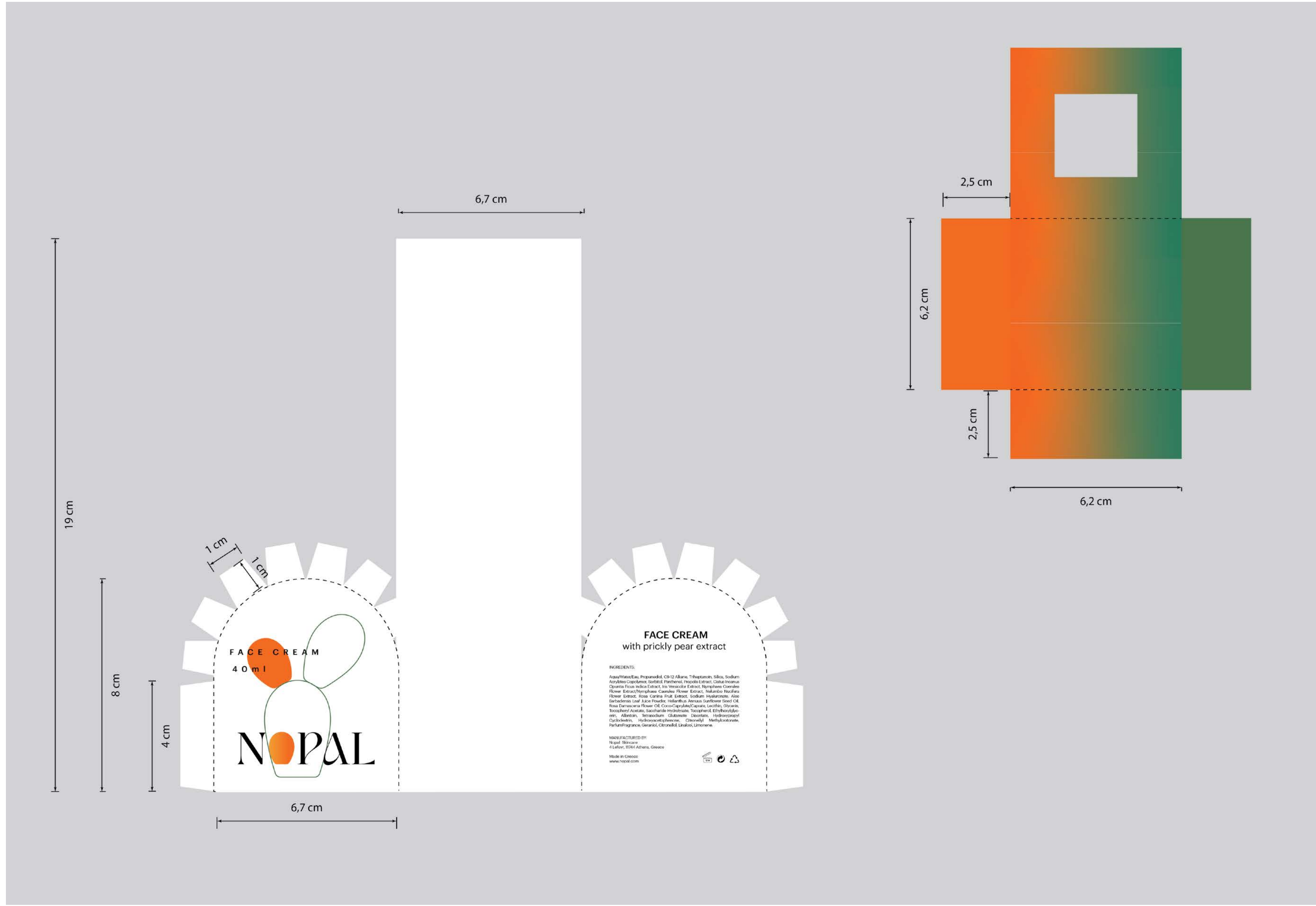
# ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΕΣ











1 cm  
1 cm

FACE CREAM  
40 ml

**NOPAL**

6,7 cm

19 cm  
8 cm  
4 cm

FACE CREAM  
with prickly pear extract

INGREDIENTS:  
Aqua/Wasser/Au, Propanediol, C12-15 Alkane, Triethanol, Silica, Sodium  
Acrylate Copolymer, Sorbitol, Panthenol, Picoles Extract, Citrus Incaura  
Quercus Flava Indole Extract, Iso-menthyl Ethanol, Amyrisa Cymifera  
Flower Extract/Nymphaea Caudata Flower Extract, Niburba Kaurura  
Flower Extract, Rosa Canina Fruit Extract, Sodium Hydroxide, Aloe  
Barbadensis Leaf Juice Powder, Helianthus Annuus Seed Flower Seed Oil,  
Rosa Damascena Flower Oil, Cocos Capillaris/Capitate Leaf Oil, Oleyl  
Tocopherol Acetate, Saccharide Hydrolyzate, Tocopherol Ethylhexylgly-  
colate, Alantoin, Benzocaine, Glycerin, Decylate, Hydroxyethyl  
Dodecylate, Hydroxyethylhexanoate, Citronellol, Methylparaben,  
Parfum/Fragrance, Geraniol, Citronellol, Limonol, Limonene.

MANUFACTURED BY:  
Nopal Skincare  
4 Lefter, 11545 Athens, Greece  
Made in Greece  
www.nopal.com

2,5 cm

6,2 cm

2,5 cm

6,2 cm





CLEANSING GEL  
100 ml  
**NOPAL**

GLOW SERUM  
30 ml  
**NOPAL**

FACE CREAM  
40 ml  
**NOPAL**



**CLEANSING GEL**  
with prickly pear extract

**INGREDIENTS:**

Aqua/Water/Eau, Propanediol, C9-12 Alkane, Triheptanoin, Silica, Sodium Acrylates Copolymer, Sorbitol, Panthenol, Propolis Extract, Clusia Incanus Flower/Leaf/Stem Extract, Na Vesicicol Extract, Nymphaea Coerulea Flower Extract, Opuntia Ficus Indica Extract, Nelumbo Nucifera Flower Extract, Rosa Canina Fruit Extract, Sodium Hyaluronate, Aloe Barbadensis Leaf Juice Powder, Helianthus Annuus (Sunflower) Seed Oil, Rosa Damascena Flower Oil, Cocco-Caprylate/Caprate, Lecithin, Glycerin, Tocopherol Acetate, Saccharide Hydrolysate, Tocopherol, Ethylhexylglycerin, Allantoin, Tetraacodium Gluconate Disuccinate, Hydroxypropyl Cyclodextrin, Hydroxyacetophanone, Citronellyl Methylcrotonate, Parfum/Fragrance, Geraniol, Citronellol, Linalool, Limonene.

**MANUFACTURED BY:**  
Nopal Skincare  
4 Lefevr, 11744 Athens, Greece  
Made in Greece  
www.nopal.com



**GLOW SERUM**  
with prickly pear extract

**INGREDIENTS:**

Annua (Sunflower) Seed Oil, Tricaprylin, Argania Spinosa Kernel Oil, Olea Europaea (Olive) Fruit Oil, Squalane, Tridecyl, C9-12 Alkane, Prunus Amygdalus Dulcis (Sweet Almond) Oil, Tocopherol Acetate, Vitis Vinifera (Grape) Seed Oil, Propolis Extract, Cithrum Martimum Extract, Undaria Pinnatifida Extract, Pogostemon Cablin Leaf Oil/Pogostemon Cablin Oil, Pelargonium Graveolens Oil, Salvia Sclarea Clary Oil, Citrus Aurantium Amara Bitter Orange Flower Oil, Rosa Damascena Flower Oil, Vegetable Oil Nulla vegetale, Cocco-Caprylate/Caprate, Tocopherol, Caprylyl/Capric Triglyceride, Bixaolol, Sorbic Acid, Linalool, Citronellol, Geraniol, Limonene, Farnesol, Citral.

**MANUFACTURED BY:**  
Nopal Skincare  
4 Lefevr, 11744 Athens, Greece  
Made in Greece  
www.nopal.com



**FACE CREAM**  
with prickly pear extract

**INGREDIENTS:**

Aqua/Water/Eau, Propanediol, C9-12 Alkane, Triheptanoin, Silica, Sodium Acrylates Copolymer, Sorbitol, Panthenol, Propolis Extract, Clusia Incanus Flower/Leaf/Stem Extract, Na Vesicicol Extract, Nymphaea Coerulea Flower Extract, Opuntia Ficus Indica Extract, Nelumbo Nucifera Flower Extract, Rosa Canina Fruit Extract, Sodium Hyaluronate, Aloe Barbadensis Leaf Juice Powder, Helianthus Annuus (Sunflower) Seed Oil, Rosa Damascena Flower Oil, Cocco-Caprylate/Caprate, Lecithin, Glycerin, Tocopherol Acetate, Saccharide Hydrolysate, Tocopherol, Ethylhexylglycerin, Allantoin, Tetraacodium Gluconate Disuccinate, Hydroxypropyl Cyclodextrin, Hydroxyacetophanone, Citronellyl Methylcrotonate, Parfum/Fragrance, Geraniol, Citronellol, Linalool, Limonene.

**MANUFACTURED BY:**  
Nopal Skincare  
4 Lefevr, 11744 Athens, Greece  
Made in Greece  
www.nopal.com















Nopal  
FACE CREAM  
100ml

Nopal  
GLOW SERUM  
100ml

CLEANSING GEL  
100ml  
Nopal



ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ

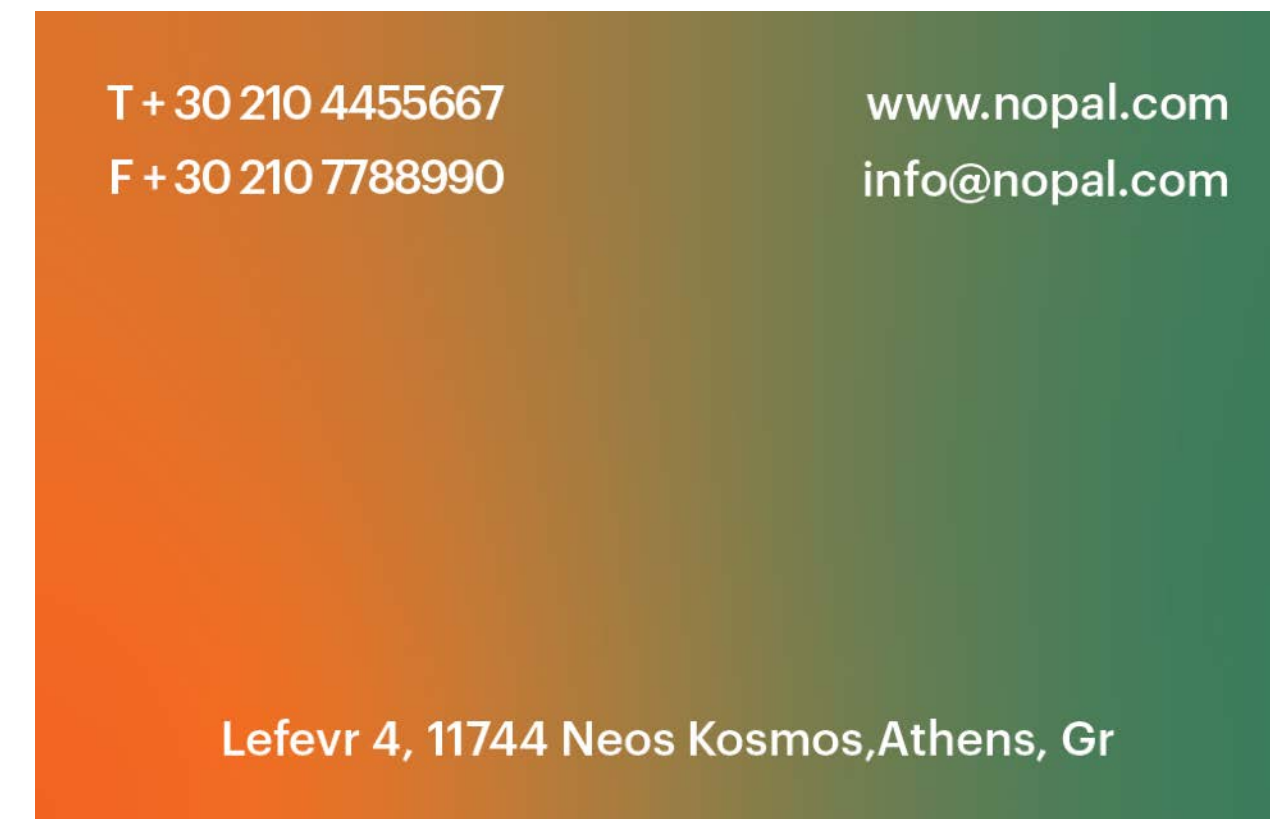
09



# ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ

## Επαγγελματική κάρτα

Διαστάσεις: 5.5cm x 8.5cm





NOPAL

T + 30 210 4455667  
F + 30 210 7788990

[www.nopal.com](http://www.nopal.com)  
[info@nopal.com](mailto:info@nopal.com)

Lefevr 4, 11744 Neos Kosmos, Athens, Gr



# ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ

## Φάκελος

Διαστάσεις: 11cm x 22cm

Lefevr 4, 11744 Neos Kosmos, Greece  
T + 30 210 4455667 F + 30 210 7788990  
www.nopal.com info@nopal.com

**NOPAL**





# ΓΡΑΜΜΑΤΟΣΕΙΡΕΣ

## Επιστολόχαρτο

Διαστάσεις: A4 21cm x 29.7cm

Lefevr 4, 11744 Neos Kosmos, Greece  
T + 30 210 4455667 F + 30 210 7788990  
www.nopal.com info@nopal.com

To  
**John Smith**

Date 1/1/2024

123 Anywhere St.  
Any City

Dear John Smith

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

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

Sed ut perspiciatis unde omnis iste natus error sit voluptatem accusantium doloremque laudantium, totam rem aperiam, eaque ipsa quae ab illo inventore veritatis et quasi architecto beatae vitae dicta sunt explicabo. Nemo enim ipsam voluptatem quia voluptas sit aspernatur aut odit aut fugit, sed quia consequuntur magni dolores eos qui ratione voluptatem sequi nesciunt. Neque porro quisquam est, qui dolorem ipsum quia dolor sit amet, consectetur, adipisci velit, sed quia non numquam eius modi tempora incidunt ut labore et dolore magnam aliquam quaerat voluptatem. Quis autem vel eum iure reprehenderit qui in ea voluptate velit esse quam nihil molestiae consequatur, vel illum qui dolorem eum fugiat quo voluptas nulla pariatur

Best regards

**NOPAL**

Lefevr 4, 11744 Neos Kosmos, Greece  
T+ 30 210 4455667 F+ 30 210 7788990  
www.nopal.com info@nopal.com

To  
**John Smith**  
123 Anywhere St.  
Any City

Date 1/1/2024

Dear John Smith

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

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

Sed ut perspiciatis unde omnis iste natus error sit voluptatem accusantium doloremque laudantium, totam rem aperiam, eaque ipsa quae ab illo inventore veritatis et quasi architecto beatae vitae dicta sunt explicabo. Nemo enim ipsam voluptatem quia voluptas sit aspernatur aut odit aut fugit, sed quia consequuntur magni dolores eos qui ratione voluptatem sequi nesciunt. Neque porro quisquam est, qui dolorem ipsum quia dolor sit amet, consectetur, adipisci velit, sed quia non numquam eius modi tempora incidunt ut labore et dolore magnam aliquam quaerat voluptatem. Quis autem vel eum iure reprehenderit qui in ea voluptate velit esse quam nihil molestiae consequatur, vel illum qui dolorem eum fugiat quo voluptas nulla pariatur

Best regards

**NOPAL**



Lefevr 4, 11744 Neos Kosmos, Greece  
T + 30 210 4455667 F + 30 210 7788990  
www.nopal.com info@nopai.com

To  
**John Smith**

Date 1/1/2024

123 Anywhere St.  
Any City

Dear John Smith

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

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

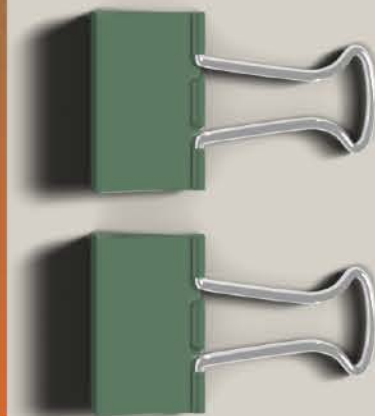
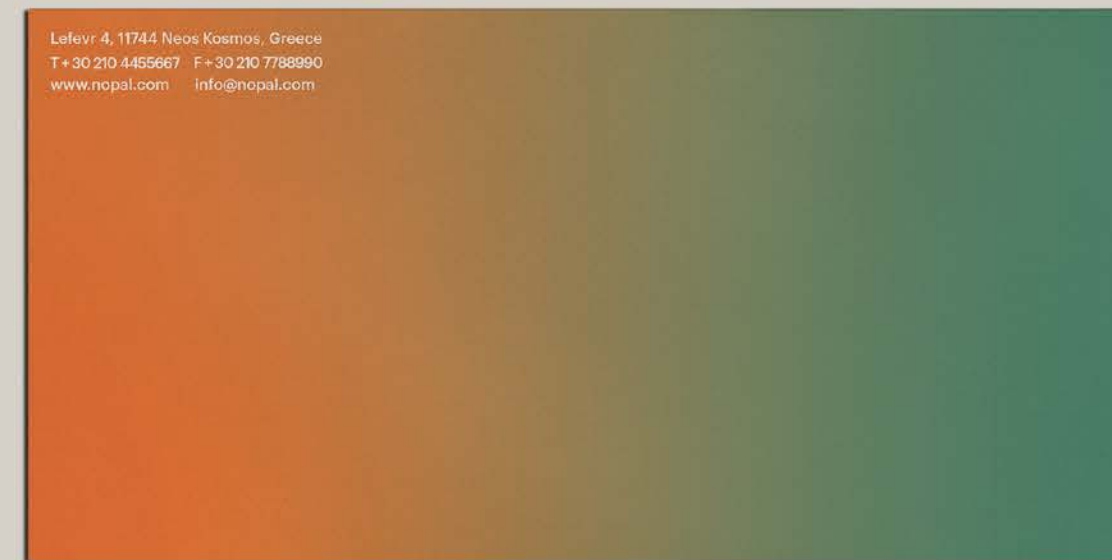
Sed ut perspiciatis unde omnis iste natus error sit voluptatem accusantium doloremque laudantium, totam rem aperiam, eaque ipsa quae ab illo inventore veritatis et quasi architecto beatae vitae dicta sunt explicabo. Nemo enim ipsam voluptatem quia voluptas sit aspernatur aut odit aut fugit, sed quia consequuntur magni dolores eos qui ratione voluptatem sequi nesciunt. Neque porro quisquam est, qui dolorem ipsum quia dolor sit amet, consectetur, adipisci velit, sed quia non numquam eius modi tempora incidunt ut labore et dolore magnam aliquam quaerat voluptatem. Quis autem vel eum iure reprehenderit qui in ea voluptate velit esse quam nihil molestiae consequatur, vel illum qui dolorem eum fugiat quo voluptas nulla pariatur

Best regards

**NOPAL**



Lefevr 4, 11744 Neos Kosmos, Greece  
T + 30 210 4455667 F + 30 210 7788990  
www.nopal.com info@nopai.com



T + 30 210 4455667  
F + 30 210 7788990

www.nopal.com  
info@nopai.com

Lefevr 4, 11744 Neos Kosmos, Athens, Gr



ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ

10



# ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ

Τρίπτυχο φυλλάδιο



# ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ

## Τρίπτυχο φυλλάδιο





# ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ

Πάνινη τσάντα



# ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ

Καπέλο





# ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ

Νεσεσέρ



# ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ

Θερμός





# ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ

Αφίσες A3

## NOPAL



NEW SKINCARE LINE WITH PRICKLY PEAR

## NOPAL



NEW SKINCARE LINE WITH PRICKLY PEAR

## NOPAL



NEW SKINCARE LINE WITH PRICKLY PEAR



# NOPAL



NEW SKINCARE LINE WITH PRICKLY PEAR

# NOPAL



NEW SKINCARE LINE WITH PRICKLY PEAR

# NOPAL

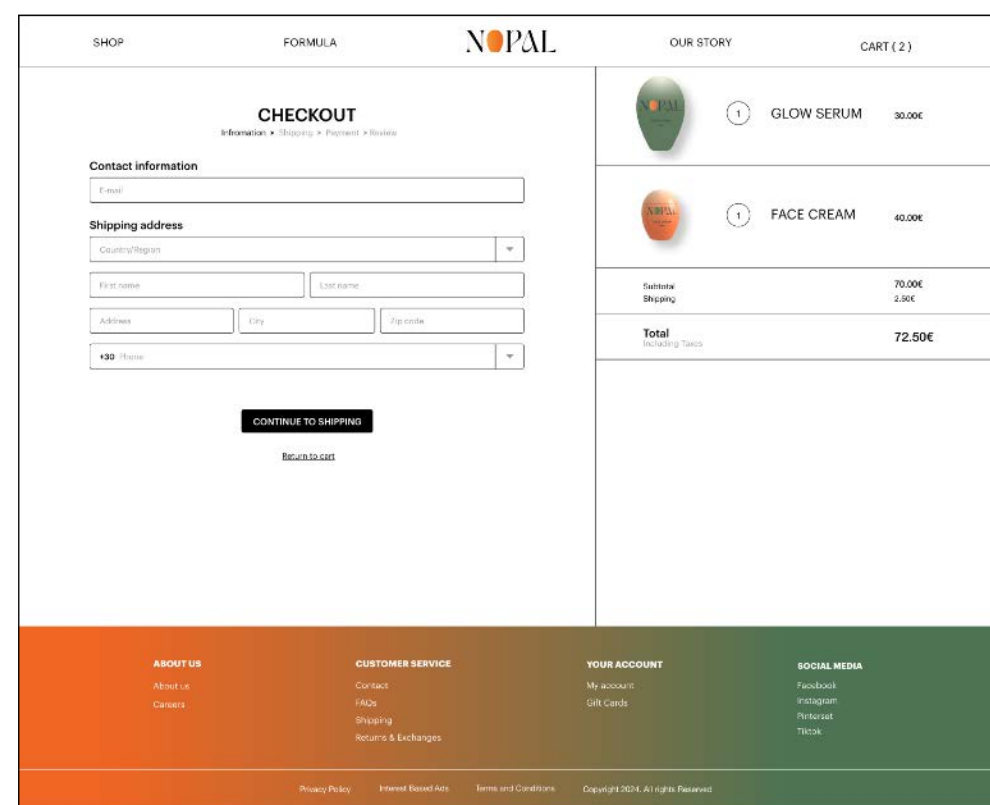
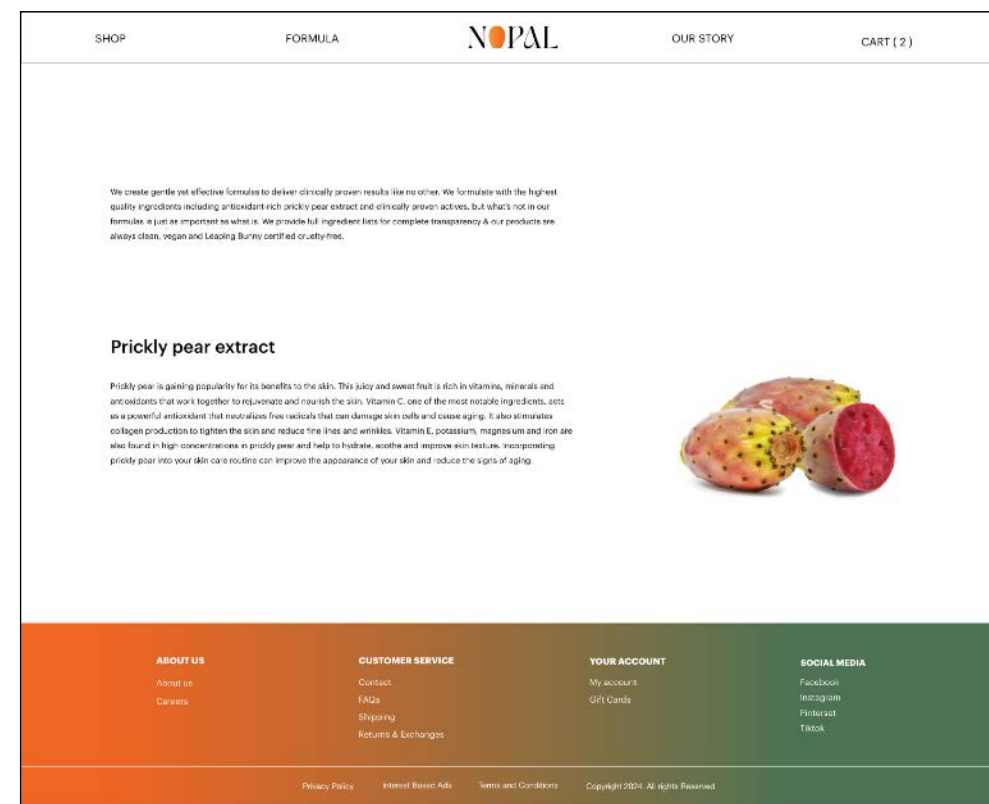
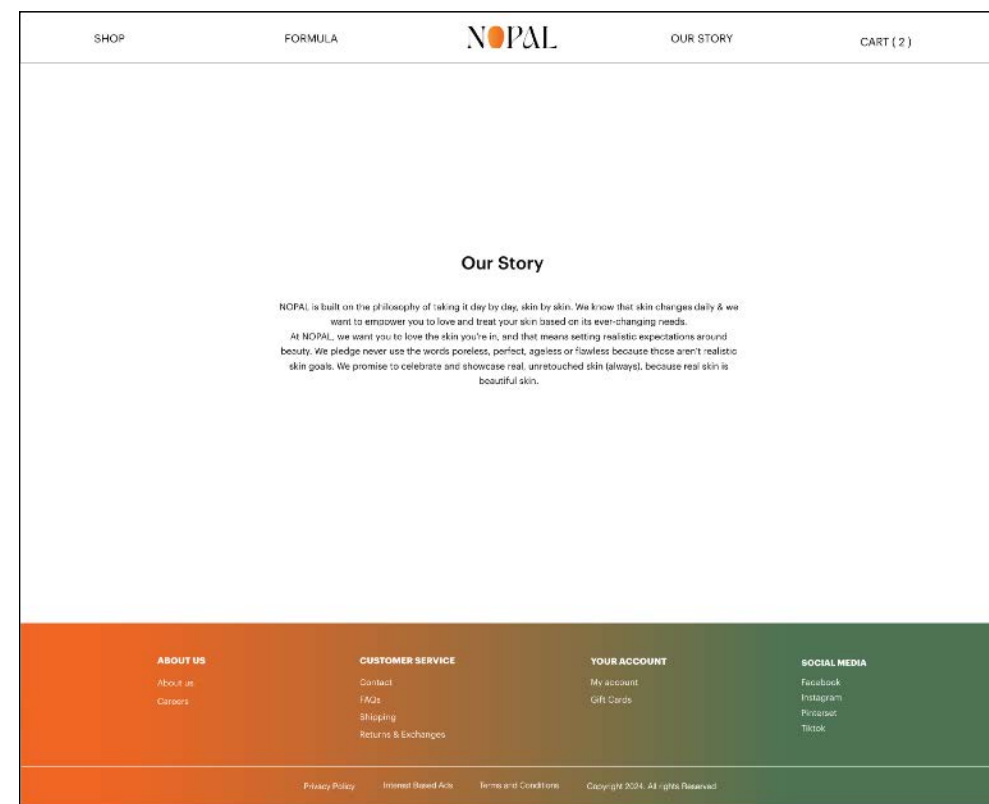
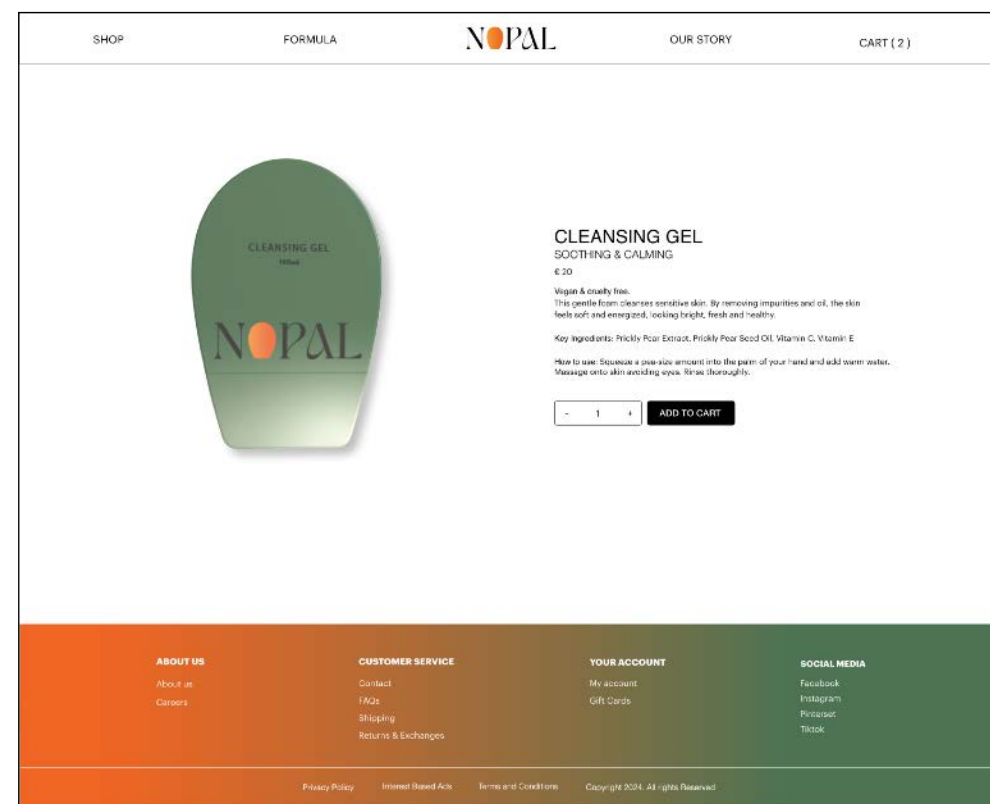
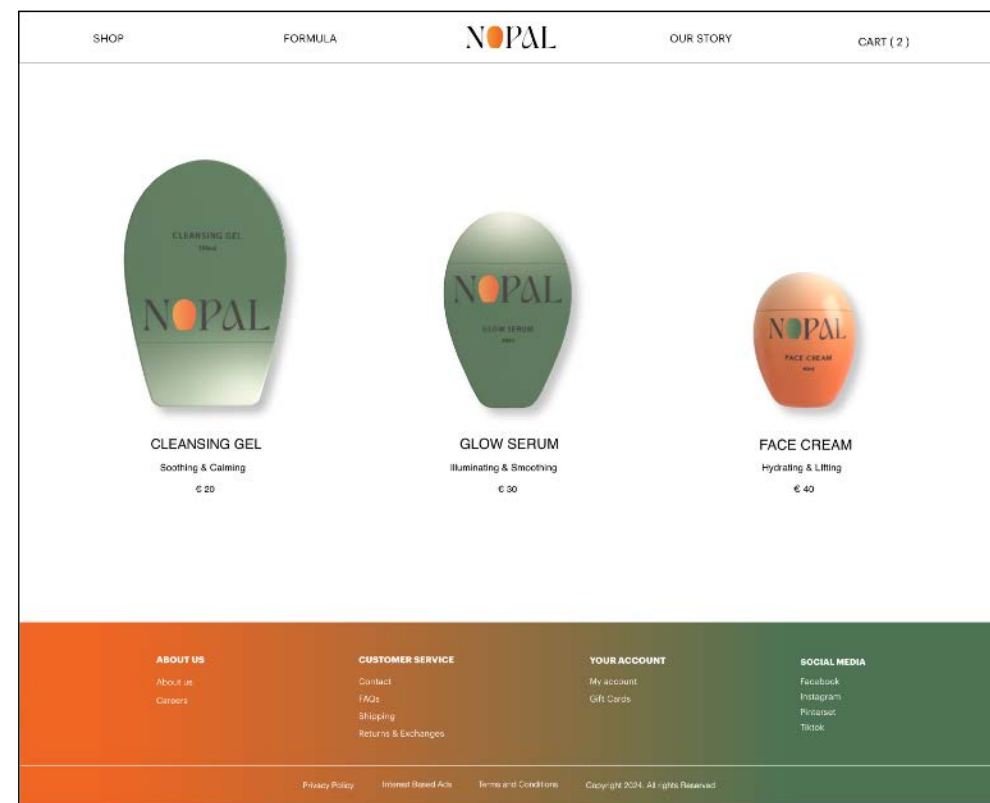
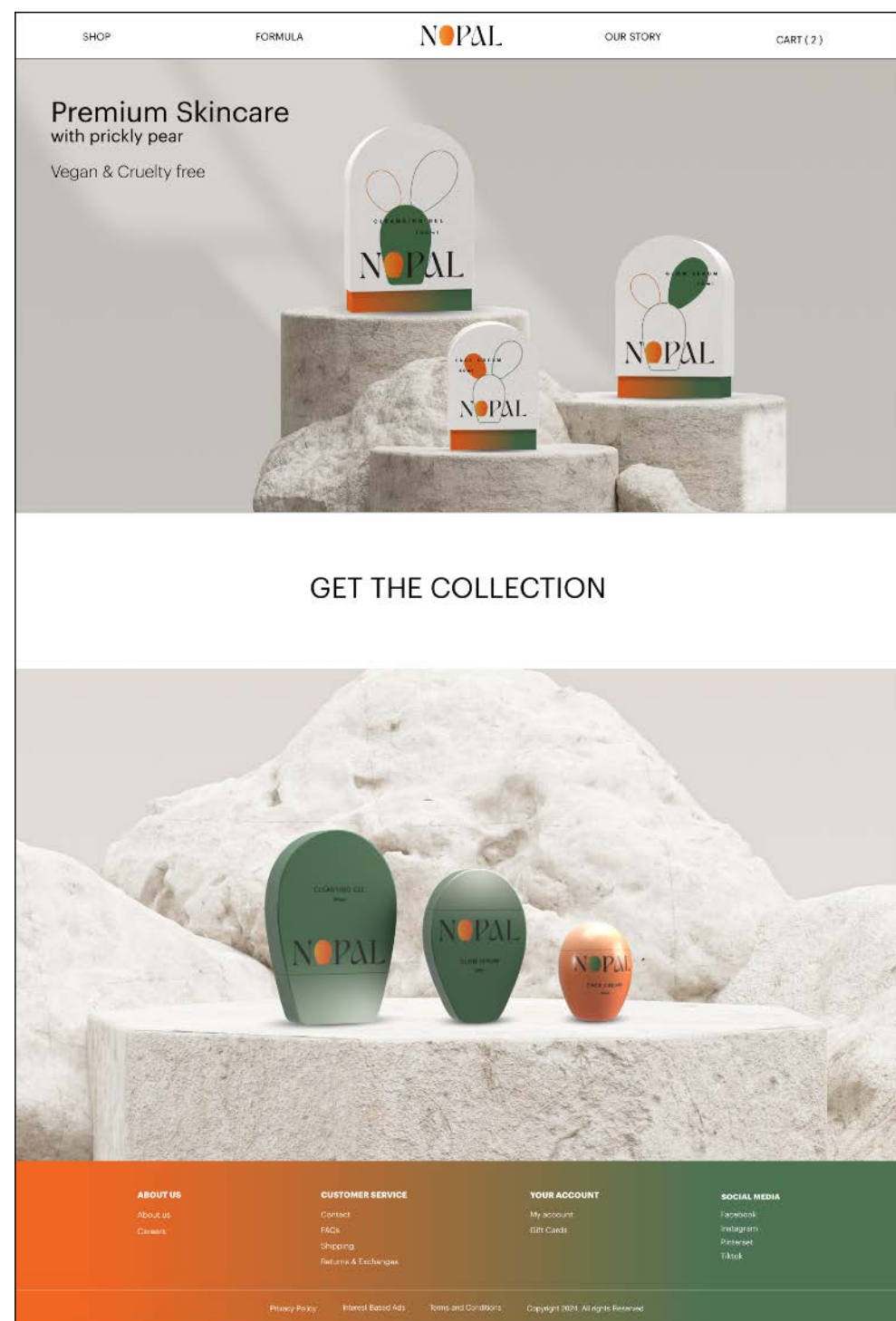


NEW SKINCARE LINE WITH PRICKLY PEAR



ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ

11





# ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

# ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

## ΕΙΚΟΝΕΣ

<https://www.jesmondbeauty.co.uk/caudalie-facials/index.php>

<https://www.apivita.com/hellas/aqua-beelicious>

<https://packagingoftheworld.com/2018/02/dr-jart.html>

<https://www.origins.co.uk/skincare-bestsellers>

<https://fentybeauty.com/products/fenty-skin-start-rs-full-size-bundle?variant=39405770211373>

<https://www.archaiologia.gr/blog/opinion/οι-μινωίτες-και-εμείς/>

<https://www.atxfinearts.com/blogs/news/venus-of-urbino-analysis>

<https://www.glamour.com/story/best-natural-skin-care>

<https://www.si.edu/spotlight/health-hygiene-and-beauty/skin-care>

<https://unsplash.com/photos/woman-in-white-tank-top-w4Dj3MshHQ0>

[Giovanni Bellini, Young woman at her toilette \(1515\). Source: Wikimedia Commons.](#)

[Boucher, 'A Lady Applying Beauty Patches'](#)

<https://www.google.com/search?client=safari&rls=en&q=korres.&ie=UTF-8&oe=UTF-8>

<https://vergemagazine.co.uk/aveeno-expands-calm-restore-range/>

<http://gisou.com>

<http://lamer.gr>

<https://unsplash.com>

<https://www.peachandlily.com>

<https://www.kiehls.com>

<https://us.innisfree.com>

<https://mindsparklemag.com/design/series/top-10-skincare-branding/>

<https://www.eg-pac.com/products/printed-paper-packaging-box-cream-cosmetics-packaging-boxes-with-gold-foil-stamping-60ml-30ml-skincare-set-box-203>

## ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ

<https://beautybio.com/blogs/skincare-blog/history-of-skincare-101>

<https://www.wildhumanskincare.co.uk/blog/658/the-history-of-skincare>

<https://www.skinandme.com/the-dose/the-history-of-skincare/>

<https://www.skincaretotal.co.uk/the-history-of-skin-care.html>

<https://isunskincare.com/pages/the-history-of-skin-care>

<https://www.vogue.in/beauty/content/single-ingredient-skincare-products-or-all-in-one-formulas-heres-how-to-know-which-to-choose>

<https://www.shoprootscience.com/blog/prickly-pear-seed-oil-for-skin>

<https://oxsci.org/the-rise-of-modern-skincare/>

<https://www.artworkflowhq.com/resources/cosmetic-branding-strategy>

<https://coveteur.com/2021/01/26/single-ingredient-skincare/>

<https://cosmeticsbusiness.com/all-you-need-to-know-about-beauty-packaging-a-complete-guide-211009>

## MOCK UPS

<https://mockups-design.com>

<https://www.mockupworld.co>



ΕΥΧΑΡΙΣΤΩ