



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ  
ΔΥΤΙΚΗΣ ΑΤΤΙΚΗΣ  
UNIVERSITY OF WEST ATTICA

Σχολή Εφαρμοσμένων Τεχνών και Πολιτισμού  
Τμήμα Γραφιστικής και Οπτικής Επικοινωνίας  
Κατεύθυνση Γραφιστικής

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

Herdade σχεδιασμός εταιρικής ταυτότητας, συσκευασιών και  
ιστοσελίδας εταιρείας εισαγωγής καφέ.

Αρβανίτη Νικολέτα Ακριβή  
14067

Επιβλέπουσα Καθηγήτρια:  
Μαρία Παπαδομανωλάκη

Αθήνα, Μάρτης 2022





ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ  
ΔΥΤΙΚΗΣ ΑΤΤΙΚΗΣ  
UNIVERSITY OF WEST ATTICA

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

THESIS:

**Herdade design corporate identity, packaging and  
coffee import company website.**

Arvaniti Nikoleta Akrivi  
14067

Supervising Professor: Maria Papadomanolaki

Athens, March 2022



## ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

Herdade σχεδιασμός εταιρικής ταυτότητας, συσκευασιών και ιστοσελίδας εταιρείας εισαγωγής καφέ.

Επιβλέπουσα Καθηγήτρια: Μαρία Παπαδομανωλάκη

### Τα μέλη της Επιτροπής Εξέτασης της Πτυχιακής Εργασίας

Κωνσταντίνος Κοντός  
Καθηγητής

Ευαγγελία Μασούρα  
Πανεπιστημιακός υπότροφος

ημερομηνία εξέτασης : 10 Μαρτίου 2022



## ΔΗΛΩΣΗ ΣΥΓΓΡΑΦΕΑ ΠΤΥΧΙΑΚΗΣ/ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

Η κάτωθι υπογεγραμμένη Αρβανίτη Νικολέτα Ακριβή του, με αριθμό μητρώου 14067 φοιτητής/τρια Σχολής Εφαρμοσμένων Τεχνών και Πολιτισμού του Τμήματος Γραφιστικής και Οπτικής Επικοινωνίας, δηλώνω υπεύθυνα ότι:

«Είμαι συγγραφέας αυτής της πτυχιακής/διπλωματικής εργασίας και ότι κάθε βοήθεια την οποία είχα για την προετοιμασία της είναι πλήρως αναγνωρισμένη και αναφέρεται στην εργασία. Επίσης, οι όποιες πηγές από τις οποίες έκανα χρήση δεδομένων, ιδεών ή λέξεων, είτε ακριβώς είτε παραφρασμένες, αναφέρονται στο 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».

Ο/Η Δηλών/ούσα

## Περίληψη

Το αντικείμενο της παρούσας πτυχιακής εργασίας είναι η μελέτη του σχεδιασμού της οπτικής ταυτότητας το συσκευασιών και της ιστοσελίδα της εταιρίας καφέ Herdade. Κάθε χρόνο η καταναλωτική αγορά αναπτύσσεται ραγδαία και η καταμέτρηση των ανταγωνιστών μεταξύ διαφορετικών προϊόντων και αγαθών αυξάνεται σταθερά. Ένα από τα πιο σημαντικά και δημοφιλή εργαλεία μάρκετινγκ είναι η συσκευασία και ο σχεδιασμός της, που την διαφοροποιεί από άλλες. Επίσης η συσκευασία προστατεύει και μεταφέρει άθικτα τα προϊόντα στον καταναλωτή.

Στην πρώτη ενότητα αναλύεται η ιστορία της συσκευασίας, συγκεκριμένα την συσκευασία τροφίμων και κυρίως του καφέ καθώς και τον τρόπο που εξελίχθηκε ως σήμερα. Επιπλέον εξετάζει τα υλικά και είδη συσκευασιών καφέ και γενικά την μορφολογία τους. Στην επόμενη ενότητα γίνεται έρευνα ανταγωνιστικών προϊόντων και παρουσιάζεται το δημιουργικό κομμάτι της εργασίας. Αναλύεται ο τρόπος σκέψης του σχεδιασμού του λογοτύπου και της εικονογράφησης της συσκευασίας, επιπλέον παρουσιάζονται τα προϊόντα και η ιστοσελίδα της εταιρείας.

**Λέξεις-κλειδιά:** Συσκευασία, μάρκετινγκ, εταιρική ταυτότητα, λογότυπο, ετικέτα συσκευασίας



## Abstract

The subject of this dissertation is the study of the design of the visual identity of the packaging and the website of the coffee company Herdade. Every year the consumer market is growing rapidly and the number of competitors between different products and goods is steadily increasing. One of the most important and popular marketing tools is its packaging and design, which differentiates it from others. The packaging also protects and transports the products intact to the consumer.

The first section analyzes the history of packaging, specifically the packaging of food and especially coffee as well as the way it has evolved to this day. In addition, it examines the materials and types of coffee packaging and their morphology in general. The next section researches competing products and presents the creative part of the work. The design of the logo and the illustration of the packaging are analyzed, in addition the products and the website of the company are presented.

**Keywords:** Packaging, marketing, corporate identity, logo, packaging labeling

## Περιεχόμενα

Περίληψη	4.
Abstract	5.
Κατάλογος εικόνων	7.
Στόχος της πτυχιακής εργασίας	10.
<b>Ενότητα 1</b>	
1. Η ιστορία της συσκευασίας	11.
1.2 Η εξέλιξη της συσκευασίας του καφέ	12.
1.3 Είδη συσκευασίας του καφέ	14.
1.4 Marketing και συσκευασία	15.
<b>Ενότητα 2</b>	
2. Έρευνα ανταγωνιστικών προϊόντων	16.
2.1 Εταιρική Ταυτότητα	19.
2.2 Ονομασία Προϊόντος	19.
2.3 Σχεδιασμός λογότυπου	20.
2.4 Σχεδιασμός επιστολόχαρτου και κάρτας	26.
2.5 Σχεδιασμός εικονογράφησης της συσκευασίας	31.
2.6 Τα χρώματα και η σημασία τους	35.
2.7 Σχεδιασμός συσκευασιών	36.
2.8 Παρουσίαση Προϊόντων της εταιρείας	55.
2.9 Διακόσμηση Καταστήματος	64.
2.10 Διαφημιστικές Καταχωρήσεις	67.
2.11 Ιστοσελίδα εταιρείας	69.
<b>Συμπεράσματα</b>	80.
<b>Βιβλιογραφία</b>	81.

## Κατάλογος εικόνων

1. Jacobs εκλεκτός καφές φίλτρου
2. Mokaflor Καφές Espresso Organic σε κόκκους
3. Coffee Island συσκευασμένος καφές σε κόκκου
4. Passalacqua μεξικάνικος καφές Espresso
5. Cosmai Cafe καφές espresso Altura και dodoma
6. Costa Coffee Καφές Espresso Signature Dark Roast
7. Hausbrandt καφές Espresso Arabica Gourmet σε κόκκους
8. Lór καφές εσπρέσο ristretto
9. Taresso - Artisan Coffee Roasters Taresso Tigrato εσπρέσο
10. Dimello bold premium blend καφές φίλτρου
11. Lavazza καφές φίλτρου Arabica Peru Tierra Amazonia
12. Clipper καφές φίλτρου Arabica New Guinea
13. Dallmayr καφές εσπρέσο Arabica Crema Doro σε κόκκους
14. Kawa Quillabamba Peru καφές σε κόκκους
15. Raven Coffee Roasters εσπρέσο
16. Starbucks Kenya καφές σε κόκκους
17. Προσχέδια Λογότυπου
18. Προσχέδια Λογότυπου
19. Τελικό Λογότυπο
20. Γραμματοσειρά High Voltage Rough
21. Λανθασμένες Χρήσεις Λογοτύπου
22. Επιστολόχαρτο διαστάσεων 21x 29,7 cm και επαγγελματική κάρτα
23. Επαγγελματική κάρτα διαστάσεων 8,5x 5,5 cm
24. Φάκελος διαστάσεων 22 x 11 cm
25. Ανάπτυγμα φακέλου
26. Επαγγελματική Κάρτα , Φάκελος και επιστολόχαρτο
27. Τέχνη των πολιτισμών του Μεξικού
28. Προσχέδιο εικονογράφησης 1
29. Προσχέδιο εικονογράφησης 2
30. Τελική Εικονογράφηση
31. Σακουλάκια αλουμινίου τύπου Doy Pack με εξωτερική χάρτινη επένδυση σε διαφορετικές ποικιλίες καφέ.
32. Σακουλάκι της ποικιλίας Robusta και ποτήρι καφέ μεγάλου μεγέθους
33. Σακουλάκι της ποικιλίας Liberica και ποτήρι καφέ μεγάλου μεγέθους
34. Σακουλάκι της ποικιλίας Arabica και ποτήρι καφέ μεγάλου μεγέθους
35. Κουτιά για κάψουλες καφέ
36. Κουτιά για κάψουλες καφέ σε διαφορετικές ποικιλίες καφέ.
37. Κάψουλες σε διαφορετικές ποικιλίες καφέ.
38. Ποτήρι κρύου καφέ/ροφήματος με φλάτ καπάκι
39. Ποτήρι κρύου καφέ/ροφήματος με καπάκι για σαντυγή ή αφρόγαλα.
40. Ποτήρι για ζεστό ρόφημα σε μεγάλο και μεσαίο μέγεθος
41. Μεσαίο ποτήρι ζεστού ροφήματος
42. Προϊόντα εταιρείας
43. Μεγάλο ποτήρι ζεστού ροφήματος
44. Ανάπτυγμα Ποτηριού Μεγάλου 400ml 11,6 x 27,5 cm
45. Ανάπτυγμα Ποτηριού Μεσαίου 300 ml 9,7 x 27,5 cm
46. Ανάπτυγμα Ποτηριού Μικρού 250 ml 9,7 x 24,5 cm

48. Ανάπτυγμα Σακούλας Καφέ ποικιλίας Robusta
47. Ανάπτυγμα Σακούλας
49. Ανάπτυγμα Σακούλας Καφέ ποικιλίας Arabica
50. Ανάπτυγμα Σακούλας Καφέ ποικιλίας Liberica
51. Ανάπτυγμα Κουτίου Κάψουλας ποικιλίας Robusta
52. Ανάπτυγμα Κουτίου Κάψουλας ποικιλίας Arabica
53. Ανάπτυγμα Κουτίου Κάψουλας ποικιλίας Liberica
54. Σακουλάκι ζαχάρης μύρης και άσπρης
55. Χαρτοπετσέτες
56. Θήκη για καλαμάκι πολλαπλών χρήσεων
57. Βάση μεταφοράς ροφημάτων
58. Μεγάλο σακουλάκι μεταφοράς φαγητού
59. Μικρό σακουλάκι μεταφοράς φαγητού
60. Χάρτινη Σακούλα
61. Κούπες
62. Σουβέρ
63. Ποτήρι Θερμός
64. Μπουκάλι Θερμός
65. Προωθητικά Αυτοκόλλητα
66. Ποδιά Barista
67. Μπλούζες σε δύο χρώματα
68. Κατάλογος καταστήματος
69. Διακοσμητική Ταπετσαρία καταστήματος
70. Τέντα καταστήματος
71. Ταμπέλα Καταστήματος
72. Εκθεσιακό περίπτερο
73. Εκθεσιακό περίπτερο σε μεγέθυνση
74. Διαφηστική Καταχώρηση σε περιοδικό
75. Διαφηστική Καταχώρηση/Άρθρο σε περιοδικό
76. Προωθητικές Αφίσες με QR code
77. Προωθητική Αφίσα για τα μέσα μαζικής μεταφοράς
78. Home page ιστοσελίδας
79. Home page
80. Home page
81. About page
82. About page
83. Stores page
84. Stores page
85. Contact page
86. Προβολή Ιστοσελίδας σε φορητό υπολογιστή
87. Προβολή Ιστοσελίδας σε υπολογιστή
88. Προβολή Ιστοσελίδας σε φορητό τάμπλετ
89. Προβολή Ιστοσελίδας σε smartphone



## Στόχος της πτυχιακής εργασίας .

Μέσο της έρευνας και της ανάλυσης των παραμέτρων σχεδίασης συσκευασιών στόχος αυτής της πτυχιακής εργασίας είναι ο σύγχρονος και πρωτότυπος σχεδιασμός της οπτικής ταυτότητας της εταιρείας καφέ Herdade. Σημαντικό είναι να λάβουμε υπόψη στο σχεδιασμό των συσκευασιών και της εταιρικής ταυτότητας το όραμα την ιδεολογία και γενικά τα ιδιαίτερα στοιχεία που χαρακτηρίζουν την εταιρεία. Επιπλέον σημαντικό στοιχείο είναι η οπτικοποίηση της προέλευσης του καφέ της εταιρείας με σκοπό να γίνεται κατανοητή από το ευρύτερο καταναλωτικό κοινό με την πρώτη ματιά. Η επιλογή του θέματος της εργασίας προήλθε από το ενδιαφέρον για τον σχεδιασμό της συσκευασίας γενικά, την λατρεία του καφέ άλλα και το ενδιαφέρον για το το μεξικάνικο ύφος/στιλ στην αρχιτεκτονική και τη διακόσμηση.

# Ενότητα 1

## 1. Η ιστορία της συσκευασίας

Στην αρχή οι άνθρωποι καταλάωναν το φαγητό όπου και όποτε το έβρισκαν καθώς δεν υπήρχε σε αφθονία και για αυτό δεν υπήρχε ανάγκη για συσκευασία των αγαθών, είτε για αποθήκευση είτε για μεταφορά, χρησιμοποιούσαν ως δοχεία ότι έβρισκαν στη φύση, όπως φύλλα, κοχύλια και κολοκύθες. Αργότερα, διαμόρφωσαν δοχεία από φυσικά υλικά, όπως κορμούς και χόρτα ως συσκευασίες. Η ανάπτυξη της συσκευασίας είναι άρρηκτα συνδεδεμένη με τη μεταφορά και αποθήκευση των τροφίμων καθώς και με της τεχνολογικές εξελίξεις της κάθε εποχής. Οι αρχαίοι Αιγύπτιοι, γύρω στο 1500 π.Χ. ανακαλύψαν την τεχνολογία φυσήματος γυαλιού, η οποία θα μπορούσε να διαμορφώσει το γυαλί σε δοχεία για αποθήκευση τροφίμων και νερού.

Στην Αρχαία Κίνα φαίνεται να έγινε η εφεύρεση ευέλικτων συσκευασιών λόγω των καινοτομιών της στην ανάπτυξη χαρτιού, δηλαδή το παλαιότερο παράδειγμα ευέλικτης συσκευασίας. Μεταξύ πρώτου και δεύτερου αιώνα οι Κινέζοι άρχισαν να χρησιμοποιούν φλοιό μουριάς για να τυλίξουν τρόφιμα και αργότερα για τη συσκευασία αντικειμένων όπως φάρμακα και δέματα τσαγιού.

Στον μεσαίωνα σημειώθηκε αύξηση της δημοτικότητας στη χρήση ξύλινων βαρελιών και ξύλινων κουτιών ως συσκευών αποθήκευσης και μεταφοράς. Ο Nicholas Appert το 1805 ανακάλυψε ότι το φαγητό θα μπορούσε να διατηρείται για μεγάλο χρονικό διάστημα με βρασμό και στη συνέχεια σφράγιση σε γυάλινα δοχεία, αργότερα ο Peter Durand αντικατέστησε το γυαλί με ένα κονσερβοκούτι.

Ο 20ος αιώνας ήταν η πιο λαμπρή εποχή για το χαρτί και το χαρτόνι. Ο Αμερικανός Francis Wolle εφηύρε τη μηχανή κατασκευής τσαντών, η οποία τελικά άνοιξε το δρόμο για κολλημένες χάρτινες σακούλες (το είδος που χρησιμοποιούμε σήμερα) και την ανάπτυξη της πρώτης ημι-εύκαμπτης συσκευασίας. Το πρώτο χαρτοκιβώτιο δημιουργήθηκε από τον Robert Gair (1879), που ήταν ένας εκτυπωτής στο Μπρούκλιντ.<sup>1</sup> Το πρώτο κουτί δημητριακών δημιουργήθηκε το 1906 από τους αδελφούς Kellogg οι οποίοι άρχισαν να χρησιμοποιούν χαρτόνι για να διανέμουν και να εμπορεύονται τα προϊόντα τους.

Η εξέλιξη της χάρτινης συσκευασίας είναι συνδεδεμένη με την εξέλιξη του χαρτιού σαν υλικό, την εφεύρεση της τυπογραφίας, της λιθογραφίας από τον Alois Senfelder στο Μόναχο το 1769, την κατασκευή του πρώτου μύλου χαρτιού στις ΗΠΑ το 1690 και γενικά με τις τεχνολογικές εξελίξεις. Η λιθογραφία έκανε δυνατή την εκτύπωση ασπρόμαυρων εικόνων σε τυπωμένες ετικέτες. Οι μονόχρωμες λιθογραφικές ετικέτες χρησιμοποιούνται ευρέως σε γυάλινες φιάλες, μεταλλικά κουτιά και κουτιά από χαρτόνι. Η εφεύρεση της μηχανής χαρτοσακούλας από τον Francis Wolle το 1852 ώθησε περαιτέρω τη χρήση χαρτιού στη συσκευασία.

1. Άρθρο με τίτλο: Οι συσκευασίες έχουν μια πολύ ενδιαφέρουσα και μακρά ιστορία <https://avant-garde.com.cy/new-works/new-advice/istoria-tis-siskeyasias>

Το 1912, ο Brandenberger δημιούργησε ένα μηχάνημα για την κατασκευή φιλμ σελοφάν το οποίο είχε σημαντικό αντίκτυπο στη βιομηχανία συσκευασιών, καθώς η διαφάνεια του καθιστούσε το υλικό επιλογής για συσκευασία στις δεκαετίες του 1950 και του 1960. Η εφεύρεση της μεμβράνης φαγητού (1933) η ανακάλυψη του χλωριούχου πολυβινυλιδενίου (PVDC), από το οποιοσ ρητίνες και φιλμ είναι κατασκευασμένες, ανακαλύφθηκε τυχαία από τον Ralph Wiley το 1933.

Με την μόλυνση του περιβάλλοντος να αποτελεί πρόβλημα τα τελευταία χρόνια, οι σημερινοί καινοτόμοι συσκευασίας έρχονται συνεχώς με νέους τρόπους για να μειώσουν τις επιπτώσεις της βιομηχανίας συσκευασίας στο περιβάλλον. Στη σύγχρονη εποχή όλο και περισσότερες φιλικές προς το περιβάλλον τεχνολογίες και καινοτομίες υιοθετούνται απο εταιρείες όπως η βιοαποικοδομήσιμη και βρώσιμη συσκευασία.

## 1.2 Η εξέλιξη της συσκευασίας του καφέ

Αρχικά ο καφές μεταφερόταν σε σάκους επεξεργασμένους με κερι μέλισσας το 1700, έως τις αεροστεγείς εύκαμπτες συσκευασίες του σήμερα, η συσκευασία του καφέ έχει υποστεί μια σειρά από καινοτομίες κατά τη διάρκεια των αιώνων. Στην αρχή κύριος ρόλος της ήταν να μεταφέρει τον καφέ με ασφάλεια, με τον καιρό οι άνθρωποι απέκτησαν περισσότερη γνώση και εστίασαν στη διατήρηση της φρεσκάδας και στην πρόληψη της έκθεσης σε εξωτερικούς παράγοντες με αποτέλεσμα να δημιουργήσουν όλο και πιο καινοτόμες συσκευασίες.

### 1700

Στη Γαλλία το 1720 συσκεύαζαν τον αλεσμένο καφέ σε σάκους από λαδωμένο δέρμα και σε σακούλες επεξεργασμένες εξωτερικά με κερι μέλισσας. Αυτή θεωρείται ότι ήταν η πρώτη μορφή της πλαστικοποιημένης χάρτινης σακούλας που χρησιμοποιήθηκε για τη διατήρηση της γεύσης. Στη Νέα Υόρκη, συσκευασίες με συσκευασμένο καβουρδισμένο καφέ πωλούνταν σε ένα δοχείο με στενό στόμια ή βάζο οποιουδήποτε μεγέθους.

### 1800

Οι Άγγλοι Bryan Donkin και John Hall άρχισαν να συσκευάζουν καφέ σε κουτιά μετά την ίδρυση του πρώτου εργοστασίου κονσερβοποιίας στο Λονδίνο. Στη Νέα Υόρκη το 1860, ο Lewis Osborn δημιούργησε τον Osborn's Celebrated Prepared Java Coffee, ο οποίος θεωρείται ο πρώτος αλεσμένος, παρασκευασμένος και συσκευασμένος καφές στην ιστορία. Το 1862 ξεκίνησε τη λειτουργία του το πρώτο εργοστάσιο χάρτινων σακουλών που έφτιαχνε συσκευασίες για χύμα καφέ στις Ηνωμένες Πολιτείες. Το 1873 ο Arbuckle Ariosa του John Arbuckles έγινε ο πρώτος συσκευασμένος καφές μαζικής παραγωγής και πουλήθηκε σε εθνικό επίπεδο.

Επίσης το 1873, ο H.C. Ο Λόκγουντ έλαβε δίπλωμα ευρεσιτεχνίας στις ΗΠΑ για μια σακούλα καφέ κατασκευασμένη από χαρτί και επένδυση με αλουμινόχαρτο. Τέλη του 1800 οι μηχανές συσκευασίας καφέ φτάνουν στη σκηνή. Ο Henry Smyser από τη Φιλαδέλφεια, PA εφηύρε μια μηχανή πλήρωσης και σφράγισης συσκευασίας καφέ.



Αυτή η μηχανή απλοποίησε τη διαδικασία καθώς έφτιαχνε τις χάρτινες σακούλες καφέ, στη συνέχεια τις γέμιζε και στο τέλος σφράγιζε τη συσκευασία.

### 1900

Το 1902, ενώ στις ΗΠΑ ξεκινούσε η χρήση των πρώτων αυτόματων μηχανών συσκευασίας και ετικέτας καφέ, η πρώτη πλαστικοποιημένη σακούλα από χαρτί παράγονταν από την εταιρεία Union Bag & Paper Corp. Τέσσερα χρόνια αργότερα, δημιουργήθηκε ο πρώτος στιγμιαίος καφές από τον ο εφευρέτη George Washington. Συσκευασμένος σε κονσέρβες, ήταν προϊόν μαζικής παραγωγής και γνώρισε ευρεία κατανάλωση κατά τη διάρκεια του Α΄ Παγκοσμίου Πολέμου.

Το 1934 ο Ιταλός Francesco Illy επινόησε έναν πρωτοποριακό τρόπο συσκευασίας καφέ σε δοχεία υπό πίεση. Αυτό το νέο σύστημα χάρη στη χρήση του αδρανούς αερίου αντί του αέρα εξασφάλιζε την διατήρηση τα φρεσκάδας και της αναλλοίωτης γεύσης του καφέ και αποτελεί την ισχύουσα μέθοδο συσκευασίας του καφέ ως σήμερα.

Το 1960 η ιταλική εταιρεία Goglio εφηύρε την -σε ευρεία χρήση ως σήμερα - μονόδρομη βαλβίδα απαέρωσης, η οποία επιτρέπει την απελευθέρωση πεπιεσμένων αερίων από μια συσκευασία ενώ εμποδίζει την είσοδο του εξωτερικού αέρα.

Το 1976, ο Ελβετός Eric Favre, υπάλληλος της Nestle, κατοχύρωσε με δίπλωμα ευρεσιτεχνίας την αρχική κάψουλα καφέ ως μέρος του συστήματος Nespresso.

Το 2000 παρουσιάστηκε από την Innnovia το πρώτο ανανεώσιμο και κομποστοποιήσιμο φιλμ κυτταρίνης, σφραγιζόμενο με θερμότητα. Ως υλικό συσκευασίας χρησιμοποιείται σε πληθώρα βιομηχανικών ειδών. Το 2015 η Coffee Club δημιούργησε το PURPOD100, το πρώτο 100% κομποστοποιήσιμο δοχείο καφέ μίας μερίδας. Η Elevate Packaging παρουσιάζει στην αγορά την πρώτη πλήρως κομποστοποιήσιμη σακούλα καφέ. Η συσκευασία είναι Αμιγώς κομποστοποιήσιμη, συμπεριλαμβανομένων των μεμβρανών, των φερμουάρ και των βαλβίδων μονής κατεύθυνσης.

Η Elevate Packaging παρουσιάζει στην αγορά την πρώτη πλήρως κομποστοποιήσιμη σακούλα καφέ. Ολόκληρη η συσκευασία είναι κομποστοποιήσιμη, συμπεριλαμβανομένων των μεμβρανών, των φερμουάρ και των βαλβίδων μονής κατεύθυνσης.<sup>2</sup>

2. Άρθρο με τίτλο: The evolution of coffee packaging <https://vikingmasek.com/packaging-machine-resources/packaging-machine-blog/packaging-history-101-evolution-coffee-packaging>

## 1.3 Είδη συσκευασίας του καφέ

Η συσκευασία του καφέ όχι μόνο μεταφέρει το προϊόν αλλά και το προστατεύει πολύ σημαντικός παράγοντας είναι διατήρηση της φρεσκάδας του κόκκου του καφέ. Η απόφαση για το είδος της συσκευασίας του καφέ είναι σημαντική για τη συνολική επιτυχία μίας εταιρείας. Θα πρέπει να δημιουργηθεί μια εικόνα που θα διαφοροποιεί την επωνυμία της εταιρείας από άλλες, ξεκινώντας από την επιλογή του υλικού και του είδους συσκευασίας μέχρι το λογότυπο και το γενικό σχεδιασμό.<sup>3</sup>

### Doypacks/ Ορθιες σακούλες

Τα Doypacks είναι από τους πιο συνηθισμένους και βολικούς τύπους συσκευασίας καφέ καθώς έχουν στρογγυλεμένο πάτο, αλλά έχουν επίπεδη κορυφή και έχουν τριγωνικά σχήματα. Προσφέρουν άφθονο χώρο για της πληροφορίες της συσκευασίας και γενικά τον σχεδιασμό και λόγω του σχήματος τους στέκονται όρθιες στα ράφια. Επιπλέον έχουν πλατύ άνοιγμα που καθιστά ευκολότερο και πιο αποτελεσματικό το γέμισμα. Συνήθως είναι επανασφραγιζόμενες ώστε να κρατούν τον καφέ φρέσκο για περισσότερο χρονικό διάστημα.

### Σακούλα με επίπεδη βάση

Οι σακούλες με επίπεδη βάση είναι τα πιο πρόσφατα μοντέλα συσκευασίας αλεσμένου καφέ στη βιομηχανία. Έχουν επίπεδο πάτο και η τετράγωνη όψη τους τα κάνει να μοιάζουν με κουτιά. Αυτό τους επιτρέπει να στέκονται χωρίς καμία βοήθεια, δίνοντάς τους μια εξαιρετική παρουσία στο ράφι και μια μοντέρνα εμφάνιση. Η μορφή τους προσφέρει επίσης πολλές δυνατότητες μάρκετινγκ όσον αφορά τα σχέδια και τα μεγέθη.

### Πλαϊνές Πτυσσόμενες Σακούλες

Αυτοί είναι πιο παραδοσιακοί τύποι σαγουλών συσκευασίας καφέ. Είναι δυνατές, ανθεκτικές επιλογές ιδανικές για μεγαλύτερες ποσότητες καφέ. Τείνουν να έχουν επίπεδο πάτο, ώστε να μπορούν να σταθούν ακόμα κι αν δεν είναι γεμάτες με καφέ. Αντί για φερμουάρ, έχουν σαν κλείσιμο τσίγκινα δεσίματα ή κολλητικές ταινίες.

### Σακούλα Quadro Seal

Οι τσάντες Quadro seal έχουν παρόμοια στιλ με τις πλαϊνές σακούλες. Η κύρια διαφορά είναι ότι οι τέσσερις γωνίες των τσαντών quadro seal είναι σφραγισμένες, γεγονός που τους δίνει μια τετράγωνη εμφάνιση, καθιστώντας δυνατή την προσθήκη φερμουάρ σε αυτές. Μπορούν να σταθούν χωρίς βοήθεια και η αρθρωτή τους εμφάνιση τραβά την προσοχή. Μπορούν να κρατήσουν πιο βαριά γεμίσματα καφέ αλλά, είναι πιο δαπανηρές σε σύγκριση με άλλες

### Σακούλες Pillow

Παρόλο που οι pillow σακούλες μπορούν να έρθουν σε διάφορα μεγέθη, χρησιμοποιούνται συνήθως σε μικρά μεγέθη, αλλά μπορεί να εκτυπωθεί ολόκληρη την επιφάνειά τους, κάτι που προσφέρει καλές ευκαιρίες επωνυμίας. Το μειονέκτημα τους είναι ότι χρειάζονται στήριξη για να παραμείνουν όρθιες.<sup>4</sup>

3. Βιβλίο Καρακασίδης, Ν. Σχεδιασμός συσκευασίας. Αθήνα: Εκδόσεις Ίων,

4. Άρθρο <https://perfectdailygrind.com/2019/04/roasted-coffee-packaging-the-different-bags-you-can-choose-from/>

### Μεταλλικά κουτιά

Τα μεταλλικά κουτιά παρέχουν στιβαρές επιλογές για τη συσκευασία του καφέ είναι από τα καλύτερα υλικά συσκευασίας καφέ για την διατήρηση της φρεσκάδα του καφέ δεδομένου ότι είναι κατασκευασμένα από αλουμίνιο ή χάλυβα επικαλυμμένο με κασσίτερο, μπορούν να παρέχουν ένα ισχυρό φράγμα στο φως και το οξυγόνο.

### Βαζάκια PET

Εκτός από μεταλλικά δοχεία, μπορείτε επίσης να χρησιμοποιηθούν βάζα PET. Είναι ελαφριά, εύκαμπτα, ουσιαστικά άθραυστα, επανασφραγιζόμενα και παρέχουν μεγάλη προστασία για την φρεσκάδα του καφέ.<sup>5</sup>

## 1.4 Marketing και συσκευασία

Κατά τη διαδικασία αγοράς, καθοριστικός παράγοντας στην διαδικασία επιλογής από τους καταναλωτές ανάμεσα σε τόσες μάρκες, είναι η συσκευασίες των εκάστοτε προϊόντων. Η διαφοροποίηση ενός προϊόντος από το σύνολο των υπόλοιπων της ίδιας κατηγορίας, μπορεί να επιτευχθεί μέσω της χρήσης ιδιαίτερων εμπορικών σημάτων στην συσκευασία, με διαφορετικά σχήματα, μεγέθη, χρώματα κ.λπ. Κατά αυτόν τον τρόπο μια συσκευασία που έχει καινοτόμο και μοναδικό σχεδιασμό, προσεγγίζει περισσότερους καταναλωτές αποτελώντας παράλληλα ένα χρήσιμο εργαλείο μάρκετινγκ, που κατέχει μείζονα ρόλο στην διαδικασία επιλογής ενός προϊόντος και στην προτίμηση μια συγκεκριμένης μάρκας από τους καταναλωτές. Η συσκευασία, εκτός από πόλος έλξης της προσοχής των καταναλωτών σε συγκεκριμένα προϊόντα ή επωνυμίες, ενισχύει την εικόνα της μάρκας και διεγείρει τις αντιλήψεις του καταναλωτικού κοινού για αυτά. Από πλευράς μάρκετινγκ, η συσκευασία ενός προϊόντος και τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της έχουν μεγάλη σημασία στον τρόπο που αυτό φτάνει στην αντίληψη του καταναλωτή, καθορίζοντας τους δείκτες πιθανοτήτων αγοράς του. Μια καλά σχεδιασμένη συσκευασία μεταδίδει διακριτικές αξίες για τα προϊόντα, ενώ μέσω των διάφορων χαρακτηριστικών συσκευασίας, οι έμποροι διαφοροποιούν τα προϊόντα τους έναντι των ανταγωνιστών τους στην αγορά και παράλληλα οι καταναλωτές ωθούνται στην επιλογή του σωστού προϊόντος ανάμεσα στο σύνολο των διατιθέμενων. Έτσι, μέσω της χρησιμότητας αυτής της συσκευασίας στην διαδικασία του μάρκετινγκ, μειώνεται το κόστος που προκύπτει από τις προωθητικές διαδικασίες και τις διαφημιστικές ενέργειες. Συμπερασματικά, η συσκευασία είναι αναμφισβήτητα ένας βασικός παράγοντας στην διαδικασία επιλογής των καταναλωτών και αποτελεί για αυτό το λόγο ένα αναπόσπαστο μέρος του μάρκετινγκ ενός προϊόντος.<sup>6</sup>

5. Άρθρο <https://www.sipasolutions.com/en/magazine/sipa-smells-the-aroma-of-success-in-pet-coffee-jars>

6. Προπτυχιακό εγχειρίδιο, Πανηγυράκης, Γ. (2016). Κεφάλαιο: Η σημασία της συσκευασίας (Packaging)-Η περίπτωση της Absolut, Αθήνα: Κάλλιπος, Άνοιχτες Ακαδημαϊκές Εκδόσεις [http://83.212.175.100/jspui/bitstream/11419/6403/2/02\\_chapter\\_2.pdf](http://83.212.175.100/jspui/bitstream/11419/6403/2/02_chapter_2.pdf)

## Ενότητα 2

### 2. Έρευνα ανταγωνιστικών προϊόντων

Μέρος της δημιουργίας μιας ισχυρής στρατηγικής επωνυμίας περιλαμβάνει την κατανόηση του ανταγωνισμού. Όσο περισσότερο μπορούμε να κατανοήσουμε τις επωνυμίες που ανταγωνιζόμαστε, τόσο καλύτερα είμαστε εξοπλισμένοι για τον τρόπο που θα προσεγγίσουμε σχεδιαστικά ένα θέμα/προϊόν/επιχείρηση και άλλα. Για αυτό τον λόγο η έρευνα ανταγωνιστικών εταιρειών καφέ ήταν αναγκαία.



1. Jacobs εκλεκτός καφές φίλτρου



2. Mokaflor Καφές Espresso Organic σε κόκκους



3. Coffee Island συσκευασμένος καφές σε κόκκους



4. Passalacqua μεξικάνικος καφές Espresso



5. Cosmai Cafe καφές espresso Altura και dodoma



6. Costa Coffee Καφές Espresso Signature Dark Roast



7. Hausbrandt καφές Espresso Arabica Gourmet σε κόκκους



8. L'or καφές εσπρέσο ristretto



9. Taresso - Artisan Coffee Roasters Taresso Tigrato εσπρέσο



10. Dimello bold premium blend καφές φίλτρου



11. Lavazza καφές φίλτρου Arabica Peru Tierra Amazonia



12. Clipper καφές φίλτρου Arabica New Guinea



13. Dallmayr καφές εσπρέσο Arabica Crema Doro σε κόκκους



14. Kawa Quillabamba Peru καφές σε κόκκους



15. Raven Coffee Roasters εσπρέσο



16. Starbucks Κενυα καφές σε κόκκους

## 2.1 Εταιρική Ταυτότητα

Αν και ένα λογότυπο μπορεί να είναι το σύμβολο μιας επιχείρησης, δεν είναι το σύνολο μιας επωνυμίας. Η δημιουργία ενός λογότυπου είναι μόνο ένα μέρος της ανάπτυξης μίας ισχυρής ταυτότητας. Η ισχυρή επωνυμία είναι από τα σημαντικότερα κομμάτια στη προώθηση μίας εταιρείας καθώς την διαφοροποιεί από τους ανταγωνιστές της. Η ταυτότητα της επωνυμίας, λοιπόν, είναι η πτυχή του branding που εστιάζει στην προσωπικότητα της επωνυμίας μας, καθώς και στις αξίες που μεταφέρει στους πελάτες.

## 2.2 Ονομασία Προϊόντος

Στη συνέχεια καθόρισα την ταυτότητα της εταιρείας και έκανα έρευνα γύρω από τον καφέ. Κάθε χώρα έχει την δική της, μοναδική κουλτούρα καφέ, που εξαρτάται από πολλούς παράγοντες, όπως το κλίμα, η καθημερινότητα των ανθρώπων της, η γαστρονομική της παράδοση και τα παραδοσιακά της προϊόντα. Η πλούσια σε μπαχαρικά κουζίνα του Μεξικού, αλλά και η ανοιχτόκαρδη ιδιοσυγκρασία των Μεξικανών επηρέασε καθοριστικά τον τρόπο με τον οποίο φτιάχνουν τον καφέ τους.

Το Μεξικό αντιπροσωπεύει το 60% της παγκόσμιας παραγωγής καφέ, είναι ο μεγαλύτερος παραγωγός βιολογικού καφέ στο κόσμο. Η συντριπτική πλειοψηφία του καφέ του Μεξικού, και ιδιαίτερα του βιολογικού καφέ, καλλιεργείται από μικρούς αγρότες στα νοτιότερα κράτη της Τσιάπας και της Οαχάκα.<sup>7</sup> Herdade σημαίνει μικρό αγρόκτημα και η φιλοσοφία της εταιρείας αφορά την βιολογική γεωργία και τη παραδοσιακή τεχνική καφέ του Μεξικό εδώ και αιώνες. Επέλεξα να ονομάσω την εταιρεία Herdade καθώς έχει διπλή σημασία, σημαίνει φάρμα και κληρονομιά λόγου της μεγάλης ιστορίας του Μεξικού γύρω από τον καφέ. Πρόκειται για μια εταιρεία εισαγωγής μεξικάνικου βιολογικού καφέ η οποία θα έχει καταστήματα τύπου francise και τα παρέχει τον δικό της συσκευασμένο καφέ.

- βιολογικός καφές
- παραδοσιακός
- μεξικάνικος
- μεξικάνικη κουλτούρα

7. Άρθρο <http://www.cafedemexico.mx/our-history.html>

## 2.3 Σχεδιασμός λογότυπου

Αφού ερεύνησα τις ανταγωνιστικές εταιρείες και καθόρισα την ταυτότητα της επωνυμίας, στη συνέχεια προχώρησα στον σχεδιασμό του λογότυπου. Σκοπός του λογότυπου ήταν να επικοινωνήσει τη μοναδική αποστολή της επωνυμίας προκειμένου να τη διακρίνει από άλλες στον κλάδο της. Ξεκίνησα με τα παρακάτω προσχέδια :



17. Προσχέδια λογότυπου





18. Προσέδια λογότυπου

## Τελικό Λογότυπο

Ενώ στην αρχή πειραματίστηκα με πιο έντονη τυπογραφία και περίπλοκα σχήματα κατέληξα σε ένα πιο απλό σχήμα. Κατά τον σχεδιασμό του λογοτύπου πολύ σημαντικό είναι να απεικονίζει τις αξίες της επιχείρησής και τα στοιχεία που χρησιμοποιήθηκαν στο σχέδιο να αντιπροσωπεύουν με ακρίβεια την επωνυμία.



19. Τελικό Λογότυπο

## Χρώματα Λογοτύπου

Τα χρώματα έχουν από μόνα τους μια τεράστια δύναμη. Η ψυχολογία των χρωμάτων μας λέει ότι διαφορετικές αποχρώσεις και τόνοι μπορούν να προκαλέσουν συναισθήματα στο κοινό, επηρεάζοντας τη συμπεριφορά τους. Η πρόθεση κατά την επιλογή ενός χρωματικού συνδυασμού λογότυπων για το σχέδιο είναι να ενισχύσουμε την αναγνωρισιμότητα της επωνυμίας μας.



PANTONE: 2222 C  
#067291  
C: 85%  
M: 39%  
Y: 28%  
K: 12%



PANTONE: 1665 C  
#d74714  
C: 9%  
M: 82%  
Y: 100%  
K: 2%

## Γραμματοσειρά

Η γραμματοσειρά High Voltage rough σχεδιάστηκε από τον Levi Szekeres από τη Ρουμανία, ο οποίος έχει μεγάλη επιρροή από την ποπ-αρτ και το μοντέρνο αμερικανικό σχέδιο. Πρόκειται για μια έντονη γραμματοσειρά με σκληρή υφή.<sup>8</sup>

**A B C D E F G H I J K L M**  
**N O P Q R S T U V W X Y Z**  
**a b c d e f g h i j k l m n o p q**  
**r s t u v w x y z**

20. Γραμματοσειρά High Voltage Rough

8. Άρθρο <https://99designs.com/blog/designers/designer-profile-levi-szekeres/>

## Χρήση Λογοτύπου

Με στόχο η επωνυμία μας να παραμένει πάντα αναγνωρίσιμη, όπου και αν χρησιμοποιείται είναι σημαντικό ορίσουμε κάποιους κανόνες χρήσης. Το λογότυπο μπορεί να έχει διαφορετικά μεγέθη ανάλογα την εφαρμογή που θα χρησιμοποιηθεί. Σε εφαρμογές εκτύπωσης δεν μπορούμε να μικρύνουμε το λογότυπο σε διάσταση μικρότερη των 1,5cm πλάτος και σε ψηφιακή χρήση σε διάσταση μικρότερη των 130px πλάτος, διότι δυσχεραίνεται η αναγνωσιμότητά του.



130 px



3,5 cm



1,5 cm

Πρέπει πάντα να υπάρχει ένα περιθώριο γύρω ως προστατευτικός χώρος από το λογότυπο για να διασφαλίζεται η αναγνωσιμότητά του.



## Παραλλαγές λογοτύπου

Το λογότυπο χρησιμοποιείται σε καμπύλη αποκλιστικά στις συσκευασίες, επίσης μπορεί να μπορεί να χρησιμοποιείται μόνο το σήμα.



Ασπρόμαυρο λογότυπο ώστε να χρησιμοποιείται μόνο σε περιπτώσεις που δεν είναι δυνατή η χρήση χρώματος



## Λανθασμένες χρήσεις λογοτύπου



21. Λανθασμένες Χρήσεις Λογοτύπου

## 2.4 Σχεδιασμός Επιστολόχαρτου και κάρτας

Ανεξάρτητα από το είδος της εταιρείας μας, και αυτή όπως όλοι στον επιχειρηματικό κόσμο ανταγωνίζεται για την προσοχή του κοινού. Η διαφήμιση είναι ένα από τα σημαντικά στοιχεία για την επιτυχία μια εταιρείας με σκοπό την προσοχή και την ανάδειξη της εταιρείας, μια πτυχή της διαφήμισης είναι και ο σχεδιασμός της επαγγελματική κάρτας, του φακέλου και του επιστολόχαρτου. Σημαντικό είναι η επαγγελματική μας κάρτα να είναι καθαρή με ευανάγνωστα στοιχεία και να ακολουθεί την υπόλοιπη οπτική ταυτότητα της εταιρείας.





22. Επιστολόχαρτο διαστάσεων 21x 29,7 cm σε χαρτί Bank Post Λευκό 90gr και επαγγελματική κάρτα σε χαρτί Chagal/Co 260 gr



23. Επαγγελματική κάρτα διαστάσεων 8,5x 5,5 cm



24. Φάκελος διαστάσεων 22 x 11 cm σε χαρτί Conqueror/Wove High White 160 gr





25. Ανάπτυγμα φακέλου



26. Επαγγελματική Κάρτα , Φάκελος και επιστολόχαρτο

## 2.5 Σχεδιασμός εικονογράφησης της συσκευασίας

Η εικονογράφηση επιτρέπει την απεικόνιση κάθε είδους σκέψης ή οπτικής ιδέας με ευέλικτο και αποτελεσματικό τρόπο. Είναι ένα εργαλείο επικοινωνίας με εξαιρετικές αφηγηματικές δεξιότητες, που μπορεί να συγκινήσει, να καταπλήξει και να διεγείρει τα συναισθήματα των παρατηρητών.<sup>9</sup> Γι' αυτούς τους λόγους επέλεξα την εικονογράφηση για την συσκευασία της συγκεκριμένης εταιρείας, σκοπός επίσης ήταν η ανάδειξη της προέλευσης της εταιρείας.

Η λαϊκή τέχνη του Μεξικού έχει μακρά και πλούσια ιστορία. Για περισσότερα από 3.000 χρόνια, οι Ολμέκοι, οι Μάγια, οι Τεοτιχουακάν, οι Τολτέκοι και οι Αζτέκοι κυβέρνησαν τα εδάφη και τους λαούς του σημερινού Μεξικό. Ανέπτυξαν διαφορετικές παραδόσεις και πολιτισμούς και ο καθένας τη δικιά του τέχνη με τα χρόνια. Κάθε κομμάτι της ιστορίας, της τέχνης και του πολιτισμού που βρίσκεται εδώ στο Μεξικό είναι μοναδικά διαφορετικό και ξεχωριστό.<sup>10</sup>

Στις λαϊκές τέχνες αυτών των πολιτισμών βασίστηκα για τη δική μου εικονογράφηση φέρνοντας την στο σήμερα με μια πιο σύγχρονη οπτική.



27. Τέχνης των πολιτισμών του Μεξικού

9. Άρθρο <https://www.o creations.com/importance-of-illustrations-in-design/>

10. Άρθρο <https://www.traverstravels.net/post/mexican-art-tradition-culture>

## Προσχέδια εικογράφησης



28. Προσχέδιο εικονογράφησης 1



29. Προσχέδιο εικονογράφησης 2



30. Τελική Εικονογράφηση



#98370C

#2E80A5

#154659

#D9910D

#A64826

## 2.6 Τα χρώματα και η σημασία τους

Εκατομμύρια χρόνια εξέλιξης του ανθρώπου έχουν δημιουργήσει ορισμένες συσχετίσεις μεταξύ χρωμάτων και αντικειμένων ή συναισθημάτων. Για να κατανοήσουμε αυτούς τους συσχετισμούς θα πρέπει να λάβουμε υπόψιν ότι οι έννοιες των χρωμάτων προέρχονται από ψυχολογικές επιδράσεις, βιολογικές συνθήκες και πολιτισμικές εξελίξεις. Κάποιες χρωματικές έννοιες είναι βαθιά ριζωμένες στο υποσυνείδητο μας επειδή τις βλέπουμε παντού στη καθημερινότητα μας, όπως το κόκκινο σαν το χρώμα της φωτιάς ή το πράσινο το χρώμα της φύσης. Η εφαρμογή χρωματικών σημασιών και χρωματικών συμβολισμών θα κάνει την εμπορική μας ταυτότητα πιο αποτελεσματική στο να επικοινωνήσει τις σωστές ιδέες που χαρακτηρίζουν την εταιρεία μας. Υπάρχουν όμως μερικά πράγματα που μπορούν να έχουν αντίκτυπο στην έννοια των χρωμάτων όπως οι πολιτισμικές διαφορές, το μαύρο είναι το χρώμα του πένθους στις δυτικές χώρες, ενώ σε ορισμένες χώρες της Ανατολικής Ασίας είναι το λευκό. Ένα χρώμα μπορεί να έχει μια γενική σημασία, αλλά να διαφέρουν οι έννοιες στις σκούρες απο τις πιο ανοιχτές αποχρώσεις.

Όταν χρησιμοποιούμε περισσότερα από ένα χρώματα, πρέπει να γνωρίζουμε πώς οι συνδυασμοί χρωμάτων επηρεάζουν τη συνολική σημασία. Μπορούν να ενισχύσουν ο ένας τον άλλον, να συνδυάζονται ή να είναι αντίθετα. Το κόκκινο συνδέεται με την θερμότητα, το πάθος και την αγάπη. Το πράσινο συνδέεται παγκοσμίως με τη φύση, τα φυτά και τα δέντρα, αντιπροσωπεύει επίσης την ανάπτυξη και την ανανέωση, όντας το χρώμα της άνοιξης και της αναγέννησης. Το μωβ είναι ζεστό και δροσερό καθώς συνδυάζει το πάθος και την ενέργεια του κόκκινου με την ηρεμία και τη γαλήνη του μπλε, το ροζ αντιπροσωπεύει τη θηλυκότητα και τον ρομαντισμό, την ευαισθησία και την τρυφερότητα, το καφέ είναι ένα φυσικό χρώμα, που συνδέεται με τη γη και ως αποτέλεσμα δίνει μια αίσθηση σταθερότητας και υποστήριξης. Το μαύρο χρώμα εκπέμπει ένα δυναμισμό και μια σοβαρότητα ενώ το λευκό μια αγνότητα και φρεσκάδα, όταν χρησιμοποιείται στο σχεδιασμό και το branding, το λευκό δημιουργεί μια μιμιμαλιστική, καθαρή και μοντέρνα αισθητική.

Το μπλέ, το γαλάζιο, το κίτρινο καθώς και οι αποχρώσεις του πορτοκαλί χρησιμοποιήθηκαν στην εικονογράφηση καθόλου τυχαία. Το πορτοκαλί συνδυάζει τη ζεστασιά και τη θερμότητα του κόκκινου με τη χαρά του κίτρινου, ένα να νεανικό χρώμα που μπορεί να φέρει στο μυαλό την ζωντάνια. Το κίτρινο είναι ένα χαρούμενο νεανικό χρώμα, γεμάτο ελπίδα και θετικότητα. Το μπλε είναι ένα δροσερό και χαλαρωτικό ίσως επειδή μας φέρνει την αίσθηση του ωκεανού. Το τρκουαζ εκπέμπει μια δροσερή ηρεμιστική γαλήνη, μας δίνει μια ώθηση θετικής ψυχικής ενέργειας.<sup>11</sup> Η μεξικάνικη κουλτούρα είναι γεμάτη χρώματα, από τη ζωντανή αρχιτεκτονική με γυψομάρμαρο έως την πολύχρωμη κουζίνα, τα πολύχρωμα μοτίβα, τα επιβλητικά υφάσματα και την ζωντανή λαϊκή τέχνη.<sup>12</sup>

11. Τσιούρης, Γ. (2003). Το σχέδιο και το χρώμα μας αποκαλύπτουν. Αθήνα: ΙΩΝ.11.

13. Άρθρο [https://interiordesign.lovetoknow.com/Mexican\\_Design\\_Colors](https://interiordesign.lovetoknow.com/Mexican_Design_Colors)

## 2.7 Σχεδιασμός συσκευασιών

Ο σχεδιασμός της συσκευασίας είναι ζωτικής σημασίας όχι μόνο για το ίδιο το προϊόν αλλά για ολόκληρη την εταιρεία, επειδή γίνεται μια αξέχαστη αναπαράσταση της οπτικής ταυτότητας της εταιρείας. Ο στόχος είναι να δημιουργήσουμε μια συσκευασία που χρησιμεύει για να περιέχει, να προστατεύει, να μεταφέρει, να διανέμει, να αποθηκεύει αλλά και να διακρίνει ένα προϊόν στην τεράστια αγορά του σήμερα. Ο επιτυχημένος σχεδιασμός συσκευασίας, στην πραγματικότητα, δημιουργεί την επιθυμία και τη προσοχή του καταναλωτή.

Μετά την έρευνα μου στις συσκευασίες καφέ κατέληξα στον σχεδιασμό σακούλας τύπου Doy Bag με επίπεδη βάση και χάρτινη επένδυση διαφοροποιώντας τα χρώματα για κάθε διαφορετική ποικιλία καφέ, σχεδίασα επίσης κουτιά για καφέ σε μορφή κάψουλας καθώς και χάρτινα ποτήρια για ζεστά ροφήματα σε δύο μεγέθη καθώς και πλαστικά για κρύα ροφήματα. Στη συνέχεια σχεδίασα τη σακούλα του καταστήματος, σακουλάκια για τις ζάχαρες, χάρτινα σακουλάκια για μεταφορά φαγητού, καλαμάκι πολλαπλών χρήσεων, βάση μεταφοράς ροφημάτων ακολουθώντας την οπτική ταυτότητα της εταιρείας. Με στόχο την προώθηση της εταιρείας σχεδίασα διαφημιστικά αυτοκόλλητα, κουβέρ, κούπες και θερμούς ροφημάτων.



31. Σακουλάκια αλουμινίου τύπου Doy Pack με εξωτερική χάρτινη επένδυση σε διαφορετικές ποικιλίες καφέ.





32. Σακουλάκι της ποικιλίας Robusta και ποτήρι καφέ μεγάλου μεγέθους



33. Σακουλάκι της ποικιλίας Liberica και ποτήρι καφέ μεγάλου μεγέθους



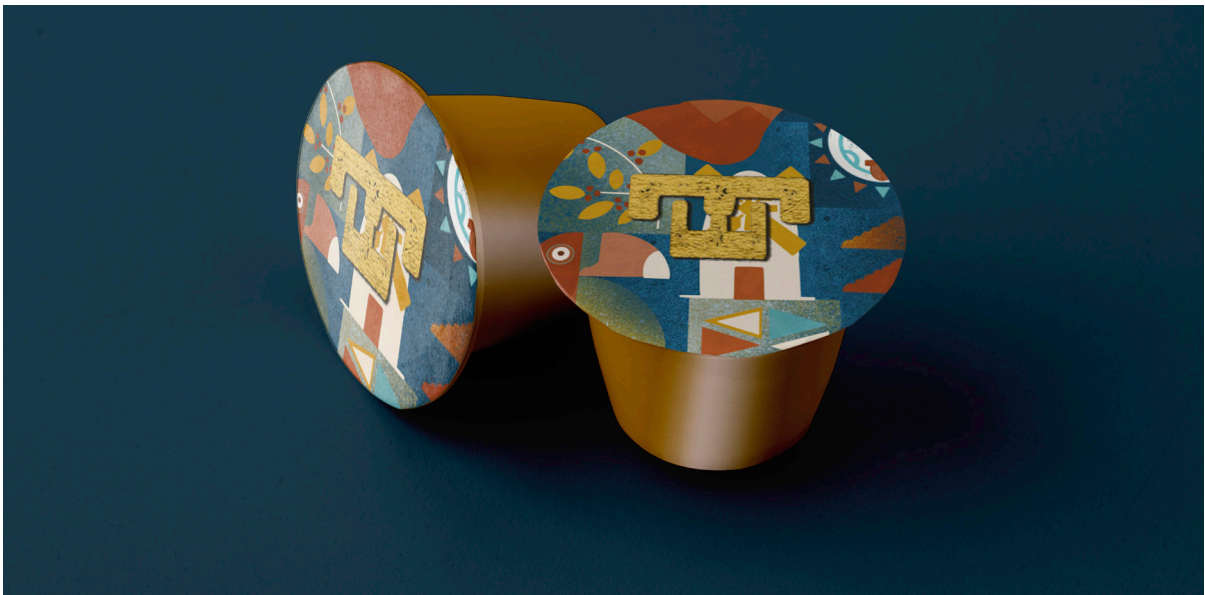
34. Σακουλάκι της ποικιλίας Arabica και ποτήρι καφέ μεγάλου μεγέθους



35. Κουτιά για κάψουλες καφέ



36. Κουτιά για κάψουλες καφέ σε διαφορετικές ποικιλίες καφέ.



37. Κάψουλες σε διαφορετικές ποικιλίες καφέ.



38. Ποτήρι κρύου καφέ/ροφήματος με φλάτ καπάκι



39. Ποτήρι κρύου καφέ/ροφήματος με καπάκι για σαντυγή ή αφρόγαλα.



40. Ποτήρι για ζεστό ρόφημα σε μεγάλο και μεσαίο μέγεθος



41. Μεσαίο ποτήρι ζεστού ροφήματος



42. Προϊόντα εταιρείας



43. Μεγάλο ποτήρι ζεστού ροφήματος



## Αναπτύγματα Συσκευασιών



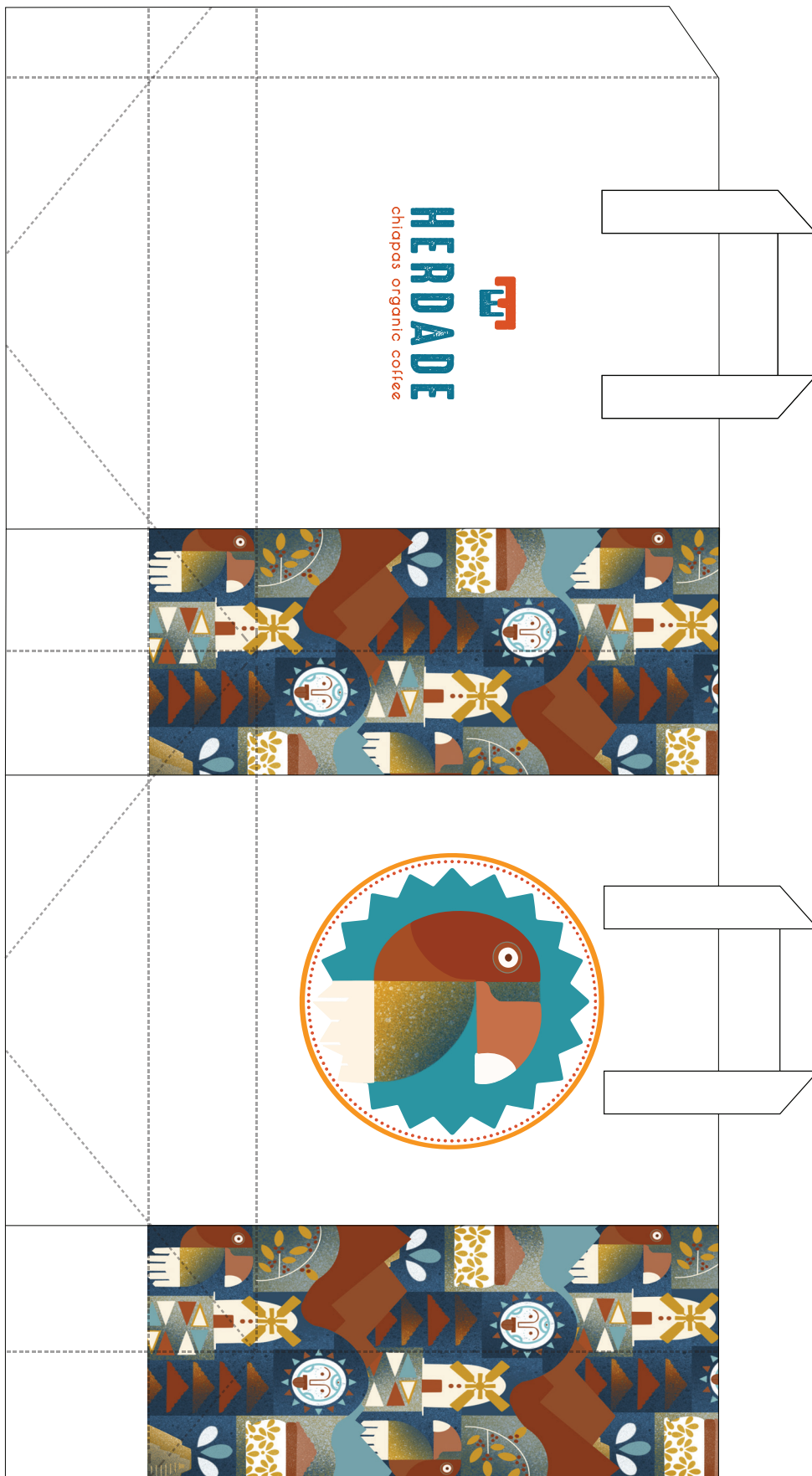
44. Ανάπτυγμα Ποτηριού Μεγάλου 400ml 11,6 x 27,5 cm



45. Ανάπτυγμα Ποτηριού Μεσαίου 300 ml 9,7 x 27,5 cm



46. Ανάπτυγμα Ποτηριού Μικρού 250 ml 9,7 x 24,5 cm



47. Ανάπτυγμα Σακούλας



48. Ανάπτυγμα Σακούλας Καφέ ποικιλίας Robusta



49. Ανάπτυγμα Σακούλας Καφέ ποικιλίας Arabica



50. Ανάπτυγμα Σακούλας Καφέ ποικιλίας LibERICA

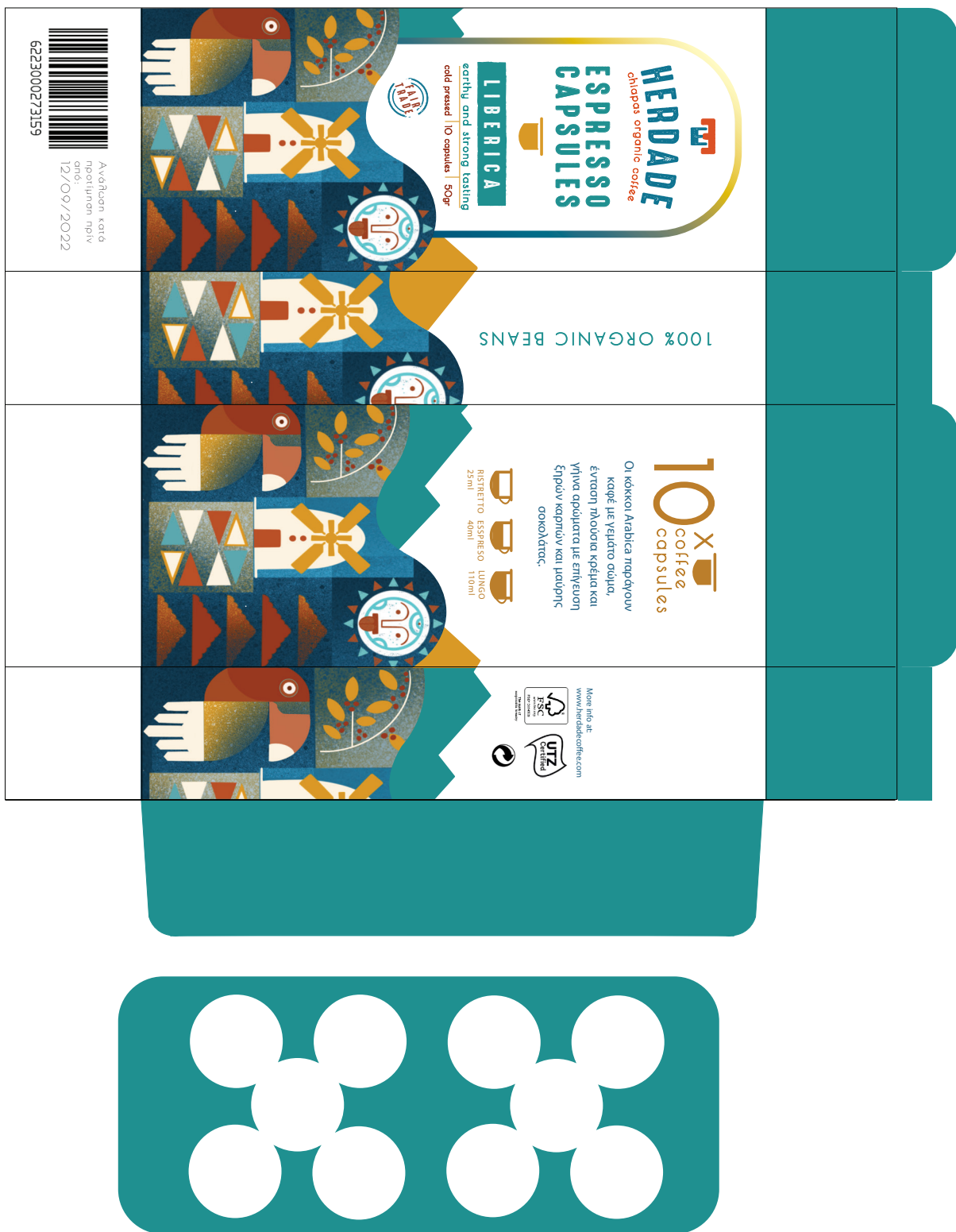


51. Ανάπτυγμα Κουτιού Κάψουλας ποικιλίας Robusta





52. Ανάπτυγμα Κουτίου Κάψουλας ποικιλίας Arabica



53. Ανάπτυγμα Κουτίου Κάψουλας ποικιλίας Liberica

## 2.8 Παρουσίαση Προϊόντων της εταιρείας

### Προϊόντα Καταστήματος



54. Σακουλάκι ζαχάρης μαύρης και άσπρης



55. Χαρτοπετσέτες



56. Θήκη για καλαμάκι πολλαπλών χρήσεων



57. Βάση μεταφοράς ροφημάτων



58. Μεγάλο σακουλάκι μεταφοράς φαγητού



59. Μικρό σακουλάκι μεταφοράς φαγητού



60. Χάρτινη Σακούλα

## Διαφημιστικά Προϊόντα



61. Κούπες



62. Σουβέρ



63. Ποτήρι Θερμός



64. Μπουκάλι Θερμός





65. Προωθητικά Αυτοκόλλητα

## Ρουχισμός



66.Ποδιά Barista



67. Μπλούζες σε δύο χρώματα

## 2.9 Διακόσμηση Καταστήματος



68. Κατάλογος καταστήματος



69. Διακοσμητική Ταπετσαρία καταστήματος



70. Τέντα καταστήματος



71. Ταμπέλα Καταστήματος



72. Εκθεσιακό περίπτερο



73. Εκθεσιακό περίπτερο σε μεγέθυνση

## 2.10 Διαφημιστικές Καταχωρήσεις



74. Διαφηστική Καταχώρηση σε περιοδικό



75. Διαφηστική Καταχώρηση/Άρθρο σε περιοδικό



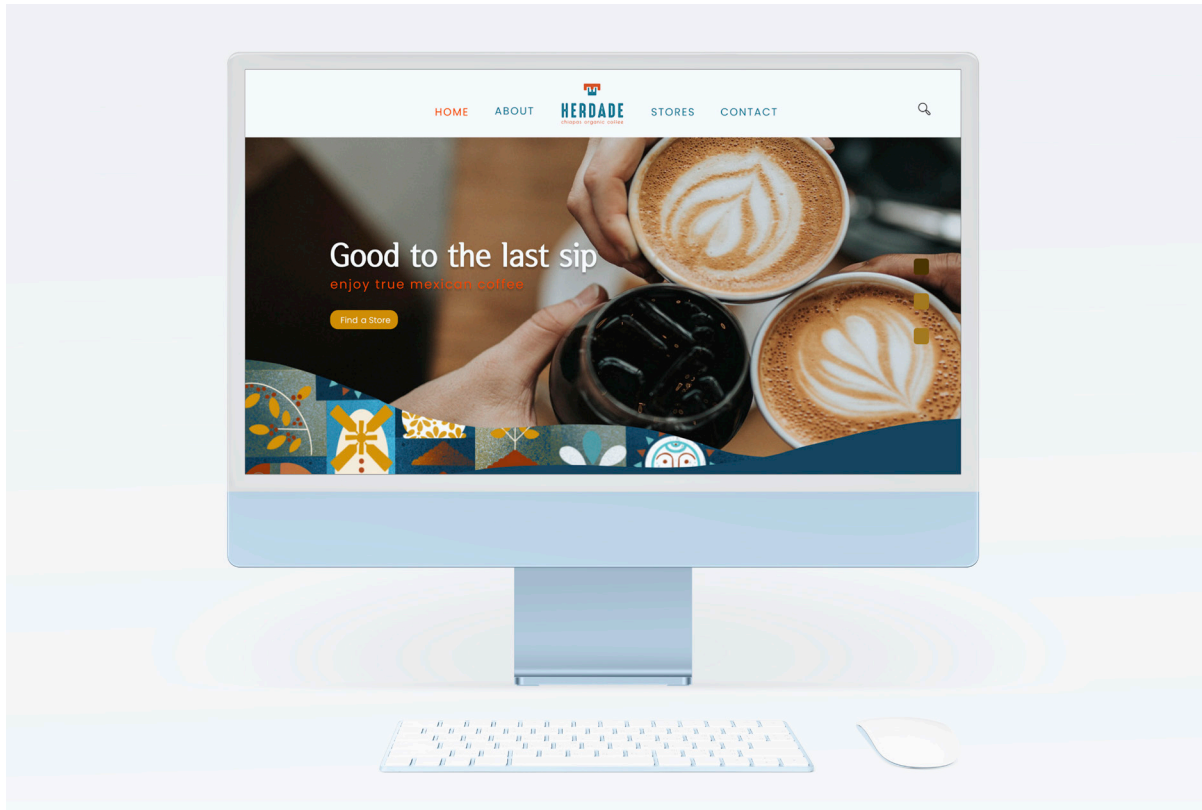
76. Προωθητικές Αφίσες με QR code



77. Προωθητική Αφίσα για τα μέσα μαζικής μεταφοράς



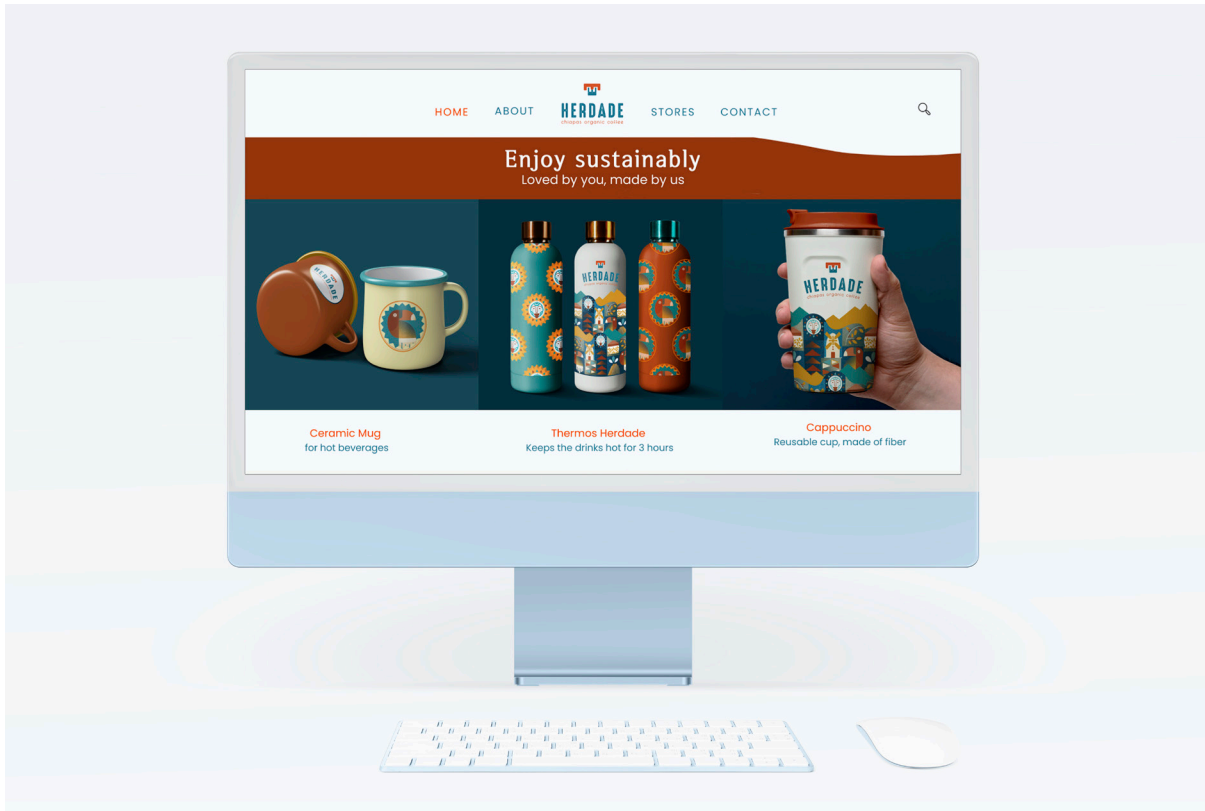
## 2.11 Ιστοσελίδα Εταιρείας



78. Home page

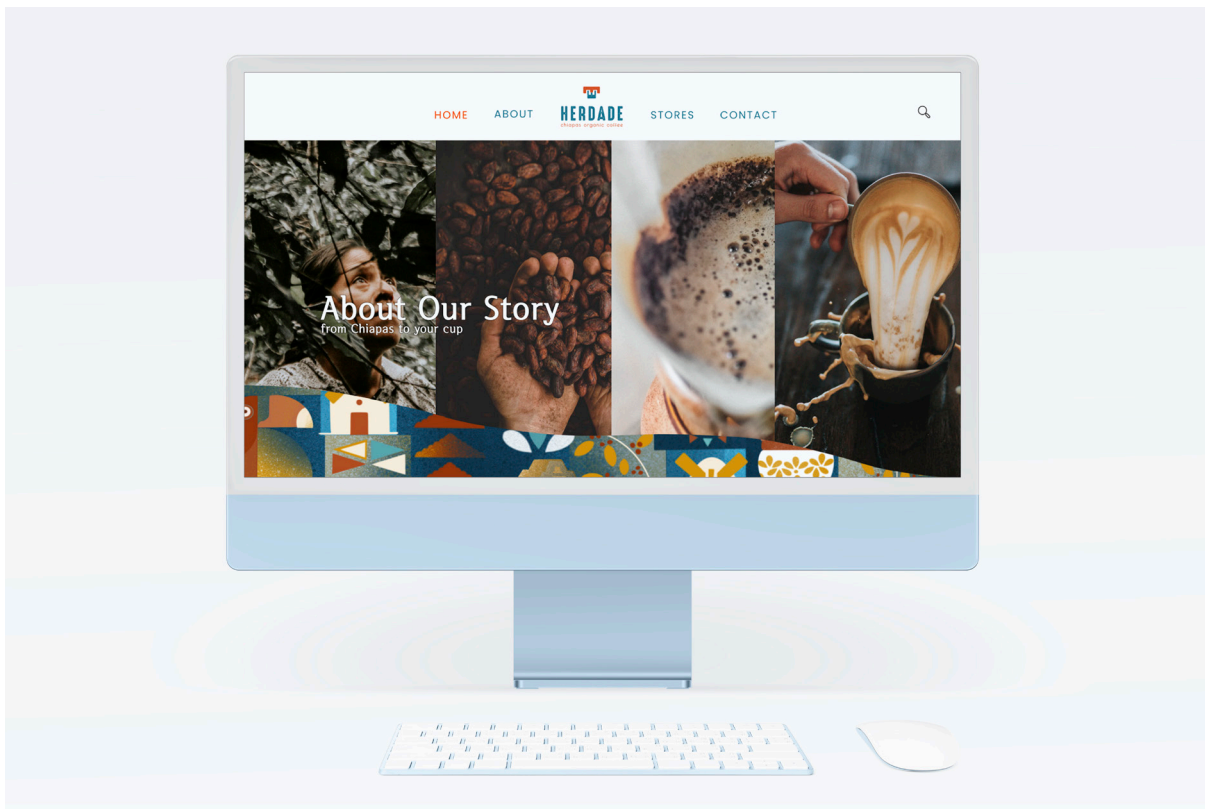


79. Home page



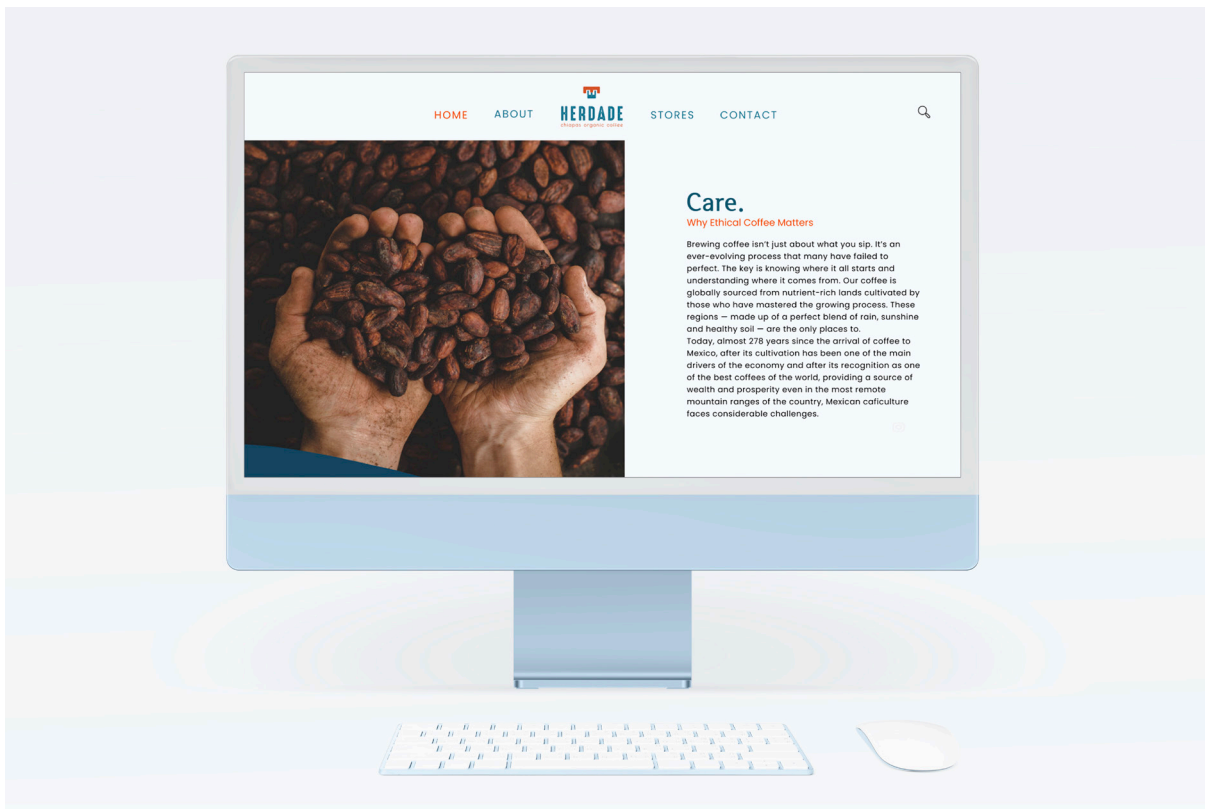
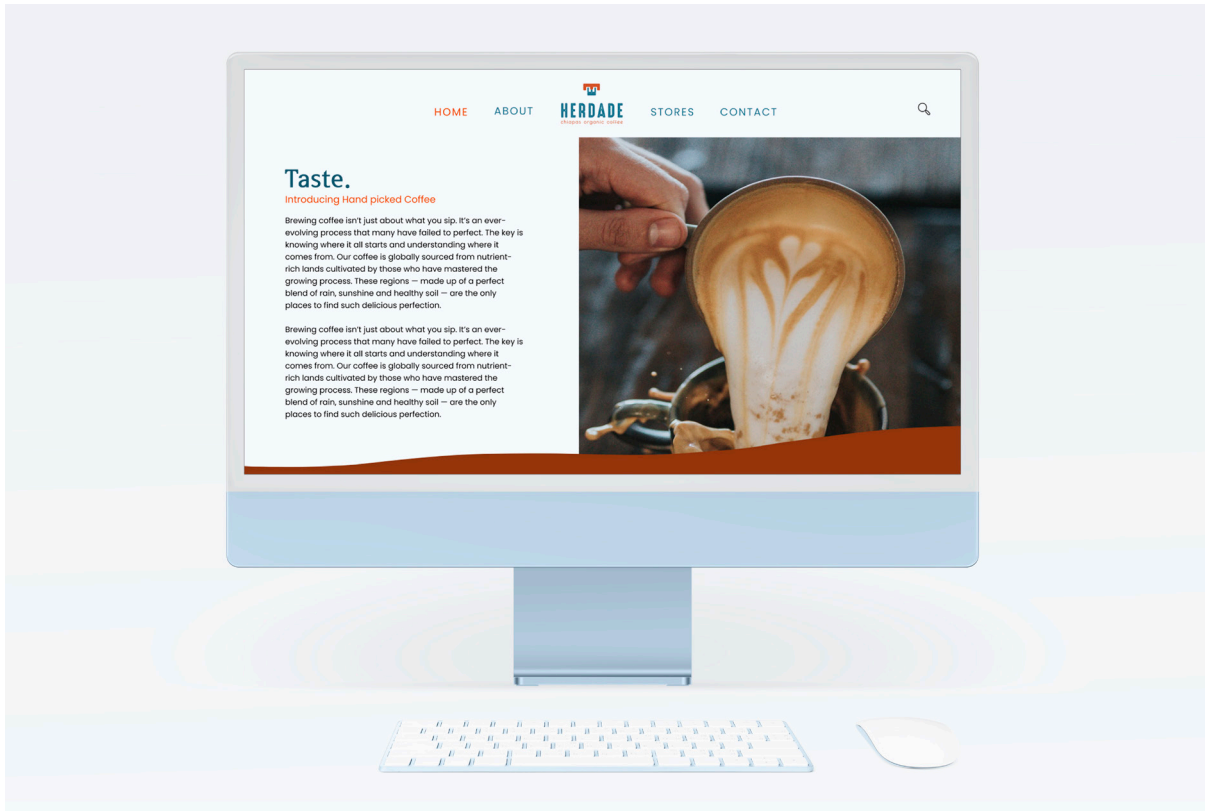


80. Home page

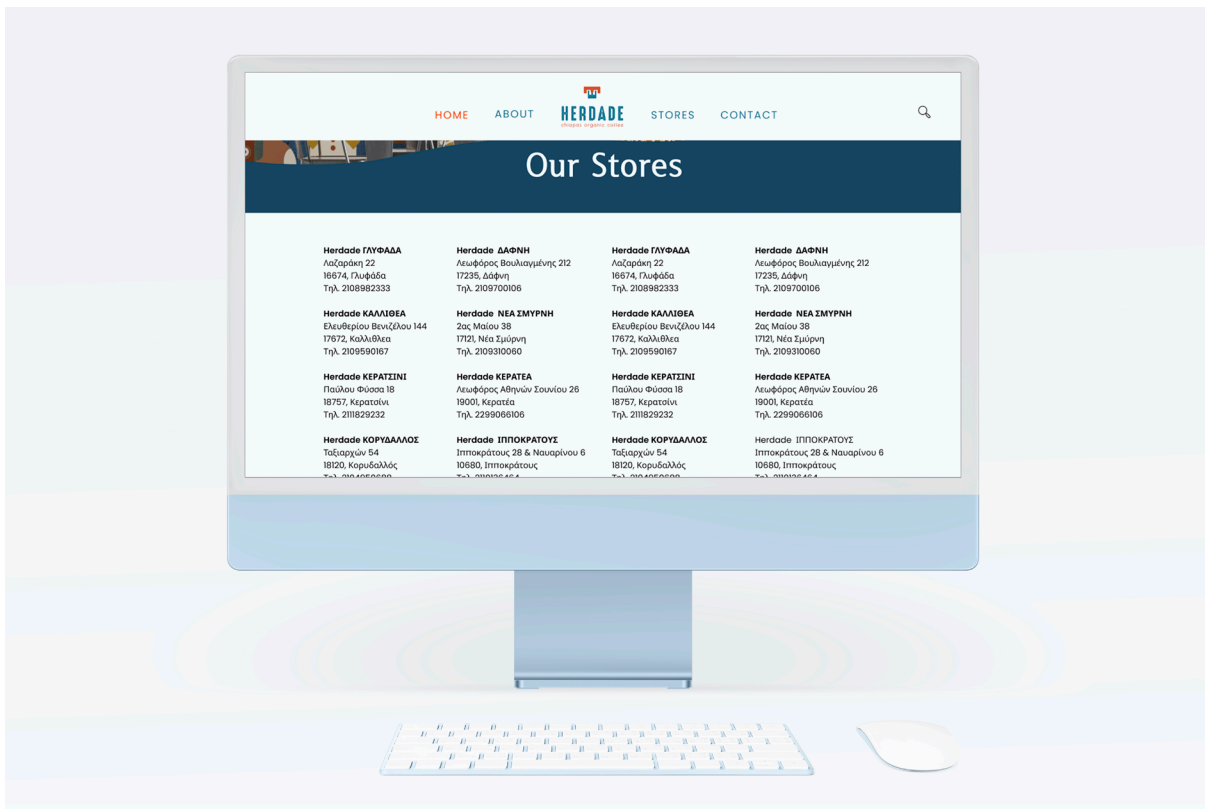
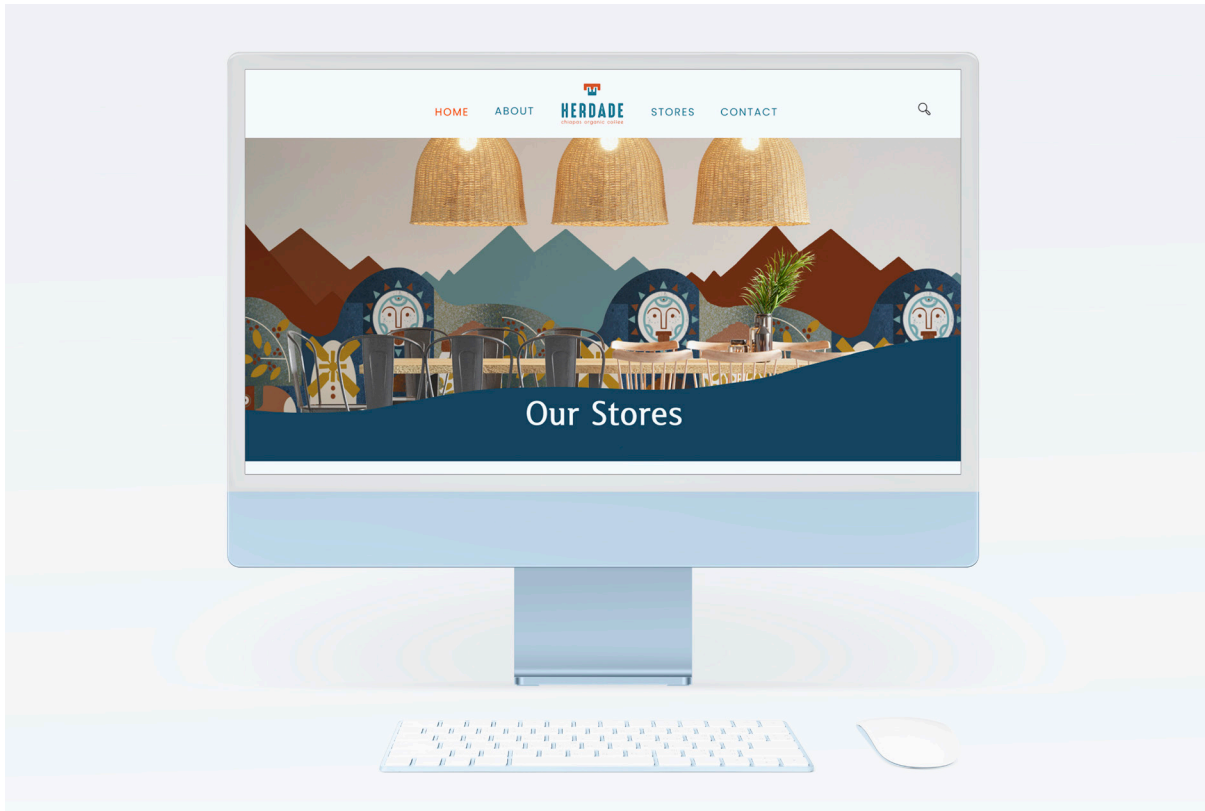


81. About Page

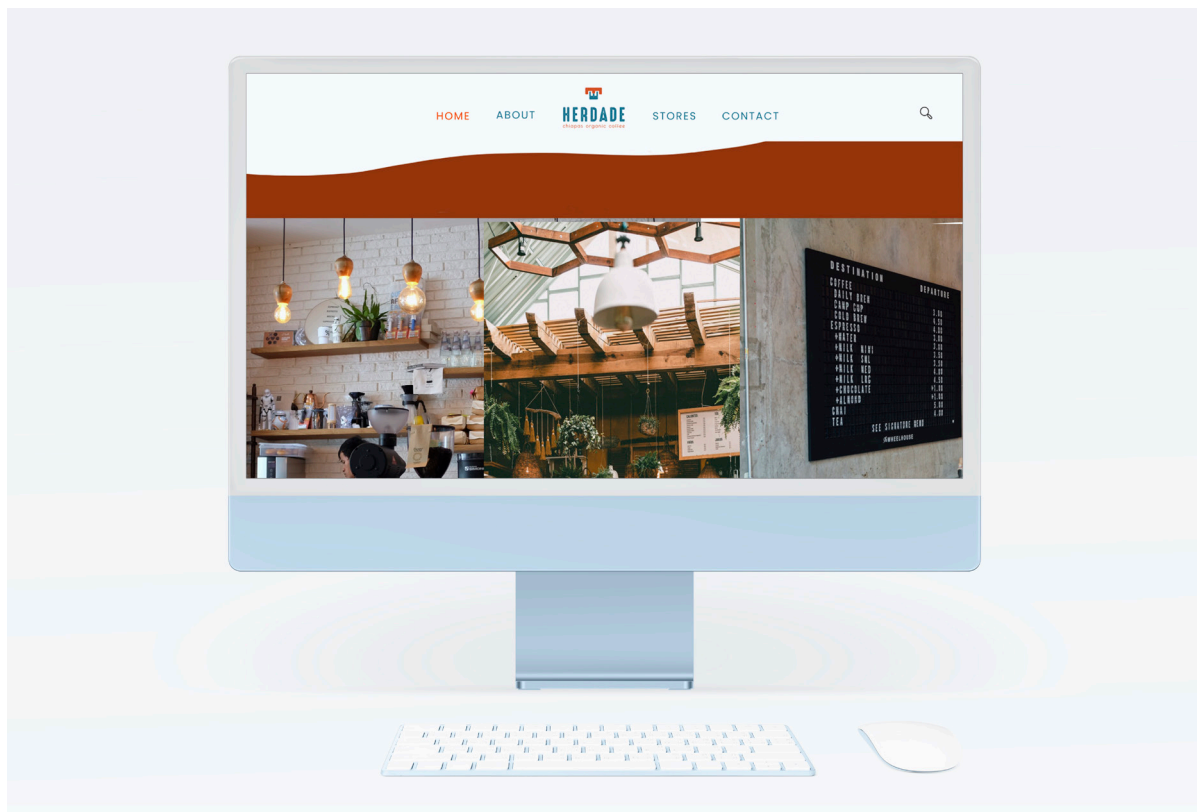




82. About page



83. Stores page



84. Stores page

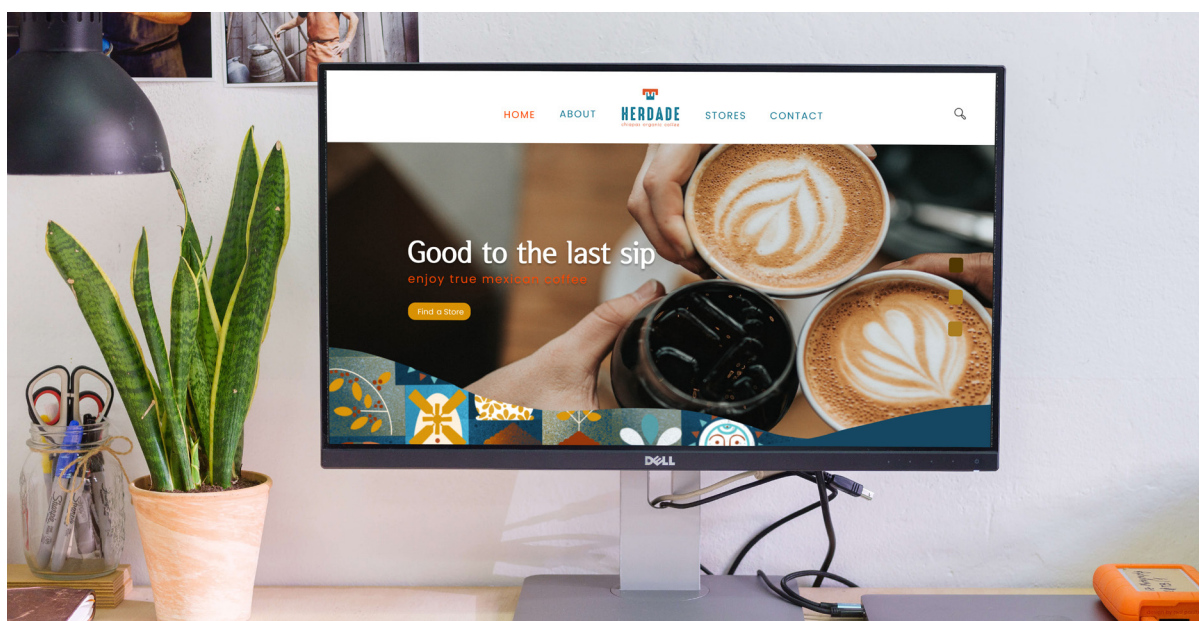




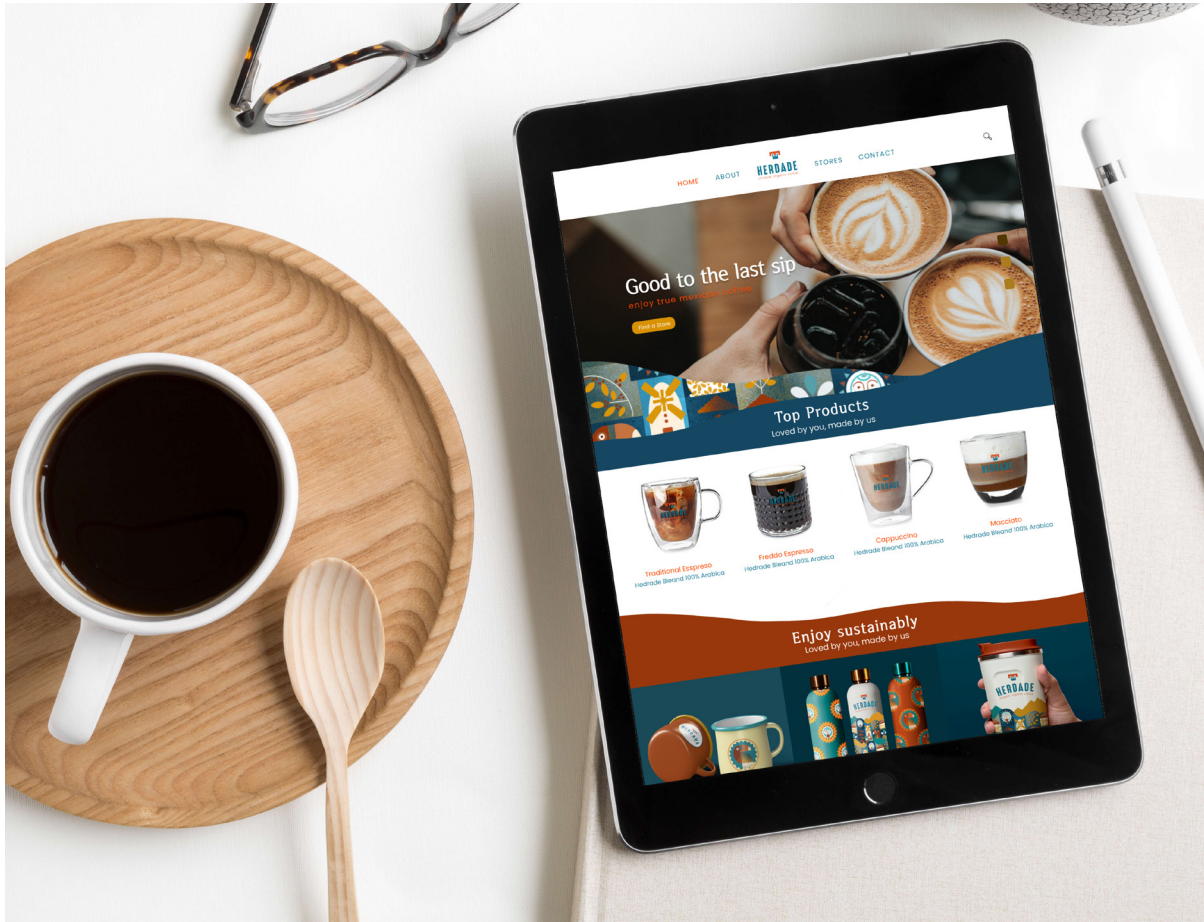
85. Contact page



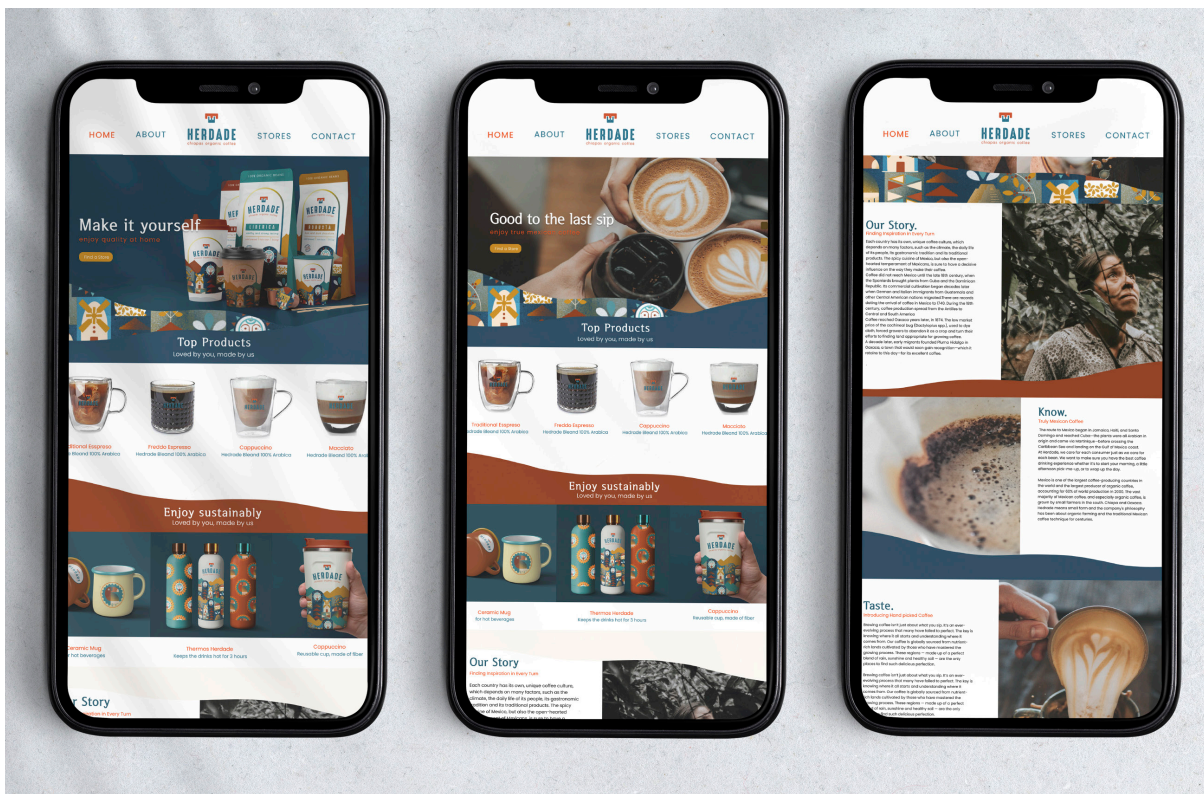
86. Προβολή Ιστοσελίδας σε φορητό υπολογιστή



87. Προβολή Ιστοσελίδας σε υπολογιστή



88. Προβολή Ιστοσελίδας σε φορητό τάμπλετ



89. Προβολή Ιστοσελίδας σε smartphone

## Συμπεράσματα

Ο καφές έχει μεγάλη απήχηση στη σημερινή κοινωνία και για αυτό τον λόγο τα διαφορετικά προϊόντα που διατίθενται στη σημερινή αγορά είναι πάρα πολλά. Η συσκευασία του καφέ με στόχο να διατηρείτε φρέσκο το προϊόν έχει βελτιωθεί σημαντικά τα τελευταία χρόνια και θα συνεχίσει να βελτιώνεται στο μέλλον. Η δημιουργία της παρούσας πτυχιακής εργασίας είχε σκοπό να παρουσιάσει μια εταιρεία που προσφέρει αυθεντικό, βιολογικό μεξικάνικο καφέ που έλειπε από την ελληνική αγορά.

Ο σχεδιασμός της εταιρικής ταυτότητας των συσκευασιών, των προωθητικών προϊόντων και της ιστοσελίδας είναι βασικός παράγοντας για να επιτύχει η εταιρεία στη σύγχρονη αγορά. Η εικονογράφηση των συσκευασιών έγινε με σκοπό να προωθήσει την προέλευση και τις αξίες της εταιρείας καθώς και να τραβήξει το καταναλωτικό ενδιαφέρον.

Για την δημιουργία των συσκευασιών του καφέ χρειάστηκε εκτενής έρευνα σε ανταγωνιστικές εταιρείες, στις σχεδιαστικές τους επιλογές αλλά και στην μορφολογία των συσκευασιών τους.

Σημαντικός παράγοντας ήταν η έρευνα γύρω από τα χρώματα και τη σημασία τους ώστε οι χρωματικές επιλογές, τόσο στο λογότυπο όσο και στην εικονογράφηση, να μεταδίδουν το σωστό μήνυμα στο καταναλωτή.

Ο σχεδιασμός έγινε μέσω της σουίτας της Adobe.

## ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Πάντος, Θ. (1990). Το Χρώμα. Σύλληψη. Αντίληψη. Αίσθηση. Πρακτική. Αθήνα: Κάλβος.  
 David Dabner. (2004) Design Και Layout, Δημιουργώντας Με Γραφικά.  
 Sargent, W. (1987). Το χρώμα στη Φύση και στην Τέχνη. Μτφρ. Ε. Καλκάνη. Αθήνα: Κάλβος.

## ΠΗΓΕΣ

1. Άρθρο με τίτλο: Οι συσκευασίες έχουν μια πολύ ενδιαφέρουσα και μακρά ιστορία  
<https://avant-garde.com.cy/new-works/new-advice/istoria-tis-siskeyasias>
2. Άρθρο με τίτλο: The Evolution Of Coffee Packaging  
<https://vikingmasek.com/packaging-machine-resources/packaging-machine-blog/packaging-history-101-evolution-coffee-packaging>
3. Βιβλίο Καρακασίδης, Ν. Σχεδιασμός συσκευασίας. Αθήνα: Εκδόσεις Ίων
4. Άρθρο <https://perfectdailygrind.com/2019/04/roasted-coffee-packaging-the-different-bags-you-can-choose-from/>
5. Άρθρο <https://www.sipasolutions.com/en/magazine/sipa-smells-the-aroma-of-success-in-pet-coffee-jars>
6. Προπτυχιακό εγχειρίδιο, Πανηγυράκης, Γ. (2016). Κεφάλαιο: Η σημασία της συσκευασίας (Packaging)-Η περίπτωση της Absolut, Αθήνα: Κάλλιπος, Ανοικτές Ακαδημαϊκές Εκδόσεις  
[http://83.212.175.100/jspui/bitstream/11419/6403/2/02\\_chapter\\_2.pdf](http://83.212.175.100/jspui/bitstream/11419/6403/2/02_chapter_2.pdf)
8. Άρθρο <http://www.cafedemexico.mx/our-history.html8..>
9. Άρθρο <https://99designs.com/blog/designers/designer-profile-levi-szekeres/>
10. Άρθρο <https://www.ocreations.com/importance-of-illustrations-in-design/>
11. Άρθρο <https://www.traverstravels.net/post/mexican-art-tradition-culture>
12. Τσιούρης, Γ. (2003). Το σχέδιο και το χρώμα μας αποκαλύπτουν. Αθήνα: ΙΩΝ.
13. Άρθρο [https://interiordesign.lovetoknow.com/Mexican\\_Design\\_Colors](https://interiordesign.lovetoknow.com/Mexican_Design_Colors)