

GA  
EA





Σχολή εφαρμοσμένων τεχνών και πολιτισμού  
**Τμήμα Γραφιστικής και Οπτικής Επικοινωνίας**

Λογοθέτη Θεοδώρα - Αναστασία  
Α.Μ. 19674098

Πτυχιακή εργασία

**Επανασχεδιασμός εταιρικής ταυτότητας της εταιρείας  
GAEA  
και ετικετών της εταιρείας**

Επιβλέπουσα καθηγήτρια  
Παπαδομανωλάκη Μαρία

Σεπτέμβριος 2024





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

Logotheti Theodora - Anastasia  
A.M. 19674098

Thesis

**GAEA**  
**and redesign of the company's products and labels**

Supervisor  
Papadomanolaki Maria

September 2024





ΣΧΟΛΗ ΕΦΑΡΜΟΣΜΕΝΩΝ ΤΕΧΝΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ  
ΤΜΗΜΑ ΓΡΑΦΙΣΤΙΚΗΣ ΚΑΙ ΟΠΤΙΚΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ :  
Επανασχεδιασμός της εταιρείας ΓΑΕΑ

ΜΕΛΗ ΕΞΕΤΑΣΤΙΚΗΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ ΣΥΜΠΕΡΙΛΑΜΒΑΝΟΜΕΝΟΥ ΚΑΙ ΤΟΥ ΕΙΣΗΓΗΤΗ :

Η πτυχιακή εργασία εξετάστηκε επιτυχώς από την καθώτι εξεταστική επιτροπή :

ΟΝΟΜΑ/ΕΠΟΝΥΜΟ	ΒΑΘΜΙΔΑ/ΙΔΙΟΤΗΤΑ	ΨΗΦΙΑΚΗ ΥΠΓΡΑΦΗ
ΠΑΠΑΔΟΜΑΝΩΛΑΚΗ ΜΑΡΙΑ	Λέκτορας Εφαρμογών	
ΜΑΣΟΥΡΑ ΕΥΑΓΓΕΛΙΑ	Ακαδημαϊκός Υπότροφος	
ΔΕΛΦΙΝΟ ΙΩΑΝΝΑ	Ακαδημαϊκός Υπότροφος	

Η κάτωθι υπογεγραμμένη Λογοθέτη Θεοδώρα - Αναστασία του Ιωάννη, με αριθμό μητρώου 19674098 φοιτήτρια του Πανεπιστημίου Δυτικής Αττικής της Σχολής Γραφιστικής και Οπτικής Επικοινωνίας, δηλώνω υπεύθυνα ότι:

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

Παράβαση της ανωτέρω ακαδημαϊκής μου ευθύνης αποτελεί ουσιώδη λόγο για την ανάκληση του πτυχίου μου».

Η Δηλούσα



## Περίληψη

Η παρούσα πτυχιακή εργασία αφορά την εταιρεία GAEA, μια επιχείρηση με ήδη καταξιωμένη παρουσία στην αγορά, για την οποία το ζητούμενο είναι η δημιουργία μιας νέας εταιρικής ταυτότητα, αρχίζοντας με τον επανασχεδιασμό του λογοτύπου. Πιστεύοντας Θα δοθεί η δυνατότητα να δυναμώσει τη θέση της στην ελληνική και ξένη αγορά, ενισχύοντας την εικόνα της μέσα από ένα φρέσκο και σύγχρονο σχεδιασμό που αντανάκλα τις αξίες και τη δυναμική της.

Οι γραφιστικές εφαρμογές της GAEA περιλαμβάνουν: τον λογότυπο, την εταιρική ταυτότητα, τον σχεδιασμό νέων ετικετών για τις συσκευασίες των γυάλινων μπουκαλιών λαδιού καθώς και συσκευασιών ελιών, ξυδιού, σαλτσών και πάστας ελιάς. Καθώς επίσης το έντυπο προωθητικό υλικό όπως καταχωρήσεις, τον σχεδιασμό αφισών, πολύπτυχου, μιας ανανεωμένη ιστοσελίδα και τέλος θα υπάρξει και η προώθηση αυτού του επανασχεδιασμού μέσα από διάφορα επικοινωνιακά μέσα.

**Λέξεις Κλειδιά:** Επανασχεδιασμό, εταιρικής ταυτότητα, συσκευασίες, καταχώρηση, σχεδιασμός αφισών, επικοινωνιακά μέσα.

## Abstract

This thesis focuses on the company GAEA, a business with an already established presence in the market, for which the objective is the creation of a new corporate identity, starting with the redesign of its logo. It is believed that this will provide an opportunity to strengthen its position in both the Greek and international markets by enhancing its image through a fresh and modern design that reflects the company's values and dynamism. GAEA's graphic applications include: the logo, corporate identity, the design of new labels for the packaging of glass olive oil bottles as well as packaging for olives, vinegar, sauces, and olive paste. Additionally, the promotional print material, such as advertisements, posters, brochures, a renewed website design, and finally the promotion of this redesign through various communication channels, will also be developed.

**Keywords:** Redesign, corporate identity, packaging, advertisement, poster design, communication channels.



# Περιεχόμενα

Εισαγωγή .....12

## 1η Έρευνα

1.1 Ιστορία του Λαδιού .....14  
 1.2 Ιστορία της GAEA .....16  
 1.3 Τα Γυάλινα Μπουκάλια .....18  
 1.4 Συσκευασίες .....20  
 1.5 Άλλες εταιρείες .....21

## 2η Λογότυπο

2.1 Ιδέα .....25  
 2.2 Λογότυπο .....26  
 2.3 Τελικό Λογότυπο .....30  
 - 2.3.1 Σήμα  
 - 2.3.2 Λογότυπο  
 2.4 Guidelines του Λογότυπου .....33  
 2.5 Κανόνες εφαρμογής .....34  
 2.6 Χρώματα .....37

## 3η Τυπογραφία

3.1 Geoslab703 Md BT .....40  
 3.2 Century Gothic .....41  
 3.3 Book Antiqua .....42

## 4η Εταιρική Ταυτότητα

4.1 Επαγγελματική κάρτα .....44  
 4.2 Επιστολόχαρτο .....45  
 4.3 Φάκελος αλληλογραφίας .....46  
 4.4 Pattern .....48  
 4.5 Mock up .....49

## 5η Συσκευασίες

5.1 Σχεδιασμός των συσκευασιών .....52  
 5.2 Mock up .....61  
 5.3 Εικονίδια .....66



## 6η Εφαρμογές Λογοτύπου

6.1 Χάρτινη Τσάντα	.....69
6.2 Tote bag	.....70
6.3 Αυτοκόλλητα	.....72
6.4 Μπλούζες	.....73
6.5 QR Code	.....75

## 7η Προωθητική Καμπάνια

7.1 Αφίσες δρόμου	.....77
7.2 Καταχωρήσεις περιοδικών	.....85

## 8η Τυπογραφικά Έντυπα

8.1 Πολύπτυχο	.....88
---------------	---------

## 9η Επιπλέον μέσα Προώθησης

9.1 Περίπτερο	.....91
9.2 Ιστοσελίδα	.....96
9.3 Social media	.....106

Συμπέρασμα	.....104
------------	----------

Βιβλιογραφία	.....106
--------------	----------

## Κατάλογος εικόνων

- Εικόνα 1 : ποτήρι με λάδι και ελιές  
 Εικόνα 2 : λάδι για το σώμα  
 Εικόνα 3 : αρχικό λογότυπο εταιρείας  
 Εικόνα 4: νέο λογότυπο εταιρείας  
 Εικόνα 5: Λάδι της GAEA  
 Εικόνα 6: Ξύδι της GAEA  
 Εικόνα 7: Πάστα της GAEA  
 Εικόνα 8: Γυάλινα μπουκάλια  
 Εικόνα 9: Διάφορα γυάλινα μπουκάλια  
 Εικόνα 10: Συσκευασίες Πάστας  
 Εικόνα 11: Συσκευασίες  
 Εικόνα 12: Εταιρεία agera  
 Εικόνα 13: Εταιρεία Clearspring  
 Εικόνα 14: Εταιρεία Etestan  
 Εικόνα 15: Εταιρεία Graza  
 Εικόνα 16: Εταιρεία Cretan Mythos  
 Εικόνα 17: Εταιρεία San Marco  
 Εικόνα 18: Εταιρεία Greenolia  
 Εικόνα 19: Εταιρεία Oliva  
 Εικόνα 20: Θεότητα Γαία  
 Εικόνα 21: Ελαιόδεντρο  
 Εικόνα 22: Προσχέδιο λογότυπου 1  
 Εικόνα 23: Προσχέδιο λογότυπου 2  
 Εικόνα 24: Προσχέδιο λογότυπου 3  
 Εικόνα 25: Προσχέδιο λογότυπου 4  
 Εικόνα 26: Προσχέδιο λογότυπου 5  
 Εικόνα 27: Προσχέδιο λογότυπου 6  
 Εικόνα 28: Σήμα  
 Εικόνα 29: Σήμα μικρό  
 Εικόνα 30: Λεκτικό  
 Εικόνα 31: Τελικό λογότυπο μαύρο  
 Εικόνα 32: Guidelines  
 Εικόνα 33: Σμίκρυνση  
 Εικόνα 34: Λογότυπο με περιγράμμα
- Εικόνα 35: Λογότυπο με γκρι αποχρώσεις  
 Εικόνα 36: Λογότυπο με κίτρινο – καφέ  
 Εικόνα 37: Λογότυπο με κόκκινο – μωβ  
 Εικόνα 38: Λογότυπο με λαχανί – πράσινο  
 Εικόνα 39: Λογότυπο με ανοικτό μωβ - μπλέ  
 Εικόνα 40: Λογότυπο με μεγαλύτερο πάχος  
 Εικόνα 41: Λογότυπο με μεγαλύτερο ύψος  
 Εικόνα 42: Λογότυπο λευκό χρώμα  
 Εικόνα 43: Λογότυπο μαύρο χρώμα  
 Εικόνα 44: Παλέτα χρωμάτων  
 Εικόνα 45: Επαγγελματική κάρτα  
 Εικόνα 46: Επιστολόχαρτο  
 Εικόνα 47: Φάκελος  
 Εικόνα 48: Ανάπτυγμα  
 Εικόνα 49: Pattern  
 Εικόνα 50: Mock up έντυπης ύλης  
 Εικόνα 51: Σχεδιασμός έντυπης ύλης στο blender  
 Εικόνα 52: Ετικέτα λάδι Καλαμάτα  
 Εικόνα 53: Ετικέτα λάδι Σητεία  
 Εικόνα 54: Ετικέτα λάδι Λακωνεία  
 Εικόνα 55: Ετικέτα ξύδι Βαλσάμικο  
 Εικόνα 56: Ετικέτα ξύδι Πετιμέζι  
 Εικόνα 57: Ετικέτα ελιές Πράσινες  
 Εικόνα 58: Ετικέτα ελιές Καλαμών  
 Εικόνα 59: Ετικέτα σάλτσα Κέρκυρας  
 Εικόνα 60: Ετικέτα σάλτσα Κυκλαδίτικη  
 Εικόνα 61: Ετικέτα πάστα Καλαμών  
 Εικόνα 62: Ετικέτα πάστα Φλώρινας  
 Εικόνα 63: Mock up λαδιών  
 Εικόνα 64: Mock up ξυδιών  
 Εικόνα 65: Mock up ελιών  
 Εικόνα 66: Mock up σαλτσών  
 Εικόνα 67: Mock up παστών  
 Εικόνα 68: Σχεδιασμός προϊόντων στο blender

- Εικόνα 69: Χάρτινη τσάντα πλάγια
- Εικόνα 70: Χάρτινη τσάντα μπροστά
- Εικόνα 71: Tote bag λευκή
- Εικόνα 72: Tote bag μπεζ
- Εικόνα 73: Αυτοκόλλητα
- Εικόνα 74: Μπλούζα με μικρό λογότυπο
- Εικόνα 75: Μπλούζα με το σήμα
- Εικόνα 76: QR Code
- Εικόνα 77: Αφίσα για τα λάδια
- Εικόνα 78: Αφίσα για τα ξύδια
- Εικόνα 79: Αφίσα για τα ελιές
- Εικόνα 80: Αφίσα για τα σάλτσες
- Εικόνα 81: Αφίσα για τα πάστες
- Εικόνα 82: Mock up αφίσας 1
- Εικόνα 83: Mock up αφίσας 2
- Εικόνα 84: Mock up αφίσας 3
- Εικόνα 85: Μονοσέλιδο καταχώρισης
- Εικόνα 86: Δισέλιδο καταχωρίσεις
- Εικόνα 87: Πολύπτυχο για προϊόντα όψη 1
- Εικόνα 88: Πολύπτυχο για προϊόντα όψη 2
- Εικόνα 89: Περίπτερο όψη 1
- Εικόνα 90: Περίπτερο όψη 2
- Εικόνα 91: Περίπτερο όψη 3
- Εικόνα 92: Σχεδιασμός περιπτέρου στο blender
- Εικόνα 93: Ιστοσελίδα mock up 1
- Εικόνα 94: Ιστοσελίδα mock up 2
- Εικόνα 95: Ιστοσελίδα mock up 3
- Εικόνα 96: Ιστοσελίδα mock up 4
- Εικόνα 97: Ιστοσελίδα mock up 5
- Εικόνα 98: Ιστοσελίδα mock up 6
- Εικόνα 99: Ιστοσελίδα mock up 7
- Εικόνα 100: Ιστοσελίδα mock up 8
- Εικόνα 101: Ιστοσελίδα mock up 9
- Εικόνα 102: Social media

## Εισαγωγή

Η παρούσα εργασία επικεντρώνεται στον επανασχεδιασμό της εταιρείας GAEA, με στόχο την ανανέωση της εικόνας και της ταυτότητάς της. Αρχικά, μελετήθηκε η υπάρχουσα κατάσταση της εταιρείας και έγινε έρευνα γύρω από τις συσκευασίες και τον σχεδιασμό άλλων εταιρειών του κλάδου, προκειμένου να εντοπιστούν σημεία βελτίωσης. Ένας από τους βασικούς στόχους είναι η ενίσχυση της παρουσίας της GAEA στην αγορά μέσω πιο ελκυστικών και λειτουργικών σχεδιαστικών στοιχείων που θα βοηθήσουν στην αναγνωρισιμότητα του brand.

# ΕΝΟΤΗΤΑ 1η

## Έρευνα

---

- 1.1 Ιστορία του Λαδιού
- 1.2 Ιστορία της ΓΑΕΑ
- 1.3 Τα Γυάλινα Μπουκάλια
- 1.4 Συσκευασίες
- 1.5 Άλλες Εταιρείες

## 1.1 Ιστορία του Λαδιού

Το ελαιόλαδο αποτελούσε από την αρχαιότητα το πιο σημαντικό προϊόν που παρήγαγε η ελληνική γη.

Η χρήση αυτού ήταν πολυάριθμη. Οι αρχαίοι Έλληνες το χρησιμοποιούσαν στην διατροφή τους, στην ιατρική τους, στα προϊόντα καθημερινής χρήσης τους αλλά και στην οικονομία τους.

Από την προϊστορική περίοδο η ελιά παίζει σημαντικό ρόλο στην θεολογική και λογοτεχνική σκέψη των Ελλήνων. Η Αθηνά θα γίνει η προστάτης της πόλης της Αθήνας επειδή χάρισε στους Αθηναίους την ελιά. Το ρόπαλο του ημίθεου Ηρακλή ήταν φτιαγμένο από ελιά, συμβολίζοντας έτσι την τόλμη και την ανδρεία του.

Το ελαιόλαδο και ο οίνος αποτέλεσαν τις μεγαλύτερες παραγωγές αγροτικών προϊόντων σε ολόκληρη την Ελληνική επικράτεια. Για αυτόν τον λόγο αποτελούσε σημαντικό κομμάτι της διατροφής όλων των ομάδων και κοινωνικών τάξεων της κοινωνίας τους. Όμως η κατοχή κτημάτων που παρήγαγαν τα προϊόντα αυτά ήταν αποκλειστικό προνόμιο των ανώτερων οικονομικά τάξεων και των αριστοκρατών. Επίσης ήταν άμεσα συνδεδεμένο και με την κατοχή πολιτικής εξουσίας.<sup>1</sup>



Εικόνα 1: Ποτήρι με λάδι και ελιές

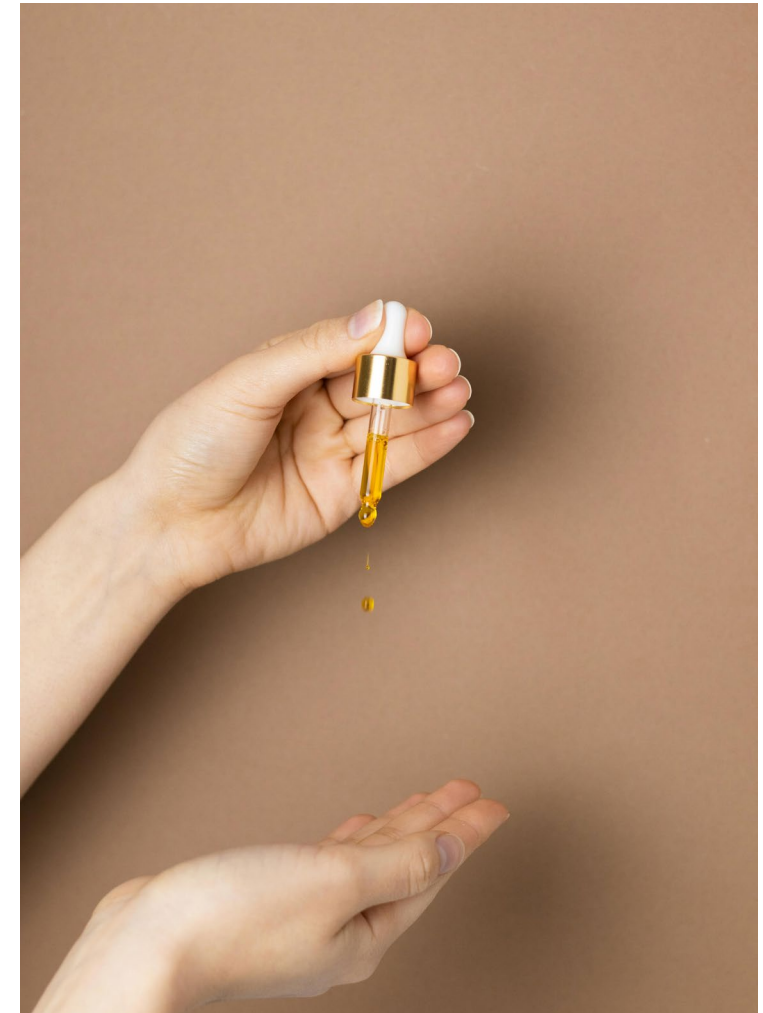
1. <https://www.olivenews.gr/el/agora-times/elaiolado/to-elaiolado-sthn-arxaiothta/>

Το λάδι χρησιμοποιούταν για τον καθαρισμό του σώματος από τον ιδρώτα και τις βρωμιές, απαραίτητο για ομάδες όπως οι αθλητές. Επιπλέον προωριζόταν για την παρασκευή αρωμάτων, καλλυντικών και σαπουνιών.

Αναφορές από σημαντικές προσωπικότητες όπως ο Ιπποκράτης, αναδεικνύουν τον σημαντικό ρόλο που είχε το ελαιόλαδο στην ιατρική της εποχής.

Ακόμη και στους Ολυμπικούς αγώνες ο νικητής λάμβανε ένα στεφάνι από κλαδί ελιάς και στα Παναθήναια, στους γυμναστικούς αγώνες, έναν αμφορέα με λάδι από τις ιερές εκτάσεις ελαιώνων της θεάς Αθηνάς στον οποίο απεικονίζεται από την μία πλευρά η θεά Αθηνά και από την άλλη το άθλημα στο οποίο είχε νικήσει ο αθλητής.

Το ελαιόλαδο είχε σημαντικό ρόλο στην οικονομία των ελληνικών πόλεων, γεγονός που μας το μαρτυρεί η εύρεση μεγάλου αριθμού οξυτύθμενων αμφορέων, απαραίτητο για την μεταφορά ελαιόλαδου στα πλοία, σε ναυάγια και λιμάνια ολόκληρης της Μεσογείου, από το Εύξεινο πόντο μέχρι την Μασσαλία.<sup>2</sup>



Εικόνα 2: Λάδι για το σώμα

2: <https://www.worldhistory.org/article/947/the-olive-in-the-ancient-mediterranean/>

## 1.2 Ιστορία της GAEA

Η εταιρεία GAEA ιδρύθηκε με σκοπό την προώθηση των ελληνικών προϊόντων στις διεθνείς αγορές, αναδεικνύοντας την πλούσια γαστρονομική κληρονομιά της Ελλάδας. Η έμπνευση για τη δημιουργία της προήλθε το 1994, έπειτα από μια συνάντηση με μια Βρετανίδα ειδικό στον χώρο των βιολογικών τροφίμων. Σε αυτή τη συζήτηση επισημάνθηκε η έλλειψη τυποποιημένων και επώνυμων ελληνικών προϊόντων στις αγορές χωρών όπως η Αγγλία, η Γερμανία και οι Ηνωμένες Πολιτείες.

Αυτή η διαπίστωση ήταν καθοριστική για την πορεία που θα ακολουθούσε η GAEA. Το 1995, με το απαραίτητο κεφάλαιο, έγινε το πρώτο βήμα για την ίδρυση της εταιρείας, με αρχική εστίαση στην παραγωγή και διάθεση ελαιολάδου και ελιών. Η GAEA κατάφερε να τοποθετήσει τα ελληνικά προϊόντα σε σημαντικές αγορές του εξωτερικού, προβάλλοντας την ποιότητα, την αυθεντικότητα και τις αξίες της ελληνικής γης, με σκοπό να κάνει τα προϊόντα αυτά ευρέως αναγνωρίσιμα και αγαπητά παγκοσμίως.

3: <https://www.marketing-tips.gr/2015/06/gaea.html>



Εικόνα 3: αρχικό λογότυπο εταιρείας



Εικόνα 4: Νέο λογότυπο εταιρείας



Από τότε η GAEA έχει εισάγει νέα προϊόντα όπως ξύδι, πάστες, σάλτσες και έχει επεκταθεί σε ξένες αγορές εκτός Ευρώπης δείχνοντας έτσι την μεγάλη επιτυχία των ελληνικών προϊόντων σε αγορές του εξωτερικού. Επιπλέον η εταιρεία έχει προσαρμόσει την πρώτη ύλη της στις διαφορετικές ανάγκες της κάθε αγοράς με βάση την ζήτηση. Το εργοστάσιο της εταιρείας βρίσκεται στην πόλη του Αγρινίου, χαρίζοντας στην εταιρεία άμεση πρόσβαση στις πρώτες ύλες τις οποίες χρειάζεται, δίνοντας έτσι την ευκαιρία σε έναν τόπο με βαθιά παράδοση και ιστορία στην παραγωγή αυτών των προϊόντων να αναμετρηθεί με την παγκόσμια αγορά.

Σήμερα τα προϊόντα της GAEA κατέχουν εγχώριες και διεθνής διακρίσεις από διαγωνισμούς στους οποίους συμμετείχε, όπως για παράδειγμα την πρώτη θέση στο International Olive Oil Competition 2023. Η επιτυχία της διακρίνεται και από το γεγονός ότι το 82% της παρουσίας της βρίσκεται στην διεθνή αγορά, στοχεύοντας κατά κύριο λόγο ξένες αγορές.



Εικόνα 5: Λάδι της GAEA



Εικόνα 6: Ξύδι της GAEA



Εικόνα 7: Πάστα της GAEA

## 1.3 Τα Γυάλινα Μπουκάλια

Στο κεφάλαιο αυτό θα αναλυθούν τα υπέρ και τα κατά της χρήσης γυάλινων συσκευασιών και συσκευασιών με σκούρο χρώμα για την προστασία φυτικών προϊόντων σε εταιρίες όπως η GAEA.

► **Υπέρ :** Το πιο σημαντικό πλεονέκτημα είναι ότι οι γυάλινες συσκευασίες δεν αλλιώνουν την γεύση και την ποιότητα των προϊόντων που αποθηκεύονται μέσα σε αυτά, προστατευοντάς τα από οποιεσδήποτε χημικές ουσίες που συναντάμε σε αντίστοιχες πλαστικές συσκευασίες.

Επίσης σε συνδυασμό με το σκούρο χρώμα οι συσκευασίες αυτές δημιουργούν τις κατάλληλες συνθήκες για την υγιεινή και ασφαλή αποθήκευση, μεταφορά, συντήρηση και κατανάλωση προϊόντων όπως το λάδι και το ξύδι καθιστώντας αυτή την τεχνολογία απαραίτητο κομμάτι της εταιρείας GAEA.

Επιπροσθέτως το γυαλί είναι μία εύχρηστη και οικονομική επιλογή για την δημιουργία κατάλληλων συσκευασιών αυτού του είδους, προσφέροντας μεγαλύτερη σιγουριά στις ανάγκες καθημερινής χρήσης αλλά και σε θέματα υγιεινής καθώς είναι πολύ εύκολο να καθαριστεί πλήρως.

Τέλος το γυαλί έχει την ιδιαιτερότητα ότι μπορεί να ανακυκλωθεί στο 100% δίνοντας έτσι την ευκαιρία στις εταιρίες όπως την GAEA να συνδράμουν ενεργά κατά ένα μέρος στην οικολογική συνείδηση, καθώς είναι ευκολότερη και πιο γρήγορη η διαδικασία ανακύκλωσης του γυαλιού από το να παραχθεί από τις πρώτες ύλες.

► **Κατά:** Το μεγαλύτερο μειονέκτημα των γυάλινων συσκευασιών βρίσκεται στο ίδιο του το υλικό το οποίο είναι πολύ βαρύ και εύθραυστο καθιστώντας το δύσκολο στην μεταφορά του και χρειάζεται ειδική μεταχείριση και προστασία, τόσο για την μεταφορά του στα καταστήματα χοντρικής και λιανικής όσο και από τους αγοραστές.<sup>4</sup>

4: <https://ecan-consultants.com/ta-pleonektimata-tis-gyalinis-syskevasias/>



Εικόνα 8: Γυάλινα μπουκάλια



Εικόνα 9: Διάφορα γυάλινα μπουκάλια

## 1.4 Συσκευασίες

Η συσκευασία διαδραματίζει κεντρικό ρόλο στο marketing, καθώς είναι ένα από τα πρώτα στοιχεία που επηρεάζουν την απόφαση αγοράς των καταναλωτών. Αποτελεί την πρώτη εντύπωση που έχει κάποιος για το προϊόν, κάτι που την καθιστά εξαιρετικά σημαντική. Μια καλά σχεδιασμένη συσκευασία μπορεί να προσελκύσει την προσοχή του καταναλωτή, κάνοντας το προϊόν να ξεχωρίζει από τον ανταγωνισμό και αυξάνοντας τις πιθανότητες αγοράς. Η συσκευασία είναι επίσης ένα μέσο μέσω του οποίου οι εταιρείες προβάλλουν την ταυτότητα της μάρκας τους. Τα χρώματα, τα σχέδια και τα υλικά που χρησιμοποιούνται πρέπει να συνάδουν με τις αξίες και την προσωπικότητα της μάρκας, δημιουργώντας μια συνεπή εικόνα που ενισχύει τη σχέση με τον καταναλωτή. Μια μοναδική και αναγνωρίσιμη συσκευασία μπορεί να διαφοροποιήσει το προϊόν από τα υπόλοιπα στην αγορά, καθιστώντας το πιο ελκυστικό.



Εικόνα 10: Συσκευασίες Πάστα

5: <https://pgs.com.gr/recyclclass-publishes-sorting-protocol-for-plastic-packaging>

Επιπλέον, η συσκευασία έχει πρακτική σημασία, καθώς προστατεύει το προϊόν κατά τη μεταφορά και την αποθήκευση, διασφαλίζοντας ότι φτάνει στον καταναλωτή σε άριστη κατάσταση. Ειδικά για προϊόντα όπως τρόφιμα ή καλλυντικά, η συσκευασία μπορεί να συμβάλει στη διατήρηση της φρεσκάδας και της ποιότητας, κάτι που είναι κρίσιμο για την εμπιστοσύνη των καταναλωτών. Τέλος, η συσκευασία λειτουργεί και ως εργαλείο επικοινωνίας και προώθησης. Παρέχει βασικές πληροφορίες για το προϊόν, όπως τη σύνθεση και τις οδηγίες χρήσης, ενώ μπορεί να τονίσει τα πλεονεκτήματα ή να προσφέρει προωθητικές ενέργειες. Επιπλέον, μια συσκευασία που προκαλεί συναισθήματα ή είναι κατασκευασμένη από βιώσιμα υλικά, μπορεί να ενισχύσει την εικόνα της μάρκας και να προσελκύσει συνειδητοποιημένους καταναλωτές. Συνολικά, η συσκευασία δεν είναι απλώς ένα προστατευτικό μέσο, αλλά ένα ισχυρό εργαλείο marketing που ενισχύει την αξία του προϊόντος και τη σχέση του με τον καταναλωτή.<sup>5</sup>



Εικόνα 11: Συσκευασίες

## 1.5 Άλλες Εταιρείες

Παρακάτω βλέπουμε ετικέτες από άλλες εταιρείες λαδιού, κάθε μία εταιρεία βασίζεται πάνω στον πιο απλό σχεδιασμό.

Στην εικόνα 10 βλέπουμε την εταιρεία AGERA. Η ετικέτα της Agéras αποπνέει κομψότητα με το λευκό φόντο και μαύρα γράμματα. Το λογότυπο με την απεικόνιση της ελιάς είναι παραδοσιακό και ταυτόχρονα μοντέρνο, ενισχύοντας την ελληνική ταυτότητα του προϊόντος. Η καθαρή διάταξη της ετικέτας διευκολύνει την ανάγνωση, καθιστώντας το ελαιόλαδο ελκυστικό και προσίτο στους καταναλωτές.

Για την εικόνα 11 της εταιρείας Clearspring διακρίνεται για τον μινιμαλιστικό και καθαρό σχεδιασμό της. Οι ετικέτες είναι ελκυστικές και εύκολα αναγνωρίσιμες, με σαφείς ενδείξεις των προϊόντων τους. Χρησιμοποιούν διαφορετικά χρώματα για κάθε τύπο λαδιού (κόκκινο για το σησαμέλαιο, μπλε για το Omega και πράσινο για το ελαιόλαδο), διευκολύνοντας τους καταναλωτές να διακρίνουν τις επιλογές τους. Η αναγραφή των όρων “Unrefined” και “First Cold Pressing” ενισχύει την αίσθηση της ποιότητας και της φυσικότητας.

Στην εικόνα 12 βλέπουμε την σειρά Etesian Gold που αποπνέει μινιμαλιστική κομψότητα, με καθαρές γραμμές και λιτή αισθητική που προβάλλει ένα μοντέρνο και εκλεπτυσμένο προϊόν. Η χρήση τριών διαφορετικών χρωμάτων (μαύρο, λευκό, χρυσό) προσφέρει μια αίσθηση ποιότητας. Ο απλός σχεδιασμός εστιάζει την προσοχή του καταναλωτή στο προϊόν και την προέλευσή του, αποφεύγοντας περιττά οπτικά στοιχεία που μπορεί να αποσπάσουν την προσοχή. Αυτές οι σχεδιαστικές επιλογές ενισχύουν τη θέση της Etesian Gold στην αγορά των premium ελαιολάδων και προσελκύουν ένα εκλεπτυσμένο κοινό.



Εικόνα 12: Εταιρεία agera



Εικόνα 13: Εταιρεία Clearspring



Εικόνα 14: Εταιρεία Etesian

Στην εικόνα 13 παρουσιάζεται η εταιρεία Graza. Η ετικέτα της προβάλλει μια φρέσκια και παιχνιδιάρικη προσέγγιση, με έντονα χρώματα και γραφικά που τραβούν την προσοχή. Το σχήμα της φιάλης και οι απλές γραμμές της ετικέτας προσφέρουν μια μοντέρνα αίσθηση, ενώ η πληροφορία για τη “Sizzle” προτείνει μια μοναδική εμπειρία χρήσης. Αυτή η δυναμική παρουσίαση ενθαρρύνει τους καταναλωτές να το δοκιμάσουν και να το ενσωματώσουν στη μαγειρική τους, κάνοντάς το ελκυστικό για νέους καταναλωτές που αναζητούν καινοτομία.

Για την εταιρεία Cretan Mythos στην εικόνα 14 η ετικέτα της παρουσιάζει μια καθαρή και μοντέρνα εμφάνιση, με μαυρόασπρες γραμμές και χαρακτηριστικά φρέσκα αρώματα που συνδέονται με την Κρητική παράδοση. Το διαχωρισμένο σχέδιο ανά γεύση (βασιλικός, δεντρολίβανο, λεμόνι, μανταρίνι) προσφέρει ευκολία στην αναγνώριση, κάνοντάς το ελκυστικό για τους καταναλωτές που αναζητούν ποικιλία. Οι απλές γραμματοσειρές και οι φυσικοί χρωματικοί τόνοι προσθέτουν στην αίσθηση φρεσκάδας και ποιότητας.



Εικόνα 15: Εταιρεία Graza



Εικόνα 16: Εταιρεία Cretan Mythos

Η εταιρεία στην εικόνα 15 είναι η San Marco. Η ετικέτα του ελαιολάδου San Marco παρουσιάζει ένα εξαιρετικά καλογραμμένο και ελκυστικό σχεδιασμό. Η συνοχή στη γραμματοσειρά, τα χρώματα και τη διάταξη των στοιχείων δημιουργεί μια αίσθηση επαγγελματισμού και αναγνωρισιμότητας. Η χρήση απαλών, γήινων χρωμάτων και η επιλογή μιας κομψής γραμματοσειράς συμβάλλουν στην ανάδειξη της φυσικής προέλευσης και της υψηλής ποιότητας του προϊόντος.

Στην συνέχεια βλέπουμε στην εικόνα 16 την εταιρεία Greenolia. Η ετικέτα της σειράς ελαιολάδων Greenolia ξεχωρίζει για την απλότητα, την αισθητική της και την αποτελεσματική επικοινωνία της. Η χρήση διαφορετικών χρωμάτων φόντου για κάθε ποικιλία δημιουργεί μια οπτική ιεραρχία και διευκολύνει τον καταναλωτή να διακρίνει τις επιλογές του. Τα απλά, αλλά ταυτόχρονα ιδιαίτερα γραφικά με τις ανθρώπινες φιγούρες σε συνδυασμό με στοιχεία της φύσης (ελιά, θάλασσα) προσδίδουν μια αίσθηση χαράς, υγείας και φυσικότητας, στοιχεία που συνδέονται άμεσα με το προϊόν.

Και τέλος στην εικόνα 17 η εταιρεία Oliva. Η ετικέτα της αποπνέει μια αίσθηση κλασικής κομψότητας και ποιότητας. Η χρωματική παλέτα, με το κυρίαρχο χρυσό και το μαύρο, δημιουργεί μια αντίθεση που τραβάει το βλέμμα και προσδίδει μια αίσθηση πολυτέλειας. Η απλή, αλλά κομψή γραμματοσειρά ενισχύει αυτή την εντύπωση και κάνει την ετικέτα εύκολα αναγνωρίσιμη.



Εικόνα 17: Εταιρεία San Marco



Εικόνα 18: Εταιρεία Greenolia



Εικόνα 19: Εταιρεία Oliva

# ΕΝΟΤΗΤΑ 2η

## Λογότυπο

---

- 2.1 Ιδέα
- 2.2 Λογότυπο
- 2.3 Τελικό Λογότυπο
- 2.4 Guidelines του Λογοτύπου
- 2.5 Κανόνες εφαρμογής
- 2.6 Χρώματα
- 2.7 Παλέτα Χρωμάτων



## 2.1 Ιδέα

Η συλληψη αυτής της ιδέας έγινε κατόπιν έρευνας της εγχώριας ελληνικής αγορά και τον τρόπο που παρουσιάζει η συγκεκριμένη εταιρεία αλλά και άλλες, αυτά τα προϊόντα. Μέσω της σύγκρισης αυτής βγήκε το συμπέρασμα ότι τα χρώματα που χρησιμοποιεί η GAEA στις περισσότερες συσκευασίες της δεν ενισχύουν την προσπάθεια αναδειξής της. Τα κύρια χρώματα που έχει η εταιρεία αποτελούνται από πορτοκαλί και την απόχρωση του μαύρου. Για αυτόν τον λόγο, στόχος είναι να δημιουργηθεί μία νέα όψη για την εταιρεία και να δώσει μία νέα δυναμική στα προϊόντα.

Αφού έγιναν αυτές οι παρατηρήσεις σε άλλες εταιρείες, όπως αναλύθηκαν και πιο πάνω, και πως θα μπορούσε να εφαρμοστούν παρόμοια στοιχεία στα προϊόντα της GAEA με στόχο την ανάδειξη της, άρχισε ο νέος σχεδιασμός για την ανανέωση της εταιρείας.

6: [https://greek\\_greek.en-academic.com/30404/%CE%B3%CE%B1%CE%AF%CE%B1](https://greek_greek.en-academic.com/30404/%CE%B3%CE%B1%CE%AF%CE%B1)

Η ονομασία της εταιρείας βασίζεται πάνω στην αρχαία ελληνική θεότητα Γαία. Η Γαία είναι η προσωποποίηση της Γης στην ελληνική μυθολογία, θεωρείται μητέρα όλων των θεών και των ανθρώπων. Στην κοσμογονία, αναγνωρίζεται ως μία από τις πρώτες θεότητες, που γέννησε τον Ουρανό, τα βουνά και τις θάλασσες. Συχνά απεικονίζεται ως μια γόνιμη γυναίκα, σύμβολο της ζωής και της φύσης.<sup>6</sup>



Εικόνα 20: Θεότητα Γαία

## 2.2 Λογότυπο

Μετά από την έρευνα πάνω σε άλλα λογότυπα και στα υπάρχον λογότυπα της εταιρείας, ο σχεδιασμός για το νέο λογότυπο είναι η προσέγγιση της εταιρείας με βάση την ελιάς και το λάδι που παράγει και βασιζόμενη στο κύριο προϊόν της ελληνικής γης που προωθεί η εταιρεία τόσο στην Ελλάδα όσο και στο εξωτερικό, το νέο λογότυπο θα αφορά την απεικόνιση του ελαιόδεντρου.

Άλλωστε, το πρώτο προϊόν που η εταιρεία παρήγαγε το 1995 ήταν ελιές και λάδι, άρα η αλλαγή αυτή φέρνει την εταιρεία πίσω στις ρίζες της.

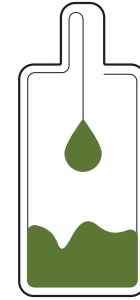


Εικόνα 21: Ελαιόδεντρο

## Προσχέδια

Μια από τις πρώτες ιδέες για λογότυπο ήταν ο σχεδιασμός ενός μπουκαλιού και το όνομα της εταιρείας να γράφεται από κάτω. Μία απλή ιδέα για να φέρει μια πιο μοντέρνα αίσθηση στην εταιρεία. Σε αυτό το λογότυπο υπήρξε πρόβλημα με τον σχεδιασμό του μπουκαλιού σε σμίκρυνση και στην τοποθέτηση πάνω στις συσκευασίες.

Στο κάτω το σχέδιο ακολουθεί την ίδια λογική με το προηγούμενο με την διαφορά ότι το σήμα άλλαξε σε κυκλικό με ένα δέντρο ελιάς στο κέντρο. Η ιδέα για το δέντρο κρατήθηκε και στα επόμενα σχέδια.



GAEA

Εικόνα 22: Προσχέδιο λογότυπου 1



GAEA

Εικόνα 23: Προσχέδιο λογότυπου 2

Για αυτό το λογότυπο έγινε σύνδεση με το όνομα της εταιρείας και του σήματος και έγινε όλο μαζί το λογότυπο.

Στο κάτω λογότυπο έγινε αλλαγή στην σχεδίαση του δέντρου. Ξανά έγινε αλλαγή αργότερα γιατί το δέντρο ήταν αρκετά λεπτό για την χρήση του λογότυπού.

Το λογότυπο σχεδιάστηκε με το λεκτικό χωρισμένο σε δύο συλλαβές, τοποθετώντας τα γράμματα κατάλληλα. Η τελική μορφή του λογότυπου ακολουθεί κάθετη διάταξη, με προσαρμογή της γραμματοσειράς. Το σύμβολο τοποθετείται μέσα σε κύκλο, ενσωματωμένο στο σχέδιο



Εικόνα 24: Προσχέδιο λογότυπου 3



Εικόνα 25: Προσχέδιο λογότυπου 4

Τέλος, τα δύο αυτά λογότυπα προήλθαν από διαφορετικές δημιουργικές ιδέες, καθεμία με τη δική της ξεχωριστή κατεύθυνση. Ωστόσο, λόγω του ότι οι προτάσεις βασίστηκαν σε ιδιαίτερα απλοποιημένα σχέδια, δεν προχώρησαν περαιτέρω στη φάση της ανάπτυξης. Αν και η λιτότητα μπορεί να προσδίδει έναν σύγχρονο και καθαρό χαρακτήρα, τα λογότυπα δεν κατάφεραν να αποδώσουν τη μοναδικότητα ή την ταυτότητα που αναζητούσαμε. Επομένως, κρίθηκε απαραίτητο να επανεξεταστούν για να αναπτυχθούν με περισσότερες λεπτομέρειες ή στοιχεία που θα τους προσδώσουν μεγαλύτερο ενδιαφέρον και λειτουργικότητα.



Εικόνα 26: Προσχέδιο λογότυπου 5



Εικόνα 27: Προσχέδιο λογότυπου 6

## 2.3 Τελικό Λογότυπο

### 2.3.1 Σήμα

Η σχεδίαση του λογοτύπου έγινε με τη δημιουργία του σήματος. Το σήμα το οποίο σχεδιάστηκε έγινε με βάση την μορφή ελαιόδεντρου.

Η σχεδίαση που έγινε είναι απλή με γραμμές για να αποδώσουν την μορφή του δέντρου και σχεδιάστηκαν μικρά φύλλα. Τέλος το περιλαμβάνει κύκλος για να ενώσει τον σχεδιασμό.

Το σήμα αυτό περιλαμβάνει σημαντικό κομμάτι για το νέο λογότυπο.



Εικόνα 28: Σήμα

### 2.3.2 Λογότυπο

Για την δημιουργία του λογοτύπου σχεδιάστηκε για αρχή ένα σήμα που δείχνει ένα ελαιόδεντρο σε απλοποιημένη μορφή.

Στην συνέχεια χρησιμοποιήθηκε το όνομα της εταιρείας για να ολοκληρωθεί, τα γράμματα τοποθετήθηκαν σε σχήμα τετραγώνου και το σήμα μπήκε στην μέση.

Παρακάτω βλέπουμε το τελικό αποτέλεσμα.



Εικόνα 29: Σήμα μικρό

ΓΑ  
ΕΑ

Εικόνα 30: Λεκτικό

Στην εικόνα βλέπουμε το τελικό λογότυπο της εταιρείας.

Έχει χρησιμοποιηθεί μονοχρωμία είτε σε μαύρο είτε σε λευκό. Εξαρτάται την επιφάνεια που θα τοποθετηθεί το λογότυπο. Η σχεδίαση του τελικού λογοτύπου βασίζεται σε κάποια από τα προσχέδια που είδαμε πιο πάνω. Απλοποιημένος σχεδιασμός σε τετράγωνο σχήμα και το σήμα στην μέση που απεικονίζει δέντρο ελιάς.

Το σήμα μπορεί να χρησιμοποιηθεί και μόνο του σε μικρά προϊόντα αν χρειαστεί ή για αυτοκόλλητα και κάποιο pattern.



Εικόνα 31: Τελικό λογότυπο μαύρο

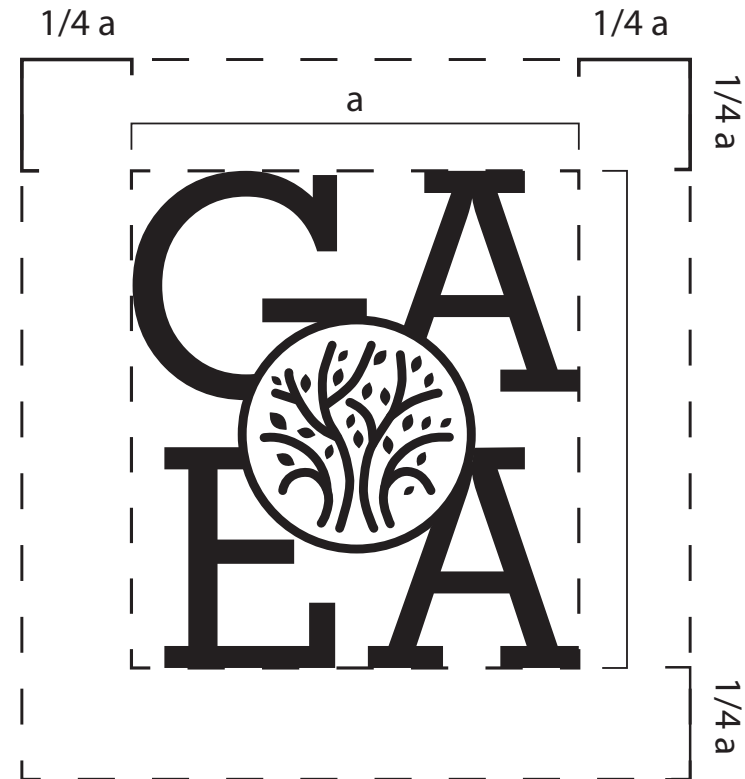


## 2.4 Guidelines του λογοτύπου

Για την σωστή χρήση του λογοτύπου θα πρέπει να υπάρξουν σωστές αποστάσεις για να αναδυχθεί.

Το σχήμα του λογοτύπου είναι σχεδόν ενός τετραγώνου, για την σωστή απόσταση υπολογίζουμε ότι θα είναι το  $1/4$  της πλευράς  $a$ , δηλαδή το  $1/4 a$ . Ο κανόνας αυτός ισχύει για κάθε πλευρά.

Τέλος η μεγαλύτερη σμίκρυνση που μπορεί να γίνει στο λογότυπο είναι μέχρι 2 cm, αν σμικρυνθεί περισσότερο θα γίνει αλλίωσει του λογοτύπου και θα χαθούν τα στοιχεία του.



Εικόνα 32: Guidelines



Εικόνα 33: Σμίκρυνση

## 2.5 Κανόνες εφαρμογής

Για αρχή το λογότυπο δεν πρέπει να χρησιμοποιείται μόνο με περίγραμμα, καθώς δεν αναδεικνύεται το λογότυπο.

Στην συνέχεια το λογότυπο θα χρησιμοποιεί τα χρώματα λευκού και μαύρου, οι αποχρώσεις του γκρι δεν υποστηρίζονται από το λογότυπο.



Εικόνα 34: Λογότυπο με περίγραμμα



Εικόνα 35: Λογότυπο με γκρι αποχρώσεις

Δεν θα πρέπει να υπάρχουν άλλες αποχρώσεις πέρα από αυτά που έχουν τεθεί.

Δίπλα βλέπουμε μερικά παραδείγματα.



Εικόνα 36: Λογότυπο με κίτρινο – καφέ



Εικόνα 37: Λογότυπο με κόκκινο – μωβ



Εικόνα 38: Λογότυπο με λαχανί – πράσινο



Εικόνα 39: Λογότυπο με ανοικτό μωβ - μπλέ

Τέλος στο λογότυπο πρέπει να υπάρχουν πάντα η σωστές αναλογίες και να μην συμπιέζεται κάθετα ή πλάγια.



Εικόνα 40: Λογότυπο με μεγαλύτερο πάχος



Εικόνα 41: Λογότυπο με μεγαλύτερο ύψος

## 2.6 Χρώματα

- **Χρωματική παλέτα λογότυπου**

Η χρωματική παλέτα του λογότυπου αποτελείται από το λευκό ως κύριο χρώμα που θα χρησιμοποιήτε πιο συχνά και ως δευτερεύον το μαύρο.

Επίσης το λογότυπο θα αναδεικνύεται μέσω της επιφάνειας που θα υπάρχει πάνω στα προϊόντα και σε άλλα κομμάτια της εταιρικής ταυτότητας, που θα δούμε παρακάτω.

- **Παλέτα χρωμάτων**

Στην εικόνα 43 υπάρχουν τα χρώματα που χρησιμοποιήθηκαν για τα προϊόντα, για τις αφίσες και οποιοδήποτε άλλο προωθητικό μέσο.



White  
#ffff

C: 0%  
Y: 0%  
M: 0%  
K: 0%

Εικόνα 42: Λογότυπο λευκό χρώμα



Black  
#0000

C: 91%  
Y: 79%  
M: 62%  
K: 97%

Εικόνα 43:  
Λογότυπο μαύρο  
χρώμα

- Χρωματική Παλέτα



# ΕΝΟΤΗΤΑ 3η

## Τυπογραφία

---

3.1 GeoSlab703 Md BT

3.2 Century Gothic

3.3 Book Antiqua

### 3.1 GeoSlab703 Md BT

Η γραμματοσειρά GeoSlab703 Md BT είναι μια εντυπωσιακή και χαρακτηριστική slab serif γραμματοσειρά που συνδυάζει την παραδοσιακή αισθητική με μια μοντέρνα και στιβαρή εμφάνιση. Η GeoSlab703 Md BT ανήκει στην οικογένεια γραμματοσειρών GeoSlab703, η οποία διακρίνεται για τα παχιά, τετράγωνα τελειώματα των γραμμάτων της (slab serifs), τα οποία προσδίδουν μια έντονη και δυναμική αίσθηση στο κείμενο. Η συγκεκριμένη γραμματοσειρά είναι ιδανική για χρήση σε επικεφαλίδες, λογότυπα, πινακίδες και άλλες εφαρμογές όπου απαιτείται έντονη ορατότητα και αναγνωσιμότητα. Το στιβαρό στυλ της την καθιστά κατάλληλη για projects που θέλουν να μεταδώσουν σταθερότητα και αξιοπιστία

**GeoSlab703 Md BT**

*GeoSlab703 Md BT*

**GeoSlab703 Md BT**

*GeoSlab703 Md BT*

**Aa Bb Cc Dd Ee**

**123456**



## 3.2 Century Gothic

Η Century Gothic είναι μια δημοφιλής sans-serif γραμματοσειρά που ξεχωρίζει για τον κομψό και μοντέρνο της σχεδιασμό. Αναπτύχθηκε από τη Monotype Imaging το 1991 και αποτελεί μια εξέλιξη της κλασικής γραμματοσειράς ITC Avant Garde, διατηρώντας όμως μια πιο φιλική και ανοιχτή αισθητική. Η γραμματοσειρά αυτή χρησιμοποιείται ευρέως σε εταιρική ταυτότητα, τίτλους, και σχεδιασμό ιστοσελίδων, καθώς προσφέρει μια αίσθηση μοντερνισμού και φινέτσας. Είναι μια από τις πιο γνωστές και εύκολα αναγνωρίσιμες γραμματοσειρές, που επιτυγχάνει την ιδανική ισορροπία μεταξύ κομψότητας και λειτουργικότητας.

Century Gothic

*Century Gothic*

**Century Gothic**

***Century Gothic***

Aa Bb Cc Dd Ee

123456

### 3.3 Book Antiqua

Η Book Antiqua είναι μια γραμματοσειρά serif που αναπτύχθηκε από τη Monotype Corporation και κυκλοφόρησε το 1990. Σχεδιασμένη για να συνδυάζει την αισθητική κλασικών τύπων με την αναγνωσιμότητα σύγχρονων γραμματοσειρών, η Book Antiqua αντλεί έμπνευση από την Palatino, την εμβληματική γραμματοσειρά του Hermann Zapf. Έχει σχεδιαστεί για να προσφέρει μια ισχυρή, κομψή εμφάνιση που είναι ιδανική για μακροχρόνια ανάγνωση, κάνοντάς την κατάλληλη για βιβλία, ακαδημαϊκά κείμενα και επαγγελματικά έγγραφα.

Book Antiqua

*Book Antiqua*

**Book Antiqua**

*Book Antiqua*

# ΕΝΟΤΗΤΑ 4η

## Εταιρική Ταυτότητα

---

4.1 Επαγγελματική κάρτα

4.2 Επιστολόχαρτο

4.3 Φάκελος

4.4 Pattern

4.5 Mock up

## 4.1 Επαγγελματική κάρτα

Η επαγγελματική κάρτα έχει διαστάσεις 8 x 6 cm , με οριζόντια διάταξη. Η σχεδίαση της κάρτα έγινε στο Adobe Illustrator και εκτυπώνεται σε Mat χαρτί στα 210 γρ.

Τα στοιχεία που αναγράφονται πάνω στην κάρτα είναι το λογότυπο της εταιρείας, το όνομα της, τη διεύθυνση της, τα στοιχεία επικοινωνίας, το site και ένα QR code για επιπλέον πληροφορίες.

Τα χρώματα της κάρτα που επιλέχθηκαν είναι αποχρώσεις του πράσινου, τα οποία ταιριάζουν με την εταιρεία και τον χαρακτήρα της.



Εικόνα 45: Επαγγελματική κάρτα

## 4.2 Επιστολόχαρτο

Το επιστολόχαρτο είναι ένα σημαντικό κομμάτι της εταιρικής ταυτότητας, καθώς προσφέρει μια ιδιαίτερη επικοινωνία.

Οι διαστάσεις είναι A4 (21x29,7 cm), ένα μέγεθος για να παρέχει ευκολία στην ανάγνωση.

Στο επιστολόχαρτο γράφονται πληροφορίες για την εταιρεία, η τοποθεσία, το τηλέφωνο, το email και το site της.



Όνομα παραλήπτη

Η ΓΑΕΑ, ιδρύθηκε το 1995 στην Ελλάδα, με σκοπό να διαδώσει την αυθεντική γεύση και ποιότητα της μεσογειακής διατροφής σε όλο τον κόσμο. Η εταιρεία πήρε το όνομά της από την αρχαία θεά Γαία, τη μητέρα-Γη, συμβολίζοντας την αφοσίωσή της στη φύση και τα φυσικά προϊόντα.

Από την αρχή, η ΓΑΕΑ επικεντρώθηκε στη δημιουργία προϊόντων με βάση την παράδοση και την ποιότητα, συνδυάζοντας τις αρχαίες ελληνικές πρακτικές με τις σύγχρονες τεχνολογίες. Στόχος της είναι να προσφέρει στους καταναλωτές αγνά, γευστικά και υγιεινά προϊόντα, πιστά στις αρχές της μεσογειακής διατροφής, η οποία έχει αναγνωριστεί παγκοσμίως για τα οφέλη της στην υγεία. Η ΓΑΕΑ ξεκίνησε με την παραγωγή ελαιολάδου εξαιρετικής ποιότητας και γρήγορα επεκτάθηκε σε άλλες κατηγορίες προϊόντων, όπως ελιές, μεσογειακά σνακ, σάλτσες και παραδοσιακά νπιτ. Τα προϊόντα της παράγονται από προσεκτικά επιλεγμένες πρώτες ύλες, πολλές από τις οποίες προέρχονται από μικρούς Έλληνες παραγωγούς, που ακολουθούν φιλικές προς το περιβάλλον καλλιεργητικές πρακτικές.

Με εκτίμηση  
Όνομα

48 Αρματολών & Κλεφτών  
114 71 Αθήνα, Ελλάδα  
τηλ: +30 2109330595  
email: info@gaea.gr  
www.gaea.gr



Εικόνα 46:  
Επιστολόχαρτο

## 4.3 Φάκελος

Ο φάκελος έχει διαστάσεις 22 x 12 cm, έχει σχεδιαστεί στο illustartor. Σε Mat χαρτί 150 γρ.

Περιλαμβάνεται στον φάκελο το λογότυπο της εταιρείας καθώς και η διεύθυνση της. Μέσα σε κάθε φάκελο περιλαμβάνεται το επιστολόχαρτο A4 και η επαγγελματική κάρτα.

Δίπλα βλέπουμε την σχεδίαση του φακέλου καθώς παρατηρείται πως εσωτερικά έχει εφαρμοστεί το pattern που θα παρουσιαστεί στην συνέχεια.



Εικόνα 47: Φάκελος

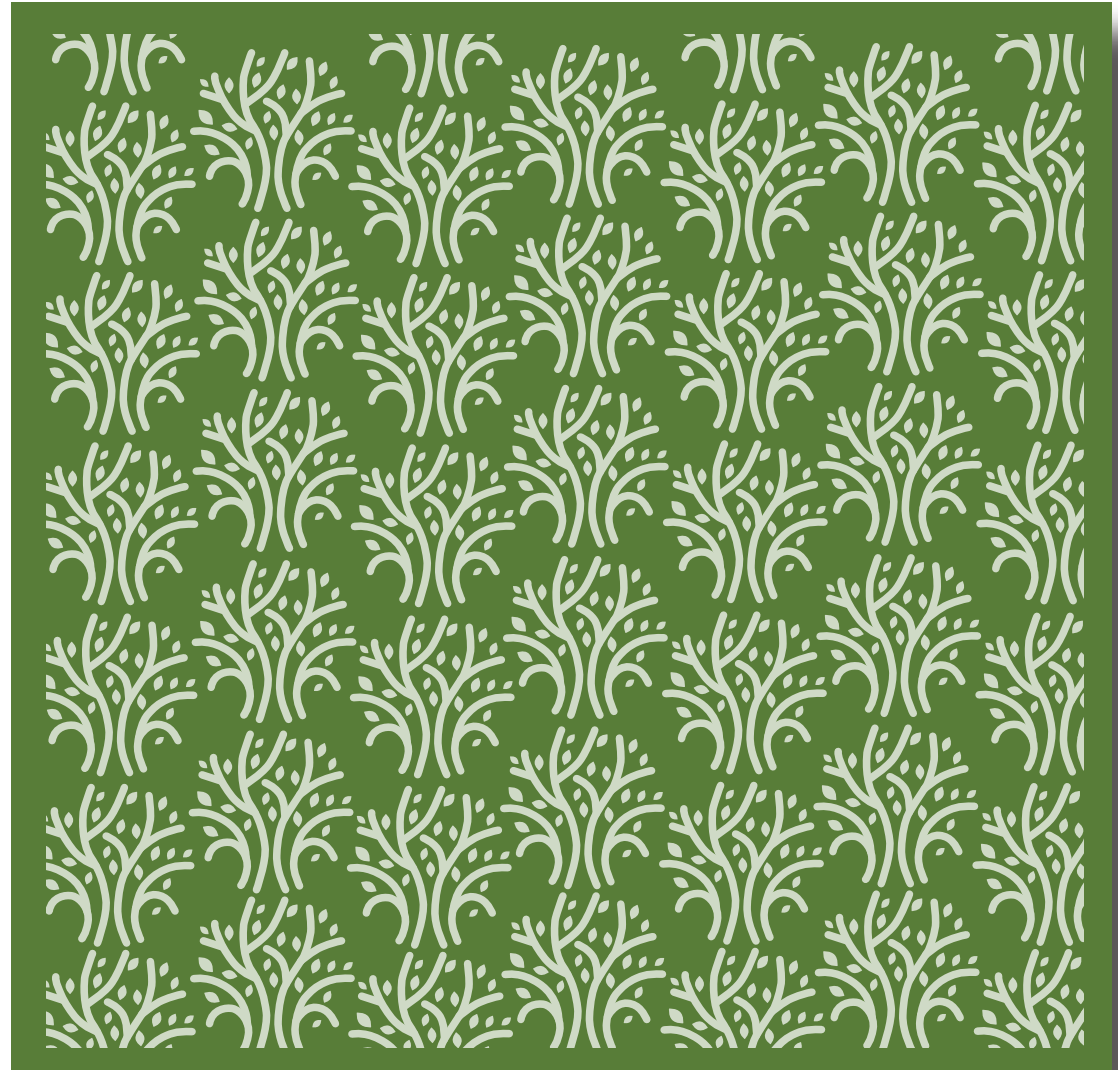


Εικόνα 48: Ανάπτυγμα

## 4.4 Pattern

Για τον σχεδιασμό του pattern χρησιμοποιήθηκε το σήμα από το λογότυπο το οποίο είναι το ελαιόδεντρο που υπάρχει στο κέντρο από το λογότυπο.

Το συγκεκριμένο pattern θα χρησιμοποιείται για επιφάνειες όπως στον φάκελο που είδαμε. Άλλες χρήσεις που μπορούν να γίνουν είναι στα εσωτερικά από σακούλες ή κουτιά.



Εικόνα 49: Pattern

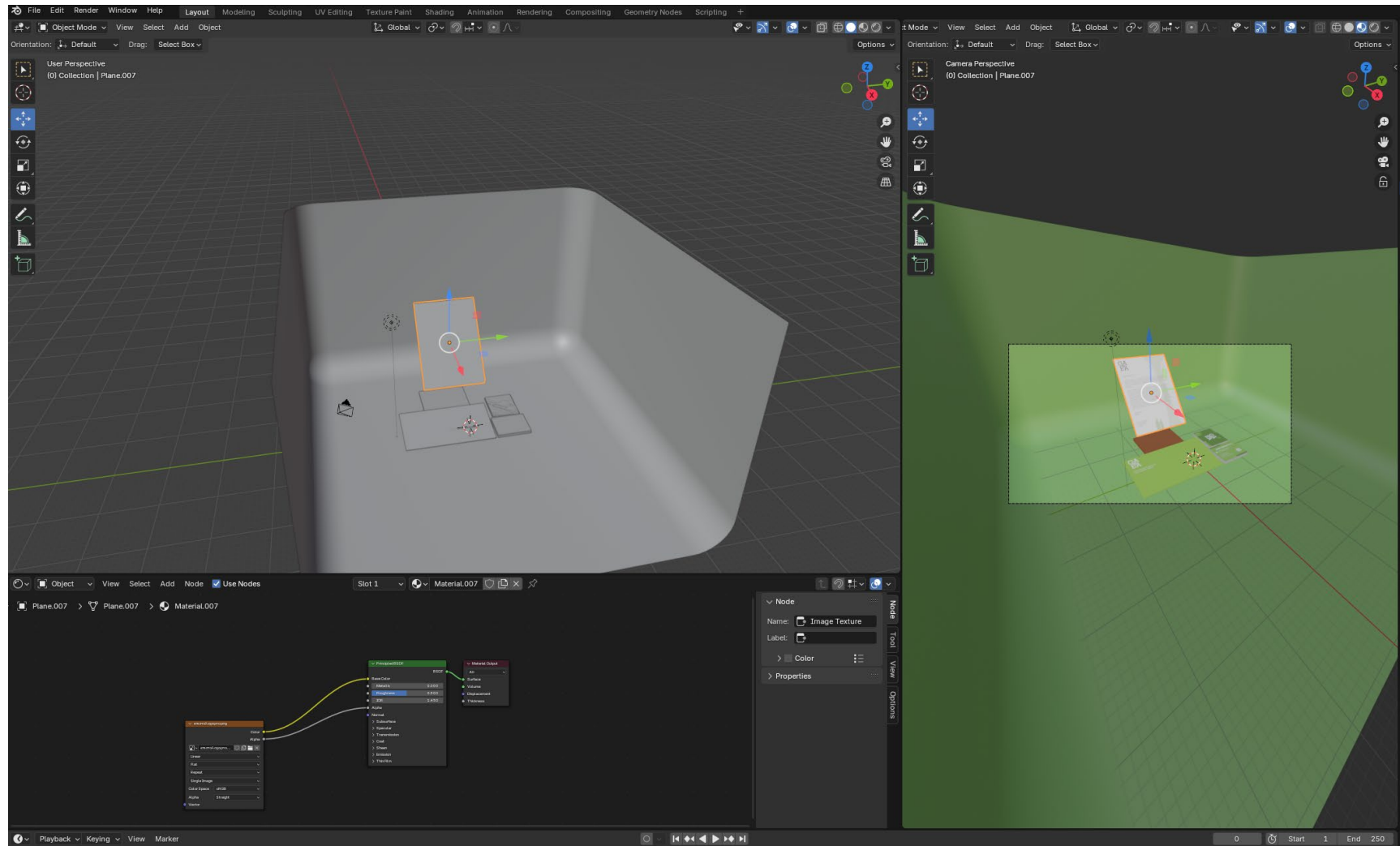


## 4.5 Mock up εντυπης ύλης



Εικόνα 50: Mock up έντυπης ύλης

Το mock up για την έντυπη έγινε μέσα από την εφαρμογή 3D Blender.  
Για να αναδείχθούν τα σχέδια.



Εικόνα 51: Σχεδιασμός έντυπης ύλης στο blender

# ΕΝΟΤΗΤΑ 5η

## Συσκευασίες

---

5.1 Σχεδιασμός των  
συσκευασιων

5.2 Mock up

5.3 Εικονίδια

## 5.1 Σχεδιασμός των συσκευασιών

Παρακάτω θα παρουσιαστούν τα νέα σχέδια που έγιναν στις ετικέτες για τα προϊόντα της εταιρείας. Οι αλλαγές έγιναν σε τρία λάδια, δύο ελιές, δύο ξύδια, δύο σάλτσες και δύο πάστες.

- **Λάδια**

Τα λάδια έχουν διάμετρο 8,3 cm και ύψος 29,8 cm. Η χωρητικότητα που προσφέρει το μπουκάλι είναι 1 Λίτρο.

- **Ξύδια**

Τα ξύδια έχουν διάμετρο 5 cm και ύψος 24 cm. Η χωρητικότητά του μπουκαλιού είναι 250 ml.

- **Ελιές και Σάλτσες**

Το βαζάκι για τις ελιές και για τις σάλτσες έχουν διάμετρο 8 cm και ύψος 16 cm. Η χωρητικότητά είναι 280 γρ.

- **Πάστες**

Το βαζάκι για τις πάστες έχουν διάμετρο 6 cm και ύψος 8 cm. Η χωρητικότητά είναι 125 γρ.

Στον σχεδιασμό που έγινε για τις ετικέτες η ιδέα και το χρώμα για κάθε προϊόν προέρχεται από τα υλικά που περιέχονται μέσα στα προϊόντα. Επίσης παρατηρούνται δύο διαγώνιες γραμμές οι οποίες προσφέρουν μία επιπλέον ταυτότητα στην εταιρεία. Επίσης προσδίδουν μία κίνηση και ταχύτητα.

Όλα τα σχέδια για τις ετικέτες έγιναν στο Adobe Illustrator. Στο χαρτί που θα εκτυπωθούν είναι 210 γρ Mat.

Πάνω στις ετικέτες υπάρχει το λογότυπο, πληροφορίες για το τι περιέχει το κάθε προϊόν και οτιδήποτε άλλο χρειάζεται για να ενημερωθεί ο καταναλωτής.

Για τον σχεδιασμό για τις νέες ετικέτες έγινε μια πιο απλή προσέγγιση και χρησιμοποιήθηκαν έντονα χρώματα

• Λάδια

26 cm

ΚΑΛΑΜΑΤΑ

Π.Ο.Π

ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΕΝ ΨΥΧΡΩΝ  
ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΟ ΠΑΡΘΕΝΟ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟ




Συσκευάζεται από την εταιρεία:  
**ΓΑΙΑ ΤΡΟΦΙΜΑ Α.Β.Ε.Ε.** 30100 Αγρίνιο  
Ελλάδα info@gaea.gr www.gaea.gr

ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΑ ΠΑΡΘΕΝΟ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟ  
ΚΑΛΑΜΑΤΑΣ

Ελαιόλαδο ανωτέρας κατηγορίας που παράγεται απευθείας από ελιές & μόνο με μηχανικές μεθόδους.  
Ποικιλία : Κορωνέικη / Αθηνολία Ελληνικό προϊόν

ΔΙΑΤΡΟΦΙΚΗ ΔΗΛΩΣΗ ανα 100g προϊόντος	ΠΟΙΟΤΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΗΣΤΙΚΑ
Ενέργεια 396 kJ/95 kcal	Οξύτητα έως 0.8 %
Λιπαρά 7.5g	Υπεροξείδια έως 20meqO <sub>2</sub> /kg
εκ των οποίων κορεσμένα 1.1g	Κηροί έως 150mg/kg
Υδατάνθρακες 5.2g	Απορρόφηση στο υπερόδες
εκ των οποίων σάκχαρα 4.6g	K270 έως 0.22
Πρωτεΐνες 1.6g	K232 έως 2.50
Αλάτι 0.9g	ΔΚ έως 0.01

Καθαρό βάρος : 1lt



16 cm

Εικόνα 52: Ετικέτα λάδι Καλαμάτα

53

26 cm



16 cm

Εικόνα 53: Ετικέτα λάδι Σητεία

26 cm

**AUTHENTIC**  
  
**GREEK**

ΛΑΚΩΝΙΑ

Π.Γ.Ε

ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΕΝ ΨΥΧΡΩΝ  
ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΟ ΠΑΡΘΕΝΟ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟ




Συσκευάζεται από την εταιρεία:  
**ΓΑΙΑ ΤΡΟΦΙΜΑ Α.Β.Ε.Ε.** 30100 Αγρίνιο  
 Ελλάδα info@gaea.gr www.gaea.gr

ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΑ ΠΑΡΘΕΝΟ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟ  
ΛΑΚΩΝΙΑΣ

Ελαιόλαδο ανωτέρας κατηγορίας που παράγεται απευθείας από ελιές & μόνο με μηχανικές μεθόδους.  
 Ποικιλία : Κορωνέικη / Αθηνολία Ελληνικό προϊόν

ΔΙΑΤΡΟΦΙΚΗ ΔΗΛΩΣΗ ανα 100g προϊόντος	ΠΟΙΟΤΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΗΣΤΙΚΑ
Ενέργεια 396 kJ/95 kcal	Οξύτητα έως 0.8 %
Λιπαρά 7.5g	Υπεροξείδια έως 20meqO <sub>2</sub> /kg
εκ των οποίων κορεσμένα 1.1g	Κηροί έως 150mg/kg
Υδατάνθρακες 5.2g	Απορρόφηση στο υπέροδες
εκ των οποίων σάκχαρα 4.6g	K270 έως 0.22
Πρωτεΐνες 1.6g	K232 έως 2.50
Αλάτι 0.9g	ΔΚ έως 0.01

Καθαρό βάρος : 1lt

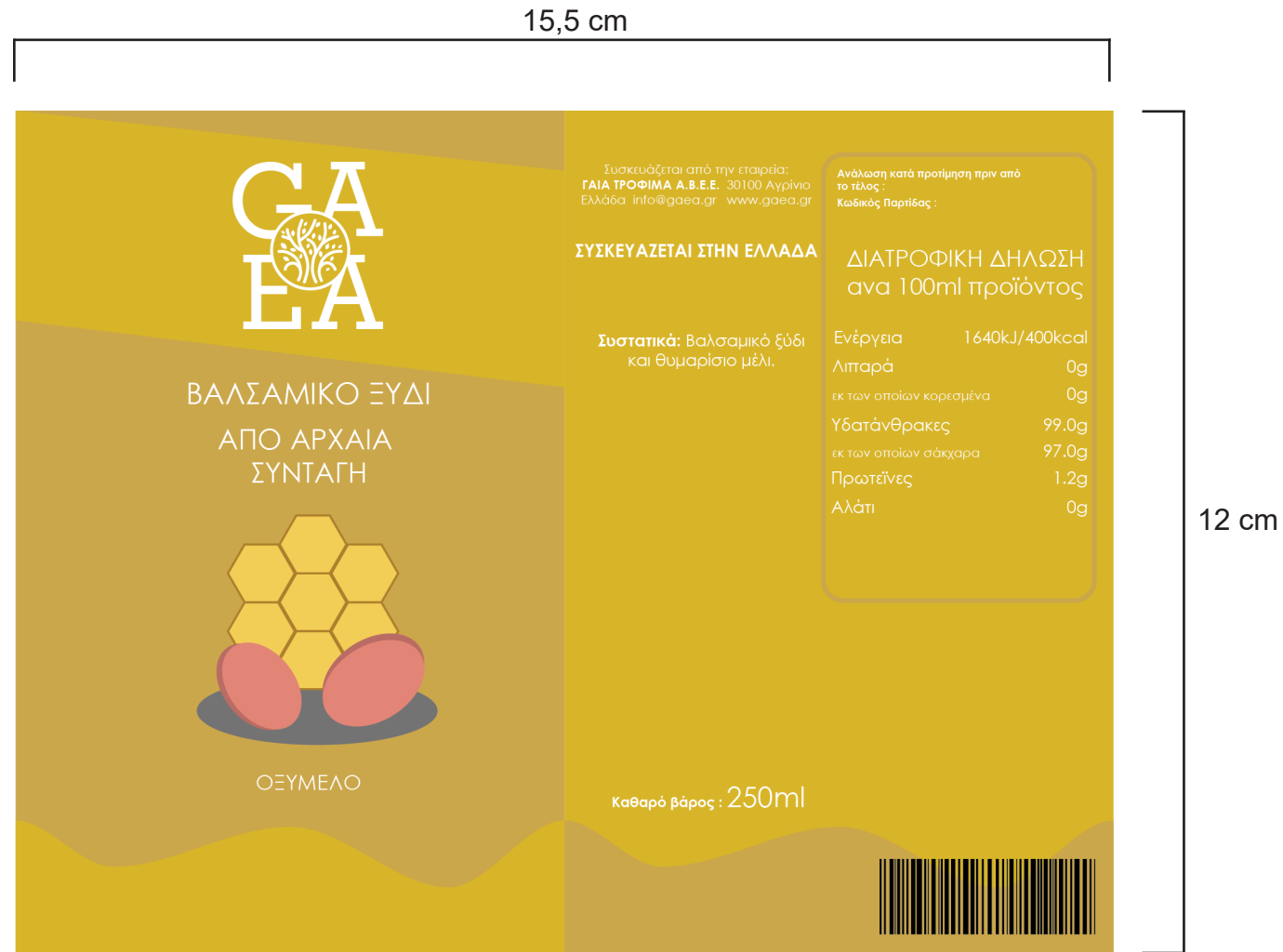


16 cm

Εικόνα 54: Ετικέτα λάδι Λακωνεία

55

- Ξύδια



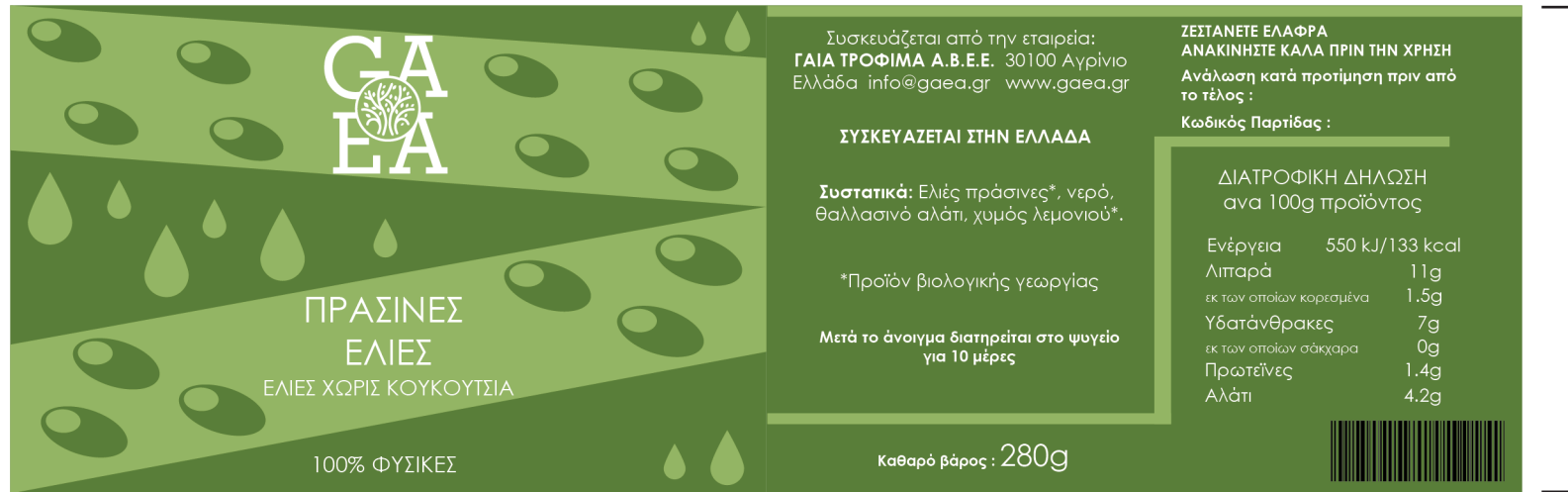
Εικόνα 55: Ετικέτα ξύδι Βαλσάμικο





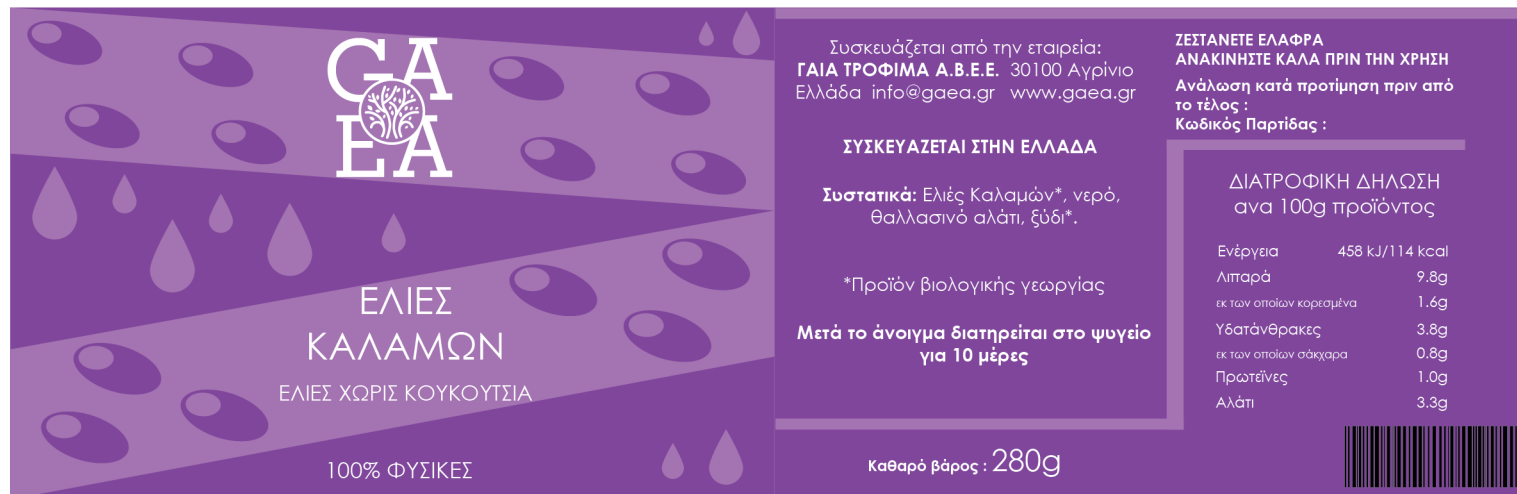
Εικόνα 56: Ετικέτα ξύδι Πετιμέζι

• Ελιές



Εικόνα 57:  
Ετικέτα ελιές  
Πράσινες

20,2 cm



Εικόνα 58:  
Ετικέτα ελιές  
Καλαμών

• Σάλτσες

Εικόνα 59:  
Ετικέτα σάλτσα  
Κέρκυρας



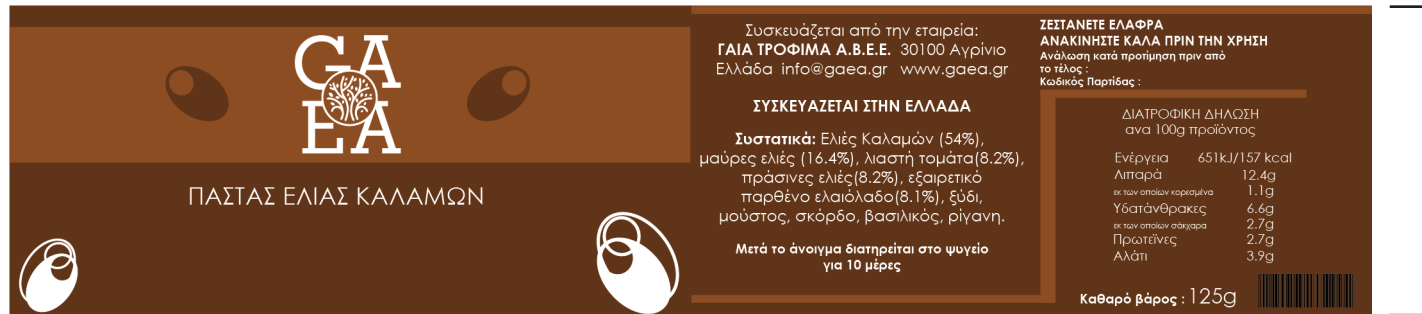
6,5 cm

20,2 cm



Εικόνα 60:  
Ετικέτα σάλτσα  
Κυκλαδίτικη

• Πάστες



4,1 cm

Εικόνα 61: Ετικέτα πάστα Καλαμών



18 cm



Εικόνα 62: Ετικέτα πάστα Φλώρινας

5.2 Mock up



Εικόνα 63: Mock up λαδιών





Εικόνα 65: Mock up ελιών







Εικόνα 67: Mock up παστών

## 5.3 Εικονίδια



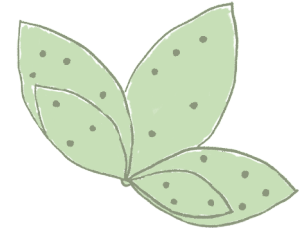
Μπουκάλια



Ντομάτα



Κρεμμύδι



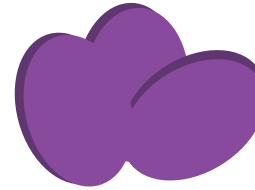
Ρίγανη



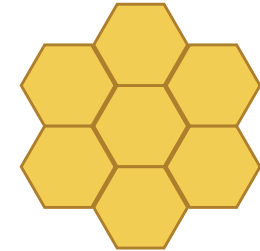
Πιπεριά



Ελιά



Σταφύλλια

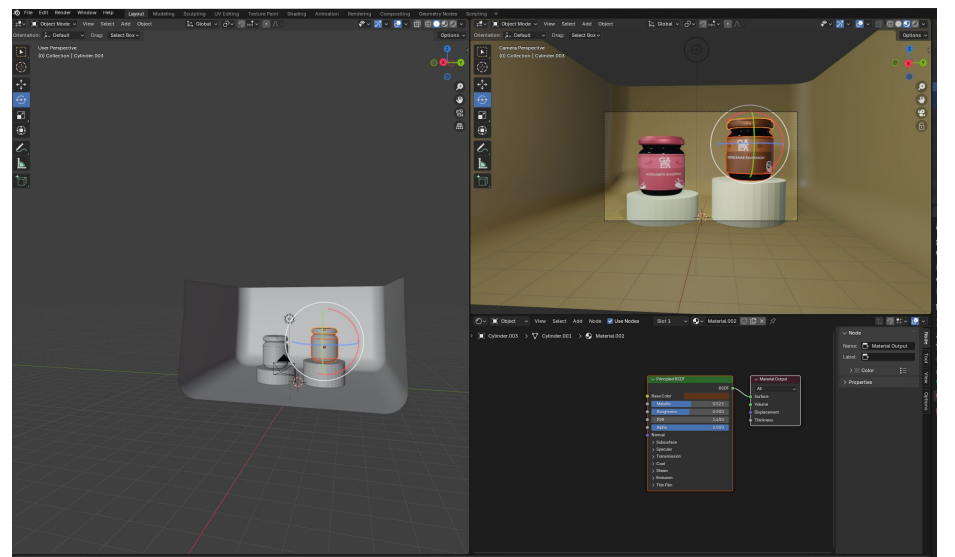
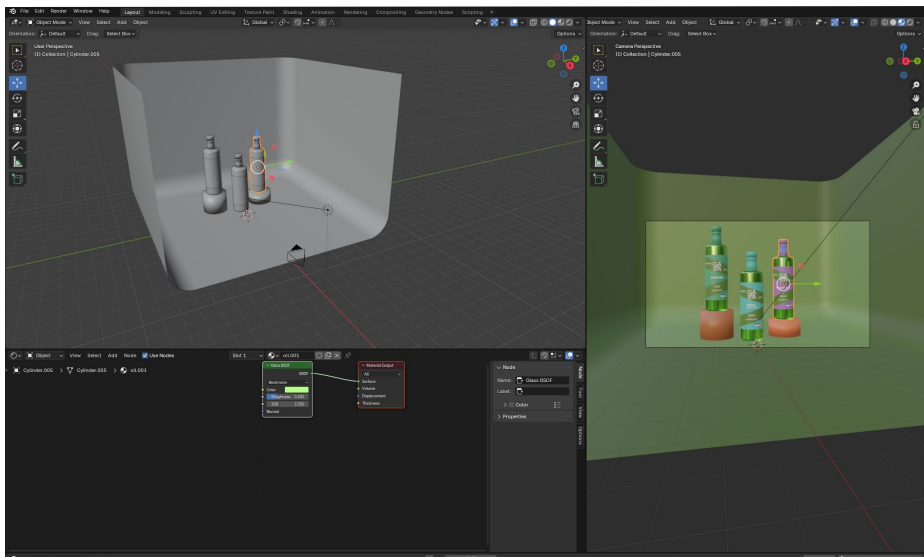
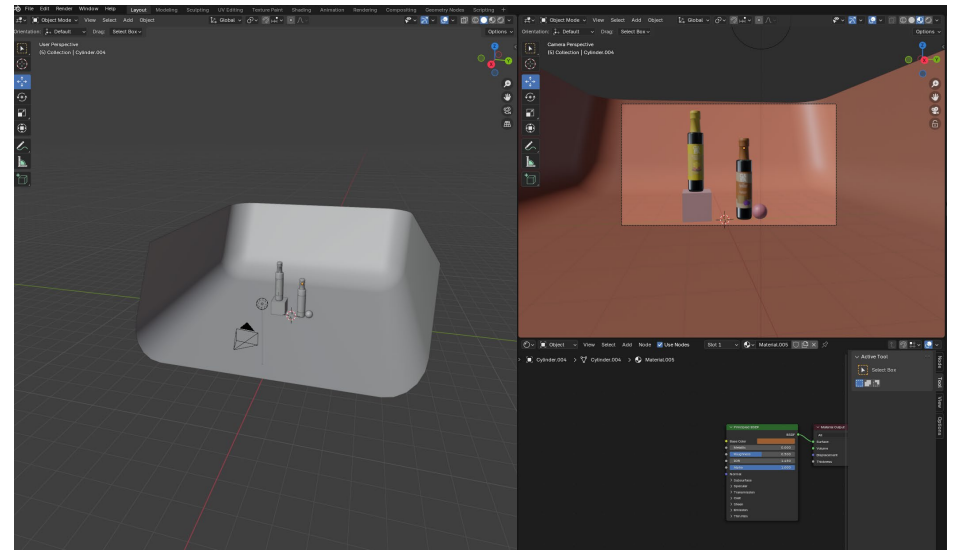
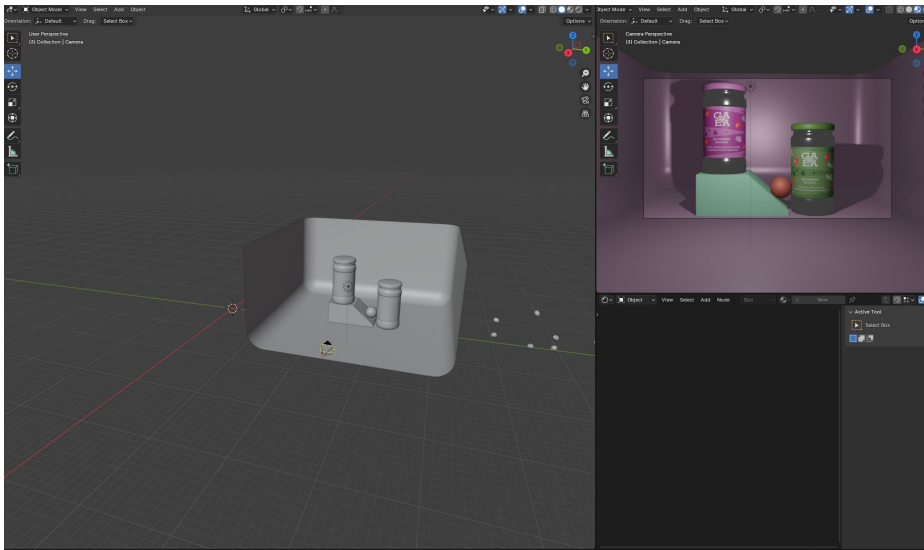


Κυψέλη



Βαρέλι

Τα mock up για τις ετικέτες έγιναν μέσα από την εφαρμογή blender. Για να αναδειχθούν τα σχέδια απο τις ετικέτες.



Εικόνα 68: Σχεδιασμός προϊόντων στο blender

# ΕΝΟΤΗΤΑ 6η

## Εφαρμογές Λογοτύπου

---

6.1 Χάρτινη Τσάντα

6.2 Tote Bag

6.3 Αυτοκόλλητα

6.4 Μπλούζες

6.5 QR Code

## 6.1 Χάρτινη Τσάντα

Σε αυτή την ενότητα θα παρουσιαστούν τα αντικείμενα που η εταιρεία GAEA θα προσφέρει μαζί με τα προϊόντα της, με στόχο την ενίσχυση της εταιρικής της εικόνας και την προώθηση της νέας ταυτότητας.

Αρχικά, η εταιρεία θα διαθέτει χάρτινες σακούλες για τη συσκευασία των προϊόντων της. Αυτές οι σακούλες, θα φέρουν το νέο λογότυπο και το σχεδιαστικό ύφος της GAEA, ενισχύοντας την αναγνωσιμότητα της εταιρείας κατά τη μεταφορά των προϊόντων.

Αυτά τα προωθητικά αντικείμενα θα διατίθενται με τις παραγγελίες των προϊόντων της GAEA ή σε εκδηλώσεις και διοργανώσεις στις οποίες η εταιρεία συμμετέχει. Σκοπός τους είναι να ενισχύσουν την οπτική παρουσία της εταιρείας και να προσελκύσουν το ενδιαφέρον του κοινού.



Εικόνα 69: Χάρτινη τσάντα προοπτικό



Εικόνα 70: Χάρτινη τσάντα α όψη

## 6.2 Tote Bag

Θα προσφέρονται tote bags στους πελάτες, οι οποίες είναι πρακτικές και επαναχρησιμοποιήσιμες. Αυτές οι τσάντες θα έχουν επίσης το νέο εταιρικό σχέδιο, προάγοντας τη μάρκα της ΓΑΕΑ σε καθημερινές χρήσεις και παρέχοντας έναν επιπλέον τρόπο προώθησης.



Εικόνα 72: Tote bag μπεζ



Εικόνα 71: Tote bag λευκή

## 6.3 Αυτοκόλλητα

Τα αυτοκόλλητα αυτά είναι ιδανικά για προώθηση και διαφήμιση, καθώς και για χρήση σε προϊόντα και συσκευασίες.

Τα αυτοκόλλητα αποτελούν ισχυρά εργαλεία προώθησης για πολλές επιχειρήσεις. Στην περίπτωση της ΓΑΕΑ, τα αυτοκόλλητα με το σήμα της εταιρείας και πράσινη επιφάνεια ενισχύουν την αναγνωρισιμότητα του brand και δημιουργούν μια διακριτή παρουσία. Είναι ευέλικτα και μπορούν να χρησιμοποιηθούν σε ποικιλία επιφανειών, όπως προϊόντα, συσκευασίες, οχήματα και διαφημιστικά υλικά, επιτρέποντας έτσι ευρεία προβολή.

Τα αυτοκόλλητα είναι διαστάσεων 6 x 6 cm σε τετράγωνη μορφή. Η επιφάνεια έχει χρώμα λαδί και το σχέδιο περιλαμβάνει το σήμα που φτιάχτηκε για το λογότυπο.



Εικόνα 73: Αυτοκόλλητα



## 6.4 Μπλούζες

Τα νέα μπλουζάκια της GAEA, με το νέο λογότυπο της εταιρείας τυπωμένο. Τα μπλουζάκια αυτά μπορούν να χρησιμοποιηθούν σε ποικίλες περιστάσεις, τόσο από τους υπαλλήλους της GAEA, ενισχύοντας την ομοιομορφία και την επαγγελματική εικόνα, όσο και από τους καταναλωτές, ως ένα κομμάτι branding.

Ιδανικά για εκδηλώσεις, φεστιβάλ, εταιρικές παρουσιάσεις και διαφημιστικές καμπάνιες, προσφέρουν μια σύγχρονη προσέγγιση στην προώθηση του brand.



Εικόνα 74: Μπλούζα με μικρό λογότυπο



Εικόνα 75: Μπλούζα με το σήμα

## 6.5 QR Code

Το QR Code σχεδιάστηκε για την προώθηση των προϊόντων και της ίδιας της εταιρείας. Παραπέμπει στην ιστοσελίδα της εταιρείας για επιπλέον πληροφορίες και οτιδήποτε χρειαστεί ο καταναλωτής.

Στον σχεδιασμό για το QR τοποθετήθηκε το λογότυπο και χρώματα από την εταιρεία.

Το QR Code βρίσκεται στις αφίσες, στην επαγγελματική κάρτα και οπουδήποτε αλλού θεωρηθεί αναγκαίο.



Εικόνα 76: QR Code

# ΕΝΟΤΗΤΑ 7η

## Πρωθητική Καμπάνια

---

7.1 Αφίσες δρόμου

7.2 Καταχωρήσεις περιοδικών

## 7.1 Αφίσες δρόμου

Για την προώθηση της αλλαγής της εταιρείας σχεδιάστηκαν αφίσες δρόμου που θα παρουσιάζουν τον νέο σχεδιασμό της εταιρείας.

Σε κάθε μία από τις αφίσες θα παρουσιάζονται τα προϊόντα ανά κατηγορία.

Οι διαστάσεις για τις αφίσες είναι 29,7 x 42 cm (A3) illustration.

Τα ίδια σχέδια χρησιμοποιούνται και για μεγαλύτερες διαστάσεις

Δίπλα βλέπουμε την αφίσα για τα λάδια.

Εικόνα 77:  
Αφίσα για  
τα λάδια





Φρέσκια Όψη  
Ισχυρή Παράδοση



περισσότερες πληροφορίες



Εικόνα 78: Αφίσα για τα ξύδια



Φρέσκια  
'Οψη



Ισχυρή  
Παράδοση

περισσότερες πληροφορίες



Εικόνα 79: Αφίσα  
για τα ελιές

Φρέσκια Όψη Ισχυρή Παράδοση

**ΓΑΕΑ**

**ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΣΑΛΤΣΑ**  
ΤΟΜΑΤΑ, ΚΡΕΜΜΥΔΙ & ΜΠΑΧΑΡΙΚΑ  
ΑΥΘΕΝΤΙΚΗ ΣΥΝΤΑΓΗ ΚΕΡΚΥΡΑΣ

**ΓΑΕΑ**

**ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΣΑΛΤΣΑ**  
ΤΟΜΑΤΑ & ΑΓΡΙΑ ΡΙΓΑΝΗ  
ΑΥΘΕΝΤΙΚΗ ΚΥΚΛΑΔΙΤΙΚΗ ΣΥΝΤΑΓΗ

περισσότερες πληροφορίες

Εικόνα 80: Αφίσα για τα σάλτσες





Φρέσκια Όψη  
Ισχυρή Παράδοση



περισσότερες πληροφορίες



Εικόνα 81: Αφίσα  
για τα πάστες



Εικόνα 82: Mock up αφίσας 1



Εικόνα 83: Mock up αφίσας 2



Εικόνα 84. Mock up αφίσας 3

## 7.2 Καταχωρήσεις Περιοδικων

Στην δίπλα εικόνα παρουσιάζεται η μονοσέλιδη καταχώρηση σε περιοδικό.

Το μέγεθος είναι Α4 και παρουσιάζονται τα λάδια της εταιρείας με τη νέα τους μορφή, και στην επιφάνεια απεικονίζονται κλαδιά ελιάς. Επιπλέον, υπάρχει και το QR code για να παραπέμψει τον αναγνώστη σε επιπλέον πληροφορίες για την εταιρεία και τα προϊόντα της.

Παρακάτω βλέπουμε τη δισέλιδη καταχώρηση με λίγα λόγια πάνω στον καινούργιο σχεδιασμό και μερικά από τα προϊόντα της εταιρείας. Και σε αυτή την καταχώρηση υπάρχει το QR code για να δώσει επιπλέον πληροφορίες.



Εικόνα 85: Μονοσέλιδο καταχώρισης



Εικόνα 86: Δισέλιδο καταχώρισης

# ΕΝΟΤΗΤΑ 8η

## Τυπογραφικά

### Έντυπα

---

#### 8.1 Πολύπτυχο

## 8.1 Πολύπτυχο

Παρακάτω βλέπουμε το πολύπτυχο έντυπο, το οποίο δείχνει τα προϊόντα και δίπλα από κάθε προϊόν υπάρχει ένα κείμενο το οποίο έχει πληροφορίες για τα προϊόντα. Το σχέδιο που έχει αναπαραστά ελιά και έχει δύο χρώματα.

Οι διαστάσεις είναι 35 x 14,3 cm και εκτυπώνεται σε χαρτί velvet 150 γρ.



Εικόνα 87: Πολύπτυχο για τα προϊόντα όψη 1





Εικόνα 88: Πολύπτυχο για προϊόντα όψη 2

# ΕΝΟΤΗΤΑ 9η

## Επιπλέον μέσα

### Πρώθησης

---

9.1 Περίπτερο

9.2 Ιστοσελίδα

9.3 Social media

## 9.1 Περίπτερο

Για την εταιρεία GAEA δημιουργήθηκε ένα ειδικό περίπτερο-στάντ, το οποίο έχει σχεδιαστεί για να αναδείξει τον νέο σχεδιασμό των προϊόντων της. Το στάντ αυτό έχει στόχο να παρουσιάσει την ανανεωμένη εταιρική ταυτότητα και την ελκυστική νέα εμφάνιση των προϊόντων σε διάφορους χώρους και εκδηλώσεις. Η παρουσία του σε τέτοιες εκδηλώσεις επιτρέπει στους καταναλωτές να δουν από κοντά την αναβάθμιση της εταιρείας, ενισχύοντας την οπτική της επωνυμίας και την αναγνωσιμότητα των προϊόντων της. Το περίπτερο έχει σχεδιαστεί με σκοπό να προσελκύσει το ενδιαφέρον του κοινού και να ενισχύσει την επικοινωνία του νέου σχεδιαστικού ύφους της GAEA, συμβάλλοντας στην επιτυχία της εταιρείας στην αγορά.



Εικόνα 89: Περίπτερο όψη 1

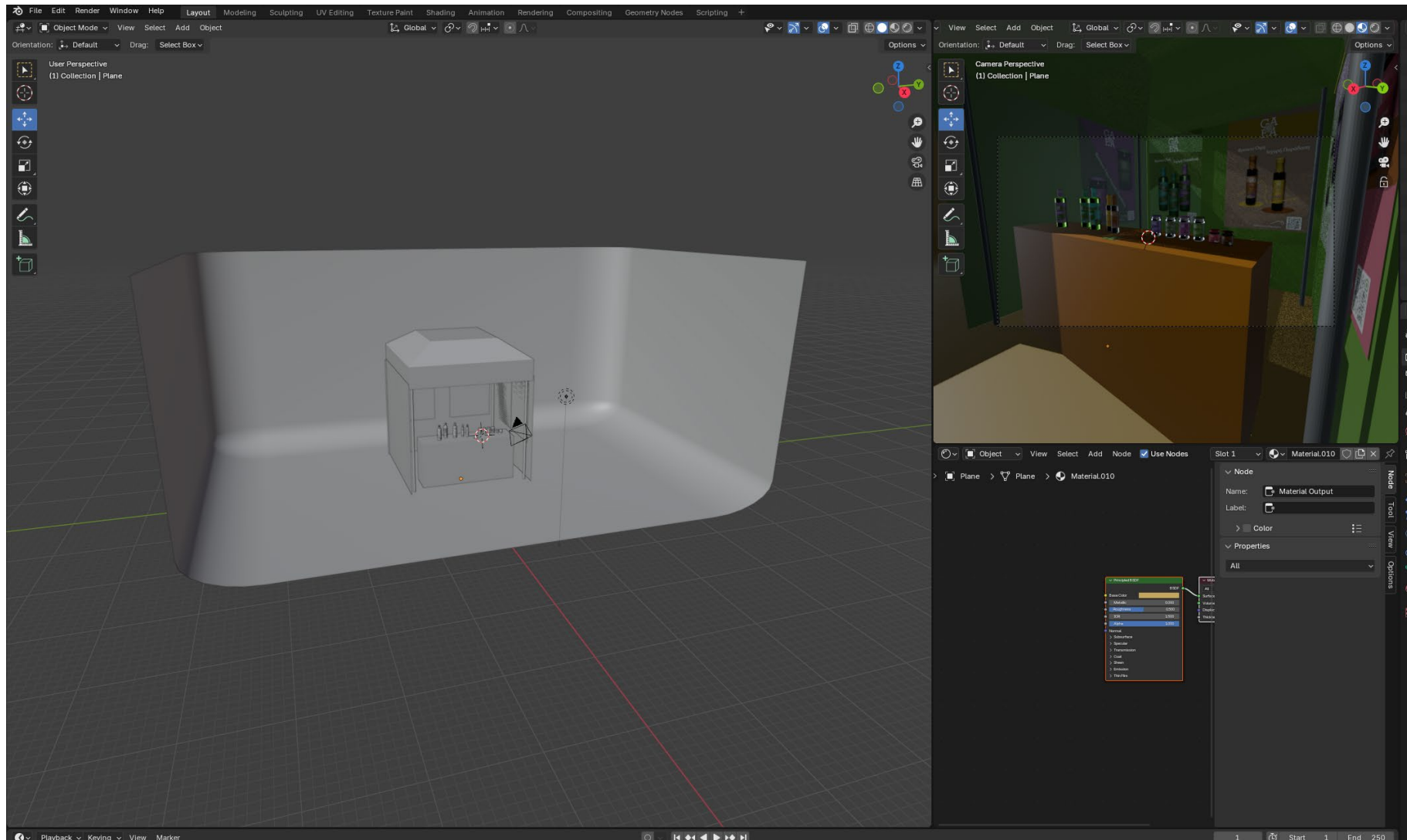


Εικόνα 90: Περίπτερο όψη 2



Εικόνα 91: Περίπτερο όψη 3

Το mock up για το περίπτερο έγινε μέσα από την εφαρμογή blender.



Εικόνα 92: Σχεδιασμός περιπτέρου στο blender

## 9.2 Ιστοσελίδα

Η ιστοσελίδα της GAEA αποτελεί κρίσιμο εργαλείο για την επιτυχία και τη στρατηγική της εταιρείας. Πρώτα απ' όλα, παρέχει μια πλατφόρμα για την παρουσίαση των προϊόντων και υπηρεσιών της εταιρείας, επιτρέποντας στους επισκέπτες να περιηγηθούν και να ενημερωθούν. Με μια καλά σχεδιασμένη ιστοσελίδα, η GAEA μπορεί να επιδείξει την ποιότητα των προϊόντων της, τις διαδικασίες παραγωγής και τις αξίες που προσβέυει, ενισχύοντας έτσι την αναγνωρισιμότητά της και την εμπιστοσύνη των πελατών.

Η ιστοσελίδα επιτρέπει επίσης την παρακολούθηση της απόδοσης μέσω εργαλείων ανάλυσης, επιτρέποντας στην εταιρεία να κατανοήσει καλύτερα τις προτιμήσεις των χρηστών και να βελτιώσει συνεχώς τις υπηρεσίες της. Με την ολοκληρωμένη παρουσία στο διαδίκτυο, η GAEA ενισχύει την αλληλεπίδραση με το κοινό της και επιτυγχάνει μεγαλύτερη διάδοση των προϊόντων και των αξιών της.





Εικόνα 93: Ιστοσελίδα mock up 1



Εικόνα 94: Ιστοσελίδα mock up 2



Εικόνα 95: Ιστοσελίδα mock up 3



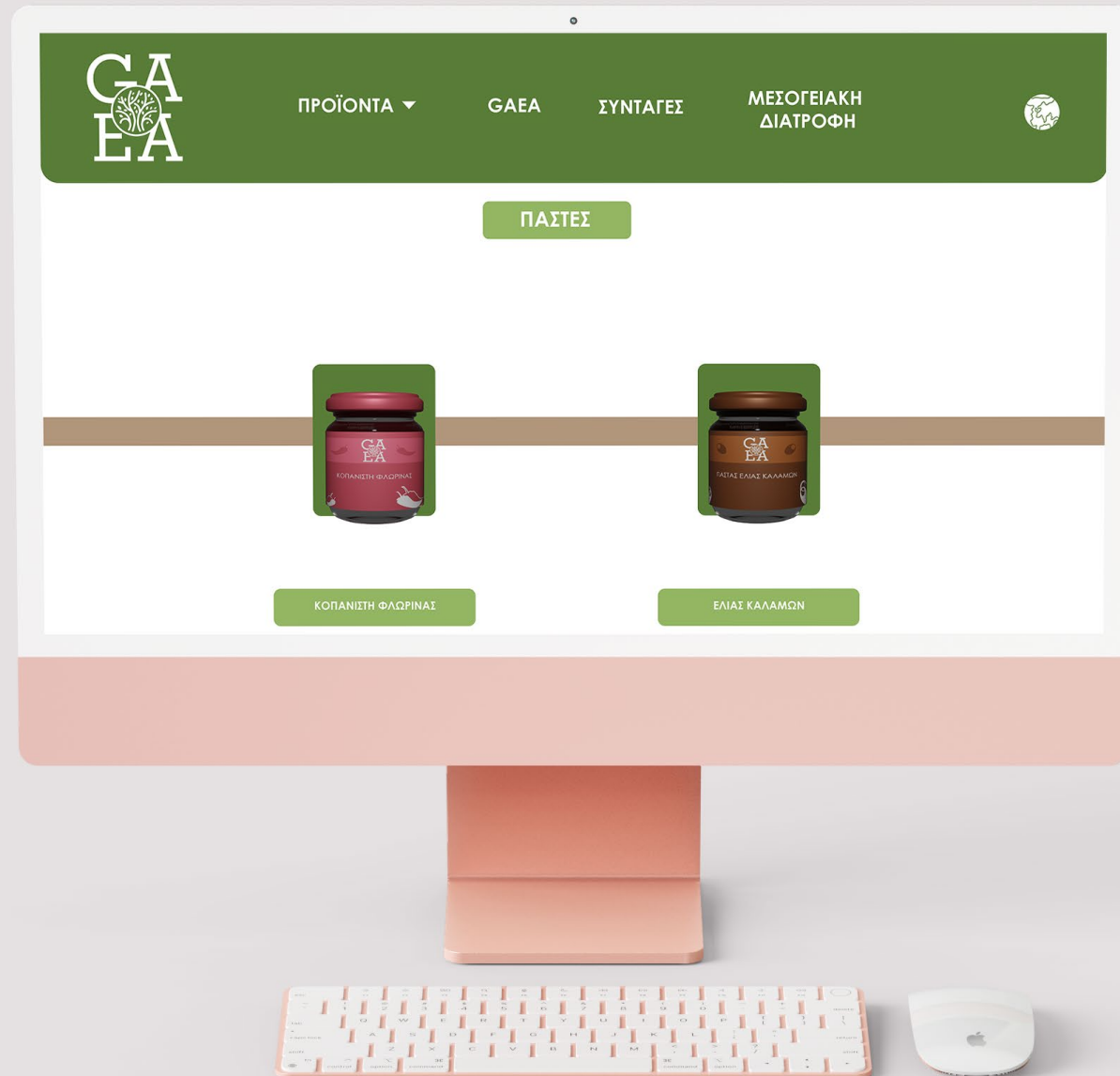
Εικόνα 96: Ιστοσελίδα mock up 4



Εικόνα 97: Ιστοσελίδα mock up 5



Εικόνα 98: Ιστοσελίδα mock up 6

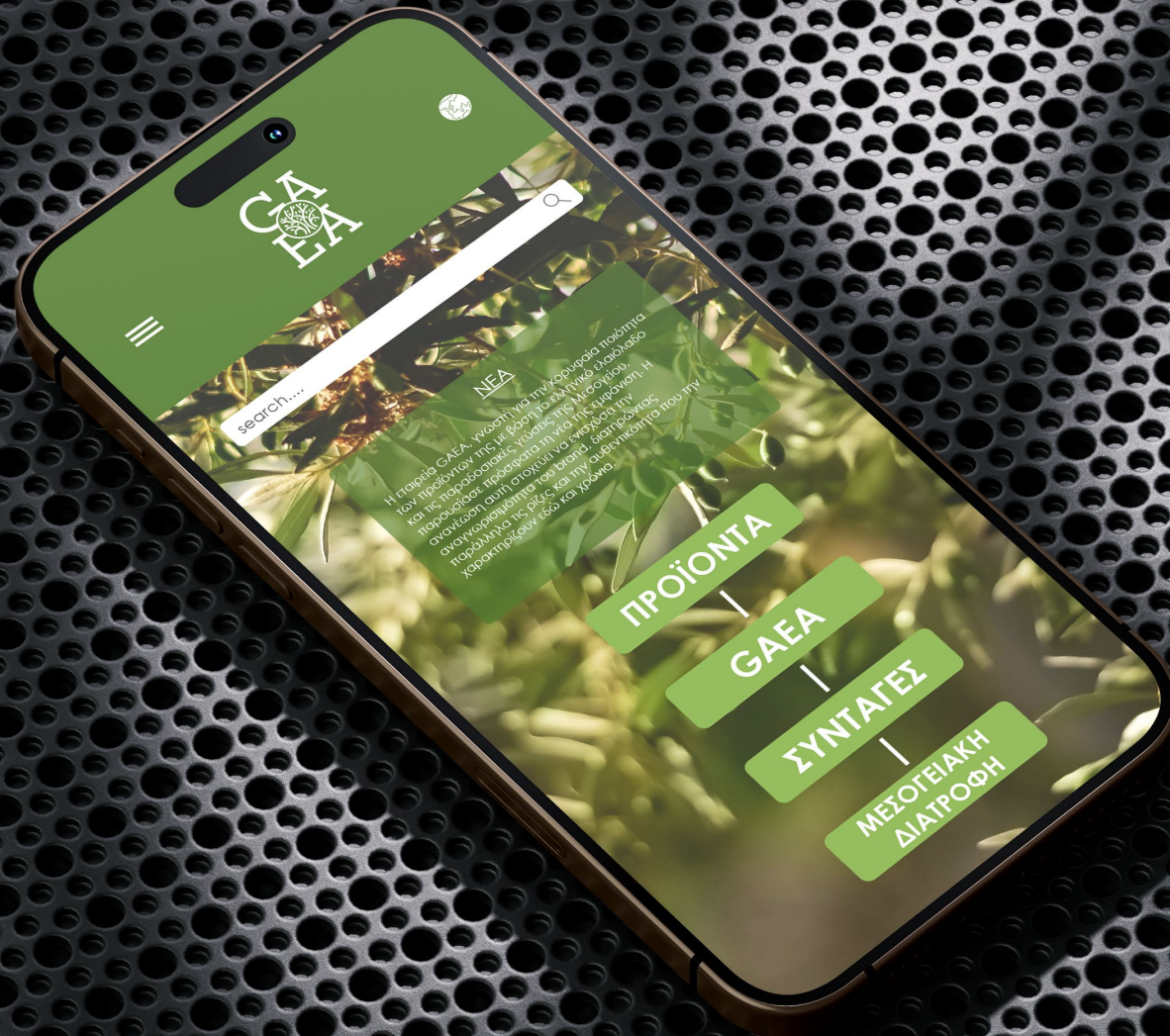


Εικόνα 99: Ιστοσελίδα mock up 7



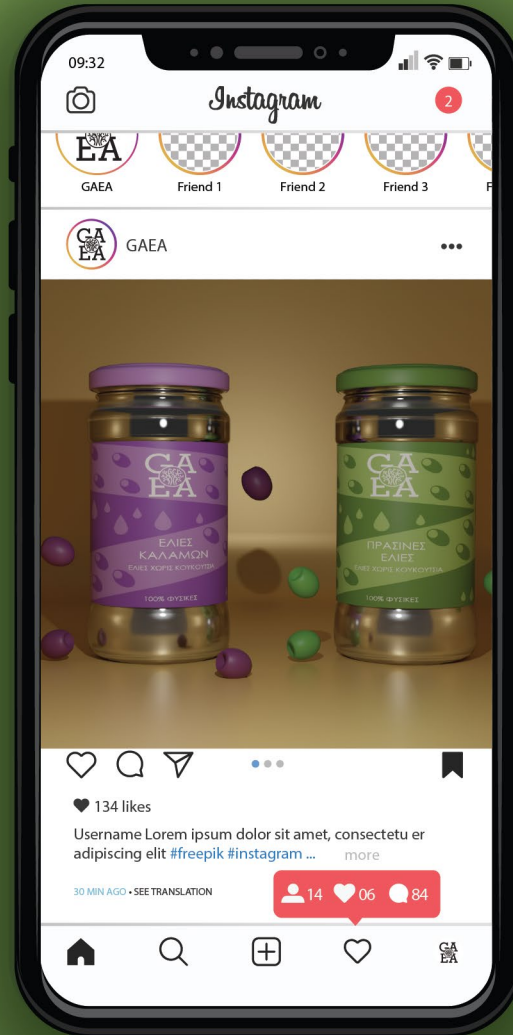
Εικόνα 100: Ιστοσελίδα mock up 8





Εικόνα 101: Ιστοσελίδα mock up 9

### 9.3 Social media



Εικόνα 102: Social media



## Συμπέρασμα

Ο επανασχεδιασμός μιας εταιρείας απαιτεί εκτενή έρευνα και προσεκτική σκέψη για να δημιουργηθεί κάτι ανώτερο από την υπάρχουσα εταιρική ταυτότητα. Σκοπός είναι να διασφαλιστεί ότι το νέο σχέδιο θα είναι πιο ισχυρό και εντυπωσιακό από το προηγούμενο.

Μέσα από την πτυχιακή εργασία, διαπιστώθηκε ότι η σχεδίαση της GAEA έπρεπε να περάσει από πολλές φάσεις για να καταλήξει στην τελική της μορφή. Η διαδικασία περιλάμβανε την ανάλυση της τρέχουσας εταιρικής ταυτότητας, τη διεξαγωγή έρευνας αγοράς και ανταγωνισμού, και την ανάπτυξη στρατηγικής σχεδίασης. Ακολούθησε η δημιουργία και αναθεώρηση σχεδιαστικών προτάσεων για το λογότυπο και τις ετικέτες, ενώ οι προτάσεις δοκιμάστηκαν με δείγματα αγοράς και ανατροφοδότηση.

Ο τελικός στόχος ήταν να αναδειχθούν τα προϊόντα της GAEA και η ίδια η εταιρεία στα ράφια της αγοράς, προσελκύοντας περισσότερους καταναλωτές. Η ολοκλήρωση του επανασχεδιασμού όχι μόνο ενίσχυσε την αναγνωρισιμότητα της GAEA, αλλά επίσης τη βοήθησε να διαφοροποιηθεί και να προσελκύσει νέο κοινό, ενισχύοντας τη θέση της στην παγκόσμια αγορά.



# Βιβλιογραφία

- <http://www.logobook.com/>
- <https://fontsinuse.com/>
- <https://brandingstyleguides.com/>
- <https://savee.it/>
- <https://www.designrush.com/best-designs/packaging/trends/best-olive-oil-packaging-designs>
- <https://bestoliveoils.org/country/greece>
- <https://bestoliveoils.org/search>
- <https://gr.pinterest.com/swedbrand/olive-oil-packaging/>
- <https://expohellas.analyst.gr/hall/a-oil-gaea/>
- <https://newtimes.gr/gaea/>
- <http://www.bostanistas.gr/?i=bostanistas.el.article&id=1153>
- <https://ecan-consultants.com/ta-pleonektimata-tis-gyalinis-syskevasias/>
- <https://cibum.gr/oikiaka/syskeyasia-gyali-i-plastiko-idoy-i-aporia/>
- <https://www.marketing-tips.gr/2015/06/gaea.html>
- <https://www.worldhistory.org/article/947/the-olive-in-the-ancient-mediterranean/>
- <https://www.olivenews.gr/el/agora-times/elaiolado/to-elaiolado-sthn-arxaiothta/>
- <https://agriniostories.gr/o-mythos-meleagroy-moires-katara-tis-manas/>
- <https://www.miaelia.com/el/%CE%B7-%CE%B5%CE%BB%CE%B9%CE%AC-%CF%89%CF%82-%CF%83%CF%8D%CE%BC%CE%B2%CE%B-F%CE%BB%CE%BF-%CE%B1%CE%BD%CE%AC-%CF%84%CE%BF%CF%85%CF%82-%CE%B1%CE%B9%CF%8E%CE%BD%CE%B5%CF%82/#:~:~:-text=%CE%A4%CE%BF%20%CE%BA%CE%BB%CE%B1%CE%B4%CE%AF%20%CF%84%CE%B7%CF%82%20%CE%B5%CE%B-B%CE%B9%CE%AC%CF%82%20%CF%83%CF%85%CE%BD%CE%B4%CE%AD%CE%B5%CF%84%CE%B1%CE%B9%20%CE%BC%CE%B5%20%CF%84%CE%BF%20%CE%98%CE%B5%CE%AF%CE%BF,%CE%BD%CE%B1%20%CF%86%CE%BF%CF%81%CE%AD%CF%83%CE%B-5%CE%B9%CF%82%20%CE%AD%CE%BD%CE%B1%20%CF%83%CF%84%CE%B5%CF%86%CE%AC%CE%BD%CE%B9%20%CE%B5%CE%B-B%CE%B9%CE%AC%CF%82%20%CE%B3%CE%B9%CE%B1%20%CE%BD%CE%B1%20%CE%B5%CE%B9%CF%83%CE%AD%CE%B-B%CE%B8%CE%B5%CE%B9%CF%82.>
- <https://www.thassos-island.gr/el/%CE%B9%CF%83%CF%84%CE%BF%CF%81%CE%AF%CE%B1/item/544-%CF%84%CE%BF-%CE%B-B%CE%AC%CE%B4%CE%B9-%CF%83%CF%84%CE%B7%CE%BD-%CE%B1%CF%81%CF%87%CE%B1%CE%B9%CF%8C%CF%84%CE%B7%CF%84%CE%B1.html>
- [https://agriculture.ec.europa.eu/farming/geographical-indications-and-quality-schemes/geographical-indications-and-quality-schemes-explained\\_el#ref-%CE%AC%CE%BB%CE%BB%CE%B1-%CF%83%CF%85%CF%83%CF%84%CE%AE%CE%BC%CE%B1%CF%84%CE%B1](https://agriculture.ec.europa.eu/farming/geographical-indications-and-quality-schemes/geographical-indications-and-quality-schemes-explained_el#ref-%CE%AC%CE%BB%CE%BB%CE%B1-%CF%83%CF%85%CF%83%CF%84%CE%AE%CE%BC%CE%B1%CF%84%CE%B1)
- <https://pgs.com.gr/recyclclass-publishes-sorting-protocol-for-plastic-packaging>
- [https://greek\\_greek.en-academic.com/30404/%CE%B3%CE%B1%CE%AF%CE%B1](https://greek_greek.en-academic.com/30404/%CE%B3%CE%B1%CE%AF%CE%B1)

