



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

Τίτλος εργασίας

Kaldi's Goat

Αντωνακάκη Παναγιώτα

A.M.:19674010

Αναγνωστάκη Ουρανία

A.M.:19674006

Πτυχιακή Εργασία

Σχεδιασμός εταιρικής ταυτότητας, συσκευασιών, ιστοσελίδας,
εφαρμογής κινητού και προώθηση για εταιρεία παραγωγής καφέ.

Επιβλέπων καθηγητής

Πρόδρομος Μάνου

Αθήνα, 27/09/24



UNIVERSITY OF WEST ATTICA

SCHOOL OF APPLIED ARTS

AND CULTURE

**DEPARTMENT OF GRAPHIC DESIGN AND VISUAL
COMMUNICATION**

Title

Kaldi's Goat

Antonakaki Panagiota

A.M.:19674010

Anagnostaki Ourania

A.M.:19674006

Diploma thesis

Design of corporate identity, packaging, website, mobile app and
promotion for a coffee production company.

Supervisor

Prodromos Manou

Athens, 27/09/24



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΔΥΤΙΚΗΣ ΑΤΤΙΚΗΣ
ΣΧΟΛΗ ΕΦΑΡΜΟΣΜΕΝΩΝ ΤΕΧΝΩΝ
ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ

ΤΜΗΜΑ ΓΡΑΦΙΣΤΙΚΗΣ ΚΑΙ ΟΠΤΙΚΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Μέλη Εξεταστικής Επιτροπής συμπεριλαμβανομένου και του Εισηγητή

Η πτυχιακή/διπλωματική εργασία εξετάστηκε στις από την κάτωθι Εξεταστική Επιτροπή:

Επιβλέπων:

Πρόδρομος Μάνου

Επιτροπή βαθμολόγησης:

Ιωάννα Δεβετζή

Ιωάννα Δελφίνο


ΔΗΛΩΣΗ ΣΥΓΓΡΑΦΕΑ ΠΤΥΧΙΑΚΗΣ/ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

Οι κάτωθι υπογεγραμμένες Αντωννάκη Παναγιώτα του Γεωργίου με αριθμό μητρώου 19674010 & Αναγνωστάκη Ουρανία του Κωνσταντίνου με αριθμό μητρώου 19674006, φοιτήτριες του Πανεπιστημίου Δυτικής Αττικής της Σχολής Εφαρμοσμένων Τεχνών και Πολιτισμού του Τμήματος Γραφιστικής και Οπτικής Επικοινωνίας, δηλώνουμε 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
Αντωννάκη Παναγιώτα



Η Δηλούσα
Αναγνωστάκη Ουρανία



ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η πτυχιακή μας εργασία αναφέρεται στη δημιουργία μιας εταιρίας παραγωγής καφέ, με το όνομα "Kaldi's Goat". Καταγράφουμε την ιδέα και την έμπνευση πίσω από την εταιρία και το branding, καθώς και ολόκληρη την σχεδιαστική σκέψη και πορεία για το λογότυπο, το packaging, το website, την εφαρμογή καθώς και τα προωθητικά προϊόντα.

Λέξεις Κλειδιά: **Καφές, λογότυπο, συσκευασία, οπτική επικοινωνία, χρήστης, εφαρμογή, ιστοσελίδα, ιστορία, branding**

ABSTRACT

Our thesis refers to the creation of a coffee production company, called "Kaldi's Goat". We document the idea and inspiration behind the company and branding, as well as the entire design thinking and process for the logo, packaging, website, app as well as promotional products.

Keywords: **Coffee, Logo, Packaging, Visual communication, user, application, website, history, branding**

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

01. Ο ΚΑΦΕΣ

1.1 Ιστορία του καφέ

1.2 Τύποι κόκκων και επεξεργασία καφέ

1.3 Ιστορία του καφέ στην Ελλάδα

1.4 Καφεκοπεία ΛΟΥΜΙΔΗΣ

02. PACKAGING

2.1 Ιστορία του packaging

2.2 Συσκευασίες καφέ στην αγορά

03. PATTERN

3.1 Ιστορία του pattern

04. Η ΕΤΑΙΡΕΙΑ

4.1 Η ιδέα

4.2 Αξίες και κατεύθυνση της εταιρείας

05. ΛΟΓΟΤΥΠΟ

5.1 Προσχέδια λογοτύπου

5.2 Παρουσίαση λογοτύπου

5.3 Ασφαλή όρια λογοτύπου

5.4 Λογότυπο σε θετικό και αρνητικό φόντο

5.5 Σωστή χρήση λογοτύπου

5.6 Λανθασμένη χρήση λογοτύπου

06. ΧΡΩΜΑΤΑ

6.1 Κύριο χρώμα εταιρείας

6.2 Βασικά χρώματα

6.3 Χρώματα συσκευασιών

07. ΤΥΠΟΓΡΑΦΙΑ

7.1 Τυπογραφία λογοτύπου

7.2 Τυπογραφία συσκευασιών

7.3 Τυπογραφία υι εφαρμογών

08. ΕΙΚΟΝΟΓΡΑΦΗΣΗ

8.1 Εικονογράφιση συσκευασιών

8.2 Εικονογράφιση ιστοσελίδας και εφαρμογής

09. ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΕΣ

9.1 Συσκευασίες και ανάπτωμα espresso

9.2 Συσκευασίες και ανάπτωμα καφέ φίλτρου

9.3 Συσκευασίες και ανάπτωμα ρόφημα σοκολάτας

9.4 Συσκευασίες και ανάπτωμα τσάι

10. ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ ΚΑΙ ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΚΙΝΗΤΟΥ

10.1 Σχεδιασμός ιστοσελίδας

10.2 Σχεδιασμός εφαρμογής

11. ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ

11.1 Εταιρική κάρτα

11.2 Φάκελος και επιστολόχαρτο

11.3 Σφραγίδα εταιρείας

11.4 Ταμπέλα καταστήματος εταιρείας

11.5 Χάρτινα ποτήρια καταστήματος

11.6 Σακούλες καταστήματος

11.7 Μενού

11.8 Χαρτί περιτηλίγματος και χειροπετσέτα

12. ΠΡΟΩΘΗΤΙΚΑ

12.1 Διαφημιστικές αφίσες και παρουσίαση τους σε εξωτερικό χώρο

12.2 Social media

12.3 Stand

12.4 T-shirts και Φούτερ

12.5 Πάνινες τσάντες

12.6 Αξεσουάρ

12.7 Σημειοματάρεια

12.8 Κούπες

12.9 Θερμός

12.10 Σουβέρ

12.11 Αυτοκόλλητα

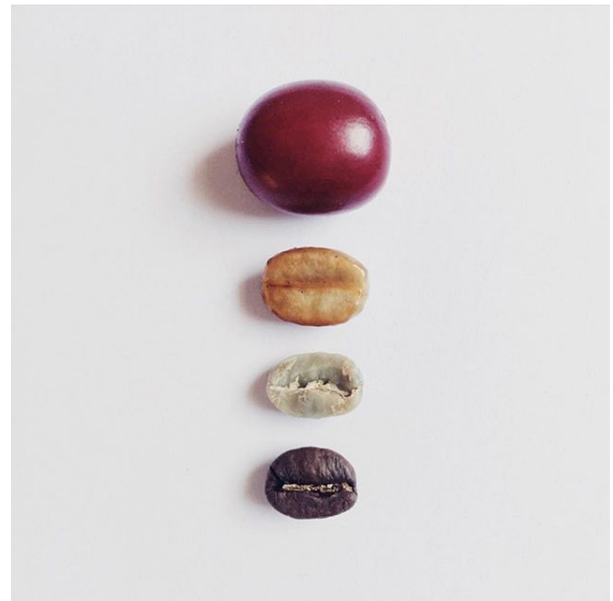
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

01. Ο ΚΑΦΕΣ

coffee (n.)

“Drink made from the ground and roasted seeds of a tree originally native to Arabia and Abyssinia.”

Ο καφές είναι ένα ρόφημα το οποίο κατασκευάζεται από τα καβουρδισμένα και αλεσμένα σπόρια της καφέας (καφεόδεντρο). Ο καφές έχει αναζωογονητική δράση, η οποία οφείλεται στο βασικό του συστατικό, την καφεΐνη, ένα αλκαλοειδές συστατικό που υπάρχει στους σπόρους των καρπών του. Ο καφές είναι ένα από τα τρία πιο δημοφιλή ροφήματα στον κόσμο (μαζί με το νερό και το τσάι) και ένα από τα πιο κερδοφόρα διεθνή εμπορεύματα. Αν και ο καφές αποτελεί τη βάση για μια ατελείωτη σειρά ροφημάτων, όπως ο εσπρέσο, ο καπουτσίνο, η μόκα και η latte, η δημοτικότητά του αποδίδεται κυρίως στην αναζωογονητική του δράση, η οποία παράγεται από την καφεΐνη, ένα αλκαλοειδές που υπάρχει στον καφέ.



Δύο είδη φυτών καφέ, το *Coffea arabica* και το *C. canephora*, καλύπτουν σχεδόν το σύνολο της παγκόσμιας κατανάλωσης. Ο *Arabica* θεωρείται πιο ήπιο και πιο γευστικό και αρωματικό ρόφημα από τον *Robusta*, την κύρια ποικιλία του *C. canephora*. Ο πιο επίπεδος και πιο επιμήκης κόκκος *Arabica* είναι πιο διαδεδομένος από τον *Robusta*, αλλά πιο ευαίσθητος και ευάλωτος στα παράσιτα, απαιτώντας δροσερό υποτροπικό κλίμα- ο *Arabica* πρέπει να αναπτύσσεται σε μεγαλύτερα υψόμετρα (600-2.000 μέτρα), χρειάζεται πολλή υγρασία και έχει αρκετά συγκεκριμένες απαιτήσεις σκίασης. Η Λατινική Αμερική, η ανατολική Αφρική, η Ασία και η Αραβία είναι οι κύριοι παραγωγοί καφέ *Arabica*. Ο πιο στρογγυλός, πιο κυρτός κόκκος *Robusta*, όπως υποδηλώνει και το όνομά του, είναι πιο ανθεκτικός και μπορεί να αναπτυχθεί σε χαμηλότερα υψόμετρα (από το επίπεδο της θάλασσας έως τα 2.000 πόδια). Ο καφές *Robusta* είναι φθηνότερος στην παραγωγή, έχει διπλάσια περιεκτικότητα σε καφεΐνη από τον *Arabica* και είναι συνήθως ο κόκκος που επιλέγουν οι φθηνές εμπορικές μάρκες καφέ. Η Δυτική και Κεντρική Αφρική, η Νοτιοανατολική Ασία και η Βραζιλία είναι κύριοι παραγωγοί καφέ *Ρομπούστα*.

1.1. Ιστορία του καφέ

Ο καφές που καλλιεργείται παγκοσμίως πλέον, έχει την κληρονομιά του αιώνες πίσω στα αρχαία δάση καφέ, στο οροπέδιο της Αιθιοπίας. Τα άγρια φυτά καφέ, πιθανώς από την Kefa (Kaffa) της Αιθιοπίας, μεταφέρθηκαν στη νότια Αραβία και καλλιεργήθηκαν τον 15ο αιώνα. Ένας από τους πολλούς θρύλους σχετικά με την ανακάλυψη του καφέ είναι αυτός του Kaldi, ενός Άραβα βοσκού που προβληματίστηκε από τα παράξενα καμώματα του κοπαδιού του. Περίπου το 850 π.Χ. ο Kaldi λέγεται ότι παρατήρησε πως όποτε έτρωγαν τους σπόρους από ένα συγκεκριμένο δέντρο, οι κατσίκες του γίνονταν τόσο ενεργητικές ώστε δεν ήθελαν να κοιμηθούν τη νύχτα. Δοκίμασε τα μούρα του αειθαλούς θάμνου στον οποίο τρέφονταν οι κατσίκες και, όταν ένιωσε μια αίσθηση ευφορίας, διακήρυξε την ανακάλυψή του στον κόσμο. Ο Κάλντι λοιπόν ανέφερε τα ευρήματά του στον ηγούμενο του τοπικού μοναστηριού, ο οποίος έφτιαξε ένα ποτό με τους συγκεκριμένους σπόρους και διαπίστωσε ότι τον κρατούσε σε εγρήγορση κατά τη διάρκεια των πολλών ωρών της βραδινής προσευχής. Ο ηγούμενος μοιράστηκε την ανακάλυψή του με τους άλλους μοναχούς στο μοναστήρι και έτσι η γνώση των ενεργοποιητικών κόκκων καφέ άρχισε να εξαπλώνεται.



Ανεξάρτητα από την πραγματική προέλευση του καφέ, η διεγερτική του δράση τον έκανε αναμφίβολα δημοφιλή. Κατά ειρωνικό τρόπο, αν και οι ισλαμικές αρχές χαρακτήρισαν το ποτό μεθυστικό και επομένως απαγορευμένο από το Κοράνι, πολλοί μουσουλμάνοι προσελκύνονταν από το ρόφημα ως υποκατάστατο του αλκοόλ, που επίσης απαγορεύεται από το Κοράνι. Παρά την απειλή των αυστηρών ποινών, η κατανάλωση καφέ εξαπλώθηκε γρήγορα μεταξύ των Αράβων και των γειτόνων τους και έδωσε μάλιστα το έναυσμα για μια νέα κοινωνική και πολιτιστική οντότητα, το καφενείο.

Ο καφές εισήχθη στη μία ευρωπαϊκή χώρα μετά την άλλη κατά τη διάρκεια του 16ου και 17ου αιώνα. Καταγράφονται πολλές αναφορές για την απαγόρευση ή την έγκρισή του ως θρησκευτικό, πολιτικό και ιατρικό φίλτρο. Μέχρι το τέλος του 17ου αιώνα, τα καφεενεία άκμαζαν σε ολόκληρη τη Βρετανία, τις βρετανικές αποικίες στην

Αμερική και την ηπειρωτική Ευρώπη.



Μέχρι το τέλος του 17ου αιώνα, η περιορισμένη παγκόσμια προμήθεια καφέ προερχόταν σχεδόν αποκλειστικά από την επαρχία της Υεμένης στη νότια Αραβία. Όμως, με την αυξανόμενη δημοτικότητα του ροφήματος, ο πολλαπλασιασμός του φυτού εξαπλώθηκε γρήγορα στην Ιάβα και σε άλλα νησιά του ινδονησιακού αρχιπελάγους τον 17ο αιώνα και στην Αμερική τον 18ο αιώνα. Η καλλιέργεια του καφέ ξεκίνησε στα νησιά της Χαβάης το 1825.

Μέχρι τον 20ό αιώνα η μεγαλύτερη συγκέντρωση της παραγωγής είχε επικεντρωθεί στο δυτικό ημισφαίριο -ιδίως στη Βραζιλία. Στα τέλη του 19ου και στις αρχές του 20ού αιώνα, άρχισαν να χρησιμοποιούνται βιομηχανικές μηχανές καβουρδίσματος και άλεσης, εφευρέθηκαν δοχεία που σφραγίζονται υπό κενό για τον αλεσμένο καβουρδισμένο καφέ και αναπτύχθηκαν μέθοδοι αποκαφεΐνοποίησης των πράσινων κόκκων καφέ. Μετά το 1950 τελειοποιήθηκε η παραγωγή στιγμιαίου καφέ, γεγονός που οδήγησε στην αύξηση της παραγωγής των φθηνότερων κόκκων ρομπούστα στην Αφρική.



1.2 Τύποι κόκκων καφέ

Arabica

Γνωστός ως ένας από τους πιο δημοφιλείς και γνωστούς τύπους κόκκων καφέ, οι κόκκοι **Arabica** αποτελούν την πιο συχνά παραγόμενη ποικιλία και θεωρούνται οι κόκκοι υψηλότερης ποιότητας. Στην πραγματικότητα, πάνω από το 60% των κόκκων καφέ που παράγονται στον κόσμο είναι ποικιλίας Arabica. Αυτοί οι κόκκοι καφέ καλλιεργούνται σε μεγάλα υψόμετρα και πρέπει να βρίσκονται σε μια περιοχή που να έχει σταθερή βροχόπτωση και άφθονη σκιά. Ίσως κάποιοι από τους λόγους για τους οποίους η συγκεκριμένη ποικιλία κόκκων καφέ είναι η πιο διαδεδομένη σε όλο τον κόσμο είναι το ότι τα δέντρα είναι εύκολο να φροντιστούν, είναι αρκετά μικρά και επιπλέον είναι εύκολο να κλαδευτούν. Βέβαια, και αυτά τα δέντρα είναι ευαίσθητα και μπορούν να επηρεαστούν από το περιβάλλον τους.

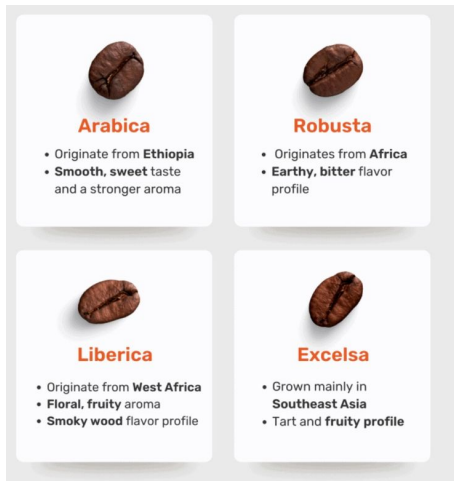
Robusta

Η επόμενη ποικιλία κόκκων καφέ είναι η **Robusta**, η οποία αποτελεί και τη δεύτερη πιο παραγόμενη στον κόσμο.

Όπως υποδηλώνει το όνομα τους, οι κόκκοι τύπου Robusta είναι ανθεκτικοί και έχουν επίσης ανοσία σε μια μεγάλη ποικιλία ασθενειών.

Αυτός ο τύπος κόκκων καφέ αναπτύσσεται καλύτερα σε ένα ζεστό κλίμα με ακανόνιστες βροχοπτώσεις και μπορεί να αναπτυχθεί και σε πολλά υψόμετρα. Σε σύγκριση με τους κόκκους Arabica, οι κόκκοι που αναπτύσσονται στο φυτό Robusta περιέχουν τη διπλάσια ποσότητα καφεΐνης, πράγμα που σημαίνει ότι αποτελούν μια εξαιρετική επιλογή για μια πραγματική ώθηση και προσφέρουν μια πιο έντονη και «σκληρή» γεύση.

Τα κόκκοι Robusta διαθέτουν μια λεία υφή και συχνά λέγεται ότι έχουν ακόμη και μια ελαφριά επίγευση σοκολάτας, γεγονός που καθιστά αυτή την ποικιλία ιδανική για να συνδυαστεί με γάλα και ζάχαρη (ίσως και ως παγωμένο καφέ).



Liberica

Ένας από τους πιο δύσκολους τύπους κόκκων καφέ που μπορεί να βρεθεί είναι ο σπόρος τύπου **Liberica**. Οι κόκκοι αυτοί είναι μεγαλύτεροι από τους υπόλοιπους και είναι οι μοναδικοί στον κόσμο που είναι γνωστό ότι έχουν ένα ακανόνιστο σχήμα.

Οι κόκκοι καφέ Liberica είναι μια σπάνια απόλαυση. Καλλιεργούνται σε πολύ συγκεκριμένα κλίματα με την παραγωγή να είναι πολύ σπάνια για τους αγρότες να κλιμακώσουν τις δραστηριότητές τους για να ικανοποιήσουν πραγματικά μια παγκόσμια αγορά. Ακόμα ακόμα, τα φασόλια θεωρούνται ευχάριστη έκπληξη. Πολλοί που έχουν δοκιμάσει τον καφέ παρομοιάζουν το άρωμα με φρούτα και λουλούδια και περιγράφουν τη γεύση ως μια κάπως «ξυλώδη» γεύση.

Excelsa

Αν και πρόσφατα έχει ταξινομηθεί ως μέλος της οικογένειας Liberica, ο κόκκος **Excelsa** είναι πολύ διαφορετικός στη γεύση σε σύγκριση με τον κόκκο καφέ Liberica.

Οι κόκκοι Excelsa μπορούν να βρεθούν κυρίως στη Νοτιοανατολική Ασία, και η ποικιλία αυτή αντιπροσωπεύει μόνο περίπου το 7% του παγκοσμίως παραγόμενου καφέ.

Η Excelsa διαθέτει μια ξινή, φρουτώδη γεύση και είναι γνωστή για την εμφάνιση χαρακτηριστικών τόσο των ελαφρών όσο και των σκούρων καβουρδισμένων καφέδων για να δημιουργήσει ένα μοναδικό προφίλ που συχνά αναζητείται από

τους λάτρεις του καφέ.

Επεξεργασία του καφέ

Οι ώριμοι καρποί του φυτού του καφέ είναι γνωστοί ως κεράσια του καφέ και κάθε κεράσι περιέχει γενικά δύο σπόρους καφέ («κόκκους») τοποθετημένους ο ένας πάνω στον άλλο. Περίπου το 5% των κερασιών περιέχει μόνο έναν σπόρο- οι σπόροι αυτοί, που ονομάζονται Peberries, είναι μικρότεροι και πυκνότεροι και παράγουν, κατά τη γνώμη ορισμένων, έναν πιο γλυκό, πιο γευστικό καφέ.

Η επεξεργασία των κόκκων γίνεται με την αποκόλληση των σπόρων του καφέ από το κάλυμμά τους και από τον πολτό και με την ξήρανση των σπόρων- όλοι οι κόκκοι πρέπει να αφαιρεθούν από τον καρπό τους και να αποξηρανθούν πριν από το καβούρδισμα. Τρεις τεχνικές χρησιμοποιούνται για την επεξεργασία του καφέ: η ξηρή ή «φυσική» διαδικασία, η υγρή (και πλυμένη) διαδικασία και μια υβριδική διαδικασία που ονομάζεται ημιπλυμένη ή «πολτοποιημένη φυσική» μέθοδος. Ο καφές που προκύπτει από αυτές τις διαδικασίες ονομάζεται πράσινος καφές, ο οποίος είναι στη συνέχεια έτοιμος για καβούρδισμα.



Καβούρδισμα του καφέ

Μετά την αποφλοιώση και την επεξεργασία του πράσινου καφέ, είναι έτοιμος για ταξινόμηση και πώληση για καβούρδισμα, διαδικασία με την οποία αναπτύσσονται οι

αρωματικές και γευστικές ιδιότητες των κόκκων καφέ σε υψηλές θερμοκρασίες. Το καβουρδισμα του καφέ ξεκινά με πράσινους κόκκους καφέ, οι οποίοι οι ίδιοι έχουν υποστεί επεξεργασία και στεγνώσει. Το ψήσιμο απελευθερώνει ατμό, διοξείδιο του άνθρακα, μονοξείδιο του άνθρακα και άλλα πτητικά από τα φασόλια. Το πιο σημαντικό αποτέλεσμα του καβουρδίσματος είναι η εμφάνιση του χαρακτηριστικού αρώματος του καφέ, το οποίο προκύπτει από πολύ περίπλοκους χημικούς μετασχηματισμούς μέσα στον κόκκο. Το πολύ μεγάλο ψήσιμο μπορεί να καταστρέψει τις πτητικές ενώσεις γεύσης και αρώματος. Στην παλαιότερη μέθοδο ψησίματος, ένας μεταλλικός κύλινδρος ή σφαίρα που περιέχει τον καφέ περιστρέφεται πάνω από μια πηγή θερμότητας όπως κάρβουνο, αέριο ή ηλεκτρισμό.



Η πρακτική της ταξινόμησης του καφέ παρέχει στους πωλητές και τους αγοραστές μια εγγύηση σχετικά με την προέλευση, τη φύση και την ποιότητα του προϊόντος που βοηθά τις διαπραγματεύσεις τους. Κάθε χώρα παραγωγής καφέ έχει ορισμένους τύπους και κατηγορίες που βασίζονται σε χαρακτηριστικά όπως το υψόμετρο και η περιοχή καλλιέργειας, η βοτανική ποικιλία, η μέθοδος επεξεργασίας, η εμφάνιση του καβουρδίσματος, το μέγεθος, η πυκνότητα και τα ελαττώματα των κόκκων, αλλά δεν υπάρχει καθολικό σύστημα ταξινόμησης. Ορισμένοι καφέδες καλλιεργούνται στη σκιά και είναι πιο πιθανό να είναι πιστοποιημένοι ως βιολογικοί. Ο καφές του Δίκαιου Εμπορίου, μέρος του ευρύτερου κινήματος του Δίκαιου Εμπορίου, προέκυψε για να εξασφαλίσει ότι ο καφές συγκομίζεται και επεξεργάζεται χωρίς παιδική εργασία και χωρίς επικίνδυνα ζιζανιοκτόνα και φυτοφάρμακα και ότι οι καλλιεργητές και οι εξαγωγείς, ιδίως στις φτωχότερες περιοχές του κόσμου που καλλιεργεί καφέ, αμείβονται με δίκαιη τιμή. Το πόσο καλά επιβάλλονται αυτά τα πρότυπα του δίκαιου εμπορίου είναι ένα θέμα που αποτελεί αντικείμενο διαμάχης. Η πιστοποίηση Rainforest Alliance και η πιστοποίηση Bird Friendly του Ινστιτούτου Smithsonian απονέμονται σε βιώσιμο καφέ που καλλιεργείται στη σκιά και προστατεύει τη βιοποικιλότητα.



Ο όρος «καφές χωρίς καφεΐνη» μπορεί να φανεί σε κάποιους ως οξύμωρο, αλλά αρκετοί καταναλωτές καφέ απολαμβάνουν τη γεύση του καφέ αλλά δεν μπορούν να αντέξουν το τράνταγμα της καφεΐνης. Οι κύριες μέθοδοι αποκαφεϊνοποίησης βασίζονται σε χημικούς διαλύτες, φιλτράρισμα με άνθρακα, εκχύλιση με διοξείδιο του άνθρακα ή τριγλυκερίδια. Σε όλες τις περιπτώσεις, για να γίνει «ντεκαφεϊνέ», η καφεΐνη αφαιρείται στο στάδιο των πράσινων κόκκων, πριν από το καβούρδισμα του καφέ. Ανεξάρτητα από τη μέθοδο αποκαφεϊνοποίησης, προκύπτει κάποια αλλοίωση του κόκκου καφέ στην πορεία και σε καμία περίπτωση δεν αφαιρείται το 100% της καφεΐνης. Η εξαγωγή μιας καλής δόσης εσπρέσο από κόκκους καφέ χωρίς καφεΐνη είναι ίσως η μεγαλύτερη πρόκληση από όλες.

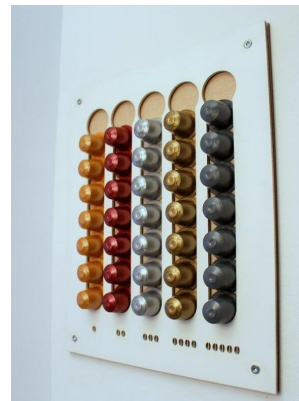
Packaging

Η αποτελεσματική συσκευασία εμποδίζει τον αέρα και την υγρασία να φτάσουν στον καφέ. Ο αλεσμένος καφές αλλοιώνεται γρήγορα και χάνει τις αρωματικές του ιδιότητες μέσα σε λίγες ημέρες, εάν δεν τοποθετηθεί αμέσως σε ερμητικά κλειστά δοχεία.

Ο αέρας, ιδίως σε υγρές ατμόσφαιρες, προκαλεί τάγγισμα μέσω της οξείδωσης των λιπαρών συστατικών. Τα σύγχρονα υλικά συσκευασίας, οι πλαστικές μεμβράνες όπως το πολυαιθυλένιο και τα σύμπλοκα αλουμινίου και κυτταρίνης, είναι ικανά να διατηρήσουν την ποιότητα του καφέ για κάποιο χρονικό διάστημα. Η πιο ικανοποιητική λύση στο πρόβλημα, ωστόσο, είναι η συσκευασία υπό κενό ή σε αδρανές αέριο, σε αυστηρά αδιαπέραστα δοχεία.



Στις αρχές του 21ου αιώνα, οι κατασκευαστές ανταποκρίθηκαν στην επιθυμία των καταναλωτών για φρεσκάδα και συστήματα εύκολης παρασκευής καφέ, παράγοντας καφετιέρες για ένα φλιτζάνι καφέ που χρησιμοποιούν κάψουλες καφέ - μικρά δοχεία μιας χρήσης που γεμίζουν με μια προμετρημένη ποσότητα καφέ και σφραγίζονται αεροστεγώς για να διατηρήσουν τη φρεσκάδα. Η ευκολία χρήσης τους τις έκανε πολύ δημοφιλείς, αν και έχουν επικριθεί για τα πλαστικά απόβλητα που δημιουργούν.



1.3 Η Ιστορία του καφέ στην Ελλάδα

Η ιστορία του καφέ στην Ελλάδα έχει τις ρίζες της στην περίοδο της Τουρκοκρατίας όταν Έλληνες της Κωνσταντινούπολης και της Βόρειας Ελλάδας γνώρισαν πρώτοι τον καφέ μαζί με τους Τούρκους. Σύμφωνα με τον Αλέξανδρο Παπαδιαμάντη, η συνήθεια του καφέ εξαπλώθηκε μετά το 1760 στην υπόλοιπη Ελλάδα.

Το καφενείο «Η Ωραία Ελλάς» στην οδό Αιόλου, υπήρξε το πολυτελές στέκι όπου οι καπετάνιοι, οι ξένοι διπλωμάτες, οι περιηγητές, οι πολιτικοί και οι ποιητές συνέρρεαν

για να συζητήσουν για την επικαιρότητα. Από εκεί άρχιζαν πολλές κινητοποιήσεις.

Στις αρχές του αιώνα δεν υπήρχαν καταστήματα πώλησης καφέ οπότε τα καφενεία και οι νοικοκυρές αγόραζαν ακατέργαστο πράσινο καφέ και, στη συνέχεια, τον καβούρδιζαν και τον άλεθαν. Τα πρώτα ειδικά καταστήματα για τον καφέ, τα λεγόμενα «καφεποιεία» που γρήγορα μετονομάστηκαν σε «καφεκοπτεία», εμφανίστηκαν στις αρχές του 20ου αιώνα. Σταδιακά, οι Έλληνες που μέχρι τότε προτιμούσαν τον τούρκικο καφέ, τον μετονομάζουν σε «ελληνικό καφέ» και τον καθιερώνουν ως τον πιο αγαπητό καφέ για πάρα πολλά χρόνια.

Τη δεκαετία του 1920, μετά από παραγγελία του ξενοδοχείου «Μεγάλη Βρετανία» εισήχθη στην Ελλάδα ο γαλλικός καφές, για να ακολουθήσουν λίγο αργότερα και τα υπόλοιπα είδη. Τη δεκαετία του '30 άνοιξαν πολλά καφεκοπτεία, αλλά στην Κατοχή, λόγω έλλειψης του είδους, όσα επιβίωναν επιδίδονταν στην επεξεργασία υποκατάστατων του καφέ (ρεβίθι, κριθάρι, λούπινο).



Στη Διεθνή Έκθεση Θεσσαλονίκης το 1957, ανακαλύφθηκε τυχαία ο «φραπέ» (γαλλ. «χτυπημένος»), ένας αφρώδης καφές ελληνικής επινόησης που έγινε το πιο διάσημο και αγαπητό ρόφημα στην Ελλάδα.

Στα τέλη της δεκαετίας του '90, ο espresso εισέβαλε δυναμικά στις καφετέριες, ενώ από το 2000 μπήκε και στα ελληνικά νοικοκυριά, λόγω της προώθησης οικιακών μηχανών espresso με κάψουλες. Παρόλα αυτά ο παραδοσιακός Ελληνικός καφές παραμένει πρώτος σε προτίμηση με μεγάλη αποδοχή και από τις νέες γενιές.

1.4 Καφεκοπτεία ΛΟΥΜΙΔΗ

1910

Τρία αδέρφια από την Κάρυστο, ο Αντώνης, ο Νίκος και ο Ιάσων Λουμίδης, αφήνουν τη γενέτειρά τους αναζητώντας εργασία στον Πειραιά. Ύστερα από αρκετές προσωρινές δουλειές, ανοίγουν ένα παντοπωλείο με αποικιακά προϊόντα και καταπιάνονται με τη δύσκολη διαδικασία της παρασκευής και του καβουρδίσματος του καφέ, χρησιμοποιώντας τα «πρωτόγονα» μέσα της εποχής.



1920

Καρπός της πολύτιμης γνώσης και εμπειρίας που απέκτησαν κατά την πρώτη δεκαετία ήταν φυσικά η απόφαση να επενδύσουν όλες τις οικονομίες τους στο πρώτο κατάστημα που θα ήταν αποκλειστικά αφιερωμένο στην πώληση φρεσκοκομμένου καφέ. Με έδρα την οδό Ρετσίνα, δημιούργησαν σταδιακά το πρώτο δίκτυο κατ'οίκον διανομών με κάρα, πωλώντας καφέ στις γειτονιές του Πειραιά.



1932

Ο καφές Λουμίδη γίνεται ευρέως γνωστός και αποσπτά διεθνείς διακρίσεις σε εκθέσεις στην Ιταλία και τη Γαλλία. Η επιχείρηση επεκτείνεται ακόμα περισσότερο με την ίδρυση του πρώτου καφεκοπτείου στη Θεσσαλονίκη, και δύο ακόμη να

ακολουθούν ως το τέλος του Μεσοπολέμου.

1987

Η Λουμίδης Α.Ε., που παράγει και διανέμει τον συσκευασμένο καφέ «Παπαγάλο», εξαγοράζεται από τη Nestle S.A. Η οικογένεια Λουμίδη συνεχίζει να δραστηριοποιείται επιχειρηματικά στο δίκτυο των καταστημάτων και τα καφεκοπτεία.



1998

Το δίκτυο των καφεκοπτειών αναπτύσσεται πανελλαδικά, αλλά και με συνεργασίες Franchise. Μέχρι και σήμερα, η τρίτη γενιά της οικογένειας ΛΟΥΜΙΔΗ εξελίσσει την παράδοση και φέρνει τα υψηλής ποιότητας προϊόντα της στην πόρτα του πελάτη μέσα από το ολοκαίνουριο eshop.

02. PACKAGING

2.1 Η ιστορία του packaging

Πρώιμη συσκευασία

Η συσκευασία, ως έννοια, προέκυψε από τη βασική ανάγκη της πρώιμης ανθρωπότητας να αποθηκεύει και να μεταφέρει τα τρόφιμά της από τόπο σε τόπο. Αν και δεν υπάρχει αρχείο για το πότε χρησιμοποιήθηκαν τα πρώτα υλικά συσκευασίας, οι ιστορικοί πιστεύουν ότι κατά τις ημέρες των νομάδων κυνηγών/τροφοσυλλεκτών, υλικά όπως φύλλα, δέρματα ζώων, ξηροί καρποί ή κολοκύθες χρησιμοποιήθηκαν για

την αποθήκευση και τη μεταφορά αντικειμένων.



Προκαταβολές συσκευασιών Domesticated Village

Η αύξηση των χωριών βοήθησε να γίνουν πολλές προόδους για την προώθηση του τρόπου ζωής. Πολλές από αυτές τις εξελίξεις μεταδόθηκαν στην τεχνολογία συσκευασίας. Μια ποικιλία διαφορετικών υλικών χρησιμοποιήθηκαν για την παραγωγή, τη μεταφορά και την αποθήκευση αγαθών και προϊόντων. Οι τύποι των υλικών που χρησιμοποιήθηκαν διέφεραν ανάλογα με το γεωγραφικό τοπίο στο οποίο βρισκόταν κάθε χωριό. Υφαντά τσουβάλια και καλάθια από ποικιλία φυτών ανάλογα με τη γεωγραφική θέση του χωριού. Ξύλινα κιβώτια και κιβώτια κατασκευάστηκαν για να περιέχουν, να αποθηκεύουν και να μεταφέρουν αγαθά. Ο πηλός διαμορφώθηκε σε διάφορα δοχεία και συσκευές αποθήκευσης για ξηρά προϊόντα και υγρά. Το δέρμα των ζώων χρησιμοποιήθηκε για τη διαμόρφωση και τη διαμόρφωση δοχείων και συσκευών αποθήκευσης. Με αυτές τις εξελίξεις, οι άνθρωποι μπορούσαν να αποθηκεύουν καλλιέργειες και τρόφιμα για το χειμώνα, να προστατεύουν τρόφιμα και αγαθά από επικίνδυνα ζώα και να μεταφέρουν προϊόντα από και προς το χωριό. Εκατοντάδες χρόνια αργότερα, το εμπόριο και η ίδρυση πόλεων βοήθησαν να γίνουν σημαντικές τεχνολογικές εξελίξεις στη συσκευασία.



Η Ίδρυση των Πόλεων

Το φουσητό γυαλί ήταν ένα συγκεκριμένο προϊόν που βοήθησε στην προώθηση της ανθρώπινης ποιότητας ζωής καθώς και στη βιομηχανία συσκευασίας. Πολλά από τα προϊόντα που παράγονται ήταν δοχεία για μεταφορά και αποθήκευση. Τα δοχεία από φουσητό γυαλί είναι συχνά κατασκευασμένα από παχύ ανθεκτικό γυαλί που ήταν βαρύ

αλλά προτιμάται λόγω των πολλών πλεονεκτημάτων που προσφέρονται.

Ο Μεσαίωνας είδε μια αύξηση στη δημοτικότητα στη χρήση ξύλινων βαρελιών και ξύλινων κιβωτίων ως συσκευών αποθήκευσης και μεταφοράς. Τα βαρέλια χρησιμοποιούνταν συνήθως για ταξίδια στους ωκεανούς για την αποθήκευση αντικειμένων όπως ρούμι, αποξηραμένα τρόφιμα και φρέσκο νερό.

Οι τεχνίτες χρησιμοποιούσαν ατμό για να ζεστάνουν το ξύλο και το γύριζαν. Με το ξύλο στο κατάλληλο καλούπι, μπορεί να θερμανθεί αργά και να λυγίσει για να διαμορφώσει το βαρέλι στην κατάλληλη μορφή. Μόλις το βαρέλι ωριμάσει, βρέθηκε ότι ήταν μια από τις πιο αποτελεσματικές μορφές συσκευασίας χύμα που ήταν γνωστές εκείνη την εποχή. Το βαρέλι έδινε στους ανθρώπους τη δυνατότητα να αποθηκεύουν και να μεταφέρουν υγρά και ξηρά αγαθά σε μεγάλες ποσότητες. Μετά την πτώση της Ρώμης, οι εφευρέσεις και η καινοτομία έμειναν στάσιμες στην Ευρώπη. Πολλές νέες τεχνολογίες και εξελίξεις προήλθαν από άλλους πολιτισμούς σε όλο τον κόσμο. Η Κίνα άρχισε να φτιάχνει την πρώτη πραγματική μορφή χαρτιού κατά τη διάρκεια αυτής της χρονικής περιόδου. Η εφεύρεση και η παραγωγή χαρτιού αποδείχτηκε ένα πολύτιμο και κοινό υλικό που χρησιμοποιείται στη βιομηχανία συσκευασίας για αιώνες.



Αρχαίες Αιγυπτιακές Τεχνικές Συσκευασίας

Στην Αρχαία Αίγυπτο, το γυαλί ήταν δαπανηρό και θεωρούνταν πολύτιμος λίθος που συνήθως προοριζόταν για δικαιώματα. Ωστόσο, αυτή η εμμονή με το γυαλί ήταν που τελικά οδήγησε τους Αιγύπτιους να ανακαλύψουν την τεχνολογία εμφύσησης γυαλιού, της οποίας θα μπορούσε να διαμορφώσει το γυαλί σε δοχεία για αποθήκευση



τροφίμων και νερού. Ωστόσο, αυτό το αρχαίο γυαλί δεν ήταν διαφανές - αυτό δεν θα ανακαλυπτόταν για άλλα 500 χρόνια. Το γυαλί, που χρησιμοποιήθηκε για πρώτη φορά ως δοχείο, αναμειγνύονταν με λιωμένο ασβεστόλιθο, σόδα, άμμο, πυριτικό άλας και διαμορφωνόταν σε γυάλινη συσκευασία.

Γύρω στο 1200 π.Χ. αγγεία και κούπες άρχισαν να κατασκευάζονται από χυτό γυαλί. Μετά την εφεύρεση του φουσητήρα το 300 π.Χ. από τους Φοίνικες, η παραγωγή εντελώς διαφανούς γυαλιού έγινε κατά τους χρόνους

μετά το Α.Μ. Μετά τη δεκαετία του 1970 η γυάλινη συσκευασία άρχισε να χρησιμοποιείται για την προστασία προϊόντων υψηλής αξίας και έχει ένα ευρύ φάσμα χρήσεων σήμερα.

Αρχαίες κινεζικές τεχνικές συσκευασίας

Η αρχαία Κίνα πιστώνεται για την επινόηση της εύκαμπτης συσκευασίας λόγω των καινοτομιών της στην ανάπτυξη χαρτιού - δηλαδή το παλαιότερο παράδειγμα εύκαμπτης συσκευασίας.



Οι ιστορικοί πιστεύουν ότι τον πρώτο ή τον δεύτερο αιώνα, οι Κινέζοι άρχισαν να χρησιμοποιούν επεξεργασμένο φλοιό μουριάς για να τυλίξουν τα τρόφιμα. Στους μεταγενέστερους αιώνες, όταν οι Κινέζοι τελειοποίησαν τις τεχνικές κατασκευής χαρτιού, το χαρτί άρχισε επίσης να χρησιμοποιείται για τη συσκευασία ειδών όπως φάρμακα και δέματα τσαγιού.

Το χαρτί είναι το παλαιότερο αναδιαμορφώσιμο υλικό συσκευασίας. Οι φλοιοί της μουριάς χρησιμοποιήθηκαν στην Κίνα τον 1ο και 2ο αιώνα π.Χ. για το τυλίγμα των τροφίμων και οι τεχνικές κατασκευής χαρτιού βελτιώθηκαν τα επόμενα 1500 χρόνια και μεταφέρθηκαν στη Μέση Ανατολή.

Οι τεχνικές κατασκευής χαρτιού έχουν φτάσει στην Ευρώπη και από την Ευρώπη έφτασαν στην Αγγλία το 1310 και στην Αμερική το 1609. Το πρώτο εμπορικό κουτί από χαρτόνι κατασκευάστηκε στην Αγγλία το 1817, 200 χρόνια μετά την Κίνα και το κυματοειδές χαρτόνι εφευρέθηκε τη δεκαετία του 1850, αντικαθιστώντας τα ξύλινα κουτιά στο εμπόριο. Ο 20ός αιώνας ήταν η πιο φωτεινή εποχή για το χαρτί και το χαρτόνι.

Συσκευασία Βιομηχανικής Επανάστασης

Γρήγορα στη Βιομηχανική Επανάσταση: αυτή η εποχή (ξεκινώντας περίπου από το 1760-1840) έδωσε τη θέση της σε σημαντικές τεχνολογικές εξελίξεις, καθώς η ζήτηση για

συσσκευασία καλύτερης ποιότητας αυξήθηκε. Αυτή η ζήτηση για ποιότητα τροφοδοτήθηκε από μια ξαφνική αύξηση νέων προϊόντων που ήταν πλέον διαθέσιμα για κατανάλωση από τις μάζες. Ωστόσο, πρέπει να σημειωθεί ότι πολλά από τα υλικά συσκευασίας που προέκυψαν σε αυτήν την εποχή ήταν ακριβά που σημαίνει ότι η χρήση αυτών των υλικών προοριζόταν συνήθως για την αποθήκευση και τη μεταφορά αγαθών πολυτελείας.

Ακολουθούν μερικές από τις πιο αξιοσημείωτες εξελίξεις στη συσκευασία που συνέβησαν κατά τη διάρκεια αυτής της εποχής:

- Βραβείο Συντήρησης Τροφίμων του Ναπολέοντα (1795)

Το 1795, ο Ναπολέων πρόσφερε ένα έπαθλο 12.000 φράγκων σε όποιον μπορούσε να εφεύρει καλύτερες μεθόδους συντήρησης τροφίμων. Αυτή η ώθηση για καινοτομία οφειλόταν στο ότι ο Ναπολέοντας έπρεπε να βρει έναν τρόπο να ταΐσει τον στρατό του που βρισκόταν στη μέση ενός πολέμου. Ωστόσο, δεν θα περνούσαν άλλα 15 χρόνια μέχρι να διεκδικήσει αυτό το βραβείο ένας άνδρας ονόματι Nicolas Appert. Ο Nicolas Appert, γνωστός και ως πατέρας της κονσερβοποίησης, εφηύρε μια μέθοδο για να συντηρεί τα τρόφιμα για μεγάλο χρονικό διάστημα βράζοντας και στη συνέχεια σφραγίζοντας τα τρόφιμα σε αεροστεγή γυάλινα δοχεία. Αυτή τη μέθοδο εξακολουθούμε να χρησιμοποιούμε σήμερα με κονσέρβες! Ο Nicolas Appert από το Παρίσι παρουσίασε ότι το κονσερβοποιημένο κουτί που συμπιέζεται με stannic έχει την ικανότητα να συντηρεί τα τρόφιμα μετά την αποστείρωση. Ένα χρόνο αργότερα, ο Άγγλος Peter Durand, κέρδισε το δικαίωμα να κατοχυρώσει με δίπλωμα ευρεσιτεχνίας το κυλινδρικό κουτί με την εφεύρεσή του με συμπιεσμένο stannic.



- The Rise of Tin (1810)

Το 1810, ο Peter Durand, ένας Άγγλος, κατοχύρωσε με δίπλωμα ευρεσιτεχνίας τη χρήση σιδερένιων κονσερβών με επικάλυψη κασσίτερου αντί για μπουκάλια για τη συντήρηση των τροφίμων. Τα επόμενα 20 χρόνια, ο κασσίτερος θα γίνει ένα από τα πιο δημοφιλή υλικά συσκευασίας για τη συσκευασία ειδών όπως μπισκότα και καπνός. Από την

αρχαιότητα, οι μεταλλικές συσκευασίες που εμφανίζονται σε μορφές χρυσών και ασημένιων κιβωτίων, καθώς και ισχυρά κράματα και καλύμματα, χρησιμοποιούνται σήμερα για την προστασία πολλών προϊόντων. Η παραγωγή φύλλου κασσίτερου εφευρέθηκε στη Βοημία το 1200 μ.Χ. Στη συνέχεια, στις αρχές του 14ου αιώνα άρχισαν να χρησιμοποιούνται κονσέρβες τροφίμων. Αυτή η τεχνολογία κρατήθηκε μυστική από το 1600 και αντικαταστάθηκε από χάλυβα καλύτερης ποιότητας και ευκολότερης παραγωγής μετά την προώθηση της διαδικασίας από τον William Underwood στις ΗΠΑ.

Το πρώτο τυπωμένο κουτί στην ιστορία της μεταλλικής συσκευασίας κατασκευάστηκε το 1866 στις ΗΠΑ. Μόλις το 1910 ήταν στα καταστήματα εμπορικά και ο σχεδιασμός του κουτιού από αλουμινοχαρτο αναπτύχθηκε στις αρχές του 1950. Η πρώτη κονσέρβα αλουμινίου κυκλοφόρησε το 1959. Βίδες και σφυριά χρησιμοποιήθηκαν για το άνοιγμα μεταλλικών συσκευασιών μέχρι το 1866. Αργότερα, έγινε συσκευασία με σχιζόμενα καπάκια. Το 1875 εφευρέθηκε το ανοιχτήρι κονσερβών.



- The First Cardboard Box (1817)

Αν και το ίδιο το χαρτόνι είχε εφευρεθεί αρκετές εκατοντάδες χρόνια νωρίτερα στην Κίνα, το κουτί από χαρτόνι δεν δημιουργήθηκε παρά το 1817 από τον Sir Malcolm Thornhill. Σημείωση: αυτά τα κουτιά δεν ήταν ακόμα κυματοειδές, κάτι που εφευρέθηκε μέχρι το 1871. Τα χαρτόκουτα ήταν δημοφιλή στους κατασκευαστές μεταξιού για τη μεταφορά σπόρων και αυγών από την Ιαπωνία στην Ευρώπη.

Πλαστικό - Η νεότερη μορφή συσκευασίας

Το πρώτο τεχνητό πλαστικό παρασκευάστηκε από τον Alexander Parker το 1838 και παρουσιάστηκε στη Μεγάλη Διεθνή Έκθεση στο Λονδίνο το 1862. Αυτό το πλαστικό προοριζόταν να αντικαταστήσει φυσικά υλικά όπως το ελεφαντόδοντο και ονομάστηκε "parkesin". Το 1849 οι Charles Goodyear και Thomas Hancock ανέπτυξαν μία διαδικασία που κατέστρεψε την κολλώδη ιδιότητα και πρόσθεσε ελαστικότητα στο φυσικό καουτσούκ. Το 1851 το σκληρό καουτσούκ ή "εβονίτης" έγινε εμπορικό.

Το 1870 ο Νεοϋορκέζος John Wesley Hyatt έλαβε δίπλωμα ευρεσιτεχνίας για το «κυτταρινικό» που παράγεται σε υψηλές θερμοκρασίες και πίεση και έχει χαμηλή

περιεκτικότητα σε νιτρικά άλατα. Αυτή η εφεύρεση είναι το πρώτο πλαστικό που κυκλοφόρησε στο εμπόριο και παρέμεινε ως το μοναδικό πλαστικό μέχρι το 1907 όταν ο Leo Hendrik Baekeland παρήγαγε τον «Βακελίτη».

Τι ακριβώς ήταν το πλαστικό, δεν ήταν γνωστό μέχρι το 1920 όταν ακούστηκε η επαναστατική ιδέα του Hermann Staudinger. Όλα τα πλαστικά, το καουτσούκ και η κυτταρίνη υποστηρίχθηκαν ότι ήταν πολυμερή ή μακρομόρια. Αυτή η υπόθεση αρχικά δεν έγινε ευρέως αποδεκτή από πολλούς επιστήμονες, αλλά ο Staudinger έλαβε το βραβείο Νόμπελ το 1953 με αυτή την ιδέα.

Οι πλαστικές συσκευασίες έχουν αρχίσει να χρησιμοποιούνται ευρέως μετά τη δεκαετία του 1950. Προς τα τέλη της δεκαετίας του 1970 ο τομέας των πλαστικών συσκευασιών άρχισε να αναπτύσσεται.

Ετικέτες και εμπορικά σήματα στην ιστορία της συσκευασίας

Η επισήμανση των προϊόντων με πληροφορίες για την εταιρεία που τα κατασκεύασε και το περιεχόμενό τους είναι μια σχετικά νέα καινοτομία στον τομέα της συσκευασίας. Στη δεκαετία του 1660, οι εισαγωγές στην Αγγλία συχνά εξαπατούσαν τον γενικό πληθυσμό, γεγονός που οδήγησε στη διάδοση του όρου «ας προσέχει ο αγοραστής». Στους πελάτες που δεν ήταν καλά μορφωμένοι προσφέρθηκαν αντικείμενα με κατώτερη ποιότητα και ακάθαρτη σύνθεση που ήταν κρυμμένα. Επειδή ήταν αναστατωμένοι από αυτή την απάτη, οι έντιμοι ιδιοκτήτες επιχειρήσεων άρχισαν να σφραγίζουν τα αντικείμενά τους με την ταυτότητά τους για να προειδοποιήσουν τους υποψήφιους πελάτες.

Το 1866, οι αδελφοί Smith, που πουλούσαν σταγόνες για τον βήχα σε μεγάλα γυάλινα βάζα, ήταν οι πρώτοι που χρησιμοποίησαν επίσημα εμπορικά σήματα για τα προϊόντα τους. Η τοποθέτηση της «μάρκας» ενός προϊόντος στη συσκευασία προς όφελος του τελικού χρήστη ήταν μια καινοτομία ιδέα που δεν είχε γίνει πριν.



Η Eagle-AR will Chemical Paint Company έλαβε το προνόμιο να κατέχει το πρώτο σήμα κατατεθέν στις Ηνωμένες Πολιτείες το 1870. Μόνο στις Ηνωμένες Πολιτείες, υπάρχουν σχεδόν 750.000 εμπορικά σήματα που έχουν καταχωρηθεί μέχρι σήμερα.

Οι ετικέτες περιλαμβάνουν πλέον σημαντικό όγκο πληροφοριών με στόχο την εκπαίδευση και την προστασία του γενικού πληθυσμού.

2.2 Συσκευασίες καφέ στην αγορά



03. PATTERN

3.1 Η ιστορία του pattern

Τα μοτίβα, μια αρχαία και σαγηνευτική τέχνη, έχουν πλούσια ιστορία παγκοσμίως. Ξεκίνησαν με απλά γεωμετρικά σχήματα, που εξελίσσονται σε περίπλοκα σχέδια στο

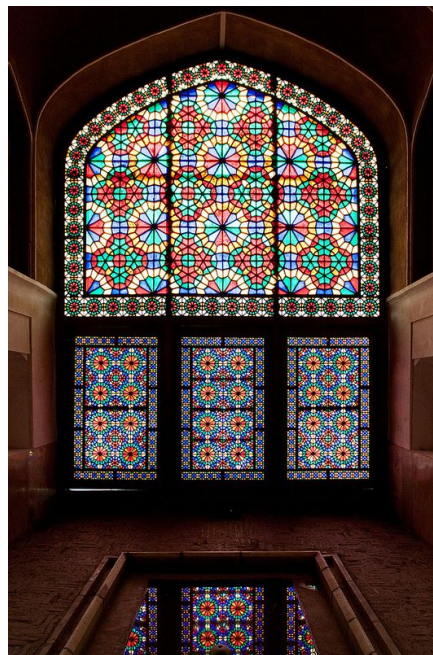
Ιράν. Η Ινδία και η Κίνα διαθέτουν ζωντανά μοτίβα που χρησιμοποιούνται για ρούχα, αρχιτεκτονική και τέχνη. Τα σχέδια της Αιγύπτου αντλούν από τη φύση. Η συμμετρία είναι μια κρίσιμη πτυχή, που δημιουργεί ισορροπία. Ακόμη και στην Ευρώπη, τα μοτίβα είναι σημαντικά στη γοτθική σχολή, καταδεικνύοντας την παγκόσμια συνάφειά τους.

Η ιστορία των pattern σε διάφορα μέρη του κόσμου

Τα μοτίβα είναι μια από τις αρχαίες και σαγηνευτικές τέχνες που χρησιμοποιούνται παγκοσμίως από την αρχαιότητα μέχρι σήμερα. Αυτή η τέχνη δεν έχει μόνο όμορφα και καλλιτεχνικά νοήματα, αλλά έχει επίσης μια πλούσια και ποικίλη ιστορία. Σε αυτό το κείμενο, θα εξερευνήσουμε την ιστορία των προτύπων σε διάφορα μέρη του κόσμου, συμπεριλαμβανομένου του Ιράν, της Ινδίας, της Κίνας και της Αιγύπτου.

Pattern στο Ιράν:

Στο Ιράν, τα μοτίβα αναγνωρίζονται ως μια παραδοσιακή και όμορφη μορφή τέχνης. Αυτά τα μοτίβα ξεκίνησαν αρχικά με απλά γεωμετρικά σχήματα. Με τον καιρό, συνδυάζοντας διάφορα γεωμετρικά σχήματα και δημιουργώντας ποικιλομορφία στα σχέδια, προέκυψαν πιο περίπλοκα μοτίβα. Μοτίβα παρατηρούνται άφθονα στην ιρανική αρχιτεκτονική, ειδικά στην ισλαμική αρχιτεκτονική και στα τζαμιά.



Pattern στην Ινδία και την Κίνα:

Στην Ινδία και την Κίνα, τα μοτίβα είναι επίσης αναπόσπαστο μέρος της κουλτούρας και της τέχνης των ανθρώπων. Στην Ινδία, τα μοτίβα είναι γνωστά για τα ζωντανά και περίπλοκα σχέδιά τους. Χρησιμοποιούνται για διακόσμηση ενδυμάτων, αρχιτεκτονική ναών, ακόμη και μουσεία. Στην Κίνα, τα σχέδια χρησιμοποιούνται ως πνευματικά και καλλιτεχνικά σύμβολα για τη διακόσμηση γλυπτών, χαλιών και κεραμικών.



Pattern στην Αιγυπτο:

Η Αιγυπτος είναι επίσης μια από τις πλούσιες πηγές προτύπων στην παγκόσμια ιστορία. Τα αιγυπτιακά μοτίβα αποτελούνται κυρίως από μοτίβα εμπνευσμένα από φυσικά στοιχεία, όπως φυτά και ζώα, και έπαιξαν σημαντικό ρόλο στην αρχαία αιγυπτιακή τέχνη και αρχιτεκτονικά σχέδια.



Pattern και συμμετρία:

Η συμμετρία αναφέρεται στην επανάληψη και την ισορροπία μοτίβων και μοτίβων στην τέχνη και την αρχιτεκτονική. Αυτή η ιδέα έχει σημαντικό ρόλο σε όλα τα μέρη όπου χρησιμοποιούνται μοτίβα, ενισχύοντας την ομορφιά και την ποικιλομορφία αυτών των μοτίβων. Η συμμετρία, ως καλλιτεχνική αρχή, συμβάλλει στη δημιουργία αρμονίας και συνοχής στα μοτίβα.

Pattern στην Ευρώπη:

Ακόμη και στην Ευρώπη, τα μοτίβα αναγνωρίζονται ως μέρος της τέχνης και της αρχιτεκτονικής. Για παράδειγμα, τα μοτίβα που χρησιμοποιούνται στη γοθική σχολή είναι εξέχοντα παραδείγματα αρχιτεκτονικών και καλλιτεχνικών προτύπων στην Ευρώπη.



Pattern στη Νότια Αμερική:

ιδιαίτερα σε χώρες όπως το Μεξικό και ο πολιτισμός των Μάγια, χρησιμεύουν ως σύμβολα της πλούσιας ιστορίας και πολιτισμού της περιοχής. Τα μεξικάνικα μοτίβα αναγνωρίζονται ως βασικά στοιχεία στην τέχνη και την αρχιτεκτονική της χώρας. Συχνά περιλαμβάνουν καλλιτεχνικά μοτίβα και χειροτεχνία εμπνευσμένα από την πολιτιστική κληρονομιά του Μεξικού.

Ο πολιτισμός των Μάγια έχει επίσης αναπτύξει συναρπαστικά μοτίβα. Τα μοτίβα των Μάγια, ειδικότερα, χρησιμεύουν ως πνευματικά και θρησκευτικά σύμβολα. Αποτελούνται από καλλιτεχνικά μοτίβα και σύμβολα που προέρχονται από τη φύση, στενά συνδεδεμένα με τον πολιτισμό και τη θρησκεία των Μάγια. Αυτά τα μοτίβα επιδεικνύουν την ακρίβεια και την πολυπλοκότητα της τέχνης των Μάγια.

Τα μοτίβα στη Νότια Αμερική όχι μόνο αιχμαλωτίζουν μέσω της ομορφιάς και της καλλιτεχνικής τους αξίας, αλλά υποδηλώνουν επίσης μια βαθιά ιστορική σύνδεση με τους αρχαίους πολιτισμούς και τους αυτόχθονες πολιτισμούς σε αυτές τις περιοχές. Αυτά τα μοτίβα συνεχίζουν να παίζουν σημαντικό ρόλο στις τέχνες της Νότιας Αμερικής και στους τοπικούς πολιτισμούς μέχρι σήμερα.



04. Η ΕΤΑΙΡΕΙΑ

4.1 Η ιδέα

Ξεκινώντας την αναζήτηση γύρω από το θέμα της πτυχιακής μας εργασίας εμπνευστήκαμε αρκετά από την ιστορία του καφέ και αντλήσαμε αρκετά στοιχεία μέσα από αυτή που πλαισίωσαν το brand μας.

Αρχικά το όνομα της εταιρείας μας, kaldi's goat, σημαίνει η κατσίκα του kaldi. Ο Kaldi είναι ο βοσκός που ανακάλυψε τον καφέ έπειτα από μία παρατήρηση του: όποτε έτρωγαν τους σπόρους από ένα συγκεκριμένο δέντρο, οι κατσίκες του έγιναν τόσο ενεργητικές ώστε δεν ήθελαν να κοιμηθούν τη νύχτα.

Ο Κάλντι λοιπόν ανέφερε τα ευρήματά του στον ηγούμενο του τοπικού μοναστηριού, ο οποίος έφτιαξε ένα ποτό με τους συγκεκριμένους σπόρους και διαπίστωσε ότι τον κρατούσε σε εγρήγορση κατά τη διάρκεια των πολλών ωρών της βραδινής προσευχής. Από αυτή την βραδινή ενεργητικότητα εμπνευστήκαμε και το κύριο χρώμα του brand το έντονο μπλε.

Η εταιρεία θα είναι μιας μικρής παραγωγής επιχείρηση σεβόμενοι τις ξεχωριστές φυσικές καλλιέργειες της κάθε περιοχής στον πλανήτη. Κάθε ποικιλία ροφήματος ευημερεί σε διαφορετικές περιβαλλοντικές συνθήκες και δεν θα θέλαμε να επέμβουμε σε αυτό για μεγαλύτερη παραγωγή. Κάθε ποικιλία στην εποχή της.

Οι συσκευασίες μας επηλέξαμε να είναι θεματικές με pattern άγριων ζώων, ανάλογα

απο το μέρος που προμηθευόμαστε την κάθε ποικιλία.

Οι αγορές θα πραγματοποιούνται είτε ηλεκτρονικά μέσω της ιστοσελίδας και της εφαρμογής μας για έξτρα προσφορές και δώρα, είτε μέσω των δυο καταστημάτων μας σε Αθήνα και Θεσσαλονίκη. Στα καταστήματα θα έχετε την δυνατότητα να απολαύσετε τις μοναδικές ποικιλίες μας στον μικρό και φοιλόξενο χώρο μας, όπου θα λειτουργούν self service αλλά και take away παραγγελίες για να σας συντροφεύουμε όλες τις ώρες της ημέρας.

4.2 Αξίες και κατεύθυνση της εταιρείας

Όραμα/Ιδέα

Η εταιρεία kaldi's goat αντλεί έμπνευση από την ιστορία και την ανακάλυψη του καφέ, για να δημιουργήσει μια μοναδική γευστική εμπειρία. Κάθε ποικιλία αποτελεί ξεχωριστό ταξίδι στις ηπείρους του πλανήτη.

Σκοπός

Σκοπός μας είναι μέσα από την δημιουργία του brand να προσφέρουμε πάντα στιγμές χαράς και ποιοτικής απόλαυσης στον καταναλωτή, να είμαστε δίπλα του σε κάθε ξεχωριστή γι' αυτόν στιγμή της ζωής του και μέσα από τα ταξίδια μας να τον οδηγήσουμε στην απελευθέρωση των αισθήσεων του.

Ύφος

Το ύφος της εταιρείας που θέλουμε να έχουμε απέναντι στον καταναλωτή είναι χαλαρό και θερμό. Εξάλλου όλος ο σχεδιασμός έχει στηριχθεί πάνω σε αυτά τα χαρακτηριστικά με τις πιο παιχνιδιάρικες γραμμές, και την ελευθερία σχημάτων και χρωμάτων.

Target group

Απευθύνεται για όλους τους λάτρεις των ποιοτικών ροφημάτων.

Ποιότητα

Η εταιρεία δεσμεύεται να παράγει ροφήματα υψηλής ποιότητας, χρησιμοποιώντας τις καλύτερες πρώτες ύλες και τεχνικές. Συνεχής έρευνα για την βελτίωση των προϊόντων.

Καινοτομία

Περιορισμένη παραγωγή σε ροφήματα που η καλλιέργειά τους επηρεάζεται από τις περιβαλλοντικές συνθήκες της περιοχής που καλλιεργούνται. Σε συνδιασμό με την συνεχή αναζήτηση καινοτόμων τεχνολογιών και πρακτικών η ποιότητα αυξάνεται.

05. ΛΟΓΟΤΥΠΟ

5.1 Προσχέδια λογοτύπου





4.2 Παρουσίαση λογοτύπου

Το kaldi's goat είναι το λογότυπο του brand. Όπως αναφέραμε και παραπάνω ο Kaldi είναι ο βοσκός που ανακάλυψε τον καφέ. Έπειτα από πολλά προσχέδια καταλήξαμε στο συγκεκριμένο λογότυπο.

Το κύριως μέρος του είναι τυπογραφία, ενώ συμπληρώνεται ως μέρος αυτής κόκκοι καφέ στο γράμμα α. Η γραμματοσειρά είναι ιδιαίτερη, ανισόπαχη με κοίλα και ψηλό ύψος, όπου αυτό μας βοήθησε να δημιουργήσουμε μία σύνδεση μεταξύ των δύο λέξεων.

Σε σκουρόχρωμα χρώματα χρησιμοποιείται το λευκό λογότυπο ώστε να είναι ευανάγνωστο και να επιτυγχάνεται η σωστή αντίθεση.



4.3 Ασφαλή όρια λογοτύπου

Γύρω από το λογότυπο πρέπει να υπάρχει ένας ελεύθερος χώρος, που θα διασφαλίζει την αναγνωσιμότητά του. Πάντα θα πρέπει να τηρούνται τα ασφαλή όρια λογοτύπου. Ελάχιστο μέγεθος 3 cm.



4.4 Λογότυπο σε θετικό και αρνητικό φόντο



4.5 Σωστή χρήση λογοτύπου

Η σωστή και ακριβής εφαρμογή του λογοτύπου σε διάφορα χρώματα και backgrounds, διασφαλίζει την ακαιρεότητα του λογοτύπου όσον αφορά το χρώμα, το μέγεθος, την τοποθέτηση και τελικά την αναγνωρισιμότητα της εταιρείας.





4.6 Λανθασμένη χρήση λογοτύπου

Παρακάτω η λανθασμένη εφαρμογή του λογοτύπου σε διάφορα μεγέθη και backgrounds, μας απομακρύνει από τα συχνά λάθη κρατώντας την ακαιρέότητα του λογοτύπου όσον αφορά το χρώμα, το μέγεθος, την τοποθέτηση και τελικά την αναγνωρισιμότητα της εταιρείας.



06. ΧΡΩΜΑΤΑ

6.1 Κύριο χρώμα εταιρείας

Χρησιμοποιείται στην εταιρική ταυτότητα της εταιρείας, στην ιστοσελίδα, στην εφαρμογή κινητού και στα προωθητικά προϊόντα.

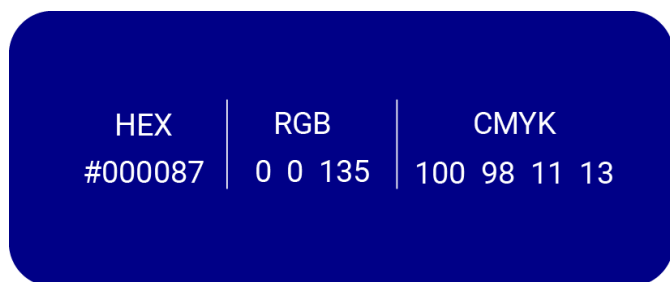
HEX	RGB	CMYK
#000087	0 0 135	100 98 11 13

6.2 Βασικά χρώματα

Κύριο χρώμα της εταιρείας

Το σκούρο μπλε είναι ένα έντονο και επιβλητικό χρώμα εμπνευσμένο από την ιστορία του καφέ. Επιλέξαμε πιο ψυχρούς συνδυασμούς χρωμάτων που προκαλούν χαλάρωση και ηρεμία.

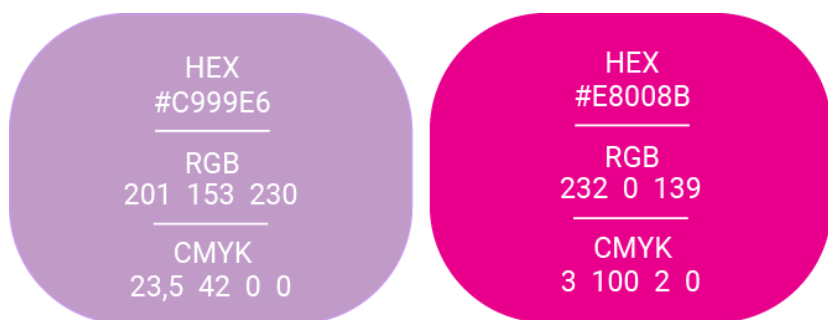
Χρησιμοποιείται στο λογότυπο, στην ιστοσελίδα, στην εφαρμογή και στα προωθητικά της εταιρείας.



Δευτερεύοντα χρώματα της εταιρείας

Το λιλά και το μαντζέντα είναι ανάλογα χρώματα του μπλε χωρίς ακραίες αντιθέσεις.

Χρησιμοποιούνται στην εταιρική ταυτότητα, στην ιστοσελίδα, στην εφαρμογή και στα προωθητικά της εταιρείας.



6.3 Χρώματα συσκευασιών

Espresso



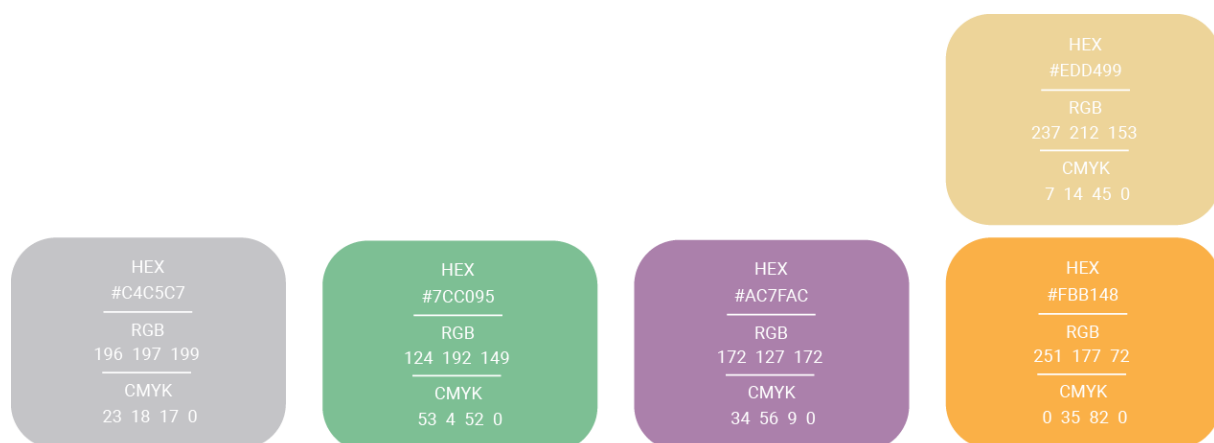
Filter coffee



Chocolate



Tea



07. ΤΥΠΟΓΡΑΦΙΑ

7.1 Τυπογραφία λογοτύπου

Η γραμματοσειρά του λογοτύπου του kaldi's goat είναι η Chicken Sandwich. Είναι μια μοντέρνα και παιχνιδιάρικη γραμματοσειρά. Δημιουργεί μια αίσθηση οικειότητας και ελευθερίας προωθώντας έτσι κατάλληλα τον χαρακτήρα του brand στον καταναλωτή κανοντάς το μοναδικό.

Χρησιμοποιείται αποκλειστικά για το λογότυπο.

CHICKEN SANDWICH FONT

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

Aa Bb Cc

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

7.2 Τυπογραφία συσκευασιών

Κύρια γραμματοσειρά

Η κύρια γραμματοσειρά των συσκευασιών του kaldi's goat είναι η Gilmer. Είναι μια μοντέρνα και καθαρή γραμματοσειρά, επιτυγχάνοντας με αυτό τον τρόπο την αναγνωσιμότητα ακόμα και στις λεπτομέρειες των συσκευασιών.

Χρησιμοποιείται σε όλα τα κείμενα.

Gilmer Font

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

Aa Bb Cc

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

Δευτερεύουσα γραμματοσειρά

Η δευτερεύουσα γραμματοσειρά των συσκευασιών του kaldi's goat είναι η Aguarita. Είναι μια μοντέρνα και επιβλητική γραμματοσειρά.

Χρησιμοποιείται μόνο στους τίτλους της χώρας προέλευσης στις συσκευασίες espresso και στον προσδιορισμό των γεύσεων στις υπόλοιπες.

Aguarita Font

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

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

7.3 Τυπογραφία υί εφαρμογών

Κύρια γραμματοσειρά

Η κύρια γραμματοσειρά των υί εφαρμογών του kaldi's goat είναι η Gilmer. Είναι μια μοντέρνα και καθαρή γραμματοσειρά, επιτυγχάνοντας με αυτό τον τρόπο την αναγνωσιμότητα ακόμα και στις λεπτομέρειες.

Χρησιμοποιείται σε όλα τα κείμενα.

Gilmer Font

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

Aa Bb Cc

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

Δευτερεύουσα γραμματοσειρά

Η δευτερεύουσα γραμματοσειρά της ιστοσελίδας και της εφαρμογής του kaldi's goat είναι η HOLYSWEET. Είναι μια μοντέρνα και επιβλητική γραμματοσειρά.

Χρησιμοποιείται κυρίως στους τίτλους.

HOLYSWEET FONT

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

08. ΕΙΚΟΝΟΓΡΑΦΗΣΗ

8.1 Εικονογράφηση συσκευασιών

Espresso

Ethiopia

Dark roast

Medium roast

Light roast



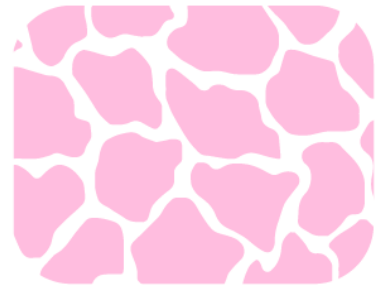
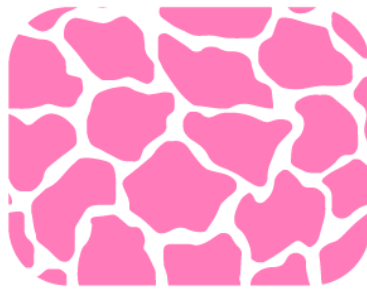
Espresso

Kenya

Dark roast

Medium roast

Light roast



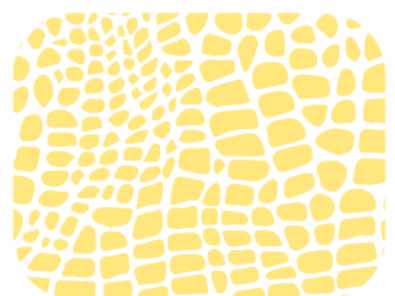
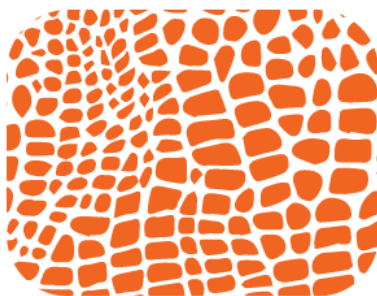
Espresso

Costa Rica

Dark roast

Medium roast

Light roast



Espresso

Brazil

Dark roast



Medium roast



Light roast



Chocolate

Bitter



Milk



Strawberry



White



Filter coffee

Classic



Hazelnut



Caramel

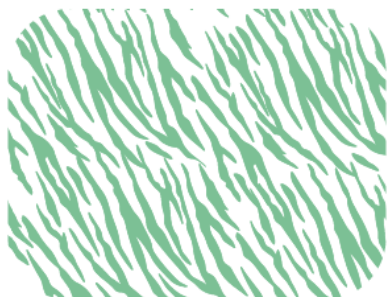


Vanilla

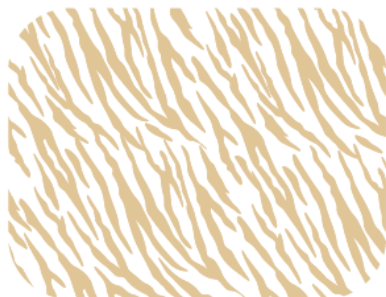


Tea

Green



White



Black



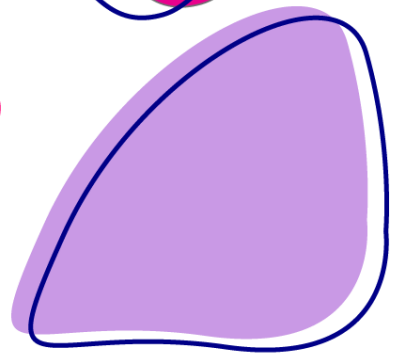
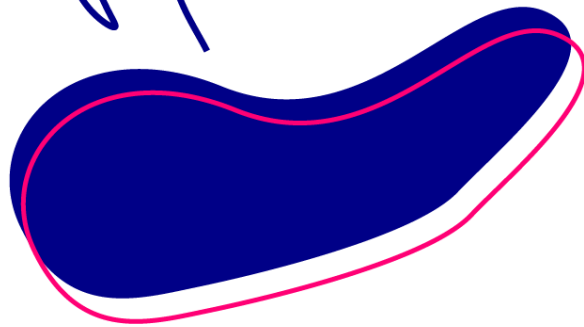
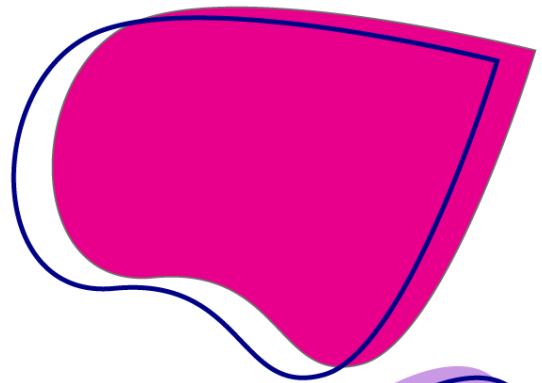
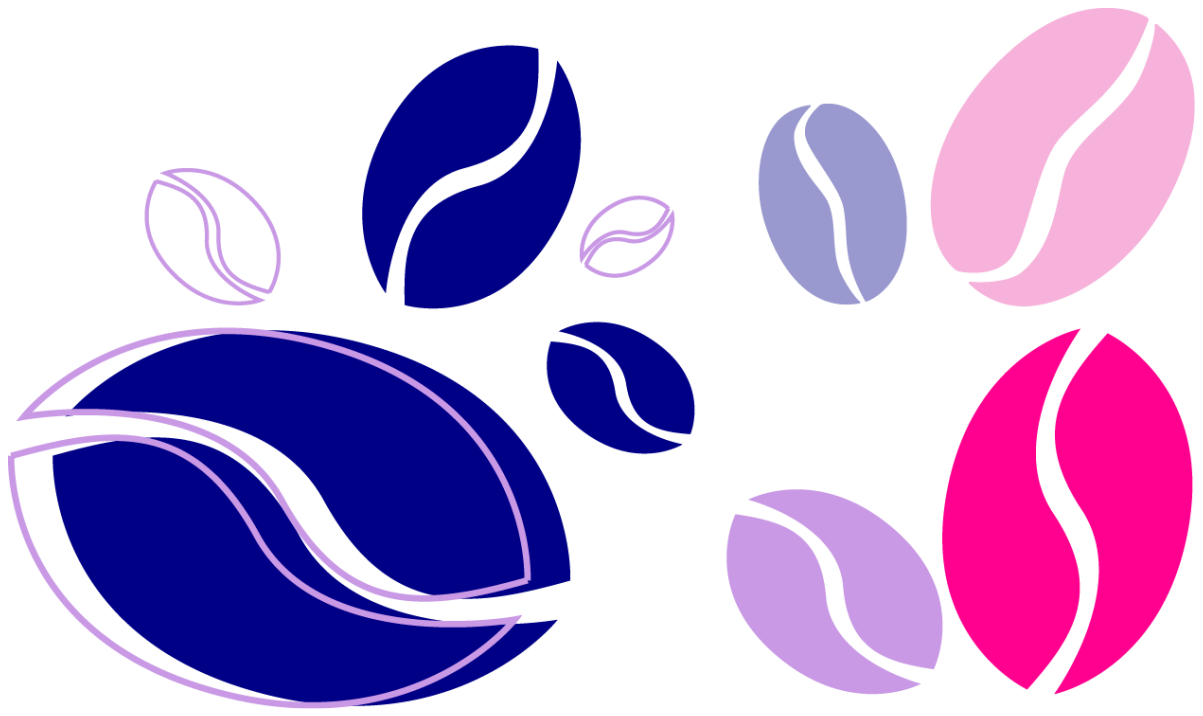
Orange&Ginger



Passion fruite



8.2 Εικονογράφηση ιστοσελίδας και εφαρμογής



09. ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΕΣ

9.1 Συσκευασίες και ανάπτυγμα espresso (13,5x25cm)

Ethiopia

Dark roast



Medium roast



Light roast





Light roast



Brazil

Dark roast



Medium roast



Light roast



Costa Rica

Dark roast



Medium roast

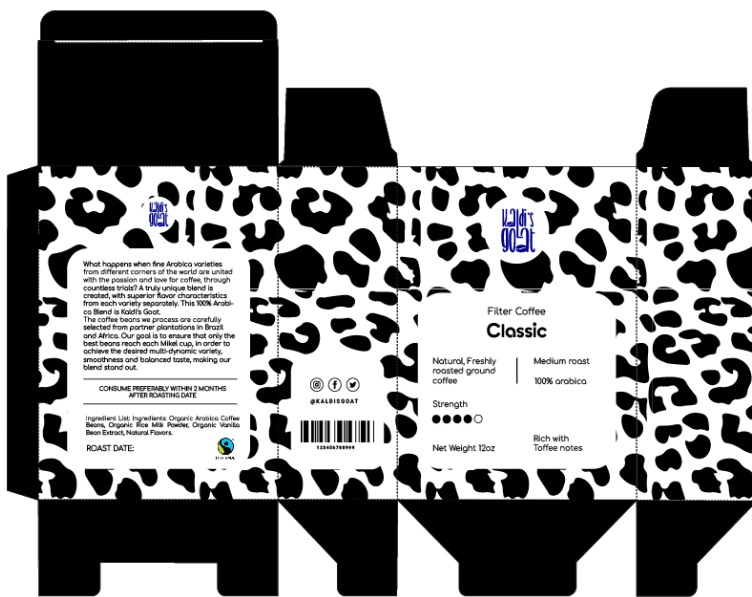


Light roast

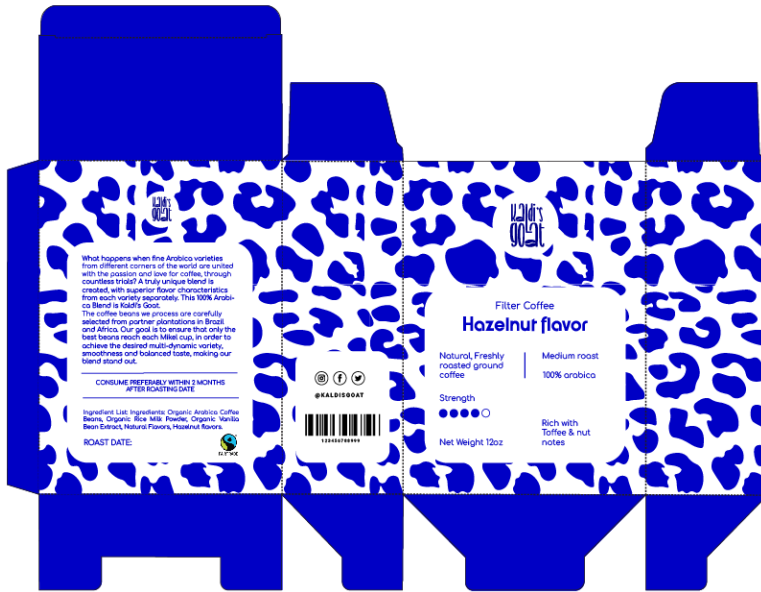


9.2 Συσκευασίες και ανάπτυγμα καφέ φίλτρου (16x20cm)

Bitter



Hazelnut flavor



Caramel flavor



Vanilla flavor



9.3 Συσκευασίες και ανάπτυγμα ρόφημα σοκολάτας (13,5x25cm)

Bitter



Milk



Strawberry

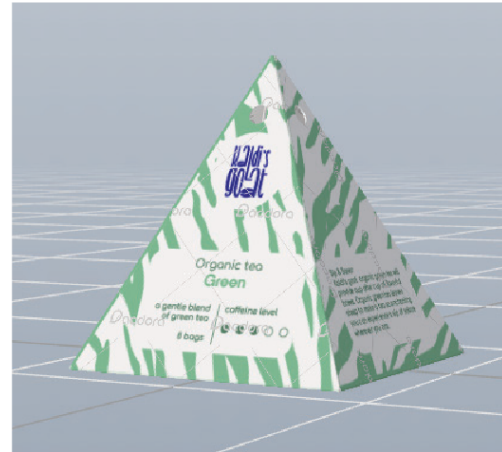
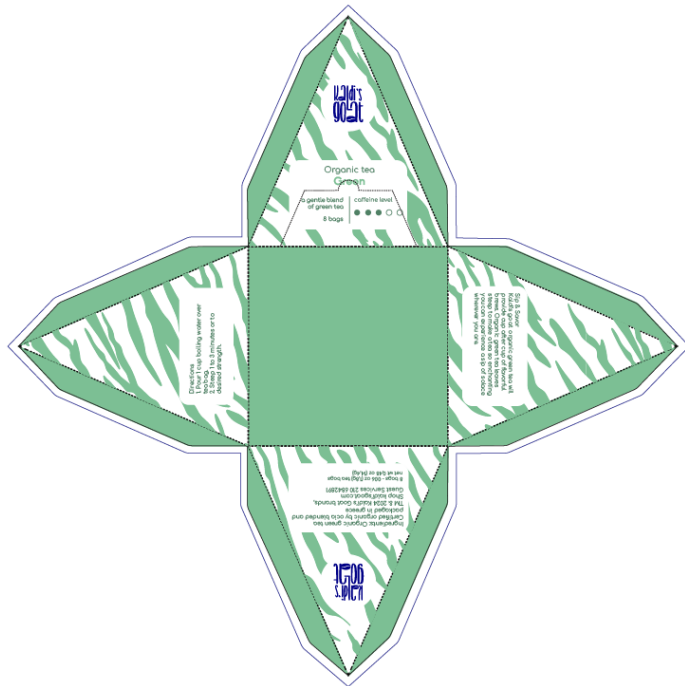


White

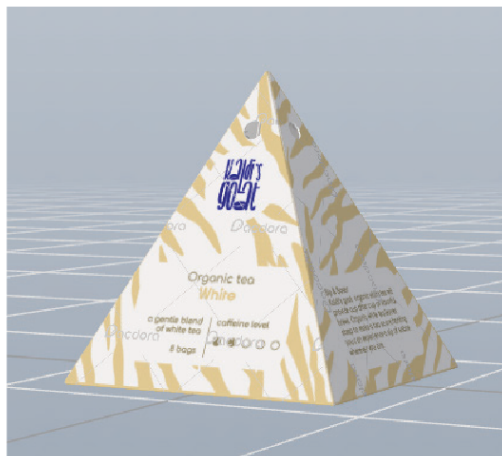
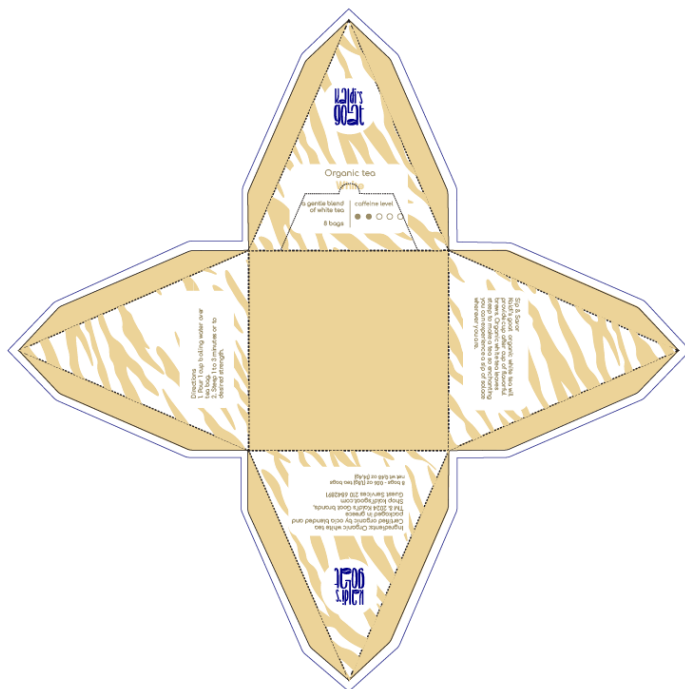


9.4 Συσκευασίες και ανάπτυγμα τσάι (10,7x12cm)

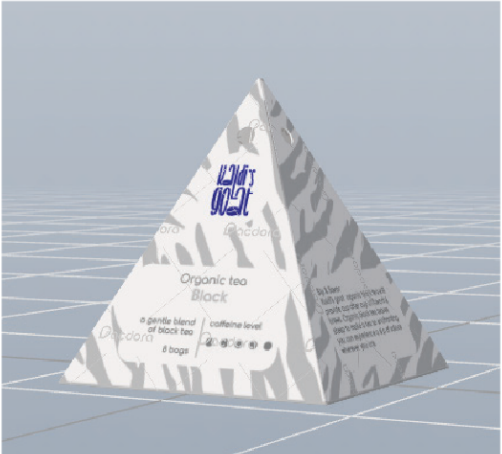
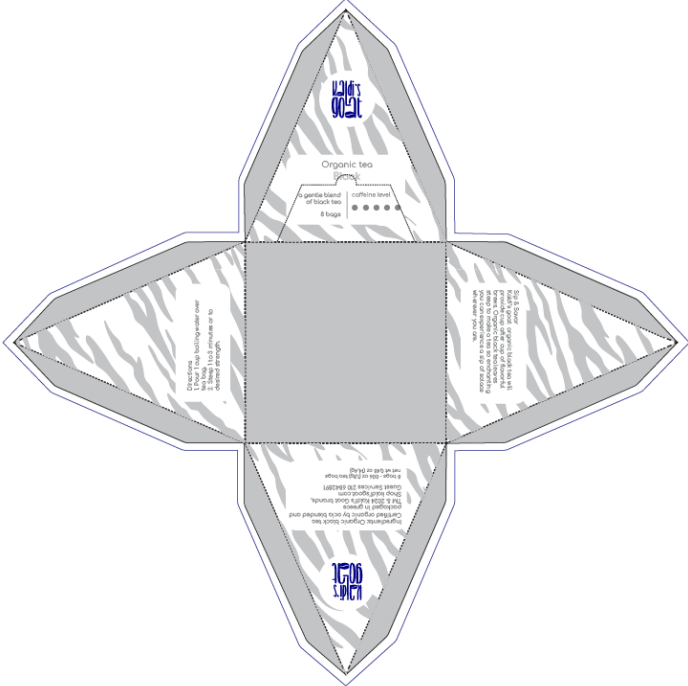
Green



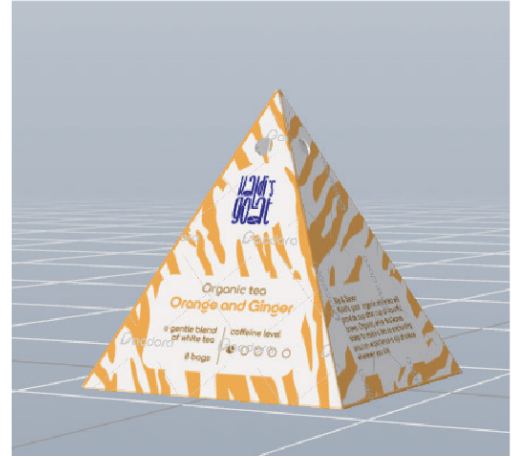
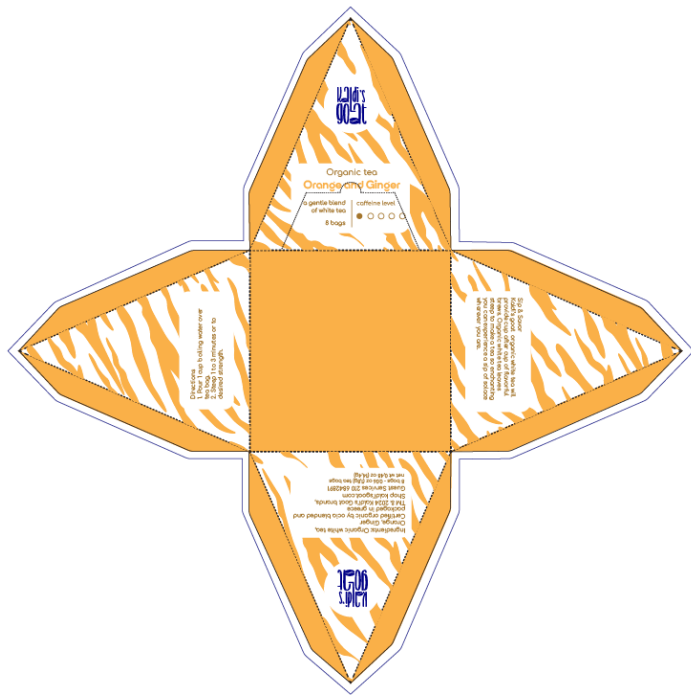
White



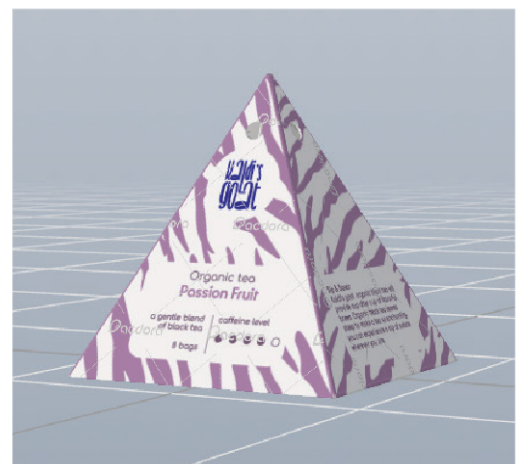
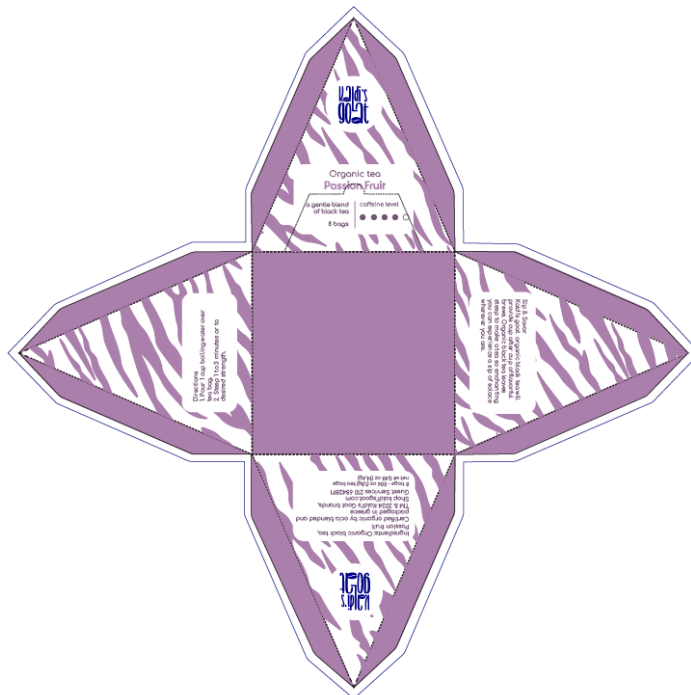
Black



Orange & Ginger



Passion fruit

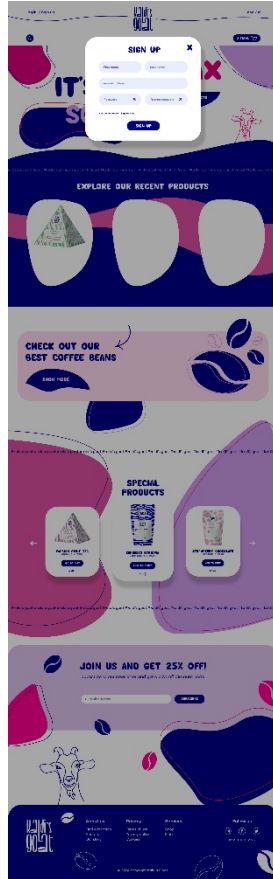


10. ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ ΚΑΙ ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΚΙΝΗΤΟΥ

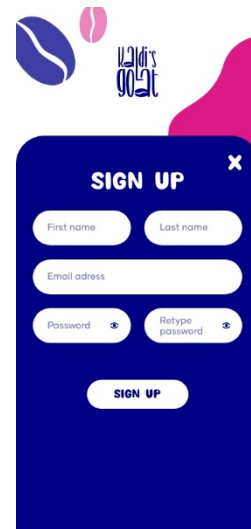
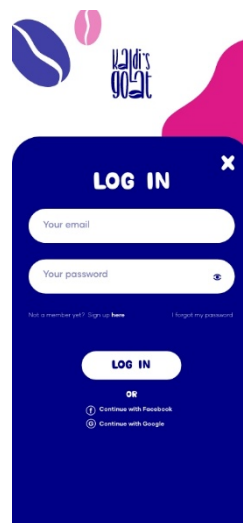
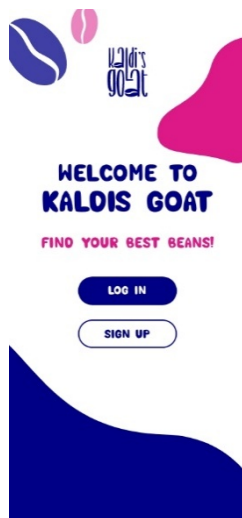
10.1 Σχεδιασμός ιστοσελίδας

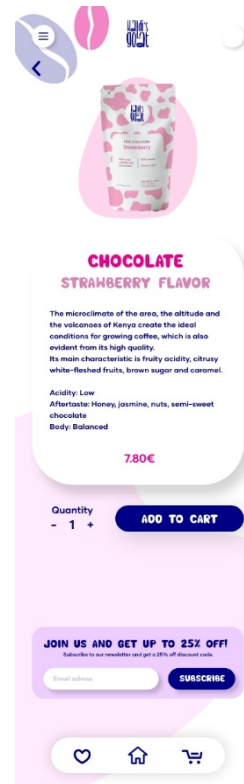
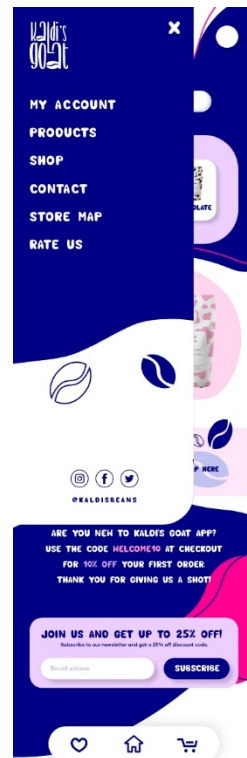
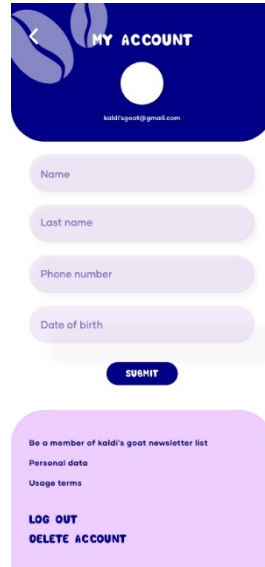
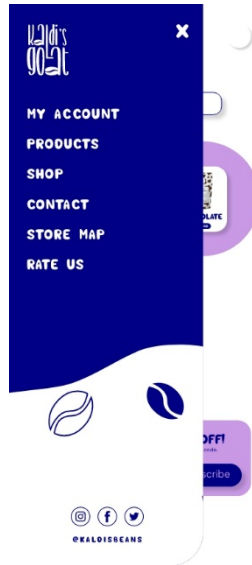






10.2 Σχεδιασμός εφαρμογής





ETHIOPIA
DARK ROAST / 250g
€4.95
ADD TO CART

ETHIOPIA
DARK ROAST / 250g
€4.95
ADD TO CART

ETHIOPIA
DARK ROAST / 250g
€4.95
ADD TO CART

ETHIOPIA
DARK ROAST / 250g
€4.95
ADD TO CART

ETHIOPIA
DARK ROAST / 250g
€4.95
ADD TO CART

ETHIOPIA
DARK ROAST / 250g
€4.95
ADD TO CART

ETHIOPIA
DARK ROAST / 250g
€4.95
ADD TO CART

ETHIOPIA
DARK ROAST / 250g
€4.95
ADD TO CART

ETHIOPIA
DARK ROAST / 250g
€4.95
ADD TO CART

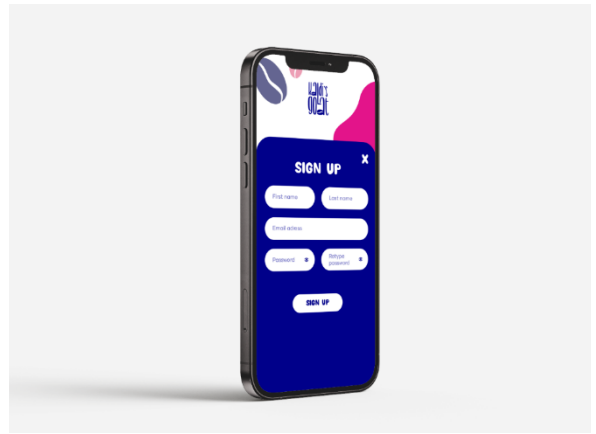
ETHIOPIA
DARK ROAST / 250g
€4.95
ADD TO CART

ETHIOPIA
DARK ROAST / 250g
€4.95
ADD TO CART

ETHIOPIA
DARK ROAST / 250g
€4.95
ADD TO CART

JOIN US AND GET UP TO 25% OFF!
Email address SUBSCRIBE





11. ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ

11.1 Εταιρική κάρτα



11.2 Φάκελος και επιστολόχαρτο



11.3 Σφραγίδα εταιρείας



11.4 Ταμπέλα καταστήματος εταιρείας



11.5 Χάρτινα ποτήρια καταστήματος



11.6 Σακούλες καταστήματος



11.7 Μενού



11.8 Χαρτί περιτηλιγματος και χειροπετσέτα



12. ΠΡΟΩΘΗΤΙΚΑ

12.1 Διαφημιστικές αφίσες και παρουσίαση τους σε εξωτερικό χώρο



chocolate

Hot chocolate
Strawberry

High and
creamy hot
chocolate

70% cocoa
Single-origins

Add milk for a
delicious, creamy
chocolate drink

STRAW
BERRY
FLAVOR

kaldi's
GOAT

www.kaldi'sgoat.com
info@kaldi'sgoat.com

filter coffee

Filter Coffee
Caramel flavor

Natural, freshly
roasted ground
coffee

with
light 12.5%
caramel

Medium roast
100% arabica
Rich with
caramel notes

CARAMEL
FLAVOR

kaldi's
GOAT

www.kaldi'sgoat.com
info@kaldi'sgoat.com

ETHIOPIA
BEANS

green tea

PASSION
FRUIT
FLAVOR

chocolate

STRAW
BERRY
FLAVOR

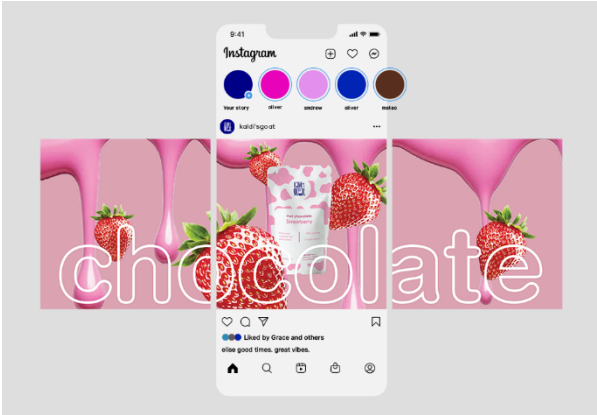
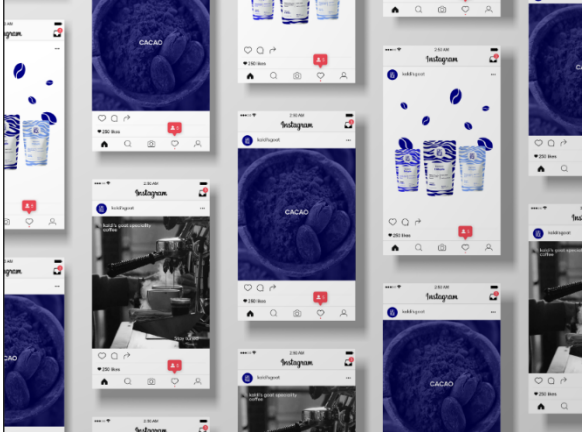
filter coffee

CARAMEL
FLAVOR

espresso



12.2 Social media



12.3 Stand



12.4 T-shirts και Φούτερ



12.5 Πάνινες τσάντες



12.6 Αξεσουάρ





12.7 Σημειοματάρεια



12.8 ΚΟΥΠΕΣ



12.9 Θερμός



12.10 Σουβέρ



12.11 Αυτοκόλλητα



ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

<https://www.britannica.com/topic/coffee>

<https://roozrang.com/the-history-of-packaging-the-evolution-of-packaging-design/>

<https://www.fxhash.xyz/article/the-history-of-patterns-in-various-parts-of-the-world>