ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΔΥΤΙΚΗΣ ΑΤΤΙΚΗΣ ΣΧΟΛΗ
Εφαρμοσμένων Τεχνών και Πολιτισμού
ΤΜΗΜΑ Γραφιστικής και Οπτική Επικοινωνίας

Πτυχιακή/Διπλωματική Εργασία

Σχεδιασμός εταιρικής ταυτότητας και συσκευασίας για την εταιρία 'Δρυάδες'

Αγγελική Χριστοπούλου

ΑΜ:18674128

Επιβλέπουσα: Δρ. Μυτιληναίου Σοφία

Αθήνα, Μάρτιος 2023

UNIVERSITY OF WEST ATTICA

SCHOOL School of applied arts & culture

DEPARTMENT Graphic Design and Visual Communication

DiplomaThesis

Corporate identity design and packaging for the company ‘Δρυάδες’

Dr. Mytilhnaiou Sofia

Aggeliki Christopoulou

Athens, March 2023

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΔΥΤΙΚΗΣ ΑΤΤΙΚΗΣ ΣΧΟΛΗ

Εφαρμοσμένων Τεχνών και Πολιτισμού

ΤΜΗΜΑ Γραφιστικής και Οπτική Επικοινωνίας

Σχεδιασμός εταιρικής ταυτότητας και συσκευασίας

για την εταιρία 'Δρυάδες'

Μέλη Εξεταστικής Επιτροπής

Πρόδρομος Μάνου, Δελφίνο Ιωάννα

Εισηγητής

Δρ. Μυτιληναίου Σοφία

Α/α	ΟΝΟΜΑΕΠΩΝΥΜΟ	ΒΑΘΜΙΔΑ/ΙΔΙΟΤΗΤΑ	ΨΗΦΙΑΚΗΥΠΟΓΡΑΦΗ
	Μυτιληναίου Σοφία		Sofia Mytilinaiou Digitally signed by Sofia Mytilinaiou Date: 2023.03.04 16:08:39 +02'00'
	Δελφίνο Ιωάννα		IOANNA DELFINO Digitally signed by IOANNA DELFINO Date: 2023.03.03 18:28:38 +02'00'
	Πρόδρομος Μάνου		PRODROMOS MANOU Digitally signed by PRODROMOS MANOU Date: 2023.03.04 13:29:06 +02'00'

ΔΗΛΩΣΗ ΣΥΓΓΡΑΦΕΑ ΠΤΥΧΙΑΚΗΣ/ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

Η κάτωθι υπογεγραμμένη Αγγελική Χριστοπούλου του Παναγιώτη, με αριθμό μητρώου 18674128 φοιτήτρια του Πανεπιστημίου Δυτικής Αττικής της Σχολής Εφαρμοσμένων Τεχνών και Πολιτισμού του Τμήματος Γραφιστικής και Οπτική 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

Αγγελική Χριστοπούλου

Αγγελική Χριστοπούλου Φοιτήτρια

Ψηφιακή Υπογραφή Επιβλέποντα

Περιεχόμενα

Περίληψη

Οι ζήτηση των αγαθών παρατηρείται στις μέρες μας αυξάνεται όλο και περισσότερο λόγο και της οικονομικής ανάπτυξης. Η αύξηση αυτή προκαλεί σοβαρά προβλήματα που επηρεάζουν κυρίως το περιβάλλον, επόμενος ο προβληματισμός σχετικά με την ρύπανση που προκαλούν αυτά τα αγαθά κατά την παραγωγή τους ,την χρήση τους ακόμα και την απόρριψη τους, είναι έντονος. Η συγκεκριμένη πτυχιακή εργασία αναφέρεται στην βιωσιμότητα και στην αειφόρα και στα πρότυπα παραγωγής που έχουν την δυνατότητα να συμβάλουν στην αντιμετώπιση κάποιων περιβαλλοντικών προβλημάτων που έχουν προκύψει στο πέρας του χρόνου, εστιάζοντας κυρίως στον ρόλο που έχει το design, οι γραφίστες και η συσκευασία σε αυτό και σε ότι αφορά την παραγωγή της και την διάθεση της στους καταναλωτές. Ο κύκλος ζωής της συσκευασίας, η θέση των γραφιστών σε αυτή και όροι όπως βιώσιμος σχεδιασμός και βιώσιμη συσκευασία καθώς και η επιρροή της συσκευασίας των καταναλωτών αναλύονται σε όλη την έκταση της εργασίας.

Λέξεις Κλειδιά: Σχεδιασμός εντύπου, Τυπογραφία, Εταιρική Ταυτότητα, Συσκευασίες, Βιωσιμότητα, Φιλικές Συσκευασίες

Εισαγωγή

Ένα από τα προβλήματα που απασχολούν έντονα τον παγκόσμιο πληθυσμό στις μέρες μας είναι το περιβαλλοντικό πρόβλημα και πιο συγκεκριμένα η οικολογική κρίση. Σύμφωνα με την ιστορία, στοιχεία έχουν αποδείξει ότι το ανθρώπινο είδος ζητά μια συνεχή αναβάθμιση και βελτίωση στον τρόπο ζωής, αυτή όμως η συνεχής προσπάθεια επηρεάζει το περιβάλλον καθώς οι ανθρώπινες δραστηριότητες έχουν δημιουργήσει πολλά περιβαλλοντικά προβλήματα και αυξανόμενες αλλαγές στο περιβάλλον με αποτέλεσμα την οικολογική κρίση, η οποία επηρεάζει σε μεγάλο βαθμό τον άνθρωπο και την ποιότητα ζωής του. Μεγάλο μέρος των απορριμμάτων που φαίνονται να επηρεάζουν σε μεγάλο βαθμό τον πλανήτη προέρχεται από την κατανάλωση αγαθών. Αρκετές μελέτες που αφορούν τις επιλογές των καταναλωτών, αποδεικνύουν την αυξανόμενη ανησυχία τους, σχετικά με τις επιπτώσεις των απορριμμάτων των συσκευασιών που προέχονται από τα αγαθά. Αυτή η ανησυχία έχει οδηγήσει πολλούς καταναλωτές στο να αρχίσουν να στρέφονται σε προϊόντα και συσκευασίες λιγότερο βλαβερές προς το περιβάλλον όσο αφορά την χρήση τους, αλλά και την παραγωγή τους, προσπαθώντας έτσι να έρθουν πιο κοντά σε αυτό που ονομάζουμε βιωσιμότητα (Ketelsen M. et al.,2020).

Βιωσιμότητα ή αειφορία

Με τον **όρο βιωσιμότητα ή αειφορία** εννοούμε ένα πρότυπο προαγωγής το οποίο έχει σαν γνώμονα την ισορροπία μεταξύ της πρώτης ύλης και της παραγωγής αγαθών, με στόχο την μικρότερη δαπάνη της πρώτης ύλης και το καλύτερο εικονικό αποτέλεσμα (Γονιάδης Γ., Λαμπρίδη Μ., 2015).Η βιωσιμότητα πηγάζει μέσα από την έννοια της βιώσιμης ανάπτυξης που προσδιορίζουμε ως την διαδικασία μέσα από την οποία ο άνθρωπος ικανοποιεί τις ανάγκες του προσπαθώντας όμως να διατηρήσει τους φυσικούς πόρους για τις επόμενες γενιές προκειμένου να ικανοποιήσουν και αυτές τις δικές τους, καθώς δεν πρόκειται για αστείρευτες πηγές (Rachel Emas ,2015). Γενικότερα η βιωσιμότητα αφορά, την οικονομική και όχι μόνο, ανάπτυξη καθώς και την βελτίωση της ποιότητας της ανθρώπινης ζωής, με μέσα που έχουν την λιγότερο δυνατή επίπτωση στο περιβάλλον (Γονιάδης Γ., Λαμπρίδη Μ., 2015)

Βιώσιμη Συσκευασία

Σημαντικό **ρόλο στην βιώσιμη ανάπτυξη έχει η συσκευασία** (Ketelsen M., et al.,2020) καθώς όπως αναφέρεται παραπάνω οι κατανάλωση αγαθών έχει σοβαρές επιπτώσεις στο περιβάλλον μέσα από την δημιουργία απορριμμάτων, αφού αν όχι όλα, τα περισσότερα αγαθά διατίθενται σε συσκευασίες. Έτσι δημιουργώντας όσο τον δυνατόν περισσότερες φιλικές προς το περιβάλλον ή βιώσιμες συσκευασίες μειώνεται το περιβαλλοντικό αποτύπωμα των αγαθών, γεγονός που συμβάλει στην διαχείριση της περιβαλλοντικής κρίσης.

Σύμφωνα με την **Sustainable Packaging Coalition® (SPC)**

''Η βιώσιμη συσκευασία είναι ωφέλιμη, ασφαλής και υγιής για τα άτομα και τις κοινότητες σε όλο τον κύκλο ζωής της. πληροί τα κριτήρια της αγοράς για απόδοση και κόστος· προέρχεται, κατασκευάζεται, μεταφέρεται και ανακυκλώνεται με χρήση ανανεώσιμων πηγών ενέργειας· μεγιστοποιεί τη χρήση ανανεώσιμων ή ανακυκλωμένων πηγών υλικών· κατασκευάζεται χρησιμοποιώντας καθαρές τεχνολογίες παραγωγής και βέλτιστες πρακτικές. είναι κατασκευασμένο από υλικά υγιή σε όλα τα πιθανά σενάρια τέλους ζωής. έχει σχεδιαστεί φυσικά για τη βελτιστοποίηση των υλικών και της ενέργειας. και ανακτάται αποτελεσματικά και χρησιμοποιείται σε βιολογικούς και/ή βιομηχανικούς κύκλους.'' ένας γενικός ορισμός για την βιώσιμη συσκευασία είναι ότι πρόκειται για μια συσκευασία που καθ'όλη την διάρκεια της ζωής της, δηλαδή από την παραγωγή, την κατανάλωση μέχρι και την απόρριψη είναι ωφέλιμη και έχουν χρησιμοποιηθεί ανανεώσιμες πήγες ενέργειας και αγνές τεχνολογίες παραγωγής με βέλτιστες πρακτικές μεθόδους ακόμη και για την ανακύκλωση της. Η βιώσιμη συσκευασία είναι χρήσιμη, πληροί τα κριτήρια της αγοράς, είναι φτιαγμένη από υγιή υλικά και φυσικά είναι σχεδιασμένη για τη βελτιστοποίηση υλικών και ενέργειας (Thu Nguyen A., et al., 2020)

Μετά από τον προσδιορισμό της βιώσιμής συσκευασίας, πρέπει να το γεγονός ότι η έννοια της βιώσιμης συσκευασίας συμπίπτει με αυτή της φιλικής προς το περιβάλλον συσκευασίας σύμφωνα με τους Herbes C., et al. (2020). Είναι ευκόλως κατανοητό το γεγονός ότι η παραγωγή βιώσιμων συσκευασιών είναι πολύ σημαντική καθώς συμβάλει κατά ένα μέρος στην αντιμετώπιση κάποιων από τα περιβαλλοντικά προβλήματα που έχουν προκύψει και πιο συγκεκριμένα στην διαχείριση των απορριμμάτων. Σημαντικό είναι να αναφερθεί ότι η συνεχώς αυξανόμενη ζήτηση τους από την μεριά των καταναλωτών επηρεάζει την αγορά. Η έννοια της αγοράς σύμφωνα με τον κλάδο της οικονομικής επιστήμης είναι μια

διαδικασία μέσο της οποίας διευκολύνεται το εμπόριο και η ανταλλαγή πόρων με αντάλλαγμα τα χρήματα γεγονός που αιτιολογεί και την τιμολόγηση των αγαθών (euretirio.com/agora/, 2023 ή Αλφαβητικό Ευρετήριο, 2023)

Ένα **παράδειγμα** βιώσιμου σχεδιασμού συσκευασίας είναι το παρακάτω και προέρχεται από μια καινοτόμο εταιρία συσκευασίας τροφίμων την **Notpla** η οποία χρησιμοποιεί φύκια αντί για πλαστικό. Ένα από τα προϊόντα που σχεδιάστηκε με αυτή την ιδέα είναι το εικονιζόμενο ατομικό 'μπουκαλάκι' σε μορφή σταγονόμετρου που περιέχει λάδι.

Άλλο ένα παράδειγμα βιώσιμου σχεδιασμού που δεν αφορά συσκευασία αλλά την προστασία προϊόντων και είναι άξιο αναφοράς είναι ένα περιτύλιγμα από την εταιρία **EcoEnclose**, η οποία αντικαθιστά τις πλαστικές φυσαλίδες προστασίας με περιτύλιγμα φτιαγμένο από 100% βιώσιμο και βιοδιασπώμενο χαρτί.

Ο ρόλος της Γραφιστικής

Στις μέρες μας η αγορά σχετίζεται με την γραφιστική καθώς ο γραφιστικός σχεδιασμός είναι από την φύση του άμεσα συνδεδεμένος με αυτή. **Η γραφιστική** τόσο η ιστορία της όσο και η θεωρία της λαμβάνοντας την ως ένα γενικότερο μέσο επικοινωνίας συνδέεται άμεσα με την σχεδίαση βιομηχανικών προϊόντων και αντικειμένων καθημερινής χρήσης άρα και με την σχεδίαση συσκευασιών. Η διαμόρφωση ενός ύφους και η δημιουργία αισθητικών προτάσεων ακόμα και κανόνων, αποτελεί βασική και δημιουργική διεργασία μιας γραφιστικής σχεδίασης, η οποία συνδέεται με την κοινωνία, την οικονομία και την αγορά άρα και τον καταναλωτή (Φραγκόπουλος Μ., 2006). Η γραφιστική λοιπόν από την φύση της ασκεί επιρροή σε πολλούς τομείς, στην αγορά, στην κοινωνία, στην οικονομία, κ.α. Σαν κλάδος σχετίζεται κυρίως με την προώθηση αγαθών γεγονός που την συνδέει άμεσα με την αγορά, δηλαδή τον θεωρητικό χώρο που συμβαίνει η ζήτηση και η προσφορά αγαθών ή υπηρεσιών. Στην προώθηση των αγαθών, άρα και την αγορά, σημαντική θέση έχει και ο τομέας της συσκευασίας, η διαδικασία δημιουργίας της οποίας πραγματοποιείται από γραφίστες, έτσι συσκευασία όπως και η γραφιστική της αντιμετώπιση έχει την δυνατότητα να επηρεάσει την αγορά, το περιβάλλον και επίσης τον καταναλωτή. Γενικά μια συσκευασία εκτός από το να προστατεύει το προϊόν, να συμβάλει στην εύκολη μεταφορά του, στην συντήρηση του και να το προστατεύει από τυχών παραβιάσεις (Ketelsen M. et al.,2020). Ακόμη αποτελεί και μέσο επικοινωνίας του παραγωγού με τον καταναλωτή αφού είναι στην ουσία ο 'καθρέπτης' του προϊόντος ενώ παράλληλα θεωρείται και ισχυρό εργαλείο του μάρκετινγκ γεγονός που να οφείλετε σε ποικίλους λόγος, καθώς η συσκευασία μπορεί να επηρεάζει τους καταναλωτές σε πολλούς τομείς όπως αναφέρθηκε παραπάνω. Έρευνες έχουν αποδείξει ότι ο σχεδιασμός μιας συσκευασίας επηρεάζει σε μεγάλο βαθμό τον καταναλωτή για το αν θα προχωρήσει στην αγορά του προϊόντος μαζί με την σχέση ποιότητας και τιμής (Mueller Loose S., Szolnoki G., 2012). Άλλες μελέτες δείχνουν ότι η εικόνα, το χρώμα, η ετικέτα και η διάταξη της επέδρασαν στην προσωπικότητα ενός προϊόντος όπως και στην πρόθεση των καταναλωτών για αγορά (Broudreaux C. ,Palmer S., 2007). Λαμβάνοντας υπόψη τα παραπάνω οδηγούμαστε στο ότι η αισθητική μιας συσκευασίας και αποτελεί ένα από τα βασικά κριτήρια επιλογής για τους καταναλωτές. Η αισθητική λοιπόν μιας συσκευασίας αποδίδεται στην γραφιστική, καθώς η γραφιστική είναι το κανάλι επικοινωνίας ανάμεσα στον πομπό, δηλαδή το προϊόν, και τον δέκτη δηλαδή τον καταναλωτή.

Επιρροή του design στους καταναλωτές

Η συσκευασία είναι το μέσο διαφήμισης ενός προϊόντος , είναι η εικόνα που δημιουργεί ο καταναλωτής για το προϊόν χρησιμοποιώντας σαν μέσο το design. Μέσα από την συσκευασία και το design διαμορφώνεται η προσωπικότητα και ο χαρακτήρας του προϊόντος σε συνδυασμό με άλλα γραφικά στοιχεία όπως το λογότυπο, η τυπογραφία, τα χρώματα, διακοσμητικά στοιχεία. Το πλήθος των παραπάνω, αποτελεί τα στοιχεία που θα οδηγήσουν τον καταναλωτή σε μια γενική αίσθηση για το προϊόν και είναι ικανά να τον παρακινήσουν να το αγοράσει. Βασικός παράγοντας για την αγορά ενός προϊόντος είναι και τα υλικά που έχουν χρησιμοποιηθεί για την δημιουργία της συσκευασίας πόσο μάλλον σε μια βιώσιμη συσκευασία. Το design λοιπόν για μια συσκευασία δεν μένει ανεπηρέαστη από τους περιβαλλοντικούς παράγοντες και από τις επιλογές των καταναλωτών, έτσι ένας σχεδιαστής-γραφίστας γνωρίζοντας τα παραπάνω και όντας επηρεασμένος από τα περιβαλλοντικά πρόβλημα που προκύπτουν στο πέρας του χρόνου, σε συνδυασμό και με τις προτιμήσεις των καταναλωτών οδηγείται στο να πραγματοποιείται ο σχεδιασμός πια με τρόπους περισσότερο φιλικούς προς το περιβάλλον, έχοντας πρώτα κατανοήσει τα τυχών ελαττώματα και σπατάλες στον μέχρι τώρα σχεδιασμό του (Fine C.P., 2016). Γενικά ένας γραφίστας-σχεδιαστής από την αρχή του σχεδιασμού μιας αφίσας για παράδειγμα, όπου χρησιμοποιείται το χαρτί το οποίο χρειάζεται ενέργεια για να παραχθεί, μέχρι και το τελικό στάδιο της εκτύπωσης που θα καταναλωθεί νερό και μελάνι που και αυτά για την παραγωγή τους απαιτούν την κατανάλωση άλλων αγαθών, καταναλώνει αγαθά και επηρεάζει το περιβάλλον. Είναι λοιπόν σαφές ότι μια σχεδιαστική διαδικασία ειδικότερα όταν πρόκειται για μεγάλες παραγωγές, απαιτεί κατανάλωση αγαθών σε ικανές ποσότητες ώστε να αυξήσουν το λεγόμενο περιβαλλοντικό αποτύπωμα, δηλαδή τις επιπτώσεις των

πράξεων μας (παραγωγή αγαθών, απόβλητα κ.α.) στον πλανήτη. Άρα ένας γραφίστας που είναι υπεύθυνος για τον σχεδιασμό αγαθών και ειδικότερα για τον σχεδιασμό και την παραγωγή μιας συσκευασίας πρέπει να είναι ικανός να σχεδιάσει μια συσκευασία η οποία θα είναι βιώσιμη, φιλική προς το περιβάλλον και θα συμβάλει στην ελάττωση των περιβαλλοντικών αποτυπωμάτων των συσκευασιών και μέσα από την γραφιστική θα οδηγεί την αγορά ένα βήμα πιο κοντά σον βιώσιμο κόσμο. Η εφαρμογή της γραφιστικής σε αυτές της περιπτώσεις πρέπει να γίνεται υπεύθυνα και με τέτοιον τρόπο ώστε να μην μπαίνει η βιωσιμότητα σε δεύτερη μύρα σε σχέση με τον σχεδιασμό.

Οι Chick A. και Micklethwaite P. (2011) γράφουν στο βιβλίο 'Design for Sustainable Change' ''Η βιωσιμότητα δεν πρέπει να είναι απλώς μία προσθήκη στον σχεδιασμό που κάνουμε, πρέπει να είναι αναπόσπαστο μέρος αυτού του σχεδιασμού και να ορίζει το σχέδιο με βάση τους στόχους και τις φιλοδοξίες του. Αντί να σκεφτόμαστε πως θα ενσωματωθεί η βιωσιμότητα στην σχεδίαση, πρέπει να σκεφτόμαστε πως θα ενσωματωθεί η σχεδίαση στη βιωσιμότητα. Η βιωσιμότητα πρέπει να καθορίζει την κοσμοθεωρία μας και όλα όσα σχεδιάζουμε θα πρέπει να συμβάλλουν στην παροχή αυτής της βιώσιμης κοσμοθεωρίας.''

Βιώσιμη Γραφιστική – Οικολογικός σχεδιασμός (Sustainable – eco friendly graphic design)

Η περιβαλλοντική κρίση επηρεάζει και αφορά όλες τις οικονομικές και κοινωνικές δραστικότητες, άρα και τον τομέα του σχεδιασμού έτσι σημαντική είναι η συνεισφορά στη διαχείριση αυτής της κρίσης με όποιον τρόπο. Ένας από αυτούς είναι και ο οικολογικός σχεδιασμός. Με τον όρο βιώσιμη γραφιστική ή οικολογικό σχεδιασμό αναφερόμαστε στον

γραφικό σχεδιασμό ο οποίος λαμβάνει υπόψη του το γεγονός ότι μια σχεδιαστική προσέγγιση έχει περιβαλλοντικό αντίκτυπο. Το αντίκτυπο αυτό αφορά τα υλικά, το χαρτί, την ποιότητα του μελανιού, τον χώρο εργασίας, τον κύκλο ζωή του προϊόντος, ακόμη και την γραμματοσειρά, για παράδειγμα αν χρησιμοποιηθεί bold γραμματοσειρά θα χρειαστεί περισσότερο μελάνι από μια light. Η χρήση της βιώσιμής γραφιστικής βοηθά στο να μειωθούν οι εκπομπές ενέργειας και στην μείωση των αποβλήτων, καθώς χρησιμοποιούνται ανανεώσιμές πηγές ενέργειας και γίνεται εξοικονόμηση των πόρων. Ακόμη σημαντικό ρόλο πίσω από την νοοτροπία του βιώσιμου γραφικού σχεδιασμού και στην εξοικονόμηση υλικών και πόρων έχει ο κύκλος ζωής ενός προϊόντος, δηλαδή στον σχεδιασμό μιας συσκευασίας για παράδειγμα εξετάζεται και το πώς μπορεί να επαναχρησιμοποιηθεί ή να ανακυκλωθεί (Kramer. L. 2021) συνοπτικά μέσα από τον οικολογικό σχεδιασμό βελτιώνεται και ελέγχετε το περιβαλλοντικό αποτύπωμα ολόκληρου του κύκλου ζωής ενός προϊόντος (Sierra Pérez J. et al., 2021). Όλα τα παραπάνω εκτελούνται με τέτοιον τρόπο ώστε να μην επηρεάζουν την ποιότητα του προϊόντος και την εμπειρία του καταναλωτή, διατηρώντας παράλληλα τους πόρους και για τις επόμενες γενιές. Έτσι οικολογικός σχεδιασμός στην ουσία μπορούμε να πούμε ότι συνδέει το περιβαλλοντικά- οικολογικά κριτήρια με την επιθυμητή εμπειρία του καταναλωτή – ανθρώπου. Γενικά ο αειφόρος γραφιστικός σχεδιασμός δεν είναι ιδιαίτερα διαδεδομένος, ειδικά στον ελλαδικό χώρο, υπάρχουν όμως αρκετές πηγές μέσα από τις οποίες μπορεί κάποιος να ενημερωθεί.

Οι σχεδιαστές – γραφίστες, είναι εκπαιδευμένοι ώστε να συνδυάζουν τις πληροφορίες με τέτοιον τρόπο ώστε να δημιουργείται ένα ελκυστικό σύνολο μηνυμάτων χρησιμοποιώντας εργαλεία όπως χρώματα, εικόνες, γραμματοσειρές σχήματα και άλλα. Στην περίπτωση των συσκευασιών προκειμένου να ικανοποιηθούν οι ανάγκες του μάρκετινγκ οι γραφίστες χρησιμοποιούν πολλαπλά μηνύματα (Schifferstein H.N.J.,2022) τα οποία εκτός από τις απαιτήσεις του μάρκετινγκ πρέπει και να επικοινωνούν τον χαρακτήρα του προϊόντος, ώστε να μαγνητίζουν και να ελκύουν τον καταναλωτή. Έτσι γίνεται κατανοητό ότι η γραφιστική και πόσο μάλλον η βιώσιμη γραφιστική έχει βασικό ρόλο στον σχεδιασμό μιας βιώσιμης συσκευασίας, ώστε ο καταναλωτής να μπορεί να καταλάβει εύκολα και γρήγορα ότι η συσκευασία που βλέπει από την παραγωγή της μέχρι την απόρριψη της έχει επιβαρύνει σε όσο το δυνατό μικρότερο βαθμό το περιβάλλον. Ο κάθε καταναλωτής έχει ένα δικό του σύνολο κριτηρίων για να μπορεί να αναγνωρίζει τις φιλικές προς το περιβάλλον ή βιώσιμές συσκευασίες, βέβαια, το σύνολο αυτών τον κριτηρίων συνήθως επηρεάζεται από κάποιους παράγοντες όπως την περιβαλλοντική εκπαίδευση ή ευαισθησία και το ενδιαφέρον που υπάρχει γύρο από τον περιβαλλοντικό στο προβληματισμό. Γενικά όμως δύο είναι **τα βασικά σύνολα στοιχείων που** μπορούν να κάνουν πιο εύκολη τη αναγνώριση των φιλικών προς το περιβάλλον και των βιώσιμων συσκευασιών, το ένα είναι γενικά από την **συσκευασία** μεμονωμένα, δηλαδή το σχήμα της, το υλικό της κ.α. και το άλλο είναι το σύνολο κάποιων **συμβόλων- σημάτων** που φέρει μια συσκευασία, στοιχεία δηλαδή που μπορούν να δημιουργηθούν με την βιώσιμη γραφιστική.

Οπτική επικοινωνία της βιώσιμης συσκευασίας

Πρώτο βασικό οπτικό σύνολο στοιχείων

Σχετικά με το **πρώτο οπτικό βασικό σύνολο στοιχείων**, την συσκευασία μεμονωμένα η οποία αποτελεί το βασικό μέσο οπτικής επικοινωνίας ανάμεσα στο προϊόν και στον καταναλωτή, υπάρχουν πολλοί τρόποι με τους οποίους επικοινωνείτε το γεγονός ότι πρόκειται για βιώσιμή ή φιλική προς το περιβάλλον συσκευασία ακόμη και με μία πρώτη επαφή. Μερικές προτάσεις που μπορούν να βοηθήσουν στο να επιτευχθεί η βιωσιμότητα στον τομέα της συσκευασίας οι οποίες παράλληλα συμπίπτουν και με μερικούς από τους τρόπους που επικοινωνεί μια συσκευασία τον χαρακτήρα της είναι:

Το χρώμα

Γενικά το χρώμα θεωρείται ένα από τα πιο σημαντικά οπτικά στοιχεία μια συσκευασίας, ειδικά, όσο αφορά τις φιλικές προς το περιβάλλον συσκευασίες, μελέτες έδειξαν ότι οι καταναλωτές ψάχνουν διάφορα σημάδια για να τις αναγνωρίσουν, ένα από αυτά είναι και το χρώμα. Ακόμη, τα περισσότερα προϊόντα έχουν ανταγωνιστές, ένας τρόπος να ξεχωρίσει ένα προϊόν από τους ανταγωνιστές του είναι το χρώμα καθώς μεταφέρει συναισθήματα και εικόνες (Lu P., Hsiao S.-W., 2022). Έτσι το χρώμα τραβά την προσοχή του υποψήφιου αγοραστή ενώ παράλληλα λειτουργεί συμβολικά και τον κινητοποιεί και συναισθηματικά (Hallez L.,et al., 2023). Σε μια από αυτές τις μελέτες τους οι Ketelsen M., et al, (2020)) ανέφεραν ότι για κάποιους καταναλωτές, τα «γήινα» χρώματα όπως το κρεμ, το καφέ ή το πράσινο ήταν δείκτες μεγαλύτερης βιωσιμότητας . Σε μια άλλη μελέτη αναφέρεται ότι τα ψυχρά χρώματα όπως το πράσινο και το μπλε δηλώνουν πιο έντονα ότι το προϊόν είναι βιώσιμο ή οικολογικό (Hallez L.,et al., 2023) σελ3, γεγονός που συνδέεται με το γεγονός ότι το πράσινο και το μπλε το βρίσκουμε έντονα στην φύση άρα παραπέμπει σε κάτι αγνό, όπως και τα πιο γήινα χρώματα όπως το καφέ. Ακόμη χρώματα όπως το πορτοκαλί, το μωβ και το κίτρινο φαίνεται να επιδρούν θετικά στον θεατή καθώς δημιουργούν το αίσθημα της ζεστασιάς και της χαράς. (Clarke T., Costall A., 2006). Όσο αφορά το πρακτικό κομμάτι της βιωσιμότητας σημαντικό είναι τα χρώμα που χρησιμοποιούνται να μην έχουν τοξικές ουσίες και να υπάρχει τακτική ενημέρωση σχετικά με την διάθεση χρωμάτων-μελανιών στην αγορά.

Βιώσιμοι συνεργάτες

Να είναι γνωστό δηλαδή ότι οι επιχειρήσεις που θα αναλάβουν μέρος τις παραγωγής χρησιμοποιούν βιώσιμους τρόπους λειτουργίας, αυτό βεβαιώνεται συνήθως μέσα από πιστοποιήσεις και σφραγίδες όπως: FSC (Forest Stewardship Council) και PEFC (Programme for the Endorsement of Forest Certification) πιστοποίηση μέσα από τα οποία πιστοποιείται το γεγονός ότι έχει γίνει σωστή διαχείριση των δασών (Βιβλίο Γραφικών Τεχνών, 2021). Ακόμη υπάρχουν και συνεργάτες που βοηθούν στην διαχείριση του αποτυπώματος διοξειδίου του άνθρακα όπως η ClimatePartner (ClimatePartner, 2023) που επιβεβαιώνει εκτυπώσεις με μειωμένες εκπομπές άνθρακα. Σημαντικό είναι επίσης να γνωστοποιείται ο τρόπος διαχείρισης των αποβλήτων της επιχείρησης, ακόμη και των εκπομπών νερού.

Επιλογή του υλικού

Έρευνες απέδειξαν ότι αρκετά μεγάλο ποσοστό της παγκόσμιας περιβαλλοντικής ρύπανσης οφείλεται στην ανεξέλικτη απόρριψη πλαστικών, ειδικότερα στην Ευρώπη η συνολικές απαιτήσεις πλαστικού από την βιομηχανία πλαστικών ήταν μέχρι και 50,7 εκατομμύρια τόνους (2019), εκ των οποίων το 40% αποδίδεται στην βιομηχανία της συσκευασίας (Herrmann . C, et al.,2022). Μια άλλη μελέτη στη Σουηδία (Lindh H. et al. 2015) αποκάλυψε ότι το 27% των συμμετεχόντων έδινε σημασία στο υλικό συσκευασίας γενικά, κατά την αγορά τροφίμων, το 20% των συμμετεχόντων εστίαζε στην ποσότητα της συσκευασίας και το 18% έψαχναν για ανακυκλώσιμο υλικό. (Ketelsen M. et al.,2020). Σημαντικό είναι να αναφερθεί ότι πολλοί καταναλωτές έκριναν εάν μια συσκευασία ήταν βιώσιμη μόνο και μόνο από το υλικό που ήταν φτιαγμένη ενώ πολλοί ανέφεραν ότι το πιο φιλικό προς το περιβάλλον υλικό ήταν το χαρτί, (Lindh H. et al.,2015). Έτσι ο συνδυασμός των παραπάνω ερευνών που έγιναν κυρίως στην Ευρώπη , οδηγεί στο συμπέρασμα ότι το υλικό μια συσκευασία είναι ένα σημαντικό χαρακτηριστικό που επηρεάζει τους καταναλωτές αλλά και το περιβάλλον. Συμπεραίνεται ότι οι καταναλωτές είναι ευαισθητοποιημένοι σε ότι αφορά την συσκευασία και πρόθυμοι να συμβάλουν στην μείωση των απορριμμάτων αλλά και στην περιβαλλοντική επιβάρυνση. Έτσι οι υπεύθυνοι για τον έντυπο γραφιστικό σχεδιασμό και για την επιλογή των υλικών, πρέπει να λαμβάνουν υπόψη αυτή την ευαισθητοποίηση- προσπάθεια των καταναλωτών σχετικά με την προτίμηση τους στις χάρτινες και φιλικές προς το περιβάλλον συσκευασίες και ο σχεδιασμός μια συσκευασίας να βασίζεται στο χαρτί και ακόμα καλύτερα σε ανακυκλωμένο χαρτί. Ακόμη αν και το χαρτί είναι ανανεώσιμη πηγή σημαντικό είναι να προέρχεται από πιστοποιημένα δάση βιώσιμης ανάπτυξης και να φέρουν πιστοποιήσεις για αυτό όπως για παράδειγμα το σήμα/σύμβολο **FSC** (FSC, 2023) που πρόκειται το αξιόπιστο σήμα για τη βιώσιμη δασοκομία.

Δεύτερο βασικό οπτικό σύνολο στοιχείων

Μετά από την αναφορά στο σήμα FSC αξίζει να σημειωθεί και το γεγονός ότι, υπάρχουν και άλλοι παράγοντες που επηρεάζουν τους καταναλωτές ως προς την αγορά των βιώσιμων προϊόντων ένας από αυτούς είναι και η **δυσκολία των καταναλωτών** στην αναγνώριση των 'πράσινων' συσκευασιών.

Μελέτες οι οποίες εξέτασαν με ποιον τρόπο κάποιοι καταναλωτές αναγνωρίζουν τις ' πράσινες ' συσκευασίες, έφεραν σαν αποτελέσματα ότι χαρακτηριστικά μέσα από τα οποία **οι καταναλωτές αναγνωρίσουν τις φιλικές προς το περιβάλλον συσκευασίες** είναι, κάποια λογότυπα-σήματα και κάποιες ετικέτες. Επίσης σε μια μελέτη που έγινε στη Νότια Αφρική, μεγάλο ποσοστό των συμμετεχόντων δήλωσαν ότι έψαχναν ετικέτες, εικόνες και λογότυπα όπως το λογότυπο ανακύκλωσης. (Ketelsen M. et al.,2020)

Άρα καταλαβαίνουμε ότι τα σήματα είναι σημαντικά για τους καταναλωτές. Τοποθετημένα λοιπόν στις συσκευασίες προϊόντων βρίσκονται κάποια 'σύμβολα - σήματα' τα οποία συμβάλουν στην προσπάθεια του καταναλωτή να μπορεί να αναγνωρίζει, τις φιλικές προς το περιβάλλον συσκευασίες, ή να ενημερώνεται για την απόρριψη τους, έτσι αναφερόμαστε στο **δεύτερο βασικό σύνολο στοιχείων** που μπορούν να κάνουν πιο εύκολη

τη αναγνώριση των φιλικών προς το περιβάλλον συσκευασιών, τα σύμβολα και τα σήματα. Τα σύμβολα αυτά στην ουσία δείχνουν το πόσο βιώσιμό είναι ένα προϊόν, συμβολίζοντας την περιβαλλοντική επίπτωση της παραγωγής του, τον τρόπο απόρριψης του προϊόντος, τα υλικά που χρησιμοποιήθηκαν, ακόμα και τον χρόνο και τον τρόπο διατήρησης του προϊόντος που βοηθά στην μείωση της σπατάλης αγαθών μέσα από την παράταση του χρόνου ζωής του, που όπως αναφέρεται αποτελεί μεγάλο πρόβλημα στις μέρες μας. Παρακάτω υπάρχουν ενδεικτικά μερικά από τα σήματα ανακύκλωσης, που υπάρχουν σε συσκευασίες, σύμφωνα με τον Ελληνικό Οργανισμό Ανακύκλωσης (Ε.Ο.ΑΝ.), τα οποία έχουν την δυνατότητα να κατευθύνουν τους καταναλωτές, σε ότι αφορά τα υλικά από τα οποία είναι κατασκευασμένα οι συσκευασίες και με ποιόν τρόπο που μπορούν να απορριφθούν.

Τα σύμβολα για τις συσκευασίες

Γνωστό και ως “Green Dot”, ένα σύμβολο που χρησιμοποιείται στις συσκευασίες και σημαίνει ότι ο παραγωγός συμμετέχει σε σύστημα εναλλακτικής διαχείρισης και συνεισφέρει οικονομικά για την ανακύκλωση του προϊόντος.

Το σύμβολο αυτό (mobius loop), αναγράφεται στα προϊόντα που είναι κατάλληλα για ανακύκλωση. Δεν σημαίνει ότι η συσκευασία έχει φτιαχτεί από ανακυκλωμένα υλικά.

Αναφέρεται στον τύπο του πλαστικού που ανακυκλώνεται. Τα μπουκάλια PET ή πολυαιθυλενίου χρησιμοποιούνται για συσκευασία νερού, αναψυκτικών και ανακυκλώνονται εύκολα.

Το σύμβολο HDPE (υψηλής περιεκτικότητας πολυαιθυλένιο) συναντάται σε συσκευασίες καθαριστικών, σακούλες απορριμμάτων, χυμούς και σημαίνει ότι το πλαστικό ανακυκλώνεται.

Το σύμβολο υπάρχει σε γυάλινες συσκευασίες (μπουκάλια, βάζα κτλ) και προτρέπει στην ανακύκλωσή τους.

Το σύμβολο αυτό δεν συνδέεται με την ανακύκλωση αλλά είναι μια παράκληση προς τους υπεύθυνους πολίτες να απορρίπτουν το προϊόν με τον πιο κατάλληλο τρόπο. Δύναται επίσης να τοποθετηθεί σε κάποιο σημείο όπου υπάρχει κάδος απόρριψης αποβλήτων.

Όταν υπάρχει το σύμβολο αυτό σε ένα προϊόν, σημαίνει ότι κατασκευάζεται από ανακυκλωμένο αλουμίνιο και μπορεί να ανακυκλωθεί ξανά.

Συναντάται σε χαρτί ή προϊόντα ξύλου και σημαίνει ότι το ξύλο προέρχεται από δάση που διαχειρίζονται με βιώσιμο τρόπο και σύμφωνα με τις αρχές του FSC.

Η μπλε πράσινη μαργαρίτα είναι το οικολογικό σήμα της ΕΕ. Πρόκειται για εθελοντικό σήμα που πιστοποιεί την βελτιωμένη περιβαλλοντική επίδοση συγκεκριμένων προϊόντων ή /και υπηρεσιών ανάμεσα σε άλλα της ίδιας κατηγορίας και απονέμεται από τρίτο ανεξάρτητο φορέα βάσει πολλαπλών κριτηρίων που έχουν προκύψει μετά από αξιολόγηση κύκλου ζωής.

Ο Μπλε Άγγελος είναι το γερμανικό οικολογικό σήμα και ισχύουν και για αυτόν οι ίδιες αρχές που ισχύουν για το οικολογικό σήμα της ΕΕ. Πρόκειται για ένα από τα πρώτα εθνικά οικολογικά σήματα με δυνατότητα απονομής σε μεγάλο αριθμό προϊόντων.

Η τοποθέτηση των παραπάνω σύμβολων-σημάτων, αποτελεί πληροφορία που πρέπει να είναι γνωστή τόσο στους καταναλωτές όσο και στα άτομα που είναι υπεύθυνα για την παραγωγή ενός προϊόντος.

Οι Δρυάδες

Στα πλαίσια της εκπόνησης της συγκεκριμένης έρευνας και έχοντας σαν σκοπό την υλοποίηση τους, δημιουργήθηκε μια εταιρία που προτείνει σχεδιαστικές λύσεις για βιώσιμες συσκευασίες, χωρίς να υποβιβάζει τις ανάγκες των καταναλωτών, ενώ παράλληλα, προωθεί την καλλιέργεια λαχανικών, λουλουδιών και μυρωδικών στο σπίτι. Ακόμη ενημερώνει και φροντίζει για την συντήρηση των σπόρων, αφού αρκετές ποικιλίες βρίσκονται σε κίνδυνο. Οι Δρυάδες είναι μια εταιρία που δημιουργήθηκε με σκοπό την προστασία παραδοσιακών ποικιλιών καλλιεργήσιμων φυτών και σπόρων τα οποία απειλούνται από εξαφάνιση. Μια από τις ενέργειες της εταιρίας είναι η προώθηση συσκευασιών με σπόρους και ολόκληρα φυτά από τρείς κατηγορίες: Λουλούδια, Λαχανικά και Μυρωδικά. Η ταυτότητα της εταιρίας είναι εμπνευσμένη από την αρχαιότητα, οι Δρυάδες ή αλλιώς, οι νύμφες των δασών, χωρίζονταν σε κατηγορίες, στην συγκεκριμένη σειρά συσκευασιών αναφέρονται **οι Βουκόλες**, προστάτιδες των καρποφόρων δέντρων, οι Δαφναίες, οι νύμφες των δαφνών και **οι Μέλιες**, οι νύμφες των μελισσών, του μάννα και της τέφρας (Μήττα.Δ, 2012)

Έχοντας πραγματοποιήσει την μελέτη για τις βιώσιμες συσκευασίες και την αειφόρο γραφιστική και λαμβάνοντας υπόψη τον αρχαιοελληνικό χαρακτήρα της εταιρίας δημιουργήθηκαν οι παρακάτω συσκευασίες. Πρόκειται για μια σειρά συσκευασιών που αποτελείται από μεμονωμένες συσκευασίες σπόρων λουλουδιών που ονομάζονται Βουκόλες καθώς και μια πολυσυσκευασία που περιέχει τέσσερεις ποικιλίες σπόρων από διαφορετικά λουλούδια. Επίσης υπάρχουν οι Μέλιες που είναι οι συσκευασίες με σπόρους λαχανικών καθώς και μια πολυσυσκευασία με τέσσερεις ποικιλίες σπόρων λαχανικών και τέλος οι Δαφναίες. **Οι Δαφναίες** αποτελούνται από μικρά γλαστράκια τα οποία είναι φτιαγμένα από κοκοφοίνικα υλικό το οποίο δίνει την δυνατότητα είτε να χρησιμοποιηθούν σαν γλάστρες είτε να φυτευτούν μαζί με αυτό, μειώνοντας έτσι την σπατάλη υλικών και των απορριμμάτων. Τα γλαστράκια αυτά μεταφέρονται μέσα σε χάρτινη 'τσάντα' η οποία είναι εκτυπωμένη σε οικολογικό ανακυκλωμένο και ανακυκλώσιμο χαρτί, ενώ χρησιμοποιήθηκε η ελάχιστη ποσότητα χαρτιού προκειμένου να διεκπεραιωθούν τα προσχέδια και το τελικό προϊόν, όπως και σε όλες τις συσκευασίες.

Το μέγεθος των συσκευασιών της σειράς είναι αντίστοιχο των προϊόντων ενώ περιορίστηκε η περιττή σπάταλη στο χαρτί σχεδιάζοντας τα απολύτως απαραίτητα. Η Μέλιες και οι Βουκόλες οι οποίες αποτελούνται από πολυσυσκευασίες αλλά και από μεμονωμένες σχεδιάστηκαν έτσι ώστε να μην αποτελείται από πολλές διπλώσεις ώστε να μειωθεί η ποσότητα κόλλας που θα χρειαστεί ενώ, μια λύση που θεωρώ ότι μπορεί να αυξήσει τα ποσοστά βιωσιμότητας των συσκευασιών είναι το γεγονός ότι η σπόροι είναι τοποθετημένοι σε μικρά 'πουγκιά'-φακέλους μέσα στις συσκευασίες προκειμένου να είναι ασφαλείς. Το υλικό αυτών αποτελείται από ανακυκλωμένο και ανακυκλώσιμο χαρτί, γεγονός που διαφοροποιεί την συγκεκριμένη σειρά συσκευασιών καθώς σε αντίστοιχες περιπτώσεις χρησιμοποιούνται άλλα υλικά όπως για παράδειγμα το πλαστικό. Ακόμη **τα μελάνια** που χρησιμοποιήθηκαν είναι φιλικά προς το περιβάλλον και δεν περιέχουν τοξικές ουσίες. Πραγματοποιώντας την παραπάνω έρευνα, φρόντισα **τα σύμβολα** που επικοινωνούν των βιώσιμο χαρακτήρα των συσκευασιών να βρίσκονται σε εμφανές σημείο. Τα σύμβολα που τοποθετήθηκαν είναι αυτό του **FSC** δηλαδή το χαρτί προέρχεται από δάση που διαχειρίζονται με βιώσιμο τρόπο **,** η **Green Dot**, σύμβολο που σημαίνει ότι ο παραγωγός συμμετέχει σε σύστημα εναλλακτικής διαχείρισης και συνεισφέρει οικονομικά για την ανακύκλωση του προϊόντος και τέλος το **Mobius loop**, αναγράφεται στα προϊόντα που είναι κατάλληλα για ανακύκλωση. Λαμβάνοντας υπόψη την σημειολογία των χρωμάτων και τις παραπάνω έρευνες, **τα χρώμα** που χρησιμοποιήθηκαν, τόσο για την εταιρική ταυτότητα, όσο και για τις συσκευασίες κινούνται σε αποχρώσεις κυρίως του πράσινου και του μπεζ, αφού αποδεικνύεται ότι το χρώμα και τα σύμβολα είναι τα ο πρώτο πράγμα που διακρίνει ο καταναλωτής για να ξεχωρίσει μια βιώσιμη συσκευασία. Ακόμη ένας σημαντικός παράγοντας για να θεωρείται μια συσκευασία βιώσιμη είναι η ενέργεια που χρησιμοποιήθηκε για να κατασκευαστεί, έτσι στο κομμάτι της παραγωγής λόγο και της μικρή ποσότητας που παράχθηκε, η εκτύπωση έγινε και τυπογ
προϋποθέσεις ώστε να θεωρείται **βιώσιμός συνεργάτης**. Τέλος η γ
σε όλες τις συσκευασίες καθώς και στην εταιρική ταυτότητα της ετ
να υπάρχουν όσο το δυνατόν λιγότερες πληροφορίες και στ
επιτευχθεί η λιγότερη δυνατή σπατάλη των υλικών αγαθών.

Συμπεράσματα

Από όλα τα παραπάνω καταλήγουμε στο συμπέρασμα ότι οι καταναλωτές είναι διαθέσιμοι να συμβάλουν στην μείωση σπατάλης και στην διαχείριση της ενεργειακής κρίσης. Οι γραφίστες μπορούν να εντείνουν αυτή την προσπάθεια των καταναλωτών προσφέροντας τόσο σε αυτούς όσο και στο περιβάλλον. Αυτό μπορεί να πραγματοποιηθεί μέσα από τον βιώσιμο σχεδιασμό. Χρησιμοποιώντας την βιώσιμη γραφιστική σαν εργαλείο μπορούν να μειωθούν η επιπλέον συσκευασίες σε προϊόντα, να βρεθούν καινοτόμοι, πιο λειτουργικοί ,βιώσιμοι και δημιουργικοί τρόπο και λύσεις που θα εξυπηρετούν τις ανάγκες που καλούνται να καλύψουν τα προϊόντα μειώνοντας όμως το περιβαλλοντικό τους αποτύπωμα. Ακόμη σημαντική είναι η επιβάρυνση εκτός από το σχεδιαστικό μέρος της παραγωγής, και στο διαδικαστικό κομμάτι δηλαδή, το στάδιο της εκτύπωσης, της μεταφοράς και της διανομής καθώς σημειώνονται και εκεί σπατάλες και επιβαρύνσεις. Τέλος είναι πολύ σημαντικό να μην περιμένει κάποιος να γίνει κάτι από μόνο του ή να το κάνει κάποιος άλλος, πρέπει να λαμβάνει δράση. Δεν θα προστατευτεί το περιβάλλον από μόνο του, ούτε είναι σωστή σκέψη ότι θα το κάνει κάποιος άλλος, πρέπει ο καθένας ατομικά να δρα με τέτοιον τρόπο ώστε να προστατεύεται το περιβάλλον, χρησιμοποιώντας όσο το δυνατόν λιγότερό αγαθά με υλικά που δεν μπορούν να ανακυκλωθούν ή να διασπαστούν, τηρώντας την ανακύκλωση, μειώνοντας την ζήτηση σε προϊόντα που έχουν ακατάλληλες συσκευασίες μειώνοντας έτσι και την παραγωγή τους και γενικά αντιμετωπίζοντας το περιβάλλον με σεβασμό και υπευθυνότητα. Οι καταναλωτές και οι ενημέρωση τους έχει σημαντικό ρόλο στα παραπάνω αφού θα πρέπει να μπορούν να είναι σε θέση να αναγνωρίσουν μια βιώσιμη συσκευασία γρήγορα και εύκολα, γεγονός που συμβαίνει μέσα από τα υλικά, τα χρώματα και τα σύμβολα, άρα εκτός από τους καταναλωτές σημαντικός είναι και ο ρόλος των γραφιστών και τον ατόμων που αποτελούν μέρος της παραγωγής μιας συσκευασίας. Συνεπώς τα άτομα που είναι υπεύθυνα για τον γραφιστικό σχεδιασμό μιας συσκευασίας εκτός από τα παραπάνω πρέπει να ενημερώνονται συχνά για νέες τεχνολογίες και τεχνικές για να μπορούν να προτείνουν βιώσιμούς τρόπους παραγωγής και σχεδίασης, επηρεάζοντας μεγάλο μέρος των καταναλωτών συμβάλλοντας στην διαχείριση της περιβαλλοντικής κρίσης και μειώνοντας το ποσοστό του περιβαλλοντικού αποτυπώματος, χρησιμοποιώντας βιώσιμες μεθόδους ακλουθώντας το πρότυπο της βιώσιμης ή αειφόρου ανάπτυξης, λαμβάνοντας πάντα υπόψη τις απαιτήσεις της αγοράς και του ανταγωνισμού.

Βιβλιογραφία

Ketelsen M., Janssen M., Hamm U., 2020. 'Consumers' response to environmentally-friendly food packaging - A systematic review', *Journal of Cleaner Production*, Vol 254, pp 1-22 Διαθέσιμο από: https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0959652620301700 [Πρόσβαση Ιανουάριο 2023]

Γονιάδης Γ. , Λαμπρίδη Μ., 2015. Εισαγωγή στη Βιώσιμη Ανάπτυξη. [online] Διαθέσιμο από: https://www.ihu.edu.gr/icsd/docs/eisagogi-sti-viosimi-anaptyxi.pdf

Emas R., 2015. The Concept of Sustainable Development: Definition and Defining Principles. [online] Διαθέσιμο από: https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/5839GSDR%202015_SD_concept_definiton_rev.pdf [Πρόσβαση Ιανουάριο 2023]

Thu Nguyen A., Parker L., Brennan L. , Lockrey S., 2020. 'A consumer definition of eco-friendly packaging', *Journal of Cleaner Production*, Vol 252,pp. 1-2 Διαθέσιμο από: https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0959652619346621#bib29 [Πρόσβαση Ιανουάριο 2023]

Herbes C., Beuthner C., Ramme I., 2020. 'How green is your packaging—A comparative international study of cues consumers use to recognize environmentally friendly packaging', *International Journal of Consumer Studies,* Vol 44,pp. 259-260. Διαθέσιμο από: https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/ijcs.12560 [Πρόσβαση Ιανουάριο 2023]

Αλφαβητικό Ευρετήριο, 2023. Αγορά (Market).Διαθέσιμο από: https://euretirio.com/agora/

Φραγκόπουλος Μ., 2006. *Εισαγωγή στην ιστορία και τη θεωρία το Graphic Design, Μια μικρή ανθολογία*. Αθήνα, Futura

Mueller Loose S., Szolnoki G., 2012. 'Market price differentials for food packaging characteristics', *Food Quality and Preference, Vol* 25 No. 2, pp 171-182. Διαθέσιμο από: https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0950329312000389?pes=vor. [Πρόσβαση Ιανουάριο 2023]

Broudreaux C. ,Palmer S., 2007. 'A charming little Cabernet: Effects of wine label design on purchase intent and brand personality', *International Journal of Wine Business Research,* Vol. 19 No. 3, pp. 170-186. Διαθέσιμο από: https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/17511060710817212/full/html [Πρόσβαση Ιανουάριο 2023]

Fine C.P., 2016. 'Sustainable Graphic Design: Principles and Practices'. Bloomsbury Publishing. Διαθέσιμο από: https://books.google.gr/books?id=_z7qDAAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=Fine,+Peter+Claver.+Sustainable+graphic+design:+Principles+and+practices&hl=en&sa=X&redir_esc=y#v=o

nepage&q=Fine%2C%20Peter%20Claver.%20Sustainable%20graphic%20design%3A%20Principles%20and%20practices&f=false [Πρόσβαση Ιανουάριο 2023]

Chick A., Micklethwaite P. 2011. 'Design for Sustainable Change.How Design and Designers Can Drive the Sustainability Agenda'. Bloomsbury Publishing. Διαθέσιμο από: https://www.bloomsbury.com/uk/design-for-sustainable-change-9782940439775/ [Πρόσβαση Ιανουάριο 2023]

Kramer. L. 2021. Sustainable design: what does "going green" really mean? [online] Διαθέσιμο από: https://99designs.com/blog/tips/sustainable-design/ [Πρόσβαση Ιανουάριο 2023]

Sierra Pérez J., Grenha Teixeira J., Romero-Piqueras C., Patrício L., 2021. 'Designing sustainable services with the ECO-Service design method: Bridging user experience with environmental performance', *Journal of Cleaner Production*, Vol 305. Διαθέσιμο από: https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0959652621014475 [Πρόσβαση Ιανουάριο 2023]

Schifferstein H.N.J., Lemke M., de Boer A., 2022. 'An exploratory study using graphic design to communicate consumer benefits on food packaging', *Food Quality and Preference,* Vol 97. Διαθέσιμο από: https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0950329321003402 [Πρόσβαση Ιανουάριο 2023]

Lu P., Hsiao S.-W., 2022. 'A product design method for form and color matching based on aesthetic theory', *Advanced Engineering Informatics,*Vol 53 pp 1-22. Διαθέσιμο από: https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1474034622001616 [Πρόσβαση Ιανουάριο 2023]

Hallez L., Vansteenbeeck H., Boen F, Smits T., 2023. 'Persuasive packaging? The impact of packaging color and claims on young consumers' perceptions of product healthiness, sustainability and tastiness', *Appetite,* Vol 182, pp 1-14. Διαθέσιμο από: https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0195666322005244#bib49 [Πρόσβαση Ιανουάριο 2023]

Clarke T., Costall A., 2006. 'The Emotional Connotationsof Color: A Qualitative Investigation' pp 406-410.Διαθέσιμο από: https://onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1002/col.20435?src=getftr [Πρόσβαση Ιανουάριο 2023]

Βιβλίο Γραφικών Τεχνών, 2022. 'Πιστοποιήσεις για εκτυπωτές. Ποιες να πάρετε και γιατί'. [online] Διαθέσιμο από: https://www.graphicarts.gr/enimerosi/arthra-themata/pistopoiiseis-gia-ektupotes-poies-na-parete-kai-giati# [Πρόσβαση Ιανουάριο 2023]

ClimatePartner, 2023. ClimatePartner's label 'Carbon neutral'. [online] Διαθέσιμο από: https://www.climatepartner.com/en/carbon-neutral-label [Πρόσβαση Ιανουάριο 2023]

Herrmann . C, Rhein S., Sträter, K.F., 2022. 'Consumers' sustainability-related perception of and willingness-to-pay for food packaging alternatives', *Resources, Conservation and*

*Recycling,*Vol 181, pp 1-13. Διαθέσιμο από: https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0921344922000672#bib0064 [Πρόσβαση Ιανουάριο 2023]

Lindh H., Olsson A., Williams H., 2015. 'Consumer Perceptions of Food Packaging: Contributing to or Counteracting Environmentally Sustainable Development?', *Packaging Technology and Science,* Vol 29, No.1 pp. 3-23. Διαθέσιμο από: https://onlinelibrary.wiley.com/doi/pdf/10.1002/pts.2184 [Πρόσβαση Ιανουάριο 2023]

FSC,2023. 'The future of forests is in our hands'. Διαθέσιμο από: https://fsc.org/en [Πρόσβαση Ιανουάριο 2023]

Ελληνικό Οργανισμό Ανακύκλωσης, 2023. Διαθέσιμο από: https://www.eoan.gr/ [Πρόσβαση Ιανουάριο 2023]

Μήττα.Δ, 2012. 'Μορφές και Θέματα της Αρχαίας Ελληνικής Μυθολογίας'. Διαθέσιμο από: https://www.greeklanguage.gr/digitalResources/ancient_greek/mythology/lexicon/water/page_059.html [Πρόσβαση Ιανουάριο 2023]

Εικόνες

https://www.circularonline.co.uk/news/three-fourths-of-consumers-willing-to-pay-more-for-sustainablepackaging/

https://notpla.shop/products/notpla-pipettes?variant=41710166212777

https://www.mindsy.design/blog/sustainable-packaging-is-the-future-heres-how-you-can-start

https://mockups-design.com/cropped-t-shirt-mockup/

https://unsplash.com/

Δρυάδες

Νύμφες

Οι νύμφες των αρχαίων κόσμων συνδέθηκαν εξ ολοκλήρου με την ομορφιά των δασών, των κάμπων, των ποταμιών, των λιμνών και των θαλασσών. Αποτυπώθηκαν σε αμέτρητους μύθους και διηγήσεις, αποκτώντας ζωή από τους ανθρώπους που εξηγούσαν τή φύση

Δρυάδες

Πανέμορφες γυναικείες μορφές των πυκνών δέντρων, και κυρίως των βελανιδιών που ζούσαν κάτω από τους κορμούς δέντρων Περιπλανιόνταν στα δάση και τιμωρούσαν εκείνους που πλήγωναν τα ιερά δέντρα

Οι Νύμφες των Δασών ή Δρυάδες

Αμαδρυάδες: θνητές, προστάτευαν τα ιερά δάση, και συγκεκριμένα δέντρα
Δαφναίες: οι νύμφες των δαφνών
Μελιάδες ή Βουκόλες: προστάτιδες των καρποφόρων δέντρων
Μέλιες: προήλθε το ανθρώπινο γένος
Ορειάδες: προστάτευαν τα ορεινά δάση

Η Ιδέα

Η Εταιρία

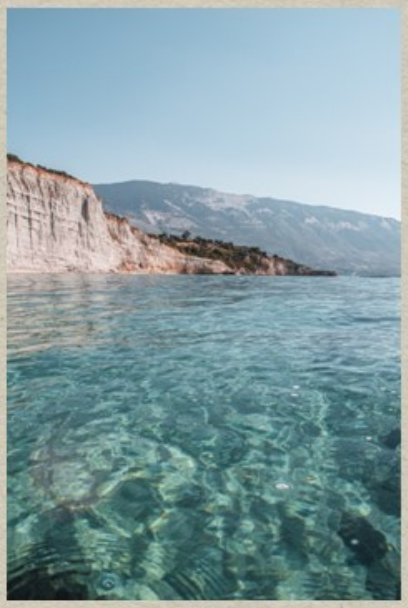
Στόχος

Προστασία των σπόρων από φυτά που βρίσκονται σε κίνδυνο

Κύρια δράση

Αποταμίευση των σπόρων με συνεργασίες με τράπεζες Παράγουν και προσφέρουν στο κοινό παραδοσιακούς σπόρους προκειμένου να κρατηθούν ζωντανοί

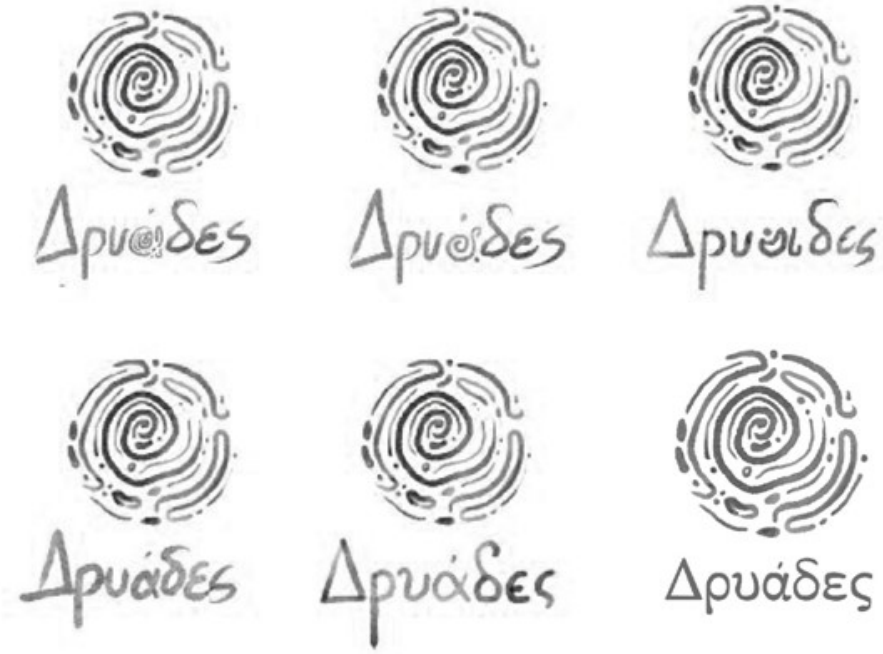
Έμπνευση



Το Λογότυπο

Προσχέδια

Προσχέδια



Γραμματοσειρά

Δρυάδες

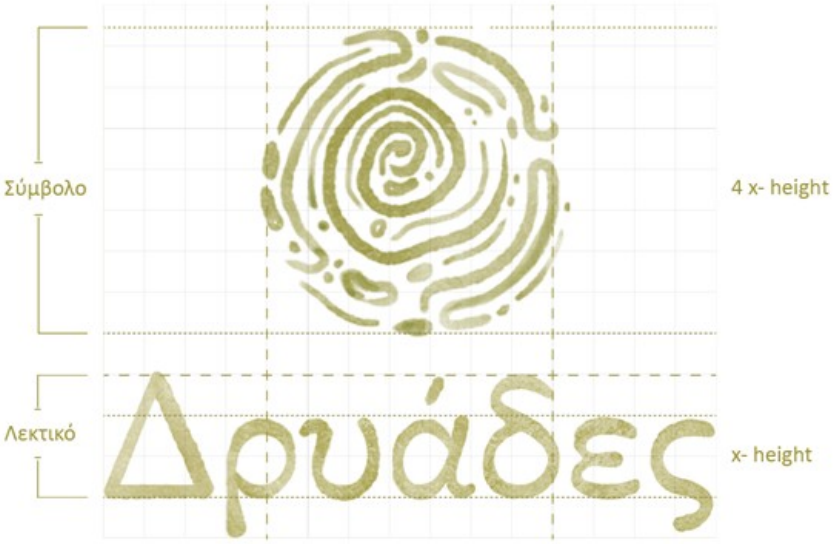
Δρυάδες

Δρυάδες

Τελικό

Σκοπός
Επικοινωνία χαρακτήρα-ταυτότητας της εταιρίας
Αποτύπωση οικολογικής φύσης της εταιρίας

Λέξεις Κλειδιά
Φύση, Στοιχεία της φύσης, Μυθολογία, Σπόροι, Οικολογία



Χρώμα

Πράσινο - Άσπρο

#9b9338

Αρνητικό - Θετικό

#ffffff

#212222

Εταιρική Ταυτότητα

Γραμματοσειρές

Κύρια Γραμματοσειρά
Arima

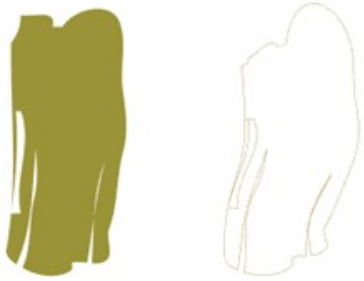
Αα | ΑΒΓΔΕΖΗΘΙΚΛΜΝΞΟΠΡΣΤΥΦΧΨΩ
αβγδεζηθικλμνξοπρστυφχψω
123456789

Δευτερεύουσα Γραμματοσειρά
Source Sans Variable

Αα | ΑΒΓΔΕΖΗΘΙΚΛΜΝΞΟΠΡΣΤΥΦΧΨΩ
αβγδεζηθικλμνξοπρστυφχψω
123456789

Χρωματική Παλέτα

Βασικά Χρώματα



#9b9337 #ffffff

Δευτερεύοντα Χρώματα

#838f6e #919153 #535837

Επιστολόχαρτο / Φάκελος

Κάρτες

Συσκευασίες

Η Ιδέα

Οι συσκευασίες που ακολουθούν σχεδιάστηκαν ώστε

- **Να είναι λειτουργικές**
- **Εύχρηστες**
- **Φιλικές προς το περιβάλλον**
- **Βιώσιμες**
- **Ελκυστικές**

Χρωματική Παλέτα

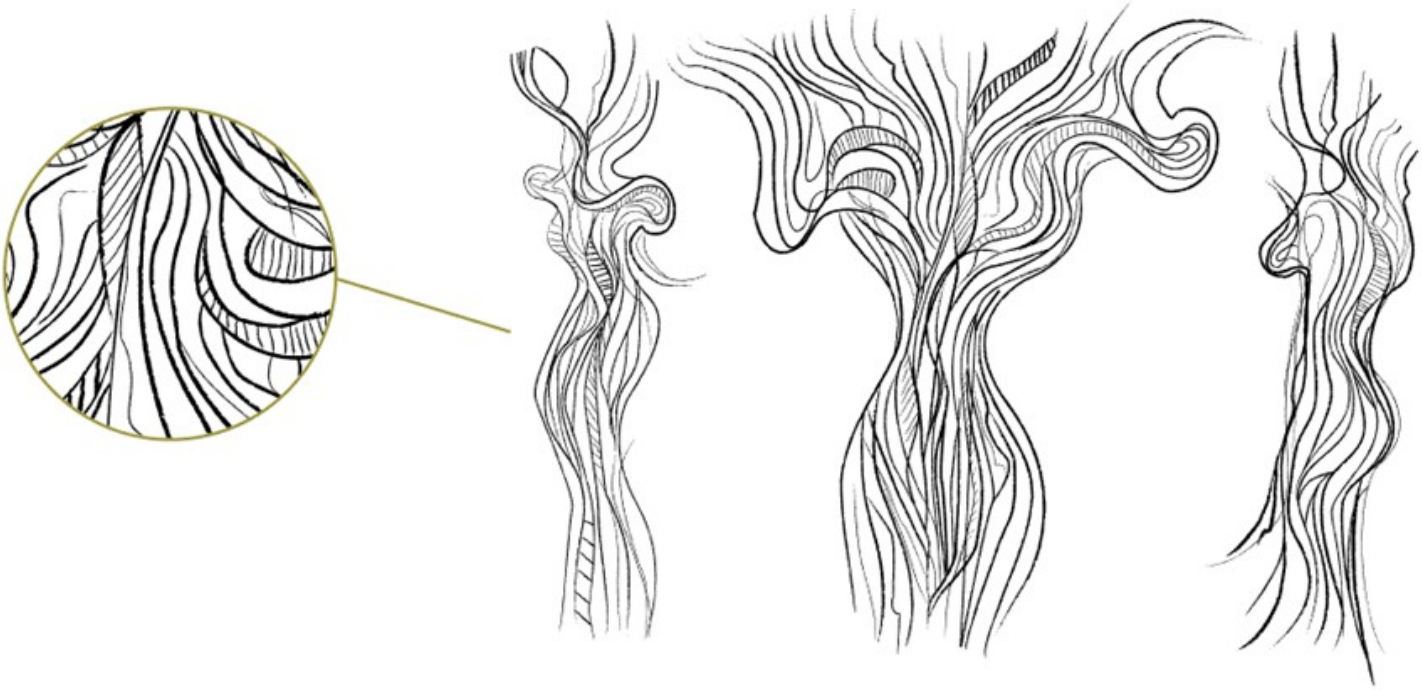
Βασικά Χρώματα

#738e6e #8c678a #9b6d3b

Δευτερεύοντα Χρώματα

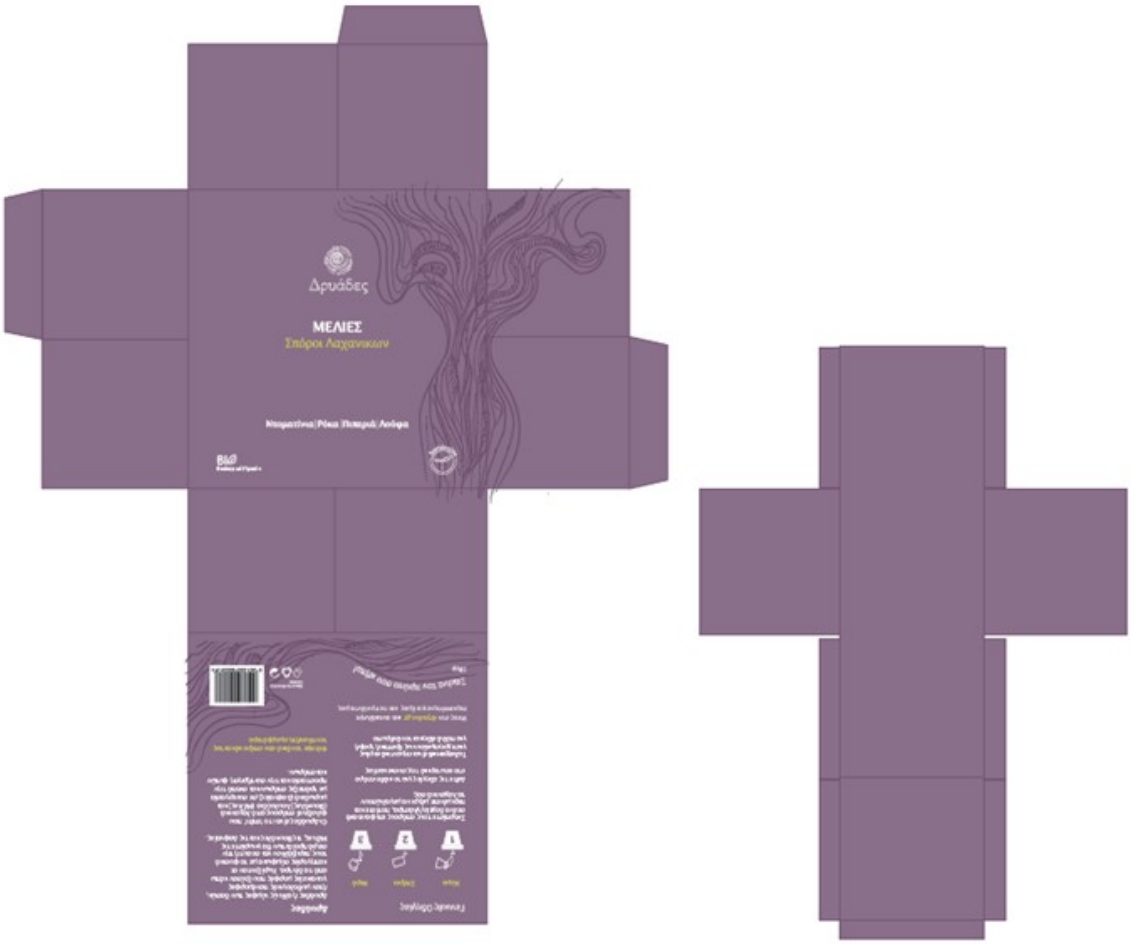
#5c7358 #6d506d #9b6d3b #ccc651

Δευτερεύοντα Γραφιστικά Στοιχεία



Χρώμα Δευτερεύοντων Γραφιστικών Στοιχείων

Πολυσυσκευασία Λαχανικών



Πολυσυσκευασία Λουλουδιών

Ζίννια, Ντάλια, Πετούνια

Ρόκα, Πιπεριά, Ντάλια

Μυρωδικά

Προώθηση

Έντυπα

Αφίσες

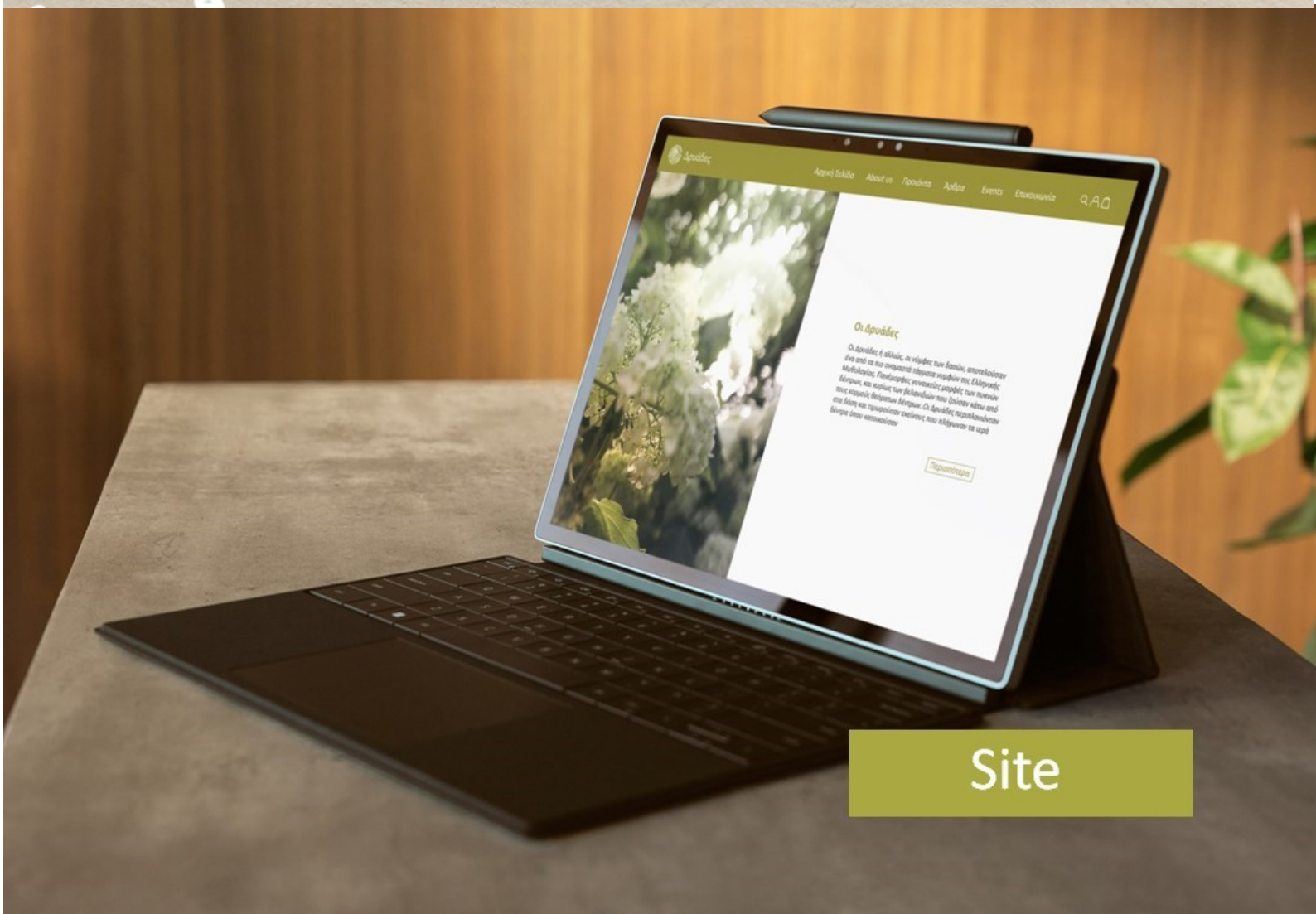

Δρυάδες
Προστατεύουμε
τους ΣΠΟΡΟΥΣ
Προστατεύουμε
ΤΟ ΑΥΡΙΟ
Βρες σπόρους σε βιώσιμες συσκευασίες
και ξεκίνησε δικό σου κήπο
Scan me

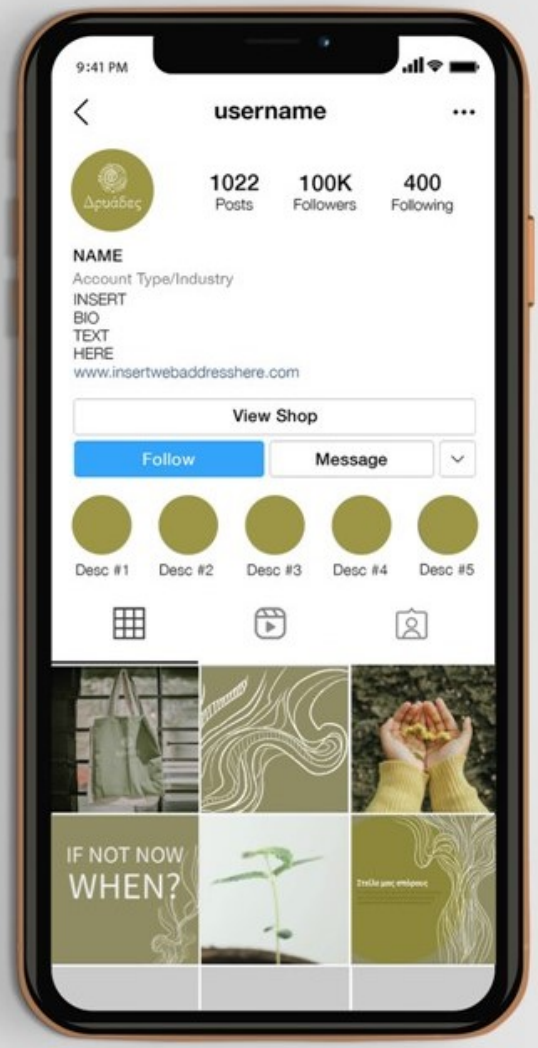

Δρυάδες
Προστατεύουμε
τους ΣΠΟΡΟΥΣ
Προστατεύουμε
ΤΟ ΑΥΡΙΟ
Μάθε που μπορείς να βρεις σπόρους
και να ξεκινήσεις και εσύ τον κήπο σου
dryades.gr


Δρυάδες
Σώσε τους σπόρους
Ξεκίνα τον πρώτο
σου κήπο
dryades.gr

Flyer

Ψηφιακά


Δρυάδες
Αρχική Σελίδα
About us
Προϊόντα
Άρθρα
Events
Επικοινωνία
Οι Δρυάδες
Περισσότερα
Site


9:41 PM
username
1022
Posts
100K
Followers
400
Following
NAME
Account Type/Industry
INSERT
BIO
TEXT
HERE
www.insertwebaddresshere.com
View Shop
Follow
Message
Desc #1
Desc #2
Desc #3
Desc #4
Desc #5
IF NOT NOW
WHEN?


IF NOT NOW
WHEN?
Στείλε μας σπόρους

Posts


dryades.gr
Σώσε τους σπόρους
Ξεκίνα τον πρώτο
σου κήπο

Αξεσουάρ


Δρυάδες


Δρυάδες