



**ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΔΥΤΙΚΗΣ ΑΤΤΙΚΗΣ**
UNIVERSITY OF WEST ATTICA

**ΣΧΟΛΗ ΕΦΑΡΜΟΣΜΕΝΩΝ ΤΕΧΝΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ
ΤΜΗΜΑ ΓΡΑΦΙΣΤΙΚΗΣ ΚΑΙ ΟΠΤΙΚΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ**

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

Σχεδιασμός Επωνυμίας Καταστήματος Οπτικών
“EYELAND” και Οπτικής Επικοινωνίας.

ΓΕΡΜΑΝΟΥ ΦΛΩΡΕΝΤΙΑ

A.M. 19674213

**ΕΠΙΒΛΕΠΟΥΣΑ ΚΑΘΗΓΗΤΡΙΑ
ΠΑΠΑΔΟΜΑΝΩΛΑΚΗ ΜΑΡΙΑ**

ΟΚΤΩΜΒΡΙΟΣ 2023



**ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΔΥΤΙΚΗΣ ΑΤΤΙΚΗΣ**
UNIVERSITY OF WEST ATTICA

**FACULTY OF APPLIED ARTS AND CULTURE DEPART-
MENT OF GRAPHIC DESIGN AND VISUAL COMMUNICA-
TION**

THESIS

**«EYELAND» Optical Shop Brand Design and Optical
Communication.**

GERMANOY FLORENTIA

A.M. 19674213

**SUPERVISING PROFESSOR
PAPADOMANOLAKI MARIA**

OCTOBER 2023



**ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΔΥΤΙΚΗΣ ΑΤΤΙΚΗΣ**
UNIVERSITY OF WEST ATTICA

**ΣΧΟΛΗ ΕΦΑΡΜΟΣΜΕΝΩΝ ΤΕΧΝΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ
ΤΜΗΜΑ ΓΡΑΦΙΣΤΙΚΗΣ ΚΑΙ ΟΠΤΙΚΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ**

**FACULTY OF APPLIED ARTS AND CULTURE DEPART-
MENT OF GRAPHIC DESIGN AND VISUAL COMMUNICA-
TION**

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

Σχεδιασμός Επωνυμίας Καταστήματος Οπτικών
“EYELAND” και Οπτικής Επικοινωνίας.

ΜΕΛΗ ΕΞΕΤΑΣΤΙΚΗΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ

ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ

ΨΗΦΙΑΚΗ ΥΠΟΓΡΑΦΗ

ΠΑΠΑΔΟΜΑΝΩΛΑΚΗ
ΜΑΡΙΑ

ΔΕΒΕΤΖΗ ΙΩΑΝΝΑ

ΔΕΛΦΙΝΟ ΙΩΑΝΝΑ

ΔΗΛΩΣΗ ΣΥΓΓΡΑΦΕΑ ΠΤΥΧΙΑΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

Η κάτωθι υπογεγραμμένη Γερμανού Φλωρεντία του Ανδρέα, με αριθμό μητρώου 19674213 φοιτήτρια του Πανεπιστημίου Δυτικής Αττικής της Σχολής “Εφαρμοσμένων Τεχνών και Πολιτισμού” του Τμήματος “Γραφιστικής και Οπτικής Επικοινωνίας”, δηλώνω υπεύθυνα ότι: «Είμαι συγγραφέας-σχεδιαστής αυτής της πτυχιακής 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».

Ημερομηνία

12 / 10 / 2023

Η ΔΗΛΟΥΣΑ

A handwritten signature in black ink, reading "Florentia G." with a stylized flourish at the end.

ΓΕΡΜΑΝΟΥ ΦΛΩΡΕΝΤΙΑ

Αφιερώσεις

Η διπλωματική εργασία είναι αφιερωμένη στους γονείς μου, Ανδρέα και Χρύσω ,για τη πίστη τους σε εμένα και τις δυνατότητές μου καθώς και την αστείρευτη συναισθηματική, ψυχική και ψυχολογική υποστήριξη που μου έδειξαν όλα αυτά τα χρόνια.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η συγκεκριμένη πτυχιακή εργασία παρουσιάζει τον σχεδιασμό λογοτύπου ενός καταστήματος οπτικών και φακών επαφής, με ονομασία «EYE LAND OPTICAL», όπου θα επιμεληθεί η εταιρική ταυτότητα και οι εφαρμογές αυτής, καθώς θα δημιουργηθεί ένα πολύπτυχο 16σέλιδο και οι διαδραστικές εφαρμογές της.

Η εργασία περιλαμβάνει 9 κεφάλαια τα οποία διαχωρίζονται στη θεωρητική και πρακτική πτυχή τους. Το 1ο κεφάλαιο και το 2ο κεφάλαιο αναλύουν την πορεία της έρευνας ιστορικά. Συγκεκριμένα στο 1ο κεφάλαιο θα παρουσιασθή ιστορική έρευνα για το γυαλί, πως έχει ανακαλυφθεί και πώς καταλήγει σε σχέση με τα οπτικά, αλλά και ιστορική έρευνα των οπτικών γενικότερα. Στη συνέχεια, στο 2ο κεφάλαιο υπάρχει μελέτη από λογότυπα υπάρχοντων οπτικών καταστημάτων στην Ελλάδα αλλά και στο εξωτερικό όπου βοήθησαν στη δημιουργία του λογοτύπου της εταιρίας «EYE LAND OPTICAL».

Στα επόμενα 7 κεφάλαια αναλύουν σε πρακτικό επίπεδο την εξέλιξη του σχεδιασμού του λογοτύπου, του 16σέλιδου, της εταιρικής ταυτότητας, της συσκευασίας, της τυπογραφίας, της σήμανσης και των Social media. Πιο αναλυτικά, στο 3ο κεφάλαιο υπάρχει η ποριά και το στήσιμο του λογοτύπου μέχρι το τελικό αποτέλεσμα. Στο 4ο κεφάλαιο υπάρχει έρευνα στη τυπογραφία που επιλέχθηκε για την εταιρία. Επίσης αναλύετε η εταιρική ταυτότητα της εταιρίας στο 5ο κεφάλαιο. Στο 6ο κεφάλαιο αναφέρετε αντίστοιχα η ποριά σχεδιασμού των συσκευασιών που θα υπάρχουν στο κατάστημα της εταιρίας. Στη συνέχεια, στο 7ο κεφάλαιο παρουσιάζετε το 16σέλιδο και ακολουθούν οι διαφημιστικές και προωθητικές καταχώρισης αλλά και αφίσες της εταιρίας.

Στο 8ο κεφάλαιο υπάρχουν άλλες γραφιστικές κατηγορίες με σχέση την εταιρία όπου είναι η σήμανση του καταστήματος που θα έχει η εταιρία «EYE LAND OPTICAL». Τέλος, στο 9ο κεφάλαιο θα υπάρχει οτιδήποτε σε ψηφιακή μορφή όπως instagram post και Site.

Λέξης - Κλειδιά: οπτικά, γυαλιά, κατάστημα, φακοί επαφής, σκελετοί γυαλιών, ομορφιά, λογότυπο, εταιρική ταυτότητα, εικονογράφηση, 16σέλιδο, συσκευασίες, αφίσες, προωθητικές ενέργειες.

ABSTRACT

This thesis presents the logo design of an optical and contact lens shop, named “EYE LAND OPTICAL”, where the corporate identity and its applications will be edited, as well as a multifaceted 16-page and its interactive applications will be created.

The work includes 9 chapters which are divided into their theoretical and practical aspects. The 1st chapter and the 2nd chapter analyze the course of the research historically. In particular, the 1st chapter will present historical research on glass, how it has been discovered and how it ends up in relation to optics, but also historical research of optics in general. Then, in the 2nd chapter there is a study of logos of existing optical shops in Greece but also abroad where they helped to create the logo of the company “EYE LAND OPTICAL”.

In the next 7 chapters they analyze at a practical level the evolution of logo design, 16-page, corporate identity, packaging, typography, signage and Social media. In more detail, in the 3rd chapter there is the process and setting up of the logo up to the final result. In the 4th chapter there is research on the typography chosen for the company. You also analyze the corporate identity of the company in the 5th chapter. In the 6th chapter, mention respectively the design process of the packaging that will be present in the company’s store. Then, in the 7th chapter, you present the 16th page, followed by the advertising and promotional listings as well as the company’s posters.

In the 8th chapter there are other graphic categories related to the company, where is the signage of the store that the company “EYE LAND OPTICAL” will have. Finally, in the 9th chapter there will be everything in digital form such as Instagram post and Site.

Keywords: optical, glasses, store, contact lenses, eyeglass frames, beauty, logo, corporate identity, illustration, 16-page, packaging, posters, promotions.

Εισαγωγή 16

1

Κεφάλαιο - Ιστορία του Γυαλιού

1.1 Αρχαιότητα (700 π.Χ. - 400μ.Χ.)	19
1.2 Απο τον 0 - 19ος ΑΙΩΝΑ	21
1.3 20ος ΑΙΩΝΑΣ	29

2

Κεφάλαιο - Έρευνα

2.1 Τι είναι ένα λογότυπο	32
2.2 Έρευνα Λογοτύπων σε ήδη υπάρχουσες Οπτικές Εταιρίες	34
2.3 Έρευνα και ανταγωνισμός	39
2.4 Η ονομασία της εταιρείας	41

3

Κεφάλαιο - Λογότυπο

3.1 Έρευνα σε τυπογραφία	43
3.2 Προσχέδια λογοτύπου	46
3.3 Το τελικό λογότυπο	50
3.4.1 Το βασικό λογότυπο	52
3.4.2 Εναλλακτικά λογότυπα	52
3.4.3 Το tagline	53
3.4.4 Αρνητικό και θετικό	54
3.4.5 Ασφαλή περιθώρια	55
3.4.6 Μεγέθη	56
3.4.7 Λανθασμένη χρήση	57
3.3.8 Χρωματική παλέτα	58

4

Κεφάλαιο - Γραμματοσειρά

4.1 Ιστορία Γραμματοσειράς	61
4.2 Γραμματοσειρά Λογοτύπου	62

**5****Κεφάλαιο - Εταιρική ταυτότητα**

5.1 Εταιρική ταυτότητα	64
5.2 Φάκελος	65
5.3 Επιστολόχαρτο	68
5.4 Pattern	72
5.5 Επαγγελματική Κάρτα	73

**6****Κεφάλαιο - Εμπορική Συσκευασία**

6.1 Προσχέδια συσκευασίας	77
6.2 Σχεδιασμός συσκευασιών	82

**7****Κεφάλαιο - Προωθητική Καμπάνια**

7.1 16σέλιδο έντυπο	91
7.2 Καταχώρηση περιοδικού	100
7.3 Διαφημιστικό φυλλάδιο	101
7.4 Αφίσες	103
9.3 Προωθητικές ενέργειες	115

**8****Κεφάλαιο - Σήμανση**

8.1 Σήμανση Καταστήματος	122
8.2 Επιγραφή λογοτύπου στο κατάστημα	133

**9****Κεφάλαιο - Social Media**

9.1 Ψηφιακές εφαρμογές	136
------------------------	-----

Συμπεράσματα	141
---------------------	-----

Πηγές	143
--------------	-----

Πηγές εικόνων	144
----------------------	-----

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΕΙΚΟΝΩΝ

Εικόνα 1: Πορτρέτο του Δομινικανού Καρδινάλιου.

Εικόνα 2: Το πορτρέτο του καρδινάλιου.

Εικόνα 3: The Glasses Apostle του Conrad von Soest 1403.

Εικόνα 4: Ο Πέρσης μινιατούρας Reza Abbasi με γυαλιά, 1673.

Εικόνα 5: Καθισμένος απόστολος κρατά φακούς στη θέση για ανάγνωση.

Εικόνα 6: Κομμάτι ορυκτού κρυστάλλου που τοποθετούσαν πάνω σε κείμενα.

Εικόνα 7: Μοναχοί.

Εικόνα 8: Σκελετός απο ξύλο.

Εικόνα 9: Σκελετός απο κέρατο.

Εικόνα 10: Σκελετός απο σίδηρο που στερέωνε στι μλυτη.

Εικόνα 11: Σκελετός απο χρυσό με λαβή.

Εικόνα 12: Γυαλιά μονόκλ με κορδόνι.

Εικόνα 13: Μικρό τηλεσκόπιο με χερούλι.

Εικόνα 14: Μικρό τηλεσκόπιο με χερούλι.

Εικόνα 15: Βεντάλια ενσωματωμένη με γυαλιά.

Εικόνα 16: Γυαλιά grief.

Εικόνα 17: Οπ Αρτ Γυαλιά.

Εικόνα 18: Οπ Αρτ Γυαλιά.

Εικόνα 19: Σκελετοί γυαλιών μάρκα.

Εικόνα 20: Σκελετοί γυαλιών μάρκα.

Εικόνα 21: Λογότυπο εταιρίας οπτικών "eye style".

Εικόνα 22: Λογότυπο εταιρίας οπτικών "INFINITY".

Εικόνα 23: Λογότυπο εταιρίας οπτικών "βαρδαβας".

Εικόνα 24: Λογότυπο εταιρίας οπτικών "eye care"

Εικόνα 25: Λογότυπο εταιρίας οπτικών "ΔΙΟΡΑΣΗ".

Εικόνα 26: Λογότυπο εταιρίας οπτικών "optical fashion".

Εικόνα 27: Λογότυπο εταιρίας οπτικών "OPTIC".

Εικόνα 28: Λογότυπο εταιρίας οπτικών "ΟΡΤΙΚΑ ΖΟΝΚΟ".

Εικόνα 29: Λογότυπο εταιρίας οπτικών "SICHTBAR".

Εικόνα 30: Λογότυπο εταιρίας οπτικών "ΕΥΤΥΧΙΑΔΗΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ".

Εικόνα 31: Λογότυπο εταιρίας οπτικών "Τσαγκαράκης".

Εικόνα 32: Λογότυπο εταιρίας οπτικών "NEARSITE".

Εικόνα 33: Λογότυπο εταιρίας οπτικών "eyeshop".

Εικόνα 34: Λογότυπο εταιρίας οπτικών "eyestyle optical".

Εικόνα 35: Λογότυπο εταιρίας οπτικών "THEOFANIDES".

Εικόνα 36: Παραδείγματα για ιδέες λογότυπου.

Εικόνα 37: Παραδείγματα για ιδέες εταιρικής ταυτότητας και προώθησης.

Εικόνα 38: Σχεδιάγραμμα Brainstorming.

Εικόνα 39: Lettering Series VIII, Posters.

Εικόνα 40: Lettering Series VIII, Posters.

Εικόνα 41: Paula Scher, The public theater project.

Εικόνα 42: Προσχέδια λογοτύπου.

Εικόνα 43: Προσχέδια λογοτύπου.

Εικόνα 44: Τελικό Λογότυπο.

Εικόνα 45: Τελικό Λογότυπο «καθέυτης».

Εικόνα 46: Το βασικό λογότυπο.

Εικόνα 47: Εναλλακτικό λογότυπο.

Εικόνα 48: Tagline.

Εικόνα 49: Αρνητικό-Θετικό.

Εικόνα 50: Ασφαλή Περιθώρια.

Εικόνα 51: Μεγέθη.

Εικόνα 52: Λανθασμένη χρήση.

Εικόνα 53: Χρωματική παλέτα.

Εικόνα 54: Γραμματοσειρές.

Εικόνα 55: Φάκελος A+B όψη.

Εικόνα 56: Mock up φακέλου.

Εικόνα 57: Επιστολόχαρτο A όψη.

Εικόνα 58: Επιστολόχαρτο B όψη .

Εικόνα 59: Mock up επιστολόχαρτου.

Εικόνα 60: Mock up Επιστολόχαρτου A+B όψη.

Εικόνα 61: Mock up εταιρικής ταυτότητας.

Εικόνα 62: Patterns.

Εικόνα 63: Επαγγελματική κάρτα A+B όψη.

Εικόνα 64: Mock up επαγγελματικής κάρτας.

Εικόνα 65: Mock up επαγγελματικής κάρτας.

Εικόνα 66: Mock up επαγγελματικής κάρτας.

Εικόνα 67: Mock up επαγγελματικής κάρτας και εναλλακτική χρώματος.

Εικόνα 68: Ήδη υπάρχουσες συσκευασίες που βρίσκονται στην αγορά.

Εικόνα 69: Προσχέδια συσκευασιών.

Εικόνα 70: Τελικές συσκευασίες.

Εικόνα 71: Τελικές συσκευασίες.

Εικόνα 72: Τελικές συσκευασίες μέτρηση.

Εικόνα 73: Mock up συσκευασιών.

Εικόνα 74: Mock up 16σέλιδου.

Εικόνα 75: 16σέλιδο.

Εικόνα 76: Καταχώρηση.

- Εικόνα 77: Mock up Καταχώρισης.
- Εικόνα 78: Διαφημιστικό φυλλάδιο A5.
- Εικόνα 79: Mock up Διαφημιστικό φυλλάδιο A5.
- Εικόνα 80: QR Code.
- Εικόνα 81: Mock up Αφισών.
- Εικόνα 82: Αφίσα 1.
- Εικόνα 83: Αφίσα 2.
- Εικόνα 84: Αφίσα 3.
- Εικόνα 85: Αφίσα 4.
- Εικόνα 86: Αφίσα 5.
- Εικόνα 87: Αφίσα 6.
- Εικόνα 88: Αφίσα 7.
- Εικόνα 89: Αφίσα 8.
- Εικόνα 90: Αφίσα 9.
- Εικόνα 91: Mock up Αφισών.
- Εικόνα 92: Mock up Αφισών.
- Εικόνα 93: Mock up Σταντ.
- Εικόνα 94: Mock up Τσάντα χιαστή.
- Εικόνα 95: Ένδυση.
- Εικόνα 96: Mock up Τσαντούλες εταιρείας.
- Εικόνα 97: Mock up Αυτοκόλλητα.
- Εικόνα 98: Mock up Κονκάρδες.
- Εικόνα 99: Mock up Ταμπέλες.
- Εικόνα 100: Mock up Βανάκη εταιρικό.
- Εικόνα 101: Παττερν.
- Εικόνα 102: Τελική Σήμανση.
- Εικόνα 103: Τελική Σήμανση σε περίγραμμα.
- Εικόνα 104: Τελική Σήμανση σε περίγραμμα.
- Εικόνα 105: Τελική Σήμανση σε περίγραμμα.
- Εικόνα 106: Mock up Σήμανσης.
- Εικόνα 107: Mock up Σήμανσης.
- Εικόνα 108: Mock up Σήμανσης.
- Εικόνα 109: Mock up Σήμανσης.
- Εικόνα 110: Mock up Σήμανσης.
- Εικόνα 111: Mock up Σήμανσης.
- Εικόνα 112: Mock up Λογοτύπου σε τζαμαρία.
- Εικόνα 113: Mock up Λογοτύπου σε τζαμαρία.
- Εικόνα 114: Mock up Λογοτύπου σε τζαμαρία.
- Εικόνα 115: Instagram post
- Εικόνα 116: Mock up Instagram post.

Εικόνα 117: Ιστοσελίδα εταιρείας.

Εικόνα 118: Ιστοσελίδα εταιρείας.

Εικόνα 119: Mock up Ιστοσελίδα εταιρείας.

Εικόνα 120: Mock up Ιστοσελίδα εταιρείας.

Εικόνα 121: Προγράμματα.

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Το θέμα της πτυχιακής μου εργασίας είναι ο σχεδιασμός της εταιρικής ταυτότητας και του έντυπου 16σέλιδου της εταιρίας οπτικών με όνομα «EYE LAND OPTICAL». Το συγκεκριμένο θέμα επιλέχθηκε διότι ο κλάδος των οπτικών εταιριών αναπτύσσεται συνεχώς ως προς το κομμάτι του design.

Λόγο της πληθώρας πλέον των εταιριών που υπάρχουν και του ανταγωνισμού, οι πελάτες γίνονται όλο και περισσότερο επιλεκτικοί στις αγορές τους αλλά και στην προτίμησή τους. Έτσι το αγοραστικό κοινό δεν αρκείτε μόνο στο «όνομα» και τα «καλά αποτελέσματα» ενός καταστήματος οπτικών, αλλά ζητά και από τον σχεδιασμό μιας εταιρικής ταυτότητας και οργάνωσης του καταστήματος σε θέμα προωθητικών προϊόντων να ανταποκρίνεται ισάξια. Εφόσον το προϊόν που θα αγοράσει ένας πελάτης αποτελείτε ως κομμάτι «ομορφιάς». Έτσι θα πρέπει να τον τραβάει και ο τρόπος σχεδίασης της εταιρίας που θα βγάζει μία ασφάλεια, σοβαρή αλλά και να ταιριάζει με τα γούστα του πελάτη.

Ένας άλλος λόγος που επιλέχθηκε το συγκεκριμένο θέμα για κατάστημα οπτικών είναι ο μεγάλος αριθμός ελληνικών αλλά και κυπριακών εταιριών που υπάρχουν στη συγκεκριμένη κατηγορία, καθώς βλέπουμε ότι οι εταιρίες που έχουν εξελιχθεί και αναδειχθεί μέσα στα χρόνια είναι αυτές που ακολουθούν την μόδα αλλά και ειδικεύονται στην καλή προώθηση της εταιρίας τους. Παρ' όλα αυτά είναι ελάχιστες οι εταιρίες που έχουν ασχοληθεί τόσο με την εταιρική τους ταυτότητα, την οργάνωση τους και να ακολουθούν της προτίμησης των πελατών.

Έτσι σκοπός της παρούσας πτυχιακής εργασίας είναι να καλύψει το κενό αυτό που υπάρχει στην αγορά και να συνδυάσει την μόδα όπου αυτό αντιπροσωπεύει μια τέτοια εταιρία, με τον σύγχρονο σχεδιασμό αναδεικνύοντας την πληθώρα οπτικών γυαλιών που μπορεί να προσφέρει στον πελάτη

Τέλος, η εταιρία «EYE LAND OPTICAL» θα στοχεύει σε όλες της ηλικίες καθώς μια τέτοια εταιρία εξυπηρετεί κάθε ηλικία, κάθε γούστο και τον κάθε ένα ξεχωριστά.



Κεφάλαιο - Ιστορία του Γυαλιού

1.1 Αρχαιότητα (700 π.Χ. - 400μ.Χ.)

1.2 Απο τον 0 - 19ος ΑΙΩΝΑ

1.3 20ος ΑΙΩΝΑΣ

1.1 Αρχαιότητα (700 π.Χ. - 400 μ.Χ.)

Πολλά χρόνια πίσω, στην αρχαιότητα ξεκίνησε ο ενδιαφέρον για την οπτική τέχνη. Βρέθηκαν παλιοί γνωστοί φακοί και άλλα αντικείμενα των πολιτισμών της Αιγύπτου και της Μεσοποταμίας. Όπου οι φακοί ήταν φτιαγμένοι από γυαλισμένο κρύσταλλο, κυρίως χαλαζία, και τους χρησιμοποιούσαν κύριος σαν μεγεθυντικούς φακούς. Ο αρχαιότερος φακός έχει όνομα "φακός Nimrud" και ανήκει στο αρχαίο Βασίλειο της Μεσοποταμίας. Η ηλικία του είναι 3.000 ετών. Αρκετές θεωρίες οπτικής σχηματίστηκαν από δοκιμές λαθών που έκαναν Έλληνες και Ρωμαίοι φιλόσοφοι. Ο Πλάτωνας μελέτησε τη θεωρία των εκπομπών, όπου πηγές λένε ότι η εκπομπή ακτίνων από τα μάτια μας οφειλόταν στην οπτική αντίληψη.¹



1. Πορτρέτο του Δομινικανού Καρδινάλιου ζωγραφισμένο από τον Tommaso da Modena το 1352.

1. Πηγή απο: https://en-m-wikipedia-org.translate.goog/wiki/Glasses?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=el&_x_tr_hl=el&_x_tr_pto=sc



2. Το πορτρέτο του καρδινάλιου Fernando Niño de Guevara από τον El Greco περίπου το 1600.

Πολλές πηγές από χειρόγραφα αναφέρουν αρκετά τη χρήση κρυστάλλου και πέτρας. Ακόμη, υπάρχουν άπειρα στοιχεία για τη χρησιμοποίηση συσκευών οπτικής βοήθειας στους ελληνικούς και ρωμαϊκούς χρόνους, όπου ο αυτοκράτορας Νέρωνας μέσα από πηγές χρησιμοποιούσε σμαραγδί για να βλέπει καλύτερα τις μονομαχίες. Στην οπτική του Πτολεμαίου περιγράφηκε πιθανότατα η χρήση ενός κυρτού φακού για το σχηματισμό μιας μεγεθυσμένης εικόνας. Έγιναν γνωστές στην Ευρώπη τον 12ο αιώνα οι μεταφράσεις από τα λατινικά στις Οπτικές του Πτολεμαίου και του Αλχάζεν.¹

2. Πηγή απο: https://en-m-wikipedia-org.translate.goog/wiki/Glasses?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=el&_x_tr_hl=el&_x_tr_pto=sc

1.2 Απο τον 0 - 19ος ΑΙΩΝΑ

Τα γυαλιά οράσεως είναι ένα αντικείμενο παγκοσμίως γνωστό, που αν δεν βρεθούμε όμως στη θέση για να αναγκαστούμε να τα χρησιμοποιήσουμε, δεν μπορούμε να φανταστούμε ποσό σημαντική είναι αυτή η εφεύρεση. Στον 21ο αιώνα βρίσκονται παντού, όμως δεν υπήρχαν τα γυαλιά οράσεως πριν μία χιλιετία. Οι άνθρωποι με μυωπία περιορίζονταν στις επιλογές που θα έκαναν, ενώ από την άλλη οι άνθρωποι με πρεσβυωπία έπρεπε να φύγουν από την εργασία τους. Οδήγησε όχι μόνο σε ξεσηκωμό των ανθρώπων με χαμηλή όραση η απουσία των γυαλιών αλλά πάγωσε την πρόοδο όλης της κοινωνίας για την ανάπτυξη του πολιτισμού, της επιστήμης, του εμπορίου και των τεχνών.¹



3 The Glasses Apostle του Conrad von Soest 1403.



4. Ο Πέρσης μινιατούρας Reza Abbasi με γυαλιά, 1673.

3. Πηγή απο: <https://www.eftixiadis-optica.gr/index.php?route=product/category&path=231>

Μπορεί μην είχαν γυαλιά οράσεως ούτε κανένα άλλο οπτικό βοήθημα οι Αρχαίοι Έλληνες, οι Αιγύπτιοι και οι Ρωμαίοι, αλλά οι θεωρίες που είχαν για τα οπτικά βοηθήματα δεν τα είχαν κάνει ποτέ πράξη. Ο Ρωμαίος φιλόσοφος Seneca διαπιστώνει γύρο στο 50 μ.χ., πως τα πράγματα φαίνονται πιο μεγάλα και πιο καθαρά όταν τα κοιτάς τα μέσα από ένα γυάλινο βάζο γεμάτο με νερό. Όπου με αυτό, ο Seneca έδωσε την μεγέθυνση στο νερό και όχι στην καμπυλότητα του βάζου. Ο αστρονόμος και μαθηματικός από την Ελλάδα, Πτολεμαίος έκανε πρόοδο τον 2ο αιώνα όπου υπολόγισε την γωνία των ακτίνων του φωτός και το δείκτη του νερού και του γυαλιού. Στο σημειωματάριο του για την οπτική αναφέρει την αρχή της μεγέθυνσης.¹



5. Καθισμένος απόστολος κρατά φακούς στη θέση για ανάγνωση.

4. Πηγή απο: <https://www.eftixiadis-optica.gr/index.php?route=product/category&path=231>

Αυτοί που έκαναν πρώτη τη θεωρία του Alhazen πράξη ήταν μοναχοί από την Αγγλία και τη Γερμανία. Όπου μελέτησαν ένα κομμάτι ορυκτού κρυστάλλου και έφτιαξαν μια κυρτή πέτρα την οποία και τοποθετούσαν πάνω σε κείμενα για να καταφέρουν να διαβάσουν και πάλι. Στην διάρκεια του 13ου αιώνα γνώρισε πολλές αλλαγές στο σχεδιασμό της η πέτρα διαβάσματος. Τρίφτηκε αρκετά μέχρι που έγινε επίπεδη και έμοιαζε με μορφή φακού. Έβαλαν των φακό σε ένα πλαίσιο που περιείχε χερούλι. Οι αναγνώστες κρατούσαν το φακό κοντά στο μάτι, παρά να τοποθετούν την πέτρα πάνω στα κείμενα.¹



6. Κομμάτι ορυκτού κρυστάλλου που τοποθετούσαν πάνω σε κείμενα.



7. Μοναχοί.

5. Πηγή απο: <https://www.eftixiadis-optica.gr/index.php?route=product/category&path=231>

Στο κέντρο της βιομηχανίας του γυαλιού, στη Βενετία, φτιάχτηκαν οι πρώτοι οφθαλμικοί φακοί γύρω στο 1285 πρώτα από κρύσταλλο και μετά από γυαλί. Οι σκελετοί δημιουργούνταν από ξύλο και από κέρατο. Στον σκελετό του γυαλιού υπήρχαν δύο μέρη κομμένα από ένα κομμάτι ξύλου το καθένα που ένα κενό στη μέση για την τοποθέτηση του φακού. Επομένως, έδεναν τη κάθε σχισμή με σκοινί ή σύρμα για να κρατιούνται οι φακοί όπου τα δύο μέρη ενώνονταν μαζί με ένα γόμφο. Οι άνθρωποι στον μεσαίωνα ήταν αρκετοί αναλφάβητοι γι' αυτό και τα γυαλιά κυρίως χρησιμοποιήθηκαν για τα επόμενα 400 χρόνια περίπου από τους μελετητές και τους κληρικούς.¹



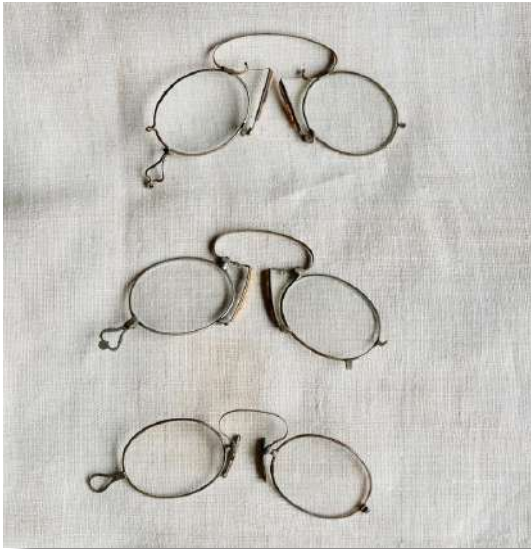
8. Σκελετός από ξύλο.



9. Σκελετός από κέρατο.

6. Πηγή απο: <https://www.eftixiadis-optica.gr/index.php?route=product/category&path=231>

Ένα νέο είδος εμφανίζεται το 15ο αιώνα, τα γυαλιά με γέφυρα τύπου αψίδας όπου σταδιακά αντικατέστησαν τα γυαλιά με το γόμφο. Στα νέα γυαλιά ήταν μονοκόμματα και είχαν ανάμεσα στους δυο φακούς μια γέφυρα που άφηνε στο σκελετό να στερεώνετε στη μύτη. Τα υλικά για την δημιουργία του σκελετού μπορεί να ήταν από δέρμα, κέρατο, κόκαλο, ξύλο, σίδηρο, μπρούτζο, ασήμι ή κόκαλο φάλαινας. Το πιο δημοφιλές αρχικά ήταν το δέρμα αφού μετά από αρκετή προετοιμασία γινόταν πολύ ευλύγιστο. Εμφανίζονται και η θήκες γυαλιών εκείνη τη περίοδο οι οποίες δημιουργήθηκαν κυρίως από ξύλο με επένδυση χαρτιού.¹



10. Σκελετός απο σίδηρο που στερέωνε στι μλυτη.



11. Σκελετός απο χρυσό με λαβή.

7. Πηγή απο: <https://www.eftixiadis-optica.gr/index.php?route=product/category&path=231>

Παράλληλα κατασκευάζονταν, το μονόκλ που ήταν μονός διορθωτικός φακός. Εμφανίστηκαν τρία διαφορετικά είδη. Ένας μεγεθυντικός φακός ή φακός για διάβασμα όπου τον έβαζαν σε σκελετό με μια σιδερένια ράβδο σαν λαβή ή ένα κορδόνι στην άκρη του. Το 14ο αιώνα το μονόκλ το χρησιμοποιούσαν κρατώντας το μπροστά από τα μάτια. Όμως τον 17ο και 18ο αιώνα αποτελούσε αγένεια στην Αγγλία και τη Γαλλία η χρήση των γυαλιών οράσεως σε δημόσιους χώρους, ως μία εναλλακτική λύση χρησιμοποιούσαν το μονόκλ. Το 1802 είναι και το τελευταίο είδος γυαλιών με μονό φακό που εμφανίζεται. Το τοποθετούσαν ακριβώς μπροστά στο μάτι στηρίζοντας το από τους μυς του προσώπου.¹



12. Γυαλιά μονόκλ με κορδόνι.

8. Πηγή απο: <https://www.eftixiadis-optica.gr/index.php?route=product/category&path=231>

Για τα μέλη της υψηλής τάξης έγινε προορισμός τον 19ο αιώνα το θέατρο. Όπου για να απολαύσει κανείς την παράσταση στη σκηνή, αλλά περισσότερο για να κατασκοπεύσει το υπόλοιπο κοινό, την ενδυμασία τους, με ποιον κάθονταν δίπλα κλπ. ήταν απαραίτητα τα κιάλια όπερας. Ήταν παρόμοια με μικρό τηλεσκόπιο με χερούλι για να μπορούν να το κρατάνε μπροστά από τα μάτια. Κατά την διάρκεια γίνονταν όλο και μικρότερα τα κιάλια όπερας μέχρι που ενσωματώθηκαν σε βεντάλιες, ομπρέλες και μπαστούνια περπατήματος.¹



13. Μικρό τηλεσκόπιο με χερούλι.



14. Βεντάλια ενσωματωμένη με γυαλιά.



15. Μικρό τηλεσκόπιο με χερούλι.

9. Πηγή απο: <https://www.eftixiadis-optica.gr/index.php?route=product/category&path=231>



16. Γυαλιά grief.

Αγαπήθηκαν κυρίως τα γυαλιά από τους από τους μεσαίους τάξης ανθρώπους του 19ου αιώνα. Ήταν ακόμη αγένια να φοράνε γυαλιά σε δημόσιους χορούς. Για παράδειγμα ο σπουδαστής έπρεπε να βγάλει τα γυαλιά του όταν εμφανιζόταν ο καθηγητής του. Σχεδιάστηκαν το 1824 από τον Αυστριακό Johann Friedrich Voigtlander γυαλιά χωρίς σκελετό, τα λεγόμενα grief. Οι φακοί των γυαλιών και η γέφυρα φτιάχνονταν πρώτα μονοκόμματα από γυαλί, και οι βραχίονες ήταν από άλλο υλικό. Δεν υπήρχε σκελετός γύρω από τους φακούς. Οι βραχίονες στηρίζονταν από της τρύπες που υπήρχαν στα άκρα των φακών. Έγιναν πολύ δημοφιλή τον 19ο αιώνα τα grief. Χρησιμοποιούνταν μόνο περιστασιακά τα μονόκλ, τα γυαλιά «ψαλίδι» και τα γυαλιά με τη λαβή χρησιμοποιούνταν μόνο περιστασιακά.¹

10. Πηγή απο: <https://www.eftixiadis-optica.gr/index.php?route=product/category&path=231>

1.3 20ος ΑΙΩΝΑΣ

Ο σκελετός απέκτησε μεγάλη σπουδαιότητα στις αρχές του 20ου αιώνα και τα *grief* έγιναν λιγότερο δημοφιλές. Έπαιρναν γυαλιά με κοκάλινο σκελετό οι περισσότεροι. Οι μεγάλοι κοκάλινοι σκελετοί έγιναν μόδα στην Ευρώπη και την Αμερική το 1910.

Ένα καινούργιο μοντέλο γυαλιών που ήρθε από την Αμερική, εξέπληξε την Ευρώπη Μετά τον Πρώτο Παγκόσμιο Πόλεμο. Είχε κυκλικούς φακούς σε σκελετό από κυτταρίνη και μεταλλική γέφυρα και βραχίονες. Η κυτταρίνη μπορούσε να παραχθεί σε πολλά διαφορετικά χρώματα με πολύ μεγάλη επιτυχία. Την δεκαετία του '30 εξελίχθηκε πολύ γρήγορα η βιομηχανία των γυαλιών. Μετέφεραν την παραγωγή τους σε όλα τα μέρη του κόσμου η Αμερική, Ιταλία, Γαλλία, Γερμανία και Αυστρία. Έγιναν και πάλι μόδα τα *grief* και πήραν ξανά τεράστια δημοσιότητα. Αυτή την περίοδο η μόδα έδειχνε ένα πολύ ιδιαίτερο πρόσωπο. Και στον χορό της τέχνης έγιναν αρκετά μεγάλες αλλαγές. Το κίνημα που επηρέασε αρκετά το στιλ των γυαλιών ήταν η *Optical Art* ή σε συντομογραφία *Op Art*. Ως μέσο έκφρασης χρησιμοποιήθηκε κυρίως τη ζωγραφική στη σχολή *Op Art*. Τα πράγματα φαινόταν πως κινούνταν μέσα από ακραίες αντιθέσεις (άσπρο - μαύρο) και τη χρήση τετραγώνων, κύκλων, κυλίνδρων.¹



17. Οπ Αρτ Γυαλιά.



18. Οπ Αρτ Γυαλιά.

11. Πηγή από: https://allabouteyes-com.translate.goog/see-past-fascinating-history-eyeglasses/?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=el&_x_tr_hl=el&_x_tr_pto=sc

Έβαζαν το όνομά τους διακριτικά στην μέσα πλευρά του σκελετού οι δημιουργοί από το 1960. Η διακριτικότητα άρχισε να λιγοστεύει θεαματικά γύρω στο '80 και οι μάρκες άρχισαν να γίνουν στην εξωτερική πλευρά του σκελετού μεγαλώνοντας τόσο όσο έπρεπε για να γίνουν ευανάγνωστες. Οι μεγάλοι οίκοι μόδας λάμβαναν υπόψη πλέον και γυαλιά στις συλλογές τους φτιάχνοντας έτσι μια ασφαλή επιτυχία εκτός από αρώματα, καλλυντικά και τσάντες. Δεν θα μπορούσε ο καθένας να έχει ένα ταγεράκι Chanel ή ένα φόρεμα Christian Dior αλλά τα γυαλιά με υπονομευθώ μπορούσαν να έχουν οι περισσότεροι. Πολλοί δημιουργοί υπέγραψαν συμφωνίες για την άδεια χρήσης του ονόματος των επωνύμων σχεδιαστών τους κατά τη δεκαετία του '90 με οίκους μόδας. Όπου είχε μεγάλες επιπτώσεις στο σχεδιασμό των γυαλιών. Τα σύμβολα επωνύμων προϊόντων εμφανίζονταν στα γυαλιά οράσεως και ηλίου και τα ονόματα έγιναν μεγαλύτερα. Συγχρόνως το ενδιαφέρον είχε στραφεί στη διακόσμηση των σκελετών, ενώ τα σχέδια και οι φόρμες δεν διέφεραν αρκετά. Ο 20ος αιώνας μας έδωσε ποικίλα προϊόντα σκελετών με μικρές μεταξύ τους αλλαγές. Όπου αυτό ξύπνησε τους σχεδιαστές που έβλεπαν την αγορά να περικυκλώνεται από συνηθισμένα σχέδια και συνεπώς στα πρώτα χρόνια του 21ου αιώνα η σημασία πλέον δόθηκε στο σχεδιασμό του σκελετού. Δεν θα σταματήσουν την ανάπτυξή τους αν συνεχίσουμε να βλέπουμε γυαλιά οράσεως σε όλα τα πρόσωπα τον 21ο αιώνα...¹



19. Σκελετοί γυαλιών μάρκα.



20. Σκελετοί γυαλιών μάρκα.

12. Πηγή από: https://allabouteyes-com.translate.goog/see-past-fascinating-history-eyeglasses/?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=el&_x_tr_hl=el&_x_tr_pto=sc



Κεφάλαιο - Έρευνα

2.1 Τι είναι ένα λογότυπο

2.2 Έρευνα Λογοτύπων σε ήδη υπάρχουσες Οπτικές Εταιρίες

2.3 Έρευνα και ανταγωνισμός

2.4 Η ονομασία της εταιρείας

2.1 Τι είναι ένα λογότυπο

Αυτό που εκπροσωπεί την επιχείρησή σας είναι ένα εμπορικό σύμβολο όπως το λογότυπο, χωρίς να αναφερθεί από κάποιον. Συνήθως αποτελείται από:

1. ένα γραφιστικό σχέδιο, το σύμβολο
2. το όνομα, ή αλλιώς το Brand name
3. και το tagline (δηλαδή κάποιο σλόγκαν, ιδιότητα ή ημερομηνία).

Είναι μέρος της οπτικής επικοινωνίας ή αλλιώς της εταιρικής ταυτότητας της επιχείρησής σας. Με λίγα λόγια θα εφαρμόζεται παντού σε κάθε έντυπη και ηλεκτρονική χρήση κάνοντας αναγνωρίσιμη την επιχείρηση.

Ένα σωστά σχεδιασμένο σύμβολο

- σας συστήνει στον πελάτη σας,
- εκφράζει το ύφος, τις αξίες και τους στόχους που έχει η εταιρεία σας,
- σας διαφοροποιεί από τον ανταγωνισμό
- και ταυτόχρονα προσελκύει το κοινό στο οποίο απευθύνεται.

Κατηγορίες λογοτύπων:

- 1) Εικονικό (με σύμβολο)
- 2) Λεκτικό
- 3) Μονόγραμμα ή δίγραμμα
- 4) Έμβλημα
- 5) Χειρόγραφο

Το ορθό λογότυπο πρέπει να έχει ευελιξία. Ένα γραμμικά σχεδιασμένο σύμβολο, σας δίνει τη δυνατότητα να αποφύγετε από μελλοντικά έξοδα σε εφαρμογές.¹

13. Πηγή από: <https://sxediasmos.com/%CF%85%CF%80%CE%B7%CF%81%CE%B5%CF%83%CE%AF%CE%B5%CF%82/%CE%B5%CF%84%CE%B1%CE%B9%CF%81%CE%B9%CE%BA%CE%AE-%CF%84%CE%B1%CF%85%CF%84%CF%8C%CF%84%CE%B7%CF%84%CE%B1/%CE%BB%CE%BF%CE%B3%CF%8C%CF%84%CF%85%CF%80%CE%BF/>

2.2 Έρευνα Λογοτύπων σε ήδη υπάρχουσες Οπτικές Εταιρίες



Το λογότυπο της εταιρίας “eye style , optical”, παρουσιάζετε το κύριο όνομα “eye style” με πεζά γράμματα και το “optical” με κεφαλαία όπου οι γραμματοσειρά που έχουν επιλέξει είναι στην «light» εκδοχή καθώς είναι λεπτή γραμματοσειρά. Στο λογότυπο παρουσιάζετε ένας σχεδιασμός στα γράμματα όπου σχηματίζουν ένα σκελετό γυαλιού.

21. Λογότυπο εταιρίας οπτικών “eye style”.



Το λογότυπο της εταιρίας “INFINITY, OPTICAL ALIGNMENT”, παρουσιάζετε με κεφαλαία γράμματα σε όλοι την ονομασία της εταιρίας με μια αναλόγως λεπτή γραμματοσειρά. Πάνω από την ονομασία υπάρχει το σχήμα του άπειρο “Infinity” όπου είναι και η ονομασία του καταστήματος, μέσα από το σχήμα του απείρου παρουσιάζετε μια κόρη του ματιού.

22. Λογότυπο εταιρίας οπτικών “INFINITY”.



Το λογότυπο της εταιρίας “ βαρδαβας, οπτικός οίκος”, παρουσιάζετε με πεζά γράμματα σε όλοι την ονομασία. Η γραμματοσειρά είναι ανισόπαχη με απολήξεις. Δίπλα από την ονομασία της εταιρίας παρουσιάζετε ένα σχήμα από μισό σκελετό γυαλιού και από μέσα ένας κύκλος γαλάζιος όπου θα αντιπροσωπεύει την κόρη του ματιού.

23. Λογότυπο εταιρίας οπτικών “βαρδαβας”.

Το λογότυπο της εταιρίας “eyecare”, παρουσιάζετε με πεζά γράμματα και με μία ανισόπαχη γραμματοσειρά. Η λέξη eye care χωρίζετε σε δύο χρωματισμούς για να ξεχωρίζει και πάνω αριστερά από την ονομασία υπάρχει ένα αναδομημένο μάτι.

24. Λογότυπο εταιρίας οπτικών “eye care”.



Το λογότυπο της εταιρίας “ΔΙΟΡΑΣΗ”, παρουσιάζετε με κεφαλαία ισοπαχή γραμματοσειρά. Πάνω από την ονομασία της εταιρίας παρουσιάζετε ένα σχήμα απείρου όπου στο πλάι προσπαθεί να σχηματίσει ένα σκελετό γυαλιού.

25. Λογότυπο εταιρίας οπτικών “ΔΙΟΡΑΣΗ”.



Το λογότυπο της εταιρίας “optical fashion”, παρουσιάζετε με πεζά ισοπαχή γράμματα. Στην αρχή του λογοτύπου στα γράμματα “o-r”, προσπαθεί να σχηματίσει ένα σκελετό γυαλιού όπου μέσα από τους κύκλους των γραμμάτων σχηματίζουν κάποιου είδους μάτια.

26. Λογότυπο εταιρίας οπτικών “optical fashion”.





Το λογότυπο της εταιρίας “OPTIC”, παρουσιάζετε με κεφαλαία και ισόπαχη γραμματοσειρά. Πάνω από την ονομασία της εταιρίας υπάρχει ένα αναδομημένο γραμμικό σχήμα ματιού. Το συγκεκριμένο λογότυπο υπάρχει σε δύο εκδοχές, μια με το σήμα πάνω από την ονομασία και μια το σήμα στα αριστερά της ονομασίας.

27. Λογότυπο εταιρίας οπτικών “OPTIC”.



Το λογότυπο της εταιρίας “OPTIKA ZOVKO”, παρουσιάζετε με μία κεφαλαία ισοπαχή γραμματοσειρά όπου ανήκει στην κατηγορία των “light” γραμματοσειρών. Ανάμεσα στην ονομασία υπάρχει ένα αναδομημένο σχήμα σκελετού όπου στον δεύτερο φακό υπάρχει το γράμμα “e”. Το συγκεκριμένο λογότυπο υπάρχει σε δύο εκδοχές με διαφορετικό background λευκό και μαύρο.

28. Λογότυπο εταιρίας οπτικών “OPTIKA ZOVKO”.



Το λογότυπο της εταιρίας “SICHTBAR”, παρουσιάζετε με μία κεφαλαία λεπτή και ισόπαχη γραμματοσειρά. Από πάνω της υπάρχει ένας ρεαλιστικός σκελετός γυαλιού σε στρογγυλό σχήμα. Το συγκεκριμένο λογότυπο υπάρχει σε δύο εκδοχές με διαφορετικό background λευκό και μαύρο.

29. Λογότυπο εταιρίας οπτικών “SICHTBAR”.

Το λογότυπο της εταιρίας “ ΕΥΤΥΧΙΑΔΗΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ”, παρουσιάζετε με κεφαλαία ανισόπαχη και με απολήξεις γραμματοσειρά. Στα αριστερά της ονομασίας υπάρχει ένα ρεαλιστικό ανθρώπινο μάτι.



30. Λογότυπο εταιρίας οπτικών “ΕΥΤΥΧΙΑΔΗΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ”.

Το λογότυπο της εταιρίας “Τσαγκαράκης”, παρουσιάζετε με μία ανισόπαχη καλλιγραφική γραμματοσειρά. Πάνω από την ονομασία της εταιρίας υπάρχει ένα αναδομημένο καμπυλωτό μάτι.



31. Λογότυπο εταιρίας οπτικών “Τσαγκαράκης”.

Το λογότυπο της εταιρίας “NEARSITE, optometry”, παρουσιάζετε με μία κεφαλαία ισοπαχή γραμματοσειρά. Η ονομασία του καταστήματος χωρίζετε από δύο διαφορετικά opacity, και στο πάνω μέρος της ονομασίας υπάρχει ένας κλασικός τετράγωνος σκελετός γυαλιού.



32. Λογότυπο εταιρίας οπτικών “NEARSITE”.



Το λογότυπο της εταιρίας “eyeshop”, παρουσιάζετε με μία πεζή ισοπαχή γραμματοσειρά. Η ονομασία της εταιρίας χωρίζετε σε δύο χρώματα λευκό και λαχανί και πάνω από το γράμμα “y” ενσωματώνετε ένα φίλο όπου μέσα υπάρχει μία κόρη ματιού.

33. Λογότυπο εταιρίας οπτικών “eyeshop”.



Το λογότυπο της εταιρίας “eye, STYLE OPTICAL”, παρουσιάζετε με μία πεζή ισόπαχη πορτοκαλί γραμματοσειρά στο κεντρικό όνομα “eye” όπου ενώνετε μεταξύ τους και από κάτω υπάρχει το υπόλοιπο όνομα της εταιρίας. Πάνω στο κεντρικό όνομα υπάρχουν υποτιθέμενα χεράκια γυαλιών όπου με την λέξη “eye” σχηματίζουν σκελετό.

34. Λογότυπο εταιρίας οπτικών “eyestyle optical”.



Το λογότυπο της εταιρίας “THEOFANIDES EYE WORLD”, Παρουσιάζετε με μία λεπτή κεφαλαία ισοπαχή γραμματοσειρά όπου το πρώτο γράμμα είναι μεγαλύτερο από την υπόλοιπη ονομασία. Πάνω από το γράμμα “I” υπάρχει ένα υποτιθέμενο κίτρινο μάτι σε σχήμα σταγόνας.

35. Λογότυπο εταιρίας οπτικών “THEOFANIDES”.

2.3 Έρευνα και ανταγωνισμός

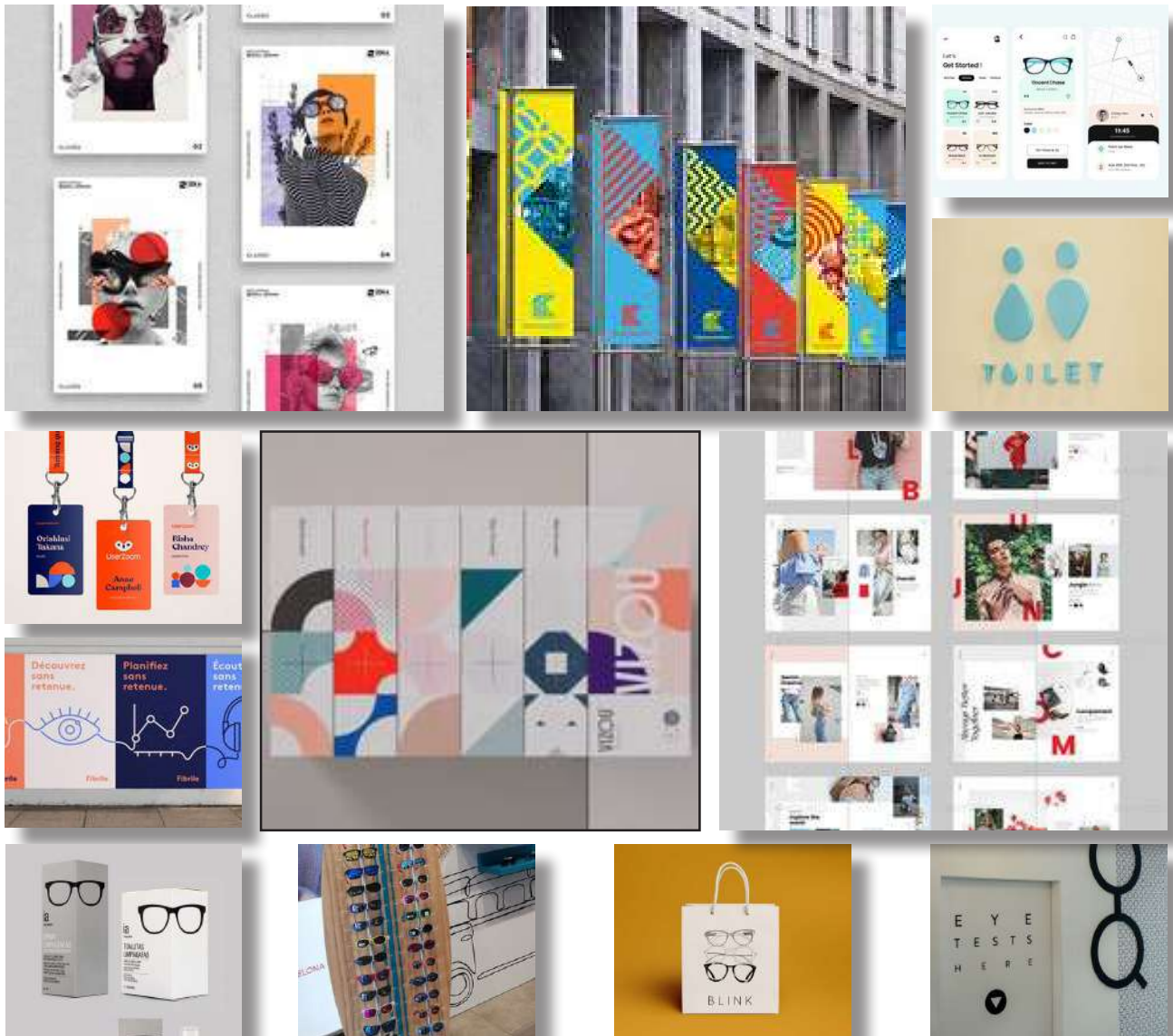
Για να μπορώ να στηρίξω όσο το δυνατό περισσότερο το θέμα που έχω επιλέξει για την εργασία αυτή, και για τον λόγο που η εταιρία έρχεται να καλύψει στην Ελληνική και Κυπριακή αγορά ένα «κενό», έχω κάνει έρευνα σε εταιρίες οπτικών που υπάρχουν στην Ελλάδα και Κύπρο ως προς τον σχεδιασμό τους.

Αρχικά έγινε έρευνα σε εταιρίες οπτικών με διαφορετικούς τρόπους σχεδιασμού, οι οποίες με βοήθησαν να επιλέξω πια στοιχεία να κρατήσω για την δική μου εταιρία «EYE LAND OPTICAL», αλλά και τι να απορριφθεί. Τα χρώματα που προκαλούν μια αντίθεση, ένα μοντέρνο λογότυπο και μια καθαρή γραμματοσειρά είναι τα στοιχεία που αποφασίστηκε να κρατήσω στην εργασία μου. Έγιναν και δοκιμές πάνω σε διαφορετικά χρώματα και διαφορετικούς τρόπους σχεδίασης λογότυπου και εταιρικής ταυτότητας όπου βοήθησαν να αποφασιστεί πια είναι η τελική ιδέα στο πιο τρόπο σχεδιασμού θα ακολουθηθεί.



36. Παραδείγματα για ιδέες λογότυπου.

Πιο κάτω υπάρχουν παραδείγματα και προώθησης της εταιρίας που μπορεί να ακολουθηθεί, όπως αφίσες, συσκευασίες, εταιρικά προϊόντα, buypers, και άλλα όπου όλα θα ακολουθούν ένα κοινό τρόπο σχεδιασμού που θα βγάζει κάτι διαφορετικό και «μοντέρνο» από τα ήδη υπάρχοντα οπτικά καταστήματα. Είναι μία τακτική η οποία θα τραβάει την προσοχή του πελάτη ότι πρόκειται για μια εταιρία οπτικών διαφορετική από όσο την έχει στο μυαλό



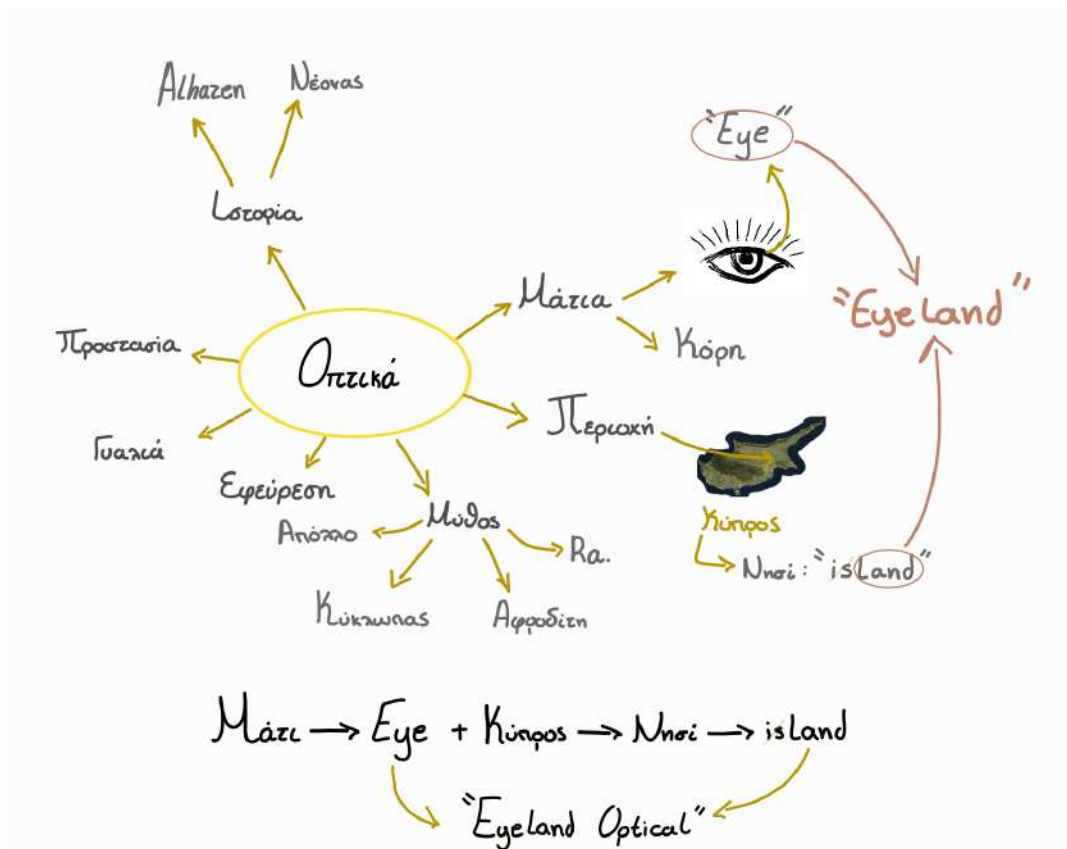
37. Παραδείγματα για ιδέες εταιρικής ταυτότητας και προώθησης.

Σε γενικές γραμμές οι Ελληνικές και Κυπριακές εταιρίες οπτικών όπως οι εταιρίες που παρουσιάστικαν πιο πάνω (2.1) επιλέγουν ένα τρόπο σχεδίασης ναί'μεν σύγχρονο αλλά σε ασφαλές επίπεδο όπου ανάλογα την περίπτωση μερικές φορές θα παρουσιάσουν κάτι διαφορετικό.

2.4 Η ονομασία της εταιρείας

Οι αρχικές σκέψεις για την ονομασία της εταιρείας θα μπορούσαν να αφορούσαν λέξεις οι οποίες θα συνδέονταν εννοιολογικά με τα μάτια. Έτσι από ένα σχεδιάγραμμα «brainstorming» άρχισε να δημιουργείτε η ιδέα για την αναζήτηση της ετυμολογίας της λέξης «μάτι» όπου ήταν και το πρωτεύων θέμα της εταιρείας. Έπειτα, μεταφραστικέ η λέξη «μάτι» στα αγγλικά «eye» όπου αναζητούνταν συνθετικές ή συγγενικές λέξης. Μετά από σήψη αφού η εταιρία θα είχε έδρα στην Κύπρο όπου είναι «νησί», θα μπορούσε το όνομα της εταιρείας να είναι «Eye land».

Στη συνέχεια, έγινε μελέτη για μύθους, για ανθρώπους οι οποίοι εφηύραν οπτικά, ονόματα και λοιπά, παρέμεινε στο αρχικό σκεπτικό και να ονομαστεί η εταιρία «EYE LAND» που ταιριάζει απόλυτα με το κομμάτι που θα ασχοληθεί η εταιρία οπτικών, αλλά και για την έδρα που θα ανήκει



38. Σχεδιάγραμμα Brainstorming



Κεφάλαιο - Λογότυπο

- 3.1 Έρευνα σε τυπογραφία**
- 3.2 Προσχέδια λογοτύπου**
- 3.3 Το τελικό λογότυπο**
- 3.4.1 Το βασικό λογότυπο**
- 3.4.2 Εναλλακτικά λογότυπα**
- 3.4.3 Το tagline**
- 3.4.4 Αρνητικό και θετικό**
- 3.4.5 Ασφαλή περιθώρια**
- 3.4.6 Μεγέθη**
- 3.4.7 Λανθασμένη χρήση**

3.1 Έρευνα σε τυπογραφία

Ο στόχος για την δημιουργία ενός γραφισμού για το λογότυπο, είναι να συνδυάζει κάτι σύγχρονο και κομψό στις γραμματοσειρές. Έγινε έρευνα πάνω σε αφίσες όπου κύριος υπήρχε μόνο γραμματοσειρές σχηματίζοντας ένα τετράγωνο με πειραγμένα γράμματα. Οι γραμματοσειρές που θα είχαν ενδιαφέρον για το brand είναι να είναι ισόπαχες χωρίς απολήξεις, μερικές να είναι bold και άλλες light όπου θα έκαναν μια αντίθεση. Σκοπός είναι ο πειραματισμός σε μια ήδη υπάρχουσα γραμματοσειρά όπου θα σχηματίζει ένα τετράγωνο σχήμα όπου θα υπάρχουν αντιθέσεις στα παχύ και τα χρώματα όπως τα παρακάτω παραδείγματα, δημιουργώντας ένα σύγχρονο και κομψό γραφισμό για το λογότυπο.



DREAM
YOUR DREAMS



ΗΑΚΥΝΑ
ΜΑΤΑΤΑ



COM
POS
ITION



DARKSIDE
OF THE MON



40. Lettering Series VIII, Posters



**THE
PUBLIC.**

41. Paula Scher, The public theater project.



**THE
PUBLIC
THEATER**

41. Paula Scher, The public theater project.

3.2 Προσχέδια λογοτύπου

Μετά από κατέληξη που θα απευθύνετε η εταιρία ξεκίνησαν τα προσχέδια για το λογότυπο. Ο σχεδιασμός του λογοτύπου συνδυάζει τις αντιθέσεις των γραμματοσειρών αλλά και να σχηματίζει κάτι σύγχρονο. Αρχικά, δώθηκε περισσότερη έμφαση στο σήμα και όχι στις γραμματοσειρές με αποτέλεσμα να ξεφύγει ο αρχικός στόχος. Επίσης, βασίστηκε σε ήδη υπάρχουσες γραμματοσειρές όπου θα γίνονταν αλλαγές μέχρι να υπάρξει ένα επιθυμητό αποτέλεσμα.

Έγιναν αρκετές προσπάθειες πάνω στα λογότυπα μέχρι να προσεγγίσει το ενδιαφέρον του κοινού.



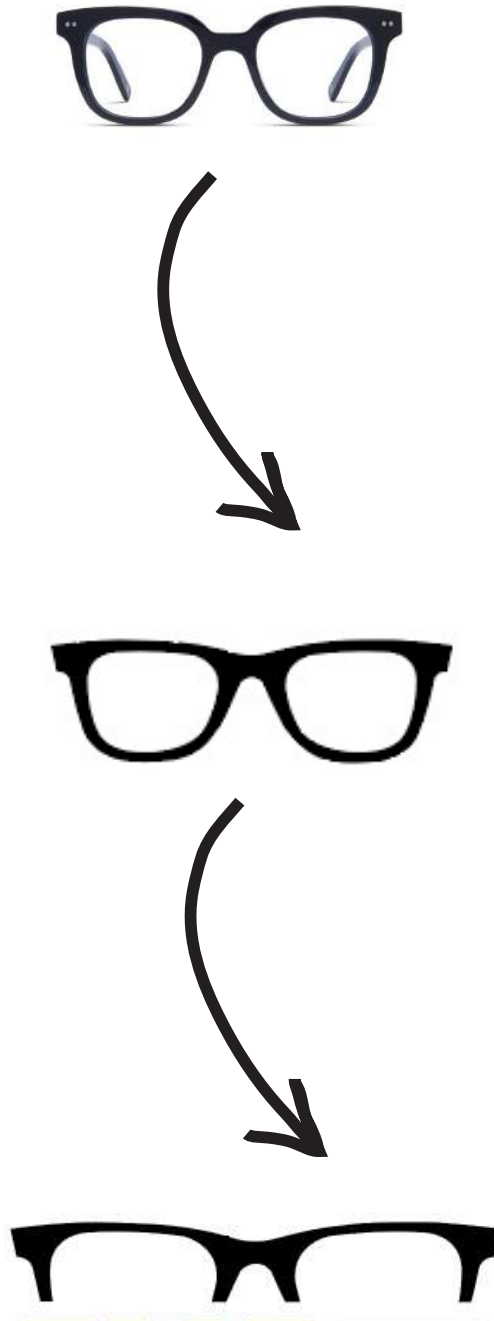
42. Προσχέδια λογοτύπου.



42. Προσχέδια λογοτύπου.

Ο σκελετός του γυαλιού χρησιμοποιήθηκε μετά από απλοποίηση ως σήμα στο λογότυπο με διάφορους τρόπους. Ως μισός σκελετός, ολόκληρος, πιο στρογγυλός, λοξός και ούτω καθεξής. Έτσι έγινε έρευνα στο οικογενειακό περιβάλλον τα προτεινόμενα λογότυπα για να βοηθήσουν με τη γνώμη τους στο τη κατάληξη θα έχει. Όπου οι περισσότεροι απέρριψαν κάποια από αυτά τα λογότυπα δικαιολογώντας το ότι κάποια είναι πολύ απλά και κάποια είναι «βαριά» στο μάτι.

Στη συνέχεια παρουσιάζονται προσχέδια που είναι πιο κοντά στο τελικό λογότυπο. Όπου η ιδέα βρίσκεται στο να σχηματίζει ένα τετράγωνο με σήμα που θα σχετίζετε με την εταιρία. Έγιναν αρκετές εναλλακτικές βασισμένες στον τρόπο στησίματος του λογοτύπου μέχρι να φτάσει στο τελικό.



43. Προσχέδια Λογοτύπου.



43. Προσχέδια Λογοτύπου.

3.3 Το τελικό λογότυπο

Το τελικό λογότυπο της εταιρίας «EYE LAND OPTICAL», πρέπει να προσφέρει μια σύγχρονη πρόταση στον τομέα των οπτικών και να παραπέμπει άμεσα σε ένα σύγχρονο στοιχείο. Έγινε μελέτη και εφαρμόστηκε το τετράγωνο σχήμα σαν όγκος διακοσμητικός στις γραμματοσειρές, με μια σύγχρονη απόδοση έτσι ώστε να διαβάζετε εύκολα και να αποτυπώνετε στη μνήμη. Στη συνέχεια, μετά από έρευνα πάνω στο λογότυπο σε ένα μεγάλο κύκλο ατόμων, προτιμήθηκε το συγκεκριμένο διότι τους φάνηκε ότι απευθύνετε σε όλες της ηλικίες όπως ήταν ο αρχικός σκοπός, αλλά αποτυπώνετε και στη μνήμη το χαρακτηριστικό του σχήμα.

Αρχικά, έγινε μία σχολαστική μελέτη σε αρκετά λογότυπα εταιριών οπτικών για να συγκριθούν τα θετικά και τα αρνητικά. Έπειτα ξεκίνησε ο σχεδιασμός στις ιδέες με το χέρι και αργότερα, με την βοήθεια του προγράμματος Illustrator έγινε και με διανυσματικό τρόπο έτσι ώστε να μην χαλάσει η ανάλυση του. Το λογότυπο σχεδιάστηκε με το εργαλείο «pen tool» όπου έγιναν αλλαγές στην γραμματοσειρά, όπου είναι και ο πιο ορθός τρόπος δημιουργίας του.

Η γραμματοσειρά που έχει επιλεγεί στο «tagline» είναι η «Tw Cen MT Condensed Extra Bold» με αυξημένο διάστημα μεταξύ των στοιχείων. Η συγκεκριμένη γραμματοσειρά έχει κοίνα χαρακτηριστικά με την γραμματοσειρά στο λογότυπο του «EYE LAND» καθώς είναι ίδια bold γραμματοσειρά.



44. Τελικό Λογότυπο.



45. Τελικό Λογότυπο «καθρέφτης».

3.4.1 Το βασικό λογότυπο

Το λογότυπο μου στηρίζετε σε 2 γραμματοσειρές, την «Tw Cen MT Condensed Extra bold» και την «Tw Cen MT Condensed (2)» σε «light» κλίμακα, όπου και οι οποίες έχουν αλλακτεί με το εργαλείο «pen tool». Οι διαστάσεις και τα χρώματα θα παραμείνουν πάντα όπως απεικονίζονται παρακάτω. Τα κύρια χρώματα του είναι το μαύρο και το κίτρινο.



46. Το βασικό λογότυπο.

3.4.2 Εναλλακτικά λογότυπα

Σε ορισμένες εφαρμογές όπου το φόντο από πίσω δεν θα βοηθάει το κύριο λογότυπο θα μπορεί να χρησιμοποιηθεί το πιο κάτω λογότυπο όπου βρίσκετε σε ένα μαύρο περίγραμμα με το κύριο χρώμα να παραμένει, και στα στοιχεία που υπήρχε το μαύρο χρώμα να αντικατασταθούν σε λευκό.



47. Εναλλακτικό λογότυπο.

3.4.3 Το tagline

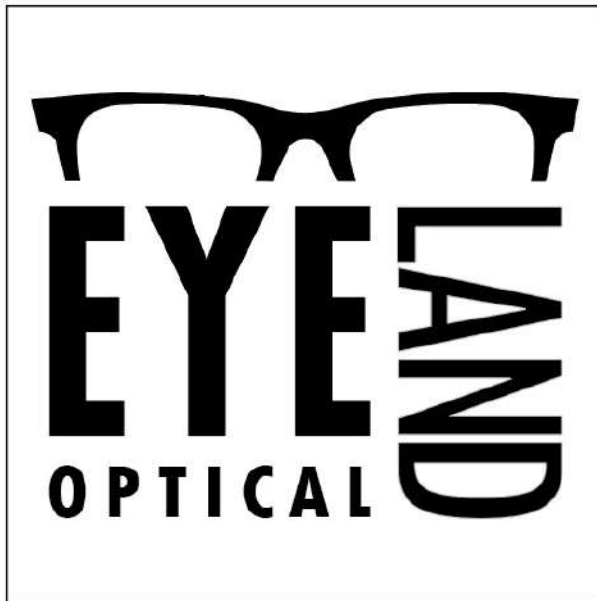
Η γραμματοσειρά του tagline είναι η «Tw Cen MT Condensed Extra bold» όπου ανήκει στην οικογένεια των Bold χαρακτήρων. Το tagline υπάρχει πάντα για να φαίνεται ότι πρόκειται για εταιρία οπτικών. Ο διάστιχος των γραμμάτων έχει αυξηθεί για να είναι και πιο ευανάγνωστα όταν θα βρίσκετε το λογότυπο σε σμίκρυνση αλλά και για να καλύπτει το σχήμα που θέλω για το λογότυπο. Θα αναγράφετε πάντα στο λογότυπο σε όλες της χρήσης του καθώς είναι και σημαντικό κομμάτι του λογοτύπου.



48. Tagline.

3.4.4 Αρνητικό και Θετικό

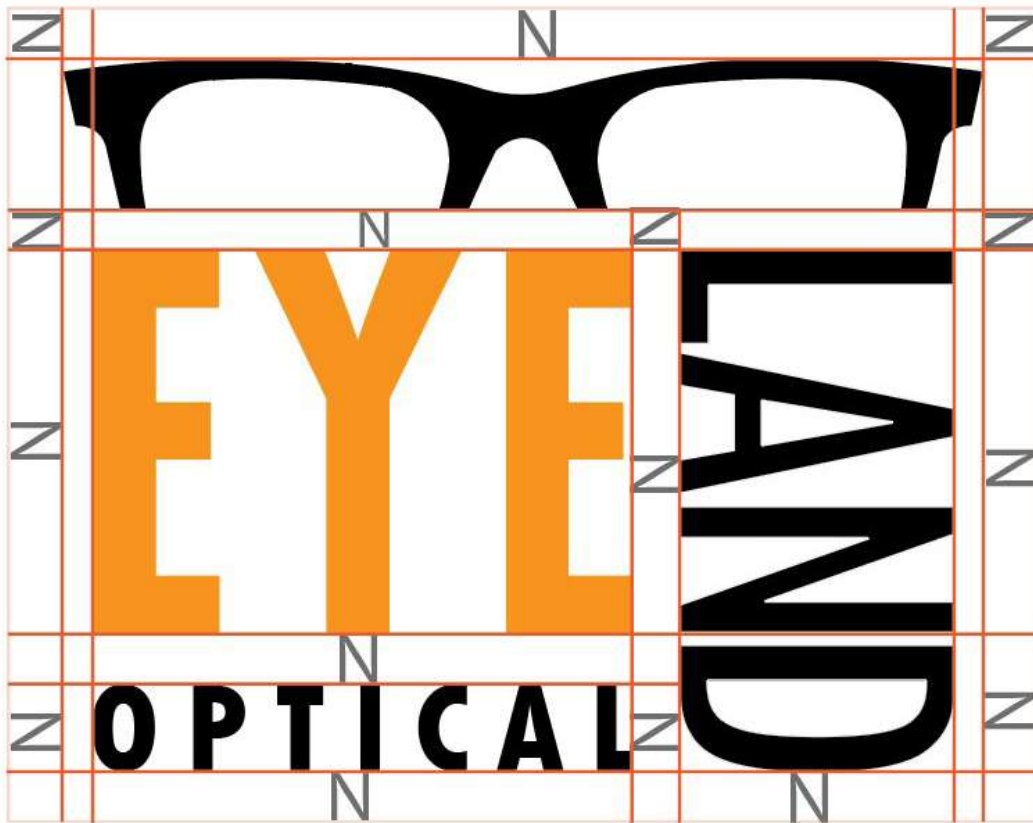
Το λογότυπο του «EYE LAND OPTICAL» θα χρησιμοποιείτε σε μαύρο χρώμα όταν δεν είναι εφικτή η προσθήκη χρώματος στην σύνθεση, όπως για παράδειγμα σε μία ασπρόμαυρη εκτύπωση.



49. Αρνητικό-Θετικό.

3.4.5 Ασφαλή περιθώρια

Για μία σωστή λειτουργία του λογότυπου θα έπρεπε να τηρείτε ο ελάχιστος κενός χώρος των αναλογιών που φαίνεται ως εξής.



50. Ασφαλή Περιθώρια.

3.4.6 Μεγέθη

Οι διαστάσεις του λογοτύπου μπορούν να αυξομειωθούν ανάλογα με τον τρόπο που θα χρησιμοποιηθούν. Στη συγκεκριμένη περίπτωση οι διαστάσεις του λογοτύπου είναι 9 x 10 cm και δεν πρέπει να μειώνετε το μήκος του λιγότερο από το 25% όπου είναι 2 εκατοστά.



100%



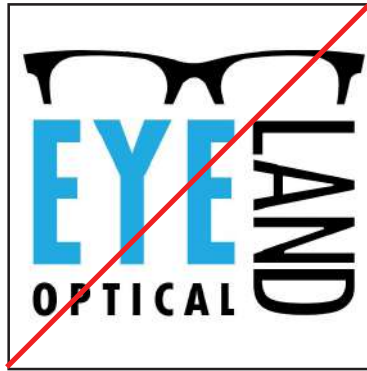
50%



25%

3.4.7 Λανθασμένη χρήση

1. Δεν επιτρέπεται η αλλοίωση των διαστάσεων.
2. Δεν επιτρέπεται η χρήση τυχαίου χρώματος.
3. Δεν επιτρέπεται η αλλαγή του σήματος.
4. Δεν επιτρέπεται η διαφορετική τοποθέτηση της υποσημείωσης.
5. Δεν επιτρέπεται η χρήση διαφορετικής γραμματοσειράς.
6. Δεν επιτρέπεται το περίγραμμα.
7. Δεν επιτρέπεται η αλλοίωση των γραμμάτων.
8. Δεν επιτρέπεται η προσθήκη φόντου που δημιουργεί περίεργη αντίθεση.
9. Δεν επιτρέπεται η μη τήρηση των προκαθορισμένων περιθωρίων.



52. Λανθασμένη χρήση.

3.4.8 Χρωματική παλέτα

Οι πρώτες προσπάθειες για τα εταιρικά χρώματα αρχικά ήταν στις μπλε αποχρώσεις λόγω του θέματος που εκπροσωπούσε η εταιρία όπου τα μπλε χρώματα βγάζουν το συναίσθημα της εξυπνάδας, της αφοσίωσης, της ασφάλειας και της εμπιστοσύνης. Στη συνέχεια πειραματίστηκα και με τα κίτρινα χρώματα, όπου βγάζουν το συναίσθημα της αισιοδοξίας, της ενέργειας, της χαράς όπου και θα ήθελα να προσφέρει η εταιρία. Έπειτα ρωτήθηκε από ένα μεγάλο αριθμό ατόμων για πιο από τα δύο χρώματα θα προτιμούσαν. Οι περισσότεροι προτίμησαν το κίτρινο διότι τους φαινόταν περισσότερο η αντίθεση, ήταν φωτεινό και πιστεύουν ότι θα αποτυπώνετε περισσότερο στο μυαλό. Τέλος, προσδίδει ένα πιο ώριμο και κομψό ύφος αναδεικνύοντας την εταιρία.



53. Χρωματική παλέτα.



Κεφάλαιο - Γραμματοσειρά

4.1 Ιστορία Γραμματοσειράς

4.2 Γραμματοσειρά Λογοτύπου

4.1 Ιστορία Γραμματοσειράς

Οικογένεια TW CEN MT γραμματοσειράς.

Το 20th Century σχεδιάστηκε από τον Sol Hess στο γραφείο σχεδίασης Lanston Monotype μεταξύ 1936 και 1947. Τα πρώτα βάρη προστέθηκαν στη βιβλιοθήκη γραμματοσειρών Monotype το 1959. Αυτό είναι ένα πρόσωπο που βασίζεται σε γεωμετρικά σχήματα που προέρχονται από τη Γερμανία στις αρχές της δεκαετίας του 1920 και έγινε αναπόσπαστο μέρος του κινήματος Bauhaus εκείνης της εποχής. Η μορφή και η λειτουργία έγιναν οι λέξεις-κλειδιά, η περιττή διακόσμηση περιφρονήθηκε. Αυτή η καθαρή κοπή, sans serif με γεωμετρικά σχήματα ήταν η πιο κατάλληλη. Τα ελαφρύτερα βάρη μπορούν να χρησιμοποιηθούν για τη ρύθμιση κειμένου, οι έντονες και συμπυκνωμένες γραμματοσειρές είναι κατάλληλες για εμφάνιση σε τίτλους και διαφημίσεις.

Στυλ & Βάρη:

- Tw Cen MT
- Tw Cen MT Bold
- Tw Cen MT Bold Italic
- Tw Cen MT Italic
- Tw Cen MT Condensed
- Tw Cen MT Condensed Bold
- Tw Cen MT Condensed Extra Bold¹

14. Πυγή από: <https://learn.microsoft.com/en-us/typography/font-list/tw-cen-mt>

4.2 Οι Γραμματοσειρές

Η γραμματοσειρά που χρησιμοποιείται στο λογότυπο μου αλλά και στην υποσημείωση ανήκει σε μία «οικογένεια» γραμματοσειρών την «Tw Cen Condensed» όπου χρησιμοποιείται και σε bold και σε light. Είναι ιδανική για τίτλους. Στο λογότυπο «EYE» και στην υποσημείωση «optical» χρησιμοποιείται το extra bold μέγεθος, και στην λέξη «land» το light μέγεθος. Την γραμματοσειρά «Tw Cen Condensed» επελέκτηκε γιατί διαφέρει από τις υπόλοιπες γραμματοσειρές στο τρόπο σχεδίασης της όπου και εξυπηρετούσε τις σχεδιαστικές προτίμησης.

Tw Cen MT Condensed Extra Bold

**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt
Uu Vv Ww Xx Yy Zz
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! ? . , ; “ | / \ = + { } []**

Tw Cen MT Condensed

**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx
Yy Zz
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! ? . , ; “ | / \ = + { } []**



Κεφάλαιο - Εταιρική ταυτότητα

- 5.1 Εταιρική ταυτότητα**
- 5.2 Φάκελος**
- 5.3 Επιστολόχαρτο**
- 5.4 Pattern**
- 5.5 Επαγγελματική Κάρτα**

5.1 Εταιρική ταυτότητα

Δεν αφορά μόνο τη δημιουργία του λογοτύπου η εταιρική ταυτότητα. Στην πραγματικότητα, η εταιρική ταυτότητα είναι το σύνολο πραγμάτων, όπως το λογότυπο, η χρωματική παλέτα, οι γραμματοσειρές, τα σύμβολα, το συγκεκριμένο στιλ φωτογραφιών και γραφικών, όπως ακόμα και το ύφος των εμπορικών κειμένων, που σχηματίζουν την μοναδική εικόνα της επιχείρησης.

Ο στόχος της εταιρίας «EYE LAND OPTICAL» είναι να καλύψει το κενό που υπάρχει στην ελληνική και κυπριακή αγορά και να προτείνει κάτι πιο μοντέρνο, πληροφοριακό και οργανωμένο τρόπο μιας εταιρίας οπτικών.

Το κατάστημα «EYE LAND OPTICAL» θα έχει έδρα στην Κύπρο για αρχή, όπου θα είναι πιο εύκολο να αναδειχθεί λόγω κύκλου. Άρα το target group θα περιλαμβάνει όλες της ηλικίες που θα επισκέπτονται το κατάστημα.

Οι βασικές κατηγορίες που χωρίζετε και αναλύετε η εταιρική ταυτότητα είναι οι εξής:

- Λογότυπο
- Χρωματική Παλέτα
- Γραμματοσειρές
- Εικονογράφηση

και έπειτα το έντυπο υλικό και η εφαρμογή του λογοτύπου σε επιγραφή.

5.2 Φάκελος

Οι διαστάσεις του φακέλου θα είναι 22x11 cm. Θα χρησιμοποιηθεί η γραμματοσειρά «Tw Cen Condensed» για την ονομασία της εταιρείας και η γραμματοσειρά «Bahnschrift» για τις πληροφορίες. Το κλείσιμο και την πίσω όψη του φακέλου θα διακοσμήσει το pattern που είναι σχετικό με την εταιρία.





56. Ανάπτυγμα φακέλων.



56. Mock up φακέλων.

5.3 Επιστολόχαρτο

Οι διαστάσεις του επιστολόχαρτου θα είναι 21x29,7cm A4. Θα χρησιμοποιηθεί η γραμματοσειρά «Tw Cen Condensed» για την ονομασία της εταιρείας και η γραμματοσειρά «Bahnschrift» για τις πληροφορίες η γραμματοσειρά «Calibri» για το κείμενο. Για τη διακόσμηση της πίσω όψης θα τοποθετηθεί το pattern της εταιρίας.





58. Επιστολόχαρτο Β' όψη.



65. Mock up Επιστολόχαρτου.



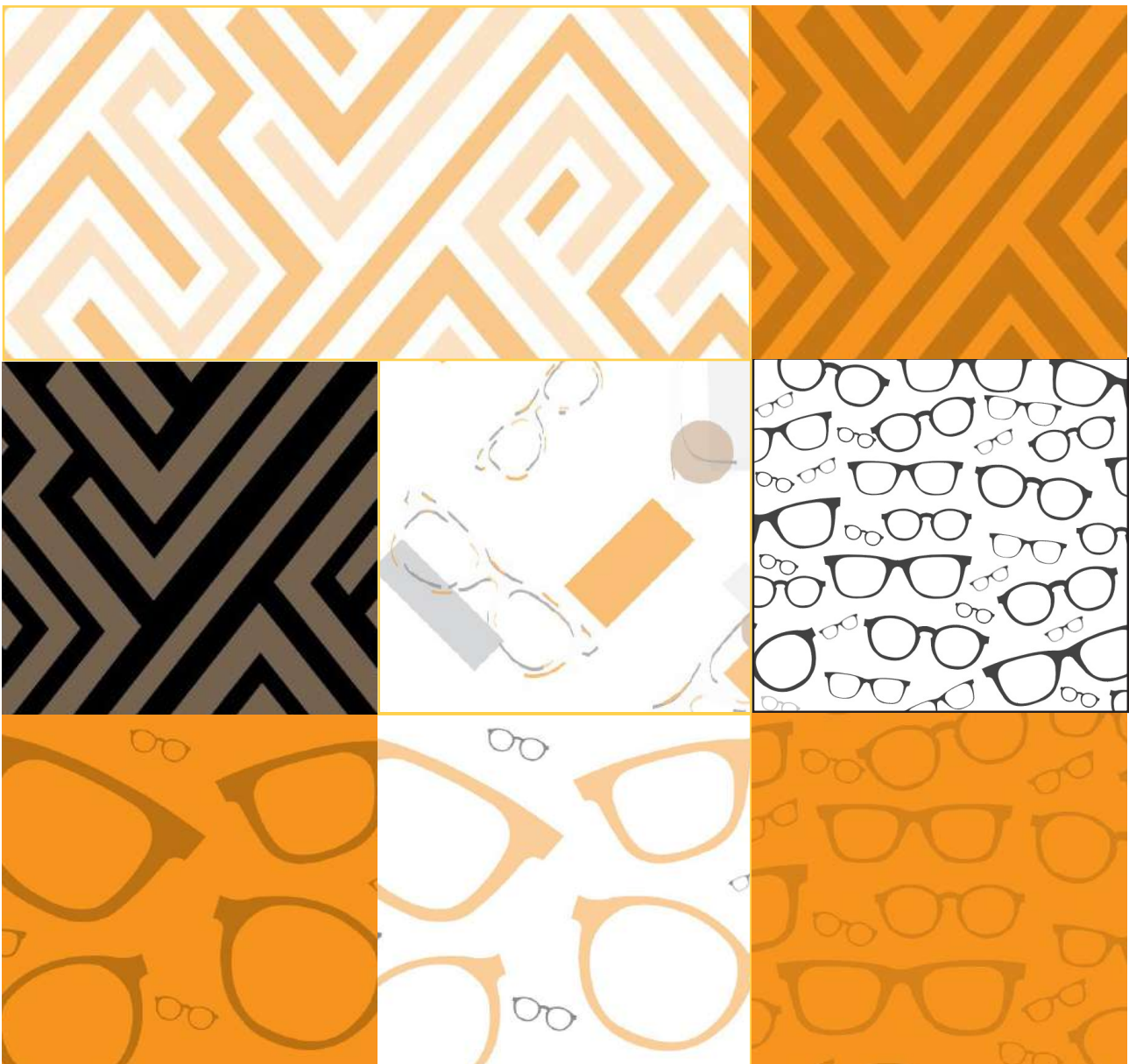
59. Mock up Επιστολόχαρτου A+B όψη.



60. Mock up Εταιρικής ταυτότητας.

5.4 Patterns

Τα patterns θα χρησιμοποιούνται για διάφορες εφαρμογές, όπως ως φόντο σε σελίδες περιοδικών, διαφημιστικών stands, χαρτιών περιτυλίγματος κλπ. Τα χρώματα των σχεδίων στα patterns θα βασίζονται πάντα στο κύριο χρώμα του brand και θα επιτρέπονται μικρές αλλαγές στην απόχρωση, τον τόνο και την υφή. Τα pattern' s είναι επηρεασμένα από το κίνημα ΠΟΠ ΑΡΤ, όπου φαίνεται από τον τόνο των χρωμάτων και στην ελευθερία των γραμμών και σχημάτων που έχουν. Ο όρος ποπ αρτ αναφέρεται στο καλλιτεχνικό κίνημα που αναπτύχθηκε αρχικά στη Μεγάλη Βρετανία και αργότερα στην Αμερική περί τα μέσα της δεκαετίας του '50. Μία από τις σημαντικότερες ίσως επιδράσεις της ποπ αρτ ήταν το γεγονός πως περιόρισε τη διάκριση ανάμεσα στις έννοιες της εμπορικής και υψηλής τέχνης.¹

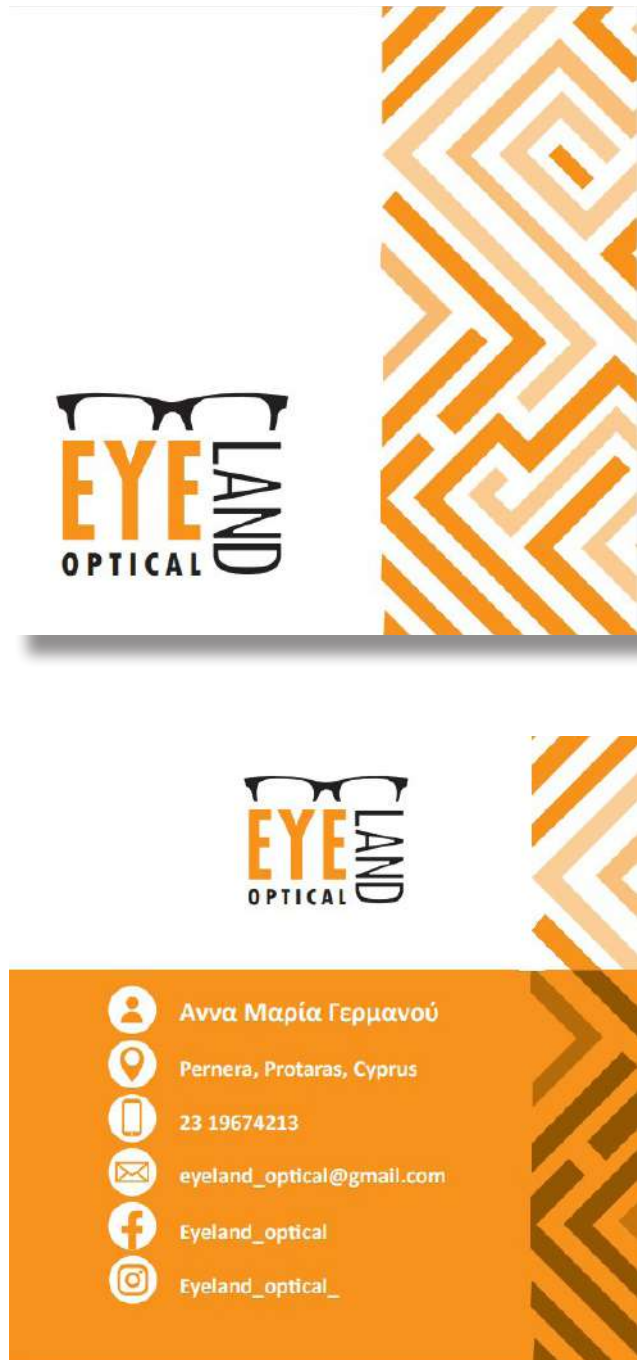


61. Patterns.

15. Πηγή από: https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%A0%CE%BF%CF%80_%CE%B1%CF%81%CF%84

5.5 Επαγγελματική κάρτα

Οι διαστάσεις της κάρτας θα είναι 6 x 6 cm τετράγωνο, εκτυπωμένες σε οικολογικό χαρτί. Θα χρησιμοποιηθεί η γραμματοσειρά «Tw Cen Condensed» για την ονομασία της εταιρείας και η γραμματοσειρά «Calibri» για τις πληροφορίες. Επίσης, θα υπάρχει και η επιλογή να αντιστρέφεται το χρώμα της κάρτας.



62. Επαγγελματική κάρτα.



63. Mock up Επαγγελματικής κάρτας.



64. Mock up Επαγγελματικής κάρτας.



65. Mock up Επαγγελματικής κάρτας.



66. Mock up Επαγγελματικής κάρτας και αντιστροφή χρώματος.



Κεφάλαιο - Εμπορική Συσκευασία

6.1 Προσχέδια συσκευασίας

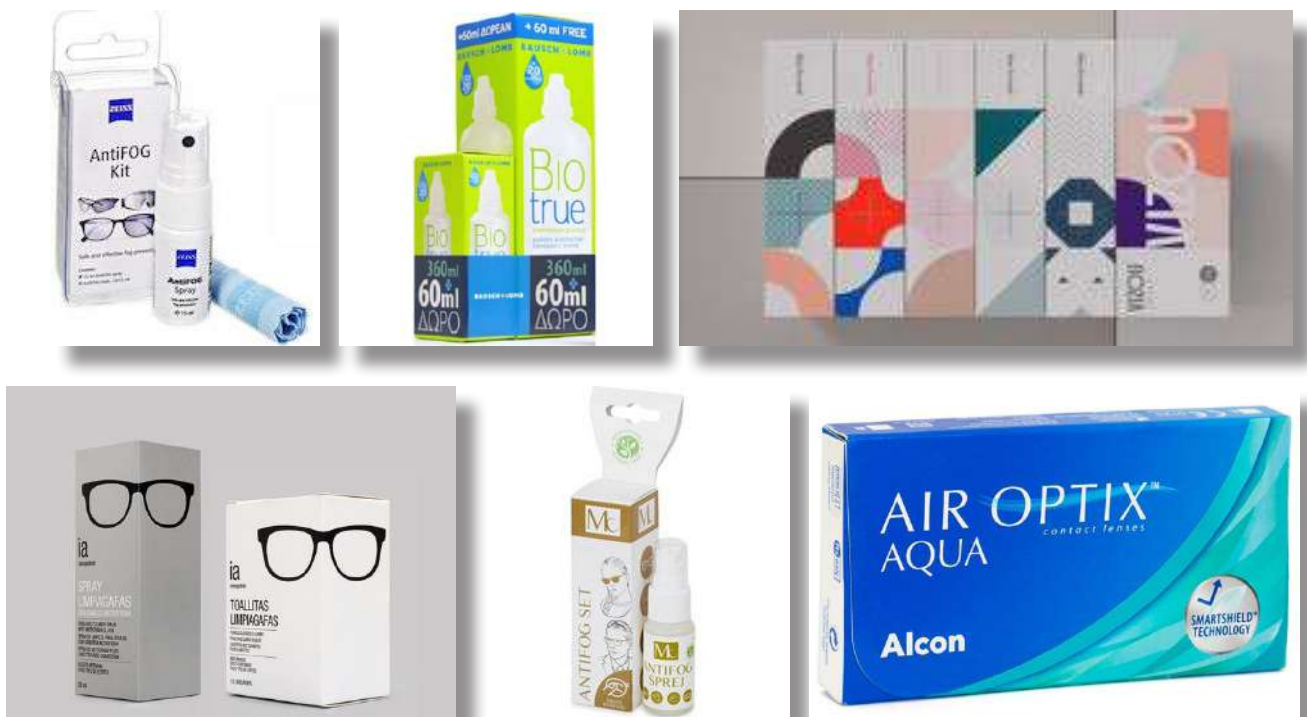
6.2 Σχεδιασμός συσκευασιών

6.1 Προσχέδια συσκευασίας

Μετά την επιλογή του λογοτύπου έγιναν και τα προσχέδια για τις συσκευασίες του καταστήματος οι οποίες θα είναι για γυαλιά οράσεως και ηλίου, σπρέι καθαρισμού γυαλιών και συσκευασία φακών επαφής. Οι δοκιμές ήταν πολλές και διαφορετικές, όπου ήταν επηρεασμένες από άλλες συσκευασίες καταστημάτων οπτικών και μη που βρίσκονται ήδη στην αγορά.

Η πρώτη προσπάθεια περιλάμβανε την εικονογράφηση των προϊόντων, στοιχείο που εν τέλει χρησιμοποιήθηκε στις τελικές συσκευασίες, αλλά με παρόμοια προσέγγιση. Ακολούθησαν διάφορες σχεδιαστικές προτάσεις, όπως η αφαιρετική εικονογράφηση των χρωμάτων της εταιρίας πάνω σε οικολογικό χαρτί, καθώς και τα pattern είχαν ένα σχεδιαστικό κομμάτι στις συσκευασίες. Οι πρώτες σχεδιαστικές προσεγγίσεις απορρίφθηκαν διότι ήταν αρκετά περίπλοκος ο σχεδιασμός αλλά και τα χρώματα μέρδευαν αρκετά και θα έπρεπε να απευθύνονται σε όλες της ηλικίες.

Ήδη υπάρχουσες συσκευασίες που βρίσκονται στην αγορά:



67. Ήδη υπάρχουσες συσκευασίες που βρίσκονται στην αγορά



68. Προσχέδια Συσκευασιών.



68. Προσχέδια Συσκευασιών.



69. Προσέγδια Συσκευασιών.



69. Προσχέδια Συσκευασιών.

6.2 Σχεδιασμός συσκευασιών

Ο στόχος του σχεδιασμού των συσκευασιών είναι να ανάδειξη το προϊόν συνδυάζοντας στοιχεία που θα περιέχουν οι συσκευασίες άλλα και το Pattern που θα βρίσκετε σε όλες της εφαρμογές της εταιρίας, όπως και το χρώμα. Θα βρίσκονται με τον πιο σύγχρονο σχεδιασμό του λογοτύπου δίνοντας την αίσθηση ότι πρόκειται για υψηλής ποιότητας καταστήματος οπτικών. Στις εσωτερικές όμως συσκευασίες το design θα είναι πολύ πιο μίνιμαλ δίνοντας έμφαση στο λογότυπο.

Θα είναι οικολογικά τα υλικά που θα χρησιμοποιηθούν στις συσκευασίες. Το χαρτί θα είναι ανακυκλώσιμο και το πλαστικό θα ανήκει στην κατηγορία PCR. Το PCR κυριολεκτικά σημαίνει: ανακυκλωμένο πλαστικό μετά την κατανάλωση, δηλαδή μετακαταναλωτικό πλαστικό.



70. Τελικές Συσκευασίες.



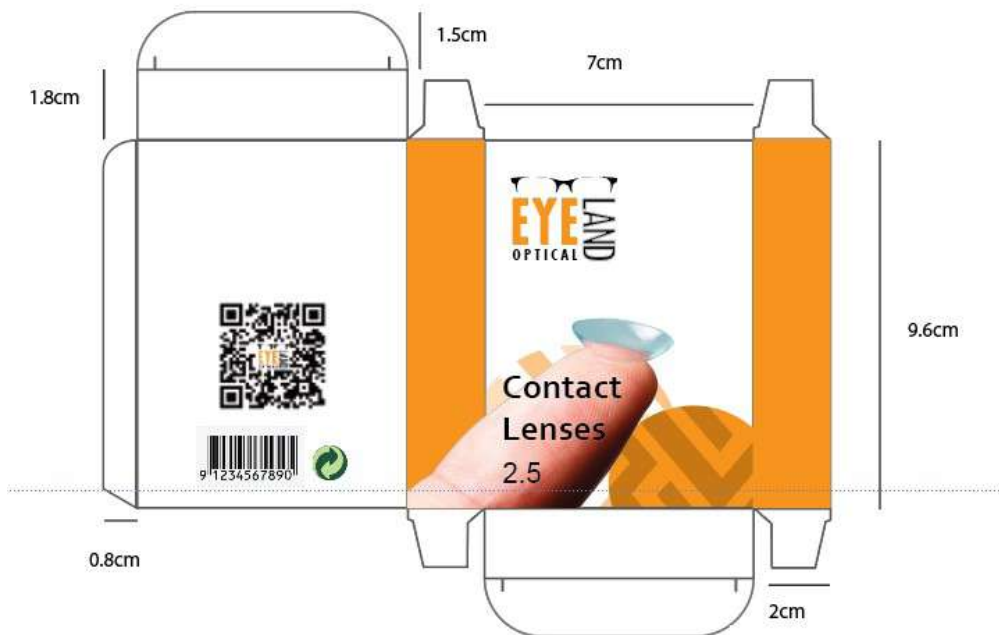
Διαστάσεις



71. Τελικές Συσκευασίες μεγεθος.



71. Mock up Συσκευασιών.



71. Mock up Συσκευασιών.



72. Mock up Συσκευασιών.



72. Mock up Συσκευασιών.



73. Mock up Συσκευασιών.



73. Mock up Συσκευασιών.



Κεφάλαιο - Προωθητική Καμπάνια

- 7.1 16σέλιδο έντυπο**
- 7.2 Καταχώρηση περιοδικού**
- 7.3 Διαφημιστικό φυλλάδιο**
- 7.4 Αφίσες**
- 9.3 Προωθητικές ενέργειες**

7.1 16σέλιδο έντυπο

Αρχικά θα παρουσιαστεί το τετράχρωμο 16σέλιδο έντυπο που έχει ως σκοπό να ενημέρωση των πελάτη για την ιστορία των οπτικών / γυαλιών. Θα βρίσκεται στους πάγκους του καταστήματος «EYELAND Optical». Το μέγεθός του θα είναι Τετράγωνο σε διαστάσεις 21x21cm. Στην αρχή θα προβάλλεται ένα infoγράφιμα (infographic) με σύντομες πληροφορίες για την ιστορία του γυαλιού. Το layout των σελίδων θα αλλάζει ανά ένα με δύο σελίδες έτσι ώστε να συγκεντρώνει περισσότερες πληροφορίες στον ίδιο χώρο, αλλά και να μη γίνεται μονότονο και κουραστικό. Επίσης, υπάρχουν και τα δευτερεύοντα στοιχεία, τα οποία σχετίζονται με τις φωτογραφίες και είναι πιο ελεύθερα τοποθετημένα αλλά και πιο στιλιζαρισμένες φωτογραφίες στο λευκό και πορτοκαλί χώρο για να «ξεφεύγει» από το αυστηρό στήσιμο. Οι γραμματοσειρές που χρησιμοποιούνται είναι η «TW Cen MT Condensed Extra Bold» για τον τίτλο του 16σέλιδου, και η «Arial» για τα κείμενα και τις ονομασίες των φωτογραφιών.






74. Mock up 16σέλιδου.


Η 23η Μαρτίου έχει οριστεί ως η Παγκόσμια Ημέρα Οπτομετρίας. Το επάγγελμα των οπτομετρικών αφορά τη δημόσια υγεία και πιο συγκεκριμένα την πρωτοβάθμια υγιεινή περίθαλψη του σφαιρικού και της όρασης κι έχει ένα μακρύ ιστορικό που βασίζεται σε γνώσεις οπτικής και φυσιολογίας της όρασης, οπτικής αντίληψης και συμπεριφοράς.

Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Υγείας, ο οπτομέτρης συμμετέχει στην πρόληψη, διαχείριση και αποκατάσταση βασικών και σύνθετων προβλημάτων της όρασης. Ένας πλήρης οπτομετρικός έλεγχος περιλαμβάνει διάθλαση, συνταγογράφηση και επιλογή των κατάλληλων οπτικών βοηθημάτων (π.χ. γυαλιά, φακοί επαφής, πρισματα) για τη διάθλαση διαβλαστικών σφαλμάτων και ανωμαλιών του οπτικού συστήματος, ενώ συμπεριλαμβάνει και θεραπείες για την αποκατάσταση διαταραχών και παθήσεων της όρασης.

HISTORY of optics



HISTORY of optics



Περιεχόμενα

2

01	Infographic "History of Optics"	4
02	Αρχαιότητα 400 π.χ - 700 π.χ	6
03	Απο τον 1-19ος Αιώνας	8
04	20ος Αιώνας	18

3

HI STORY OF OPTICS

Τα γυαλιά με γέφυρα

- Μονοκόμματα γυαλιά και ανάμεσα στους δυο φακούς
- Μια γέφυρα που άφηγε στο σκελετό να στερεώνεται στη μύτη.
- Το υλικό δημιουργίας του σκελετού βέγγια, κέρατο, κόνιαλο, ξύλο, σίδερα, μπρούτζο, ασήμι ή κόκαλο φάλανας.



Το θέατρο

- Πήγαναν περισσότερο για να κατασκευάσει το υπόλοιπο κοινό.
- Ήταν απαραίτητα το κιάλια όπερας.
- Ήταν παρόμοια με μικρό τηλεσκόπιο με χερσαίο για να το κρατάνε μπροστά από τα μάτια.



700...
400...

Αρχαιότητα

- Βρέθηκαν παλιά φακί από την Αιγύπτου και της Μεσοποταμίας.
- Φτιαγμένοι από κρύσταλλο.
- Έχει όνομα "φακός Nimrod".
- Η ηλικία του είναι 3.000 ετών.



15.
ΑΙΩΝΑΣ

1802

Μονόκλ

- Το 1802 το τελευταίο είδος γυαλιών με μονό φακό.
- Το τοποθετούσαν ακριβώς μπροστά στο μάτι.
- Στηρίζονταν το από τους μύς του προσώπου.



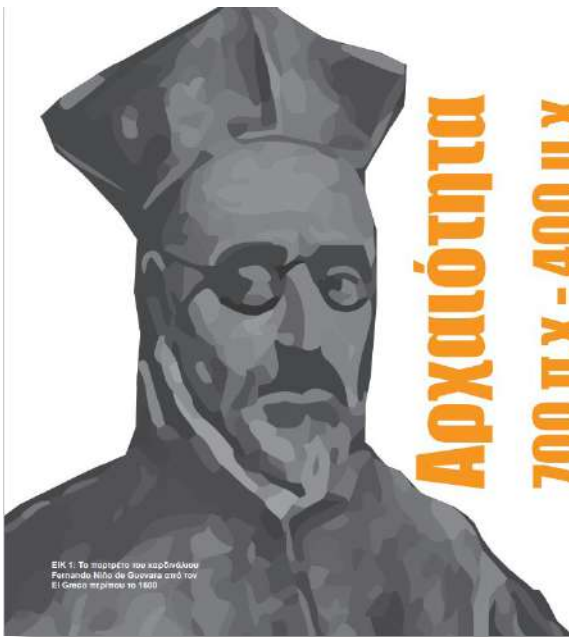
19.
ΑΙΩΝΑΣ

1910

20ος ΑΙΩΝΑΣ

- Έπαρναν γυαλιά με κοκάλινο σκελετό.
- Είχε κυκλικούς φακούς σε σκελετό από κυταρίνη και μεταλλική γέφυρα και βραχίονες.
- Το κίνημα που επηρέασε οριστήριαν η Optical Art (Op Art)





Αρχαιότητα 700 π.Χ - 400 μ.Χ

ΕΙΚ 1. Το παρτίκο του καρδινάλιου Ραφαέλε Μίλο δε Ουονατά από τον Ελ Γκερά περίπου το 1600

Πολλά χρόνια πίσω, στην αρχαιότητα ξεκίνησε ο ενδιαφέρον για την οπτική τέχνη. Βρέθηκαν παλιοί γνωστοί φακοί και άλλα αντικείμενα των πολιτισμών της Αιγύπτου και της Μεσοποταμίας. Όπου οι φακοί ήταν φτιαγμένοι από γυαλισμένο κρύσταλλο, κυρίως χαλαζία, και τους χρησιμοποιούσαν κύριως σαν μεγεθυντικούς φακούς. Ο αρχαιότερος φακός έχει όνομα "φακός Nippur" και ανήκει στο αρχαίο Βασίλειο της Μεσοποταμίας. Η ηλικία του είναι 3.000 ετών. Αρκετές θεωρίες οπτικής σχηματίστηκαν από δοκιμές λαθών που έκαναν Έλληνες και Ρωμαίοι φιλόσοφοι. Ο Πλάτωνας μελέτησε τη θεωρία των εκπομπών, όπου πηγές λένε ότι η εκπομπή ακτίνων από τα μάτια μας σφαιλούν στην οπτική αντίληψη. Πολλές πηγές από χειρόγραφα αναφέρουν αρκετά τη χρήση κρυστάλλου και πέτρας. Ακόμη, υπάρχουν άπειρα στοιχεία για τη χρησιμοποίηση συσκευών οπτικής βοήθειας στους ελληνικούς και ρωμαϊκούς χρόνους, όπου ο αυτοκράτορας Νέρωνας μέσα από πηγές χρησιμοποιούσε σμαραγδί για να βλέπει καλύτερα τις μονομαχίες. Στην οπτική του Πτολεμαίου περιγραφικά πιθανότατα η χρήση ενός κυρίου φακού για το σχηματισμό μιας μεγεθυμένης εικόνας. Έγιναν γνωστές στην Ευρώπη τον 12ο αιώνα οι μεταφράσεις από τα λατινικά στις Οπτικές του Πτολεμαίου και του Αλλάξεν.



ΑΠΟ ΤΟΝ 1 - 1905 Αιώνας

Από τον 0 - 19ος ΑΙΩΝΑ Τα γυαλιά οράσεως είναι ένα αντικείμενο παγκοσμίως γνωστό, που αν δεν βρεθούμε όμως στη θέση για να αναγκαστούμε να τα χρησιμοποιήσουμε, δεν μπορούμε να φανταστούμε πόσα σημαντικά είναι αυτή η εφεύρεση. Στον 21ο αιώνα βρίσκονται παντού, όμως δεν υπήρχαν τα γυαλιά οράσεως πριν μία χιλιετία. Οι άνθρωποι με μυωπία περιορίζονταν στις επιλογές που θα έκαναν, ενώ από την άλλη οι άνθρωποι με πρεσβυωπία έπρεπε να φύγουν από την εργασία τους. Οδήγησε όχι μόνο σε εξασημισμό των ανθρώπων με χαμηλή όραση ή απουσία των γυαλιών αλλά παγώσε την πρόοδο όλης της κοινωνίας για την ανάπτυξη του πολιτισμού, της επιστήμης, του εμπορίου και των τεχνών. Μπορεί μην είχαν γυαλιά οράσεως ούτε κανένα άλλο οπτικό βοήθημα οι Αρχαίοι Έλληνες, οι Αιγύπτιοι και οι Ρωμαίοι, αλλά οι θεωρίες που είχαν για τα οπτικά βοηθήματα δεν τα είχαν κάνει ποτέ πράξη. Ο Ρωμαίος φιλόσοφος Seneca διαπιστώνει γύρω στο 50 μ.χ., πως τα πράγματα φαίνονται πιο μεγάλα και πιο καθαρά όταν τα κοιτάς τα μέσα από ένα γυαλίνο βάζο γεμάτο με νερό.

© Η. Α. Μονάχο

ΑΠΟ ΤΟΝ 1 - 1905

Αιώνιες

Όπου με αυτό, ο Seneca έδωσε την μεγέθυνση στο νερό και όχι στην καμπυλότητα του βάζου. Ο αστρονόμος και μαθηματικός από την Ελλάδα, Πτολεμαίος έκανε πρόοδο τον 2ο αιώνα όπου υπολόγισε την γωνία των ακτίνων του φωτός και το δείκτη του νερού και του γυαλιού. Στο σημειωματάριο του για την οπτική αναφέρει την αρχή της μεγέθυνσης. Αυτοί που έκαναν πρώτη τη θεωρία του Alhazen πράξη ήταν μοναχοί από την Αγγλία και τη Γερμανία. Όπου μελέτησαν ένα κομμάτι ορυκτού κρυστάλλου και έφτιαξαν μια κυρτή πέτρα την οποία και τοποθετούσαν πάνω σε κείμενα για να καταφέρουν να διαβάσουν και πάλι. Στην διάρκεια του 13ου αιώνα γνώρισε πολλές αλλαγές στο σχεδιασμό της η πέτρα διαβάσματος.



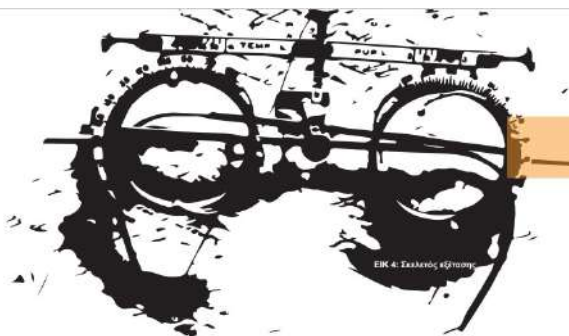
Τρίφτηκε αρκετά μέχρι που έγινε επίπεδη και εμοιάζε με μορφή φακού. Έβαλαν των φακό σε ένα πλαίσιο που περιείχε χερσόλι. Οι αναγνώστες κρατούσαν το φακό κοντά στο μάτι, παρά να τοποθετούν την πέτρα πάνω στα κείμενα. Στο κέντρο της βιομηχανίας του γυαλιού, στη Βενετία, φησίζονται οι πρώτοι οφθαλμικοί φακοί γύρω στο 1285 πρώτα από κρύσταλλο και μετά από γυαλί. Οι σκελετοί δημιουργούνταν από ξύλο και από κέρατα.

8

9

ΑΠΟ ΤΟΝ 1 - 1905

Αιώνιες



ΕΙΚ 4: Ξυλινός σκελετός

Στον σκελετό του γυαλιού υπήρχαν δύο μέρη κομμένα από ένα κομμάτι ξύλου το καθένα που ένα κενό στη μέση για την τοποθέτηση του φακού. Επομένως, έδεναν τη κάθε σχισμή με σκοινί ή σύρμα για να κρατούνται οι φακοί όπου τα δύο μέρη ενώονταν μαζί με ένα γόμφο. Οι άνθρωποι στον μεσαίωνα ήταν αρκετά αναλφάβητοι γι' αυτό και τα γυαλιά κυρίως χρησιμοποιήθηκαν για τα επόμενα

400 χρόνια περίπου από τους μελετητές και τους κληρικούς. Ένα νέο είδος εμφανίζεται το 15ο αιώνα, τα γυαλιά με γέφυρα τύπου αψίδας όπου σταδιακά αντικαταστάσαν τα γυαλιά με το γόμφο. Στα νέα γυαλιά ήταν μονοκόμματα και είχαν ανάμεσα στους δυο φακούς μια γέφυρα που άφηνε στο σκελετό να στερεώνεται στη μύτη. Τα υλικά για την δημιουργία του σκελετού μπορεί να ήταν από δέρμα, κέρατα,

κόκαλο, ξύλο, σίδηρο, μπρούτζο, ασήμι ή κόκαλο φάλανας. Το πιο δημοφιλές αρχικά ήταν το δέρμα αφού μετά από αρκετή προετοιμασία γινόταν πολύ ευλύγιστο. Εμφανίζονται και η θηκες γυαλιών εκείνη τη περίοδο οι οποίες δημιουργήθηκαν κυρίως από ξύλο με επένδυση χερσιού. Παράλληλα κατασκευάζονταν, το μονόκλι που ήταν μονός διορθωτικός φακός. Εμφανίστηκαν τρία διαφορετικά είδη. Ένας μεγεθυντικός φακός ή φακός για διάβασμα όπου τον έβαζαν σε σκελετό με μια σιδερένια ράβδο σαν λαβή ή ένα κορδόνι στην άκρη του. Το 14ο αιώνα το μονόκλι το χρησιμοποιούσαν κρατώντας το μπροστά από τα μάτια.

10

11



Όμως τον 17ο και 18ο αιώνα αποτελούσε αγένεια στην Αγγλία και τη Γαλλία η χρήση των γυαλιών οράσεως σε δημόσιους χώρους, ως μια εναλλακτική λύση χρησιμοποιούσαν το μονόκλ. Το 1802 είναι και το τελευταίο είδος γυαλιών με μονό φακό που εμφανίζεται. Το τοποθετούσαν ακριβώς μπροστά στο μάτι στηρίζοντας το από τους μύες του προσώπου. Για τα μέλη της υψηλής τάξης έγινε προορισμός τον 18ο αιώνα το θέατρο. Όπου για να απολαύσει κανείς την παράσταση στη σκηνή, αλλά περισσότερο για να κατασκοπεύσει το υπόλοιπο κοινό, την ενδυμασία τους, με ποιον κάθονταν δίπλα κλπ ήταν απαραίτητα τα κιάλια όπερας. Ήταν παρόμοια με μικρά τηλεσκόπια με χερούλι για να μπορούν να κρατάνε μπροστά από τα μάτια. Κατά την διάρκεια γίνονταν όλα και μικρότερα τα κιάλια όπερας μέχρι που ενσωματώθηκαν σε βεντάλιες, ομπρέλες και μπιστούνια περπατήματος.



ΕΙΚ 5: Μικρό τηλεσκόπιο με χερούλι

Αγαπήθηκαν κυρίως τα γυαλιά από τους από τους μεσαίους τάξης ανθρώπους του 19ου αιώνα. Ήταν ακόμη αγένια να φοράνε γυαλιά σε δημόσιους χώρους. Για παράδειγμα ο σπουδαστής έπρεπε να βγάλει τα γυαλιά του όταν εμφανιζόταν ο καθηγητής του. Σχεδιάστηκαν το 1824 από τον Αυστριακό Johann Friedrich Voigtlander γυαλιά χωρίς σκελετό, τα λεγόμενα gief. Οι φακοί των γυαλιών και η γέφυρα φιδάχονταν πρώτα μονοκόμματα από γυαλί, και οι βραχίονες ήταν από άλλο υλικό. Δεν υπήρχε σκελετός γύρω από τους φακούς. Οι βραχίονες στηρίζονταν από της τρύπες που υπήρχαν στα άκρα των φακών. Έγιναν πολύ δημοφιλή τον 19ο αιώνα τα gief. Χρησιμοποιούνταν μόνο περιστασιακά τα μονόκλ, τα γυαλιά «ψαλλίδι» και τα γυαλιά με τη λαβή χρησιμοποιούνταν μόνο περιστασιακά.

2005 Αιώνας

Ο σκελετός απέκτησε μεγαλύτερη σημασία στις αρχές του 20ου αιώνα και τα grif έγιναν λιγότερο δημοφιλείς. Έπαιρναν γυαλιά με κοκάλινο σκελετό οι περισσότεροι. Οι μεγάλοι κοκάλινοι σκελετοί έγιναν μόδα στην Ευρώπη και την Αμερική το 1910. Ένα καινούριο μοντέλο γυαλιών που ήρθε

από την Αμερική, εξέπληξε την Ευρώπη Μετά τον Πρώτο Παγκόσμιο Πόλεμο. Είχε κυκλικούς φακούς σε σκελετό από κυταρίνη και μεταλλική γέφυρα και βραχιόνες. Η κυταρίνη μπορούσε να παραχθεί σε πολλά διαφορετικά χρώματα με πολύ μεγάλη επιτυχία. Την δεκαετία του '30 εξελίχθηκε

πολύ γρήγορα η βιομηχανία των γυαλιών. Μετέφεραν την παραγωγή τους σε όλα τα μέρη του κόσμου η Αμερική, Ιταλία, Γαλλία, Γερμανία και Αυστρία. Έγιναν και πάλι μόδα τα grif και πήραν ξανά τεράστια δημοσιότητα. Αυτή την περίοδο η μόδα έδειχνε ένα πολύ ιδιαίτερο πρόσωπο.



ΕΙΚ 6: Μιμόνικα εστιασμός γυαλιών (σελίδα 16-17)

16

2005 Αιώνας



Και στον χώρο της τέχνης έγιναν αρκετά μεγάλες αλλαγές. Το κίνημα που επηρέασε αρκετά το στιλ των γυαλιών ήταν η Op Art ή σε συντομογραφία Op Art. Ως μέσο έκφρασης χρησιμοποιήθηκε κυρίως η φωτογραφική στη σχολή Op Art. Τα πράγματα φαινόταν πως κινούνταν μέσα από ακραίες αντιθέσεις (άσπρο - μαύρο) και τη χρήση τετραγώνων, κύκλων, κελιώνδρων. Έβαζαν το αναμά τους διακριτικά στην μέσα πλευρά του σκελετού οι δημιουργοί από το 1960. Η διακριτικότητα άρχισε να λιγοστεύει θεαματικά γύρω στο '80 και οι μάγκες άρχισαν να γενούν στην εξωτερική πλευρά του σκελετού μεγαλώνοντας τόσο όσο έπρεπε για να γίνουν ευαναγνωστές. Οι μεγάλοι οίκοι μόδας λάμβαναν υπόψη πλέον και γυαλιά στις συλλογές τους φτάνοντας έτσι μια ασφαλή επιτυχία εκτός από αρώματα, καλλυντικά και ταξάντες.

ΕΙΚ 7: Μιμόνικα εστιασμός γυαλιών

18

19

2005 Αιώνιας

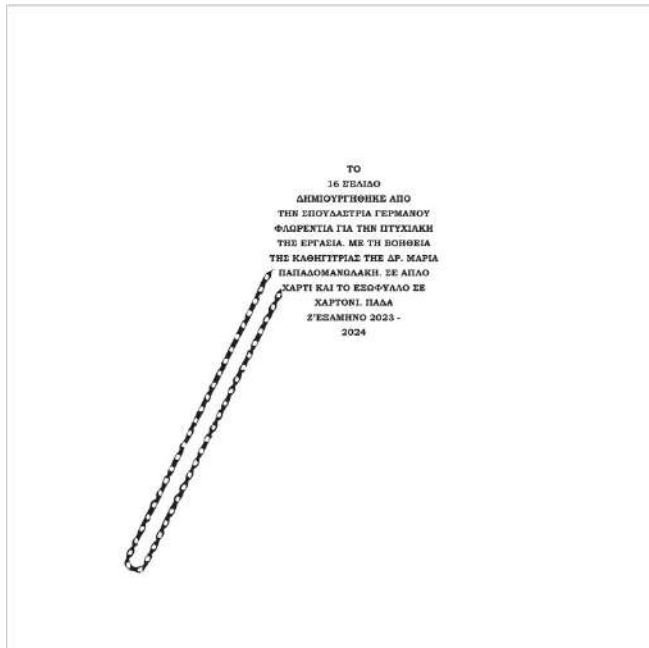
Δεν θα μπορούσε ο καθένας να έχει ένα ταγεράκι Chanel ή ένα φόρεμα Christian Dior αλλά τα γυαλιά με υπονομευθώ μπορούσαν να έχουν οι περισσότεροι. Πολλοί δημιουργοί υπέγραψαν συμφωνίες για την άδεια χρήσης του ονόματος των επωνύμων σχεδιαστών τους κατά τη δεκαετία του '90 με οικους μόδας. Όπου είχε μεγάλες επιπτώσεις στο σχεδιασμό των γυαλιών. Τα σύμβολα επωνύμων προϊόντων εμφανίζονταν στα γυαλιά οράσεως και ηΜου και τα ονόματα έγιναν μεγαλύτερα. Σύγχρονος το ενδιαφέρον είχε στραφεί στη διακόσμηση των σκελετών, ενώ τα σχέδια και οι φόρμες δεν διέφεραν αρκετά. Ο 20ος αιώνας μας έδωσε ποικίλα προ ιόντα σκελετών με μικρές μεταξύ τους αλλαγές. Όπου αυτό ζήτησε τους σχεδιαστές που έβλεπαν την αγορά να περικυκλώνεται από συνηθισμένα σχέδια και συνεπώς στα πρώτα χρόνια του 21ου αιώνα η σημασία πλέον δόθηκε στο σχεδιασμό του σκελετού. Δεν θα σταματήσουν την ανάπτυξη τους αν συνεχίσουμε να βλέπουμε γυαλιά οράσεως σε όλα τα πρόσωπα τον 21ο αιώνα...



EIK 8: On Apr Γυαλιά

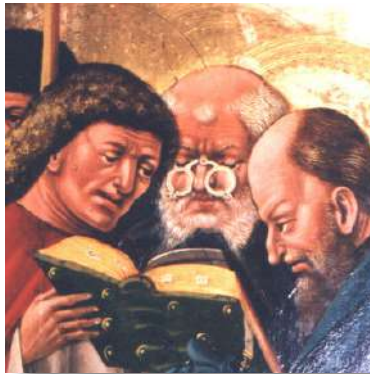


EIK 9: On Apr Γυαλιά



75. 16σέλιδο.

**Αρχικές εικόνες που χρησιμοποιήθηκαν στο 16σέλιδο,
και επεξεργάστηκαν.**



7.2 Καταχώρηση περιοδικού

Στη συνέχεια παρουσιάζεται μία καταχώρηση περιοδικού, όπου έχει σκοπό να διαφημίσει περισσότερο την εταιρία οπτικών και τα προϊόντα της. Χρησιμοποιούνται οι γραμματοσειρές «Tw Cen Condensed» bold και light για το μεγάλο τίτλο, και έχει διαστάσεις 15x10,5cm.



76. Καταχώριση.



77. Mock up Καταχώριση.

7.3 Διαφημιστικό φυλλάδιο

Το προωθητικό έντυπο στοχεύει στη διαφήμιση της νέας σειράς γυαλιών του καταστήματος και έχει πιο εμπορικό σκοπό σε μέγεθος Α5 κάθετο. Χρησιμοποιήθηκε η γραμματοσειρά «IMPACT».



78. Διαφημιστικό φυλλάδιο Α5.



79. Mock up Διαφημιστικό φυλλάδιο A5.

7.4 Αφίσες

Οι αφίσες είναι σχεδιασμένες με τρόπο που να παρακινούν τον περαστικό να ψάξει περαιτέρω πληροφορίες για την εταιρεία μέσω του QR κωδικού. Στο φόντο υπάρχουν φωτογραφίες από μοντέλα φορώντας γυαλιά ηλίου ή οράσεως. Επίσης υπάρχουν «πιασάρικα» σλόγκαν για να τραβήξουν περισσότερα βλέμματα. Χρησιμοποιήθηκε επίσης και το εταιρικό «Pattern». Οι γραμματοσειρές που έχουν χρησιμοποιηθεί στις αφίσες είναι οι «Tw Cen Condensed».



80. QR CODE Εταιρίας.



81. Mock up Αφίσων.



82. Αφίσα 1.



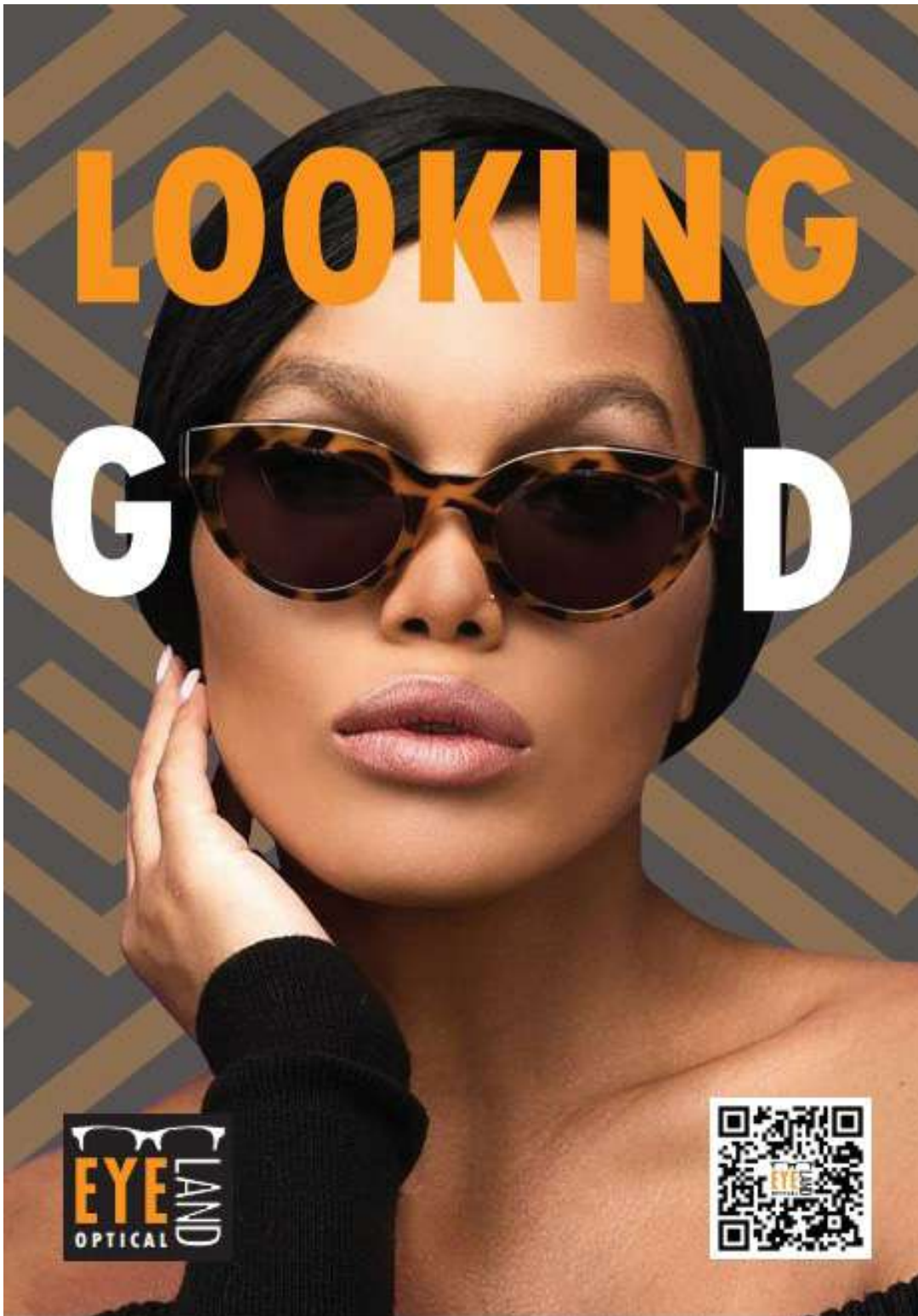
Αρχική εικόνα



83. Αφίσα 2.



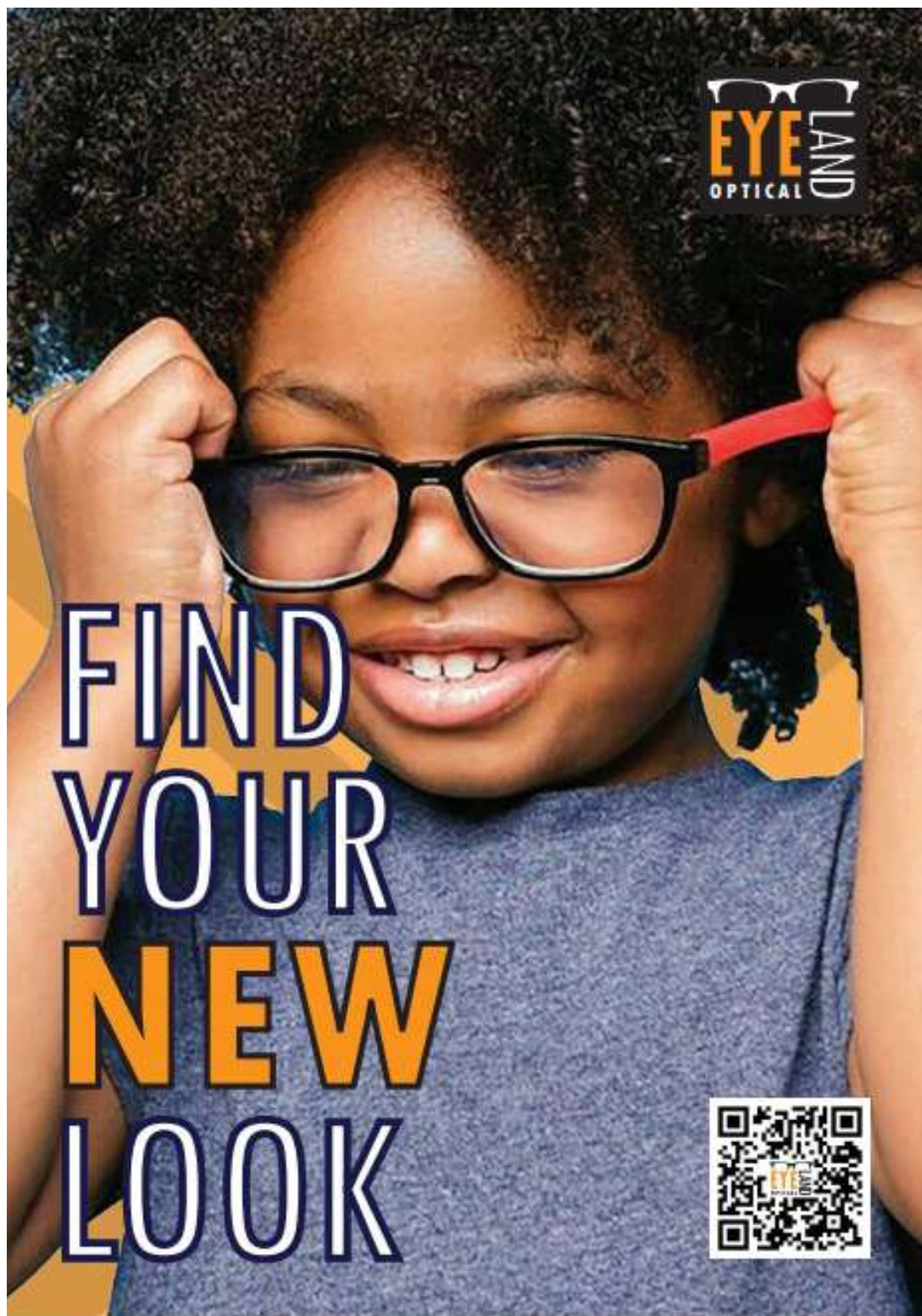
Αρχική εικόνα



84. Αφίσα 3.



Αρχική εικόνα



85. Αφίσα 4.



Αρχική εικόνα



86. Αφίσα 5.



Αρχική εικόνα



87. Αφίσα 6.



Αρχική εικόνα



88. Αφίσα 7.

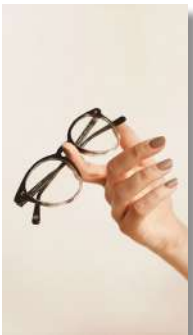


Αρχική εικόνα

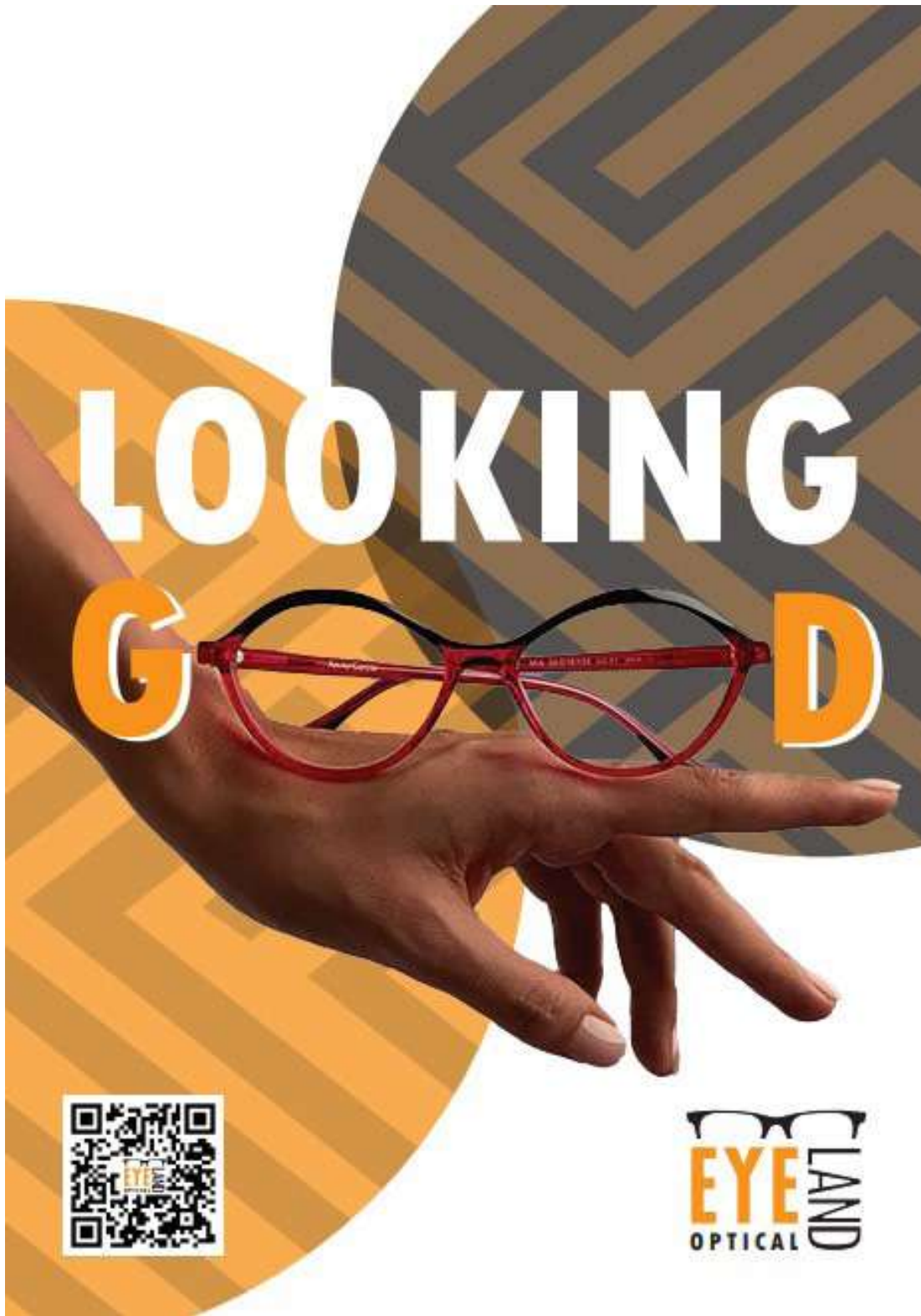
FIND YOUR NEW LOOK



89. Αφίσα 8.



Αρχική εικόνα



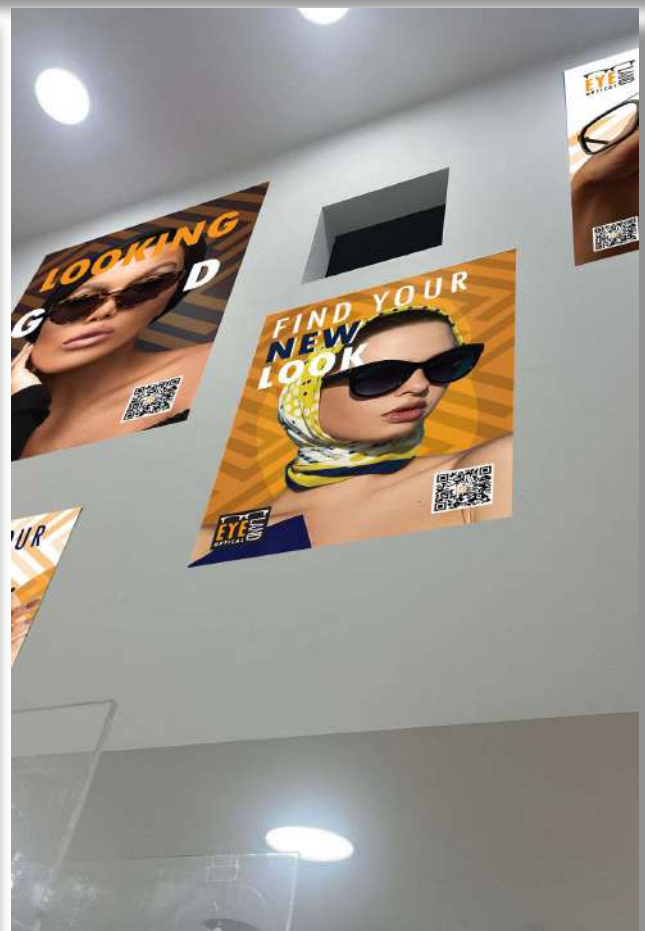
90. Αφίσα 9.



Αρχική εικόνα



91. Mock up Αφίσων.



92. Mock up Αφίσων.

7.5 Προωθητικές ενέργειες



93. Mock up Σταντ.



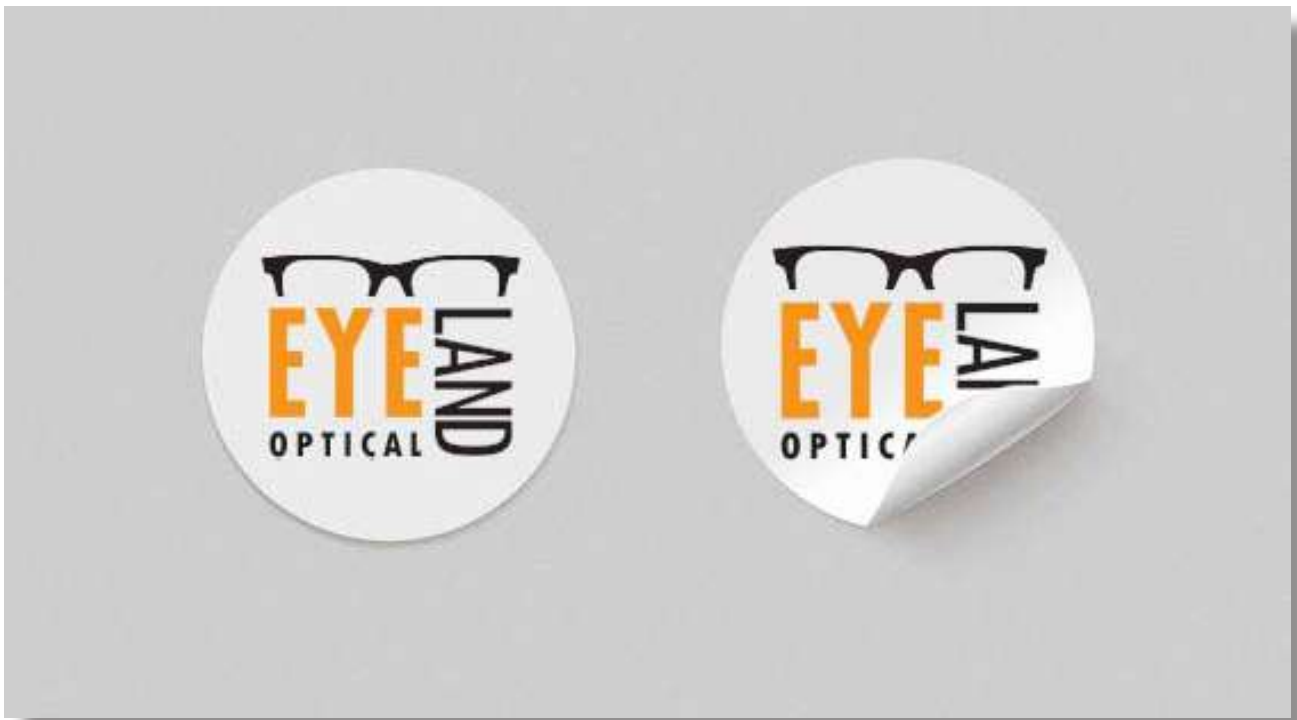
94. Mock up Τσαντα χιαστή.



95. Ένδυση.



96. Mock up Τσαντούλες καταστήματος.



97. Mock up Αυτοκόλλητα.



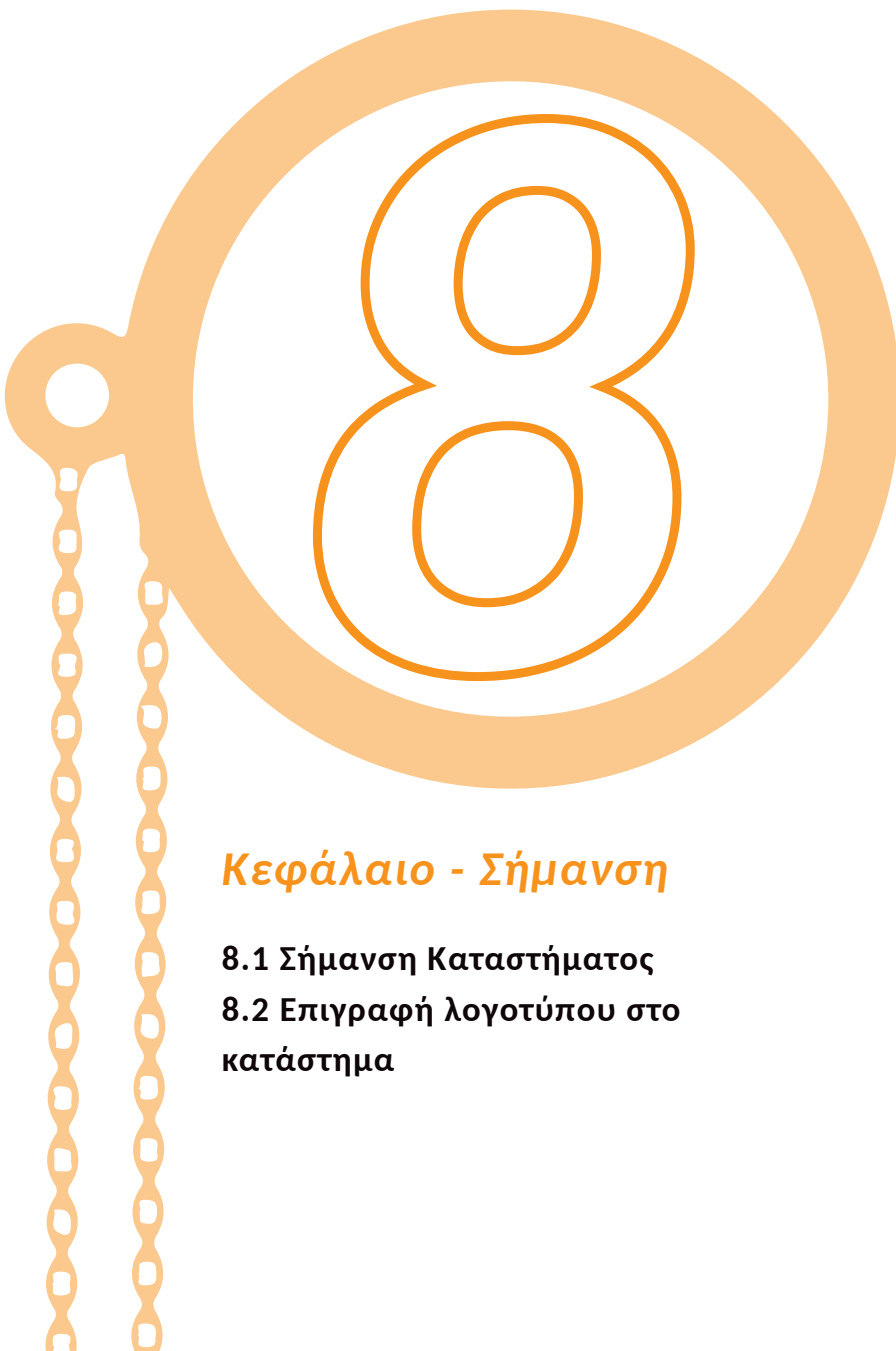
98. Mock up Κονκάρδες.



99. Mock up Ταμπέλες.



100. Mock up Βανάκη εταιρίας.



Κεφάλαιο - Σήμανση

8.1 Σήμανση Καταστήματος

**8.2 Επιγραφή λογοτύπου στο
κατάστημα**

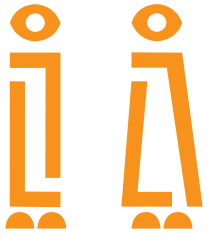
8.1 Σήμανση Καταστήματος

Για την σήμανση του καταστήματος «Eyeland Optical» έγινε έρευνα για το τι αίθουσες υπάρχουν στο κατάστημα και πώς θα μπορούσε η σήμανση να φανεί χρήσιμη για τους πελάτες. Έτσι δημιουργήθηκε σήμανση για της «τουαλέτες, τουαλέτες Α.μεΑ., σκάλες, πληροφορίες, εξεταστήριο και αίθουσα συσκέψεων». Για των σχεδιασμό της σήμανσης λήφθηκε υπόψιν το pattern της εταιρίας όπου έχει αν απροσδιόριστες γραμμές και γωνιές και με αυτό τον τρόπο δημιουργήθηκαν οι φιγούρες της σήμανσης. Στα προσχέδια της σήμανσης προστέθηκαν κεφάλια για της φιγούρες ο σκελετός των γυαλιών όπως έχει και το λογότυπο της εταιρίας αλλά απορρίφθηκαν γιατί μπλεκόταν το ένα με το άλλο και στην σμίκρυνση δεν θα φαινόταν ο σκελετός. Έτσι στη τελική σήμανση για κεφάλι προστέθηκε το σχήμα ενός ματιού όπου ταίριαξε και με το πάχος των γραμμών της υπόλοιπης σήμανσης. Έπειτα, σχεδιάστηκαν και βέλη με των ίδιο τρόπο για να τοποθετούνται δίπλα από το κάθε εικονίδιο και να καθοδηγήσουν τον πελάτη στο που θα πάει. Επίσης τα εικονίδια και τα βέλη της σήμανσης προστέθηκαν σε ένα μαύρο πλαίσιο και δίπλα από το κάθε ένα αναφέρει τι είναι, η γραμματοσειρά που επιλέχθηκε να μπει στη σήμανση του καταστήματος είναι η «Franklin Gothic Demi» και χρωματική παλέτα που χρησιμοποιήθηκε στη σήμανση είναι από τα εταιρικά χρώματα. Τέλος, η σήμανση σχεδιάστηκε σε κάνναβο με την βοήθεια του προγράμματος adobe illustrator.



101. Pattern εταιρίας που λήφθηκε υπόψιν για την σήμανση.

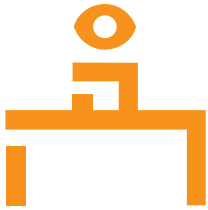
Τελική Σήμανση



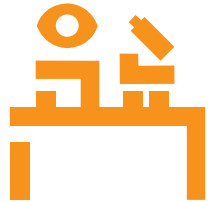
Τουαλέτες
Toilets



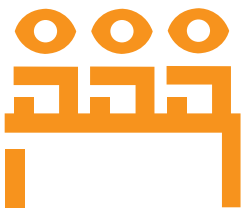
Τουαλέτες Α.με.Α
Disabled Toilets



Πληροφορίες
Information



Εξεταστήριο
Test



Αίθουσα Συσκέψεων
Meeting room



Σκάλες
Stairs



103. Σήμανση με περίγραμμα.



104. Σήμανση με περίγραμμα.



105. Σήμανση με περίγραμμα.



106. Mock up Σήμανσης τουαλέτες.



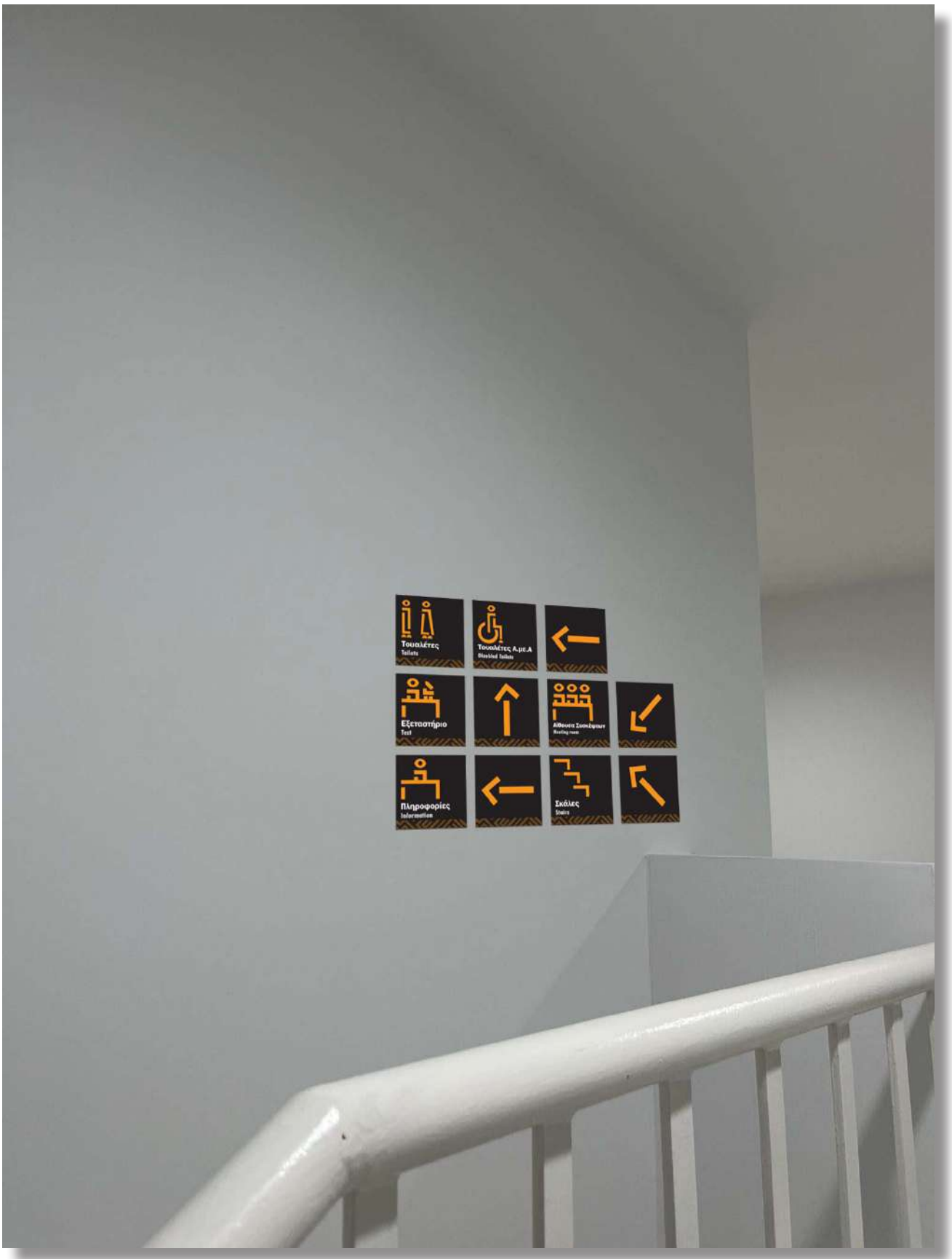
107. Mock up Σήμανσης.



108. Mock up Σήμανσης εξεταστήριο.



109. Mock up Σήμανσης πίνακας πελατών.



110. Mock up Σήμανσης.



111. Mock up Σήμανσης Πληροφορίες.

8.2 Επιγραφή λογοτύπου στο κατάστημα



112. Mock up Λογοτύπου σε τζαμαρία.



113. Mock up Λογοτύπου σε τζαμαρία.



114. Mock up Λογοτύπου σε τζαμαρία



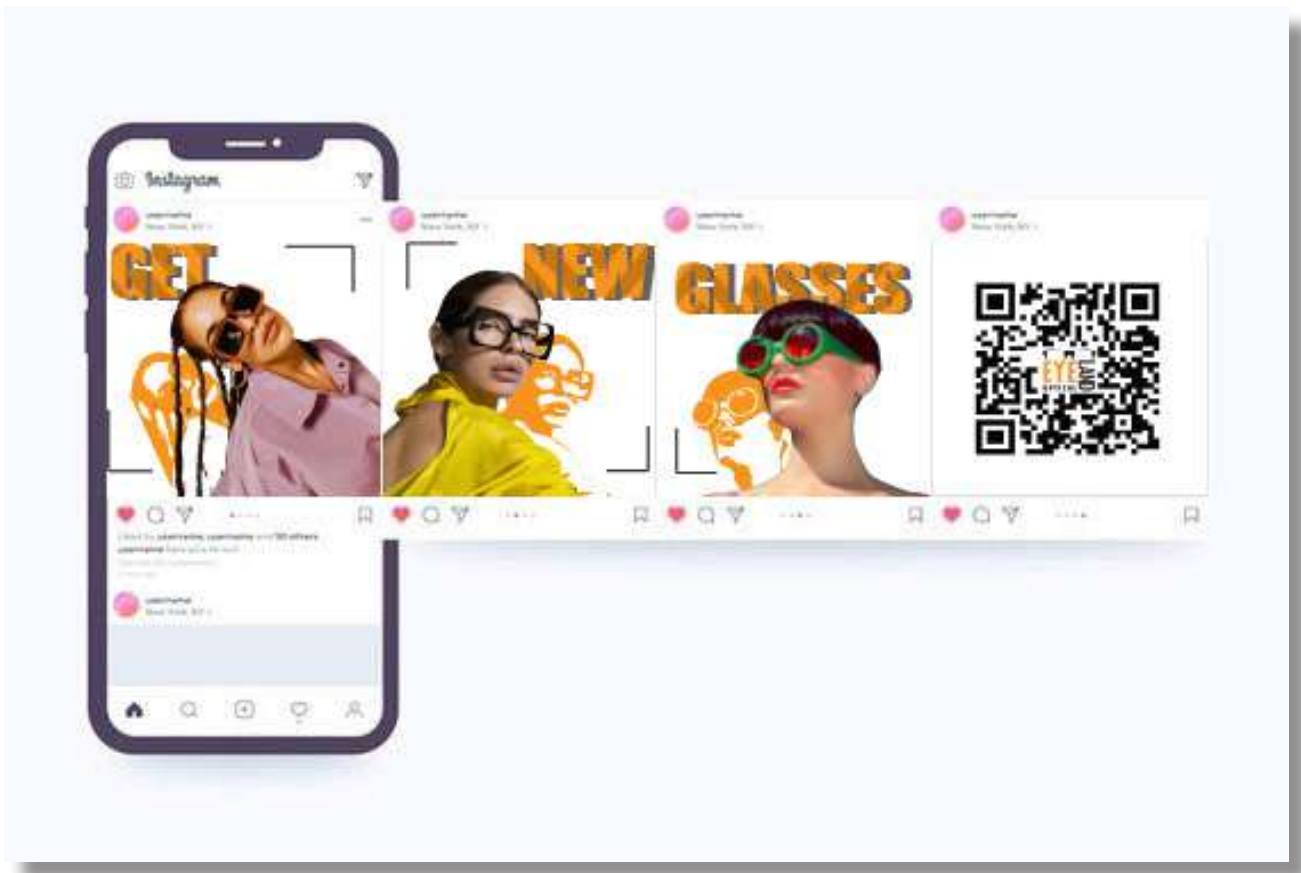
Κεφάλαιο - *Social Media*

9.1 Ψηφιακές εφαρμογές

9.1 Ψηφιακές εφαρμογές



115. Instagram Post.



116. Mock up Instagram Post.



HOME

LOGIN

CONTACT

STORE

ABOUT US



ABOUT US

Ο στόχος της εταιρίας «EYE LAND OPTICAL» είναι να καλύψει το κενό που υπάρχει στην ελληνική και κυπριακή αγορά και να προτείνει κάτι πιο μοντέρνο, πληροφοριακό και οργανωμένο τρόπο μιας εταιρίας οπτικών. Το κατάστημα «EYE LAND OPTICAL» θα έχει έδρα στην Κύπρο για αρχή, όπου θα είναι πιο εύκολο να αναδειχθεί λόγω κύκλου. Άρα το target group θα περιλαμβάνει όλες της ηλικίες που θα επισκέπτονται το κατάστημα.



NEW

SUNGLASSES

READING GLASSES



KIDS

WOMEN

MEN



BEST SELLERS

 Άννα Μαρία Γερμανού
 Pernera, Protaras, Cyprus
 23 19674213

 eyeland_optical@gmail.com
 [Eyeland_optical](#)
 [Eyeland_optical_](#)





119. Mock up ιστοσελίδα εταιρείας.



120. Mock up ιστοσελίδα εταιρείας.

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Η έλλειψη ελληνικών και Κυπριακών οπτικών εταιρειών αλλά και η αυξανόμενη ζήτηση για αυτά καθώς όλοι χρειάζονται γυαλιά με ώθησε στο να εξελίξω το θέμα της εργασίας μου και να προσπαθήσω να συνδυάσω την εταιρική ταυτότητα του « EyeLand Optical» με το σύγχρονο design. Στόχος από την συγκεκριμένη πρόταση είναι ο σχεδιασμός να είναι ικανός να τραβήξει το ενδιαφέρον από όλες της ηλικίες.

Για τον συγκεκριμένο κλάδο θεώρηθηκε ότι θα έπρεπε να συμβαδίσει και με τα καινούργια δεδομένα και να ληφθεί υπόψη ότι πλέον θεωρείται σημαντικός παράγοντας τα οπτικά για τον άνθρωπο.

Η δημιουργία μιας εταιρείας οπτικών ήταν σκοπός της πτυχιακής εργασίας, η οποία θα μπορούσε να υλοποιηθεί σε ρεαλιστικές βάσεις και να προτείνει νέες ιδέες στην Ελληνική και Κυπριακή αγορά. Πιο συγκεκριμένα, να ισορροπήσει το ότι μεν υπάρχει αυξανόμενη ζήτηση για τα οπτικά και ότι οι ελληνικές και κυπριακές εταιρείες δεν έχουν διερευνήσει πλήρως όλη την ζήτηση γυαλιών που μπορούν να προσφέρουν στην αγορά.

Επίσης, οι συσκευασίες, το 16σέλιδο, οι αφίσες και οι άλλες εφαρμογές σχεδιάστηκαν με τρόπο που να είναι διαχρονικός και να μην είναι επηρεασμένος από τις τάσεις της εποχής ώστε να προσελκύει όλες τις ηλικιακές ομάδες αλλά και να ακολουθεί την εταιρική ταυτότητα της εταιρίας «EyeLand Optical».

Προγράμματα

Η σχεδίαση του λογοτύπου, των εικονογραφήσεων, των συσκευασιών και των εντύπων έγινε με τη βοήθεια των προγραμμάτων Illustrator και Photoshop. Για τα mockups, τις ψηφιακές εφαρμογές και τη δημιουργία του stand χρησιμοποιήθηκε μόνο το πρόγραμμα Photoshop. Για τα έντυπα χρησιμοποιήθηκε επίσης και το πρόγραμμα InDesign, καθώς και στη συγγραφή της θεωρητικής εργασίας και της παρουσίασης.



121. Προγράμματα.

ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΕΣ ΠΗΓΕΣ

1. Η ΙΣΤΟΡΙΑ ΤΩΝ ΓΥΑΛΙΩΝ ΟΡΑΣΕΩΣ Διαθέσιμο σε: <https://www.eftixiadis-optica.gr/index.php?route=product/category&path=231>
2. Γυαλιά Διαθέσιμο σε: https://en-m-wikipedia-org.translate.goog/wiki/Glasses?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=el&_x_tr_hl=el&_x_tr_pto=sc
3. Δείτε Στο Παρελθόν: Η Συναρπαστική Ιστορία Των Γυαλιών Διαθέσιμο σε: https://allabouteyes-com.translate.goog/see-past-fascinating-history-eyeglasses/?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=el&_x_tr_hl=el&_x_tr_pto=sc
4. Η ιστορία της υαλουργίας Διαθέσιμο σε: https://en-m-wikipedia-org.translate.goog/wiki/History_of_glass?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=el&_x_tr_hl=el&_x_tr_pto=sc
5. ΛΟΓΟΤΥΠΟ - ΤΙ ΕΙΝΑΙ; ΓΙΑΤΙ ΤΟ ΧΡΕΙΑΖΕΣΑΙ; Διαθέσιμο σε: <https://sxediasmos.com/%CF%85%CF%80%CE%B7%CF%81%CE%B5%CF%83%CE%AF%CE%B5%CF%82/%CE%B5%CF%84%CE%B1%CE%B9%CF%81%CE%B9%CE%BA%CE%AE-%CF%84%CE%B1%CF%85%CF%84%CF%8C%CF%84%CE%B7%CF%84%CE%B1/%CE%BB%CE%BF%CE%B3%CF%8C%CF%84%CF%85%CF%80%CE%BF/>
6. Ιστορική εξέλιξη των γυαλιών - σκελετών οράσεως και ηλίου
Institution and School/Department of submitter: Πανεπιστήμιο Ιωαννίνων. Φιλοσοφική Σχολή. Τμήμα Ιστορίας και Αρχαιολογίας Διαθέσιμο σε: <https://olympias.lib.uoi.gr/jspui/handle/123456789/26008>
7. Tw Cen MT font family Διαθέσιμο σε: <https://learn.microsoft.com/en-us/typography/font-list/tw-cen-mt>
8. Ποπ αρτ Διαθέσιμο σε: https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%A0%CE%BF%CF%80_%CE%B1%CF%81%CF%84

ΠΗΓΕΣ ΕΙΚΟΝΩΝ

1. Εικόνα 1,2,3,4,5,6,7 Διαθέσιμο σε: https://en-m-wikipedia-org.translate.goog/wiki/Glasses?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=el&_x_tr_hl=el&_x_tr_pto=sc
2. Εικόνα 8,9 Διαθέσιμο σε: <https://www.eftixiadis-optica.gr/index.php?route=product/category&path=231>
3. Εικόνα 10, 11 Διαθέσιμο σε: https://en-m-wikipedia-org.translate.goog/wiki/Glasses?_x

[tr_sl=en&_x_tr_tl=el&_x_tr_hl=el&_x_tr_pto=sc](#)

4. Εικόνα 12,13,14,15,16 Διαθέσιμο σε: https://en-m-wikipedia-org.translate.goog/wiki/Glasses?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=el&_x_tr_hl=el&_x_tr_pto=sc

5. Εικόνα 19,18,19,20 Διαθέσιμο σε: <https://www.pinterest.com/pin/714242822172233796/>

6. Εικόνα 21 Διαθέσιμο σε: <https://www.google.com/imgres?imgurl=https://i.pinimg.com/originals/2c/c0/e8/2cc0e83a543417fe83388c022ac15405.png&imgrefurl=https://www.pinterest.com/eldadenos/eyewear-logos/&tbnid=kHjs4kcrGFUi5M&vet=1&docid=k9EXLgQrTojPXM&w=1280&h=720&itg=1&source=sh/x/im>

7. Εικόνα 22 Διαθέσιμο σε: <https://www.google.com/imgres?imgurl=https://i.pinimg.com/originals/2c/c0/e8/2cc0e83a543417fe83388c022ac15405.png&imgrefurl=https://www.pinterest.com/eldadenos/eyewear-logos/&tbnid=kHjs4kcrGFUi5M&vet=1&docid=k9EXLgQrTojPXM&w=1280&h=720&itg=1&source=sh/x/im>

8. Εικόνα 23 Διαθέσιμο σε: <https://vardavasoptics.gr/>

9. Εικόνα 24 Διαθέσιμο σε: <https://eyecare.com.gr/>

10. Εικόνα 25 Διαθέσιμο σε: <https://www.behance.net/gallery/70905601/Diorasi-Optical-Shop-Logo-Brand-by-Antcreative>

11. Εικόνα 26 Διαθέσιμο σε: <https://karakassis.gr/>

12. Εικόνα 27 Διαθέσιμο σε: <https://www.optical-fashion.gr/>

13. Εικόνα 28,29 Διαθέσιμο σε: <https://99designs.com/inspiration/logos/optical>

14. Εικόνα 30,31,32,33,34 Διαθέσιμο σε: <https://www.google.com/imgres?imgurl=https://i.pinimg.com/originals/2c/c0/e8/2cc0e83a543417fe83388c022ac15405.png&imgrefurl=https://www.pinterest.com/eldadenos/eyewear-logos/&tbnid=kHjs4kcrGFUi5M&vet=1&docid=k9EXLgQrTojPXM&w=1280&h=720&itg=1&source=sh/x/im>

15. Εικόνα 35 Διαθέσιμο σε: https://www.google.com/search?q=thefanides+eyeworld&rlz=1C1GCEA_enCY895CY895&sxsrf=AJOqlzXpgk6W2nVs_oDnClyRb6ldpl_QVg:1678967395105&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=2ahUKFwj4urL5sOD9AhVUR_EDHS1gAOwO_AUoAnoECAEQBA&biw=1536&bih=754&dpr=1.25#imgrc=jFsEtAfKnqoQjM

16. Εικόνες 31,32,33,34 Διαθέσιμες σε: <https://www.pinterest.compin/714242822172181245/>

17. Εικόνες 58,59,60,62,64,67,68,69 Διαθέσιμες σε: <https://www.freepik.com/free-photos-vectors/mockup>

18. Εικόνα 71 Διαθέσιμο σε: <https://www.pinterest.com/pin/714242822172181243/>

19. Εικόνες 78,79,62,64,65,75,76,77,78,79,80 Διαθέσιμο σε: <https://www.freepik.com/free-photos-vectors/mockup>

20. Εικόνες 93,96,97 Διαθέσιμο σε: <https://www.freepik.com/free-photos-vectors/mockup>

21 Εικόνες 98,99,100,101,102,103,104,105,106 Διαθέσιμο σε: <https://www.pinterest.com/pin/714242822172181243>

