



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΔΥΤΙΚΗΣ ΑΤΤΙΚΗΣ
UNIVERSITY OF WEST ATTICA

ΣΧΟΛΗ ΕΦΑΡΜΟΣΜΕΝΩΝ ΤΕΧΝΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ
ΤΜΗΜΑ ΓΡΑΦΙΣΤΙΚΗΣ ΚΑΙ ΟΠΤΙΚΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

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

ΒΛΑΧΑΚΗ ΕΛΠΙΔΑ

A.M.: 19674020

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

*Δημιουργία συσκευασιών βιολογικών
καλλυντικών προϊόντων με βάση το ελαιόλαδο*

Επιβλέπων Καθηγητής

Dr Ευάγγελος Χατζηθεοδώρου

Αναπληρωτής Καθηγητής, Πανεπιστημίου Δυτικής Αττικής

Αθήνα, Μάρτιος 2024



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΔΥΤΙΚΗΣ ΑΤΤΙΚΗΣ
UNIVERSITY OF WEST ATTICA

ΣΧΟΛΗ ΕΦΑΡΜΟΣΜΕΝΩΝ ΤΕΧΝΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ
ΤΜΗΜΑ ΓΡΑΦΙΣΤΙΚΗΣ ΚΑΙ ΟΠΤΙΚΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

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

Εξεταστική επιτροπή:

Dr Ευάγγελος Χατζηθεοδώρου

Αναπληρωτής Καθηγητής
Πανεπιστημίου Δυτικής Αττικής

Μυτιλιναίου Σοφία

Επίκουρος Καθηγητής
Πανεπιστημίου Δυτικής Αττικής

Ιωάννα Δελφίνο

Ακαδημαϊκός Υπότροφος
Πανεπιστημίου Δυτικής Αττικής



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΔΥΤΙΚΗΣ ΑΤΤΙΚΗΣ
UNIVERSITY OF WEST ATTICA

ΣΧΟΛΗ ΕΦΑΡΜΟΣΜΕΝΩΝ ΤΕΧΝΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ
ΤΜΗΜΑ ΓΡΑΦΙΣΤΙΚΗΣ ΚΑΙ ΟΠΤΙΚΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

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

ΔΗΛΩΣΗ ΣΥΓΓΡΑΦΕΑ ΠΤΥΧΙΑΚΗΣ / ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

Η κάτωθι υπογεγραμμένη Ελπίδα Βλαχάκη του Εμμανουήλ, με αριθμό μητρώου 19674020 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».

Η δηλούσα



Πανεπιστήμιο Δυτικής Αττικής
University of West Attica

Σχολή εφαρμοσμένων τεχνών και πολιτισμού
Τμήμα Γραφιστικής και Οπτικής Επικοινωνίας

Faculty of Applied Arts and Culture
Department of Graphic Design and Visual Communication

Πτυχιακή εργασία

Δημιουργία συσκευασιών βιολογικών
καλλυντικών προϊόντων με βάση το ελαιόλαδο

Συγγραφέας
Βλαχάκη Ελπίδα

A.M.
19674020

Επιβλέπων καθηγητής
Χατζηθεοδώρου Ευάγγελος

Αθήνα 2024



Περίληψη

Στην παρούσα πτυχιακή εργασία παρουσιάζεται ο σχεδιασμός συσκευασιών, branding και καμπάνιας μιας νέας σειράς καλλυντικών προϊόντων. Το brand έχει την ονομασία karpos και η φιλοσοφία πίσω από το project είναι το λανσάρισμα καλλυντικών προϊόντων με βασικό συστατικό το κρητικό ελαιόλαδο. Τα προϊόντα αυτά, θα παράγονται στην Ελλάδα και θα διεξάγονται και θα πωλούνται στις χώρες εκτός Ελλάδος, ως μια premium σειρά φυσικών προϊόντων της Ελλάδας. Η εργασία έχει στόχο την υλοποίηση της εταιρικής ταυτότητας, της σχεδίασης των συσκευασιών των κουτιών, της υλοποίησης και σχεδίασης των δοχείων των προϊόντων, της σχεδίασης του brand και της καμπάνιας της εταιρείας άλλα και της σειράς των προϊόντων της. Μέσα από την πτυχιακή εργασία εξετάζεται κατά κύριο λόγο ο σχεδιασμός μιας συσκευασίας και το σχεδιαστικό background μίας εταιρείας καλλυντικών, δηλαδή τα στοιχεία του branding την εικόνα της εταιρείας αλλά και την φιλοσοφία της. Στόχος όλης της πτυχιακής εργασίας είναι να μεταδώσει νέες ιδέες στον κλάδο της συσκευασίας, προωθώντας σύγχρονες μελέτες σχεδιασμού κουτιών συσκευασιών και ταυτόχρονα υιοθετώντας τα ανακυκλώσιμα υλικά, ως προς την υλοποίηση νέων προϊόντων στην συσκευασία τους. Μέσα από έρευνα και μελέτες για το σύγχρονο σχεδιασμό σε καμπάνιες λογότυπα και Branding, ολοκληρώνεται ο σχεδιασμός της σειράς των καλλυντικών προϊόντων λαδιού και γενικότερα των φυσικών καλλυντικών, δίνοντας αξία σε αυτά, και προωθώντας τα εκτός Ελλάδος.

Λέξεις κλειδιά

Καλλυντικά, φυτικά καλλυντικά, συσκευασία, εταιρική ταυτότητα, branding, λογότυπο, προώθηση, λάδι, ελιά, καμπάνια, δοχείο





Περιεχόμενα

Ενότητα 1η - Η ιδέα	7	Συσκευασία κουτιού για προϊόν λαδιού	
Το προϊόν	8	σώματος με φύλλα τριαντάφυλλου	60
Η φιλοσοφία	9	Συσκευασία κουτιού για προϊόν σαπουνιού	
Moodboard	10	με αβοκάντο	63
Ενότητα 2η - Η εταιρεία	11	Σύμβολα νομοθεσίας προϊόντων	66
Επιρροές για το design της εταιρείας	12	Πήλινα δοχεία	68
Ιδεολογία ονόματος	13	Δοχείο για προϊόν λαδιού προσώπου με βιταμίνη C	69
Ενότητα 3η - Σχεδιασμός λογοτύπου	15	Δοχείο για προϊόν βουτύρου σώματος με μέλι	72
Προσχέδια	16	Δοχείο για προϊόν λαδιού σώματος με φύλλα τριαντάφυλλου	75
Γραμματοσειρά	17	Ενότητα 7η - Καμπάνια	78
Περιοχή προστασίας	19	Υπάρχουσες καμπάνιες	79
Σχεδιασμός icon	20	Αφίσες A3	81
Περιοχή προστασίας	24	Εφαρμογή αφισών	84
Λανθασμένες χρήσεις	26	Καταχώριση περιοδικού	88
Ενότητα 4η - Χρωματική παλέτα	27	Βιβλιογραφία	90
Ενότητα 5η - Branding	31		
Brand personality - εικονίδια	32		
Pattern	34		
Icon συσκευασιών	35		
Εταιρική ταυτότητα	36		
Επαγγελματικές κάρτες	36		
Κάρτα ευχαριστιών	38		
Φάκελος κάρτας ευχαριστιών	39		
Ταχυδρομικός φάκελος	43		
Επιστολόχαρτο	44		
Αυτοκόλλητα	45		
Τσάντα	46		
Υφασμάτινη τσάντα	48		
Instagram posts	49		
Ενότητα 6η - Συσκευασίες	51		
Καλλυντικά προϊόντα που υπάρχουν στην αγορά	52		
Moodboard συσκευασιών	53		
Συσκευασία κουτιού για προϊόν λαδιού προσώπου με βιταμίνη C	54		
Συσκευασία κουτιού για προϊόν βουτύρου σώματος με μέλι	57		

ΕΠΙΘΕΤΟ Ε11n

Η ιδέα



Ενότητα 1η - Η ιδέα

Το προϊόν

Η **βιομηχανία ομορφιάς** έχει σημειώσει σημαντική ανάπτυξη όλα αυτά τα χρόνια λόγω της συνεχούς ζήτησης των καταναλωτών. Η παγκόσμια αγορά αντιμετωπίζει ετήσιο ρυθμό ανάπτυξης, καθώς όλο και περισσότερες τάσεις ομορφιάς αναπτύσσονται ραγδαία και κερδίζουν δημοτικότητα. Αυτή η επιτυχία μπορεί να αποδοθεί σε μεγάλο βαθμό στις διαφορετικές προτιμήσεις ομορφιάς που προτιμά κάθε χώρα, με αποτέλεσμα μια **τεράστια γκάμα προϊόντων** που διατίθενται σε όλο τον κόσμο.

Το προϊόν το οποίο προωθείται μέσω της πτυχιακής μου είναι κατά βάση μια **σειρά προϊόντων** στην οποία βασικό συστατικό των υλικών που αποτελούνται είναι το **ελαιόλαδο**. Όπως έχουμε δει σε πολυεθνικά καταστήματα ομορφιάς και αισθητικής, προϊόντα τα οποία παράγονται και πωλούνται στην Ελλάδα, δεν πωλούνται σε ελληνικά καταστήματα, οπότε ταυτόχρονα δεν πωλούνται σε χώρες του εξωτερικού. Με αφορμή αυτό, δόθηκε ιδέα να δημιουργηθεί η πρώτη **premium σειρά ελληνικών προϊόντων** που θα πωλούνται εξολοκλήρου στο εξωτερικό. Έτσι, οι καταναλωτές του εξωτερικού θα έχουν στη διάθεσή τους ελληνικά προϊόντα οποιαδήποτε στιγμή.

Έπειτα με γνώμονα το φαινόμενο του **υπερκαταναλωτισμού** και την συμβολή αυτού την καταστροφή του περιβάλλοντος (λόγω των ρύπων από τα προϊόντα που αγοράζονται), η σειρά αυτή θα έχει **οικολογική βάση** - από το κουτί της συσκευασίας, μέχρι και το δοχείο στο οποίο θα τοποθετείται το προϊόν. Με την δυνατότητα **ανακύκλωσης της συσκευασίας** υπάρχει όφελος της διατήρησης φυσικών πόρων, μείωσης της ρύπανσης και χρήσης νέων υλικών, εξοικονόμησης ενέργειας, και ανάπτυξη πράσινων τεχνολογιών. Κύριο υλικό ανακύκλωσης είναι το χαρτί. Η **χάρτινη συσκευασία** μπορεί να προσαρμοστεί σε διάφορα σχήματα και μεγέθη, καθιστώντας την κατάλληλη για

μια μεγάλη ποικιλία προϊόντων. Εκτυπώνεται εύκολα και μπορεί να εμφανίσει αποτελεσματικά την επωνυμία, τις ετικέτες και τις πληροφορίες προϊόντων. Οπότε τα κουτιά στα οποία θα σχεδιαστούν για την συσκευασία των προϊόντων θα είναι χάρτινα ανακυκλώσιμα κουτιά.

Η ιδέα υλοποίησης των **δοχείων** των προϊόντων είναι τα δοχεία να γίνουν **πήλινα - κεραμικά** έχοντας τα εξής οφέλη: α. Το κεραμικό είναι ένα εξαιρετικά ανθεκτικό υλικό που μπορεί να αντέξει την τακτική χρήση και χειρισμό, β. είναι ανθεκτικό σε ρωγμές, γρατσουνιές και σπάσιμο, εξασφαλίζοντας τη μακροζωία του δοχείου και του προϊόντος που περιέχει. Τα κεραμικά δοχεία έχουν εξαιρετική αντοχή στην υγρασία και είναι πολύ κατάλληλα για την αποθήκευση καλλυντικών. Βοηθούν στην προστασία των προϊόντων από την υγρασία, γεγονός που μπορεί να μειώσει την ποιότητα και τη διάρκεια ζωής ορισμένων σκευασμάτων. Είναι μη αντιδραστικά και χημικά αδρανή, πράγμα που σημαίνει ότι δεν θα αλληλεπιδράσουν με τα καλλυντικά που είναι αποθηκευμένα μέσα. Αυτό είναι ιδιαίτερα σημαντικό για ευαίσθητα ή αντιδραστικά σκευάσματα που απαιτούν σταθερή και μη μολυσματική συσκευασία. Τα κεραμικά δοχεία είναι συνήθως κατασκευασμένα από φυσικά υλικά όπως ο πηλός ή η πορσελάνη, τα οποία είναι βιώσιμα και φιλικά προς το περιβάλλον. Μπορούν να επαναχρησιμοποιηθούν και να ανακυκλωθούν μειώνοντας τα απόβλητα και συμβάλλοντας σε πιο βιώσιμες μεθόδους συσκευασίας.

Τα προϊόντα που θα δημιουργηθούν θα έχουν **βασικό στατικό το ελαιόλαδο** το οποίο θα παράγεται και θα προμηθεύεται από την Κρήτη. Οι ευεργετικές ιδιότητες του ελαιολάδου ήταν γνωστές από την αρχαιότητα. Είναι πραγματικά **«υγρός χρυσός»**, όπως είπε ο Όμηρος. Μάλιστα στον Ιπποκράτειο Ιατρικό Κώδικα αναφέρονται πε-

ρίπου φαρμακευτικές χρήσεις της ελιάς για τη θεραπεία ασθενειών και καταστάσεων. Το ελαιόλαδο έχει μεγάλα οφέλη για το δέρμα. Περιέχει μια ποικιλία βιταμινών, συμπεριλαμβανομένων των A, D και K, καθώς και βιταμίνη E, που βοηθούν στη διατήρηση της καλής υγείας του δέρματος. Έχει επίσης αντιοξειδωτικές ιδιότητες, επομένως μπορεί να βοηθήσει στην πρόληψη ή την αναστροφή της βλάβης από την υπερϊώδη ακτινοβολία που προκαλεί πρόωρη γήρανση. Περιέχει πολύ υψηλή συγκέντρωση σκουαλενίου σε σύγκριση με άλλα είδη λιπών και ελαίων. Το σκουαλένιο δίνει στο ελαιόλαδο επιπλέον αντιοξειδωτικά οφέλη.

Ενότητα 1η - Η ιδέα

Η φιλοσοφία



Στην Κρήτη οι ελιές καλλιεργούνταν από τα Μινωικά χρόνια. Εικόνες από ελαιόδεντρα που βρέθηκαν στο παλάτι της Κνωσού δείχνουν ότι οι άνθρωποι εκείνη την εποχή ζούσαν με ελιές, χρησιμοποιώντας τις για φαγητό και ως καύσιμο για λάμπες. Οι αρχαιολόγοι αναφέρουν ότι η μεγάλη οικονομική ανάπτυξη του βασιλείου των Μίνων οφειλόταν στο εμπόριο λαδιού στην Κρήτη, το οποίο είχε μεγάλη επιτυχία εκείνη την εποχή. Στην αρχαία Κνωσό και στη Φαιστό σώζονται ακόμη μεγάλα πήλινα αγγεία, στα οποία αποθηκευόταν μινωικό λάδι. Πολλά από αυτά τα αγγεία στεγάζονται και στο Μουσείο Ηρακλείου.

Στο αρχαίο ανάκτορο της Φαιστού σώζεται τμήμα του ελαιοτριβείου που χρησιμοποιούνταν για την εξαγωγή ελαιολάδου.

Με έμπνευση από τις αρχαίες συνήθειες ζωής, όπως την πολυτιμότητα του ελαιολάδου και την χρήση του στην διατροφή, την υγεία και την ομορφιά αλλά και το τρόπο συσκευής και αποθήκευσης του λαδιού όπου όπως προαναφέρεται αποθηκεύονταν σε κεραμικά βάζα, λαμβάνω όλη την φιλοσοφία της αρχαίας Ελλάδας φέρνοντας την στο σήμερα. Με την παρασκευή καλλυντικών από ελαιόλαδο δημιουργώ την ιδέα της όλης αισθητικής και φιλοσοφίας των προϊόντων της πτυχιακής μου.

Το γενικότερο concept των συσκευασιών και του Brand έχει να κάνει με επιρροές από την αρχαία Ελλάδα και τους αρχαίους μύθους όπως την Αθηνά που ήταν η θεά της ελιάς, τον τρόπο συσκευασίας και αποθήκευσης του ελαιόλαδου ως προς την αισθητική και την ιδέα, προσεγγίζοντας την επιρροή αυτή στη σύγχρονη αισθητική.



Ενότητα 1η - Η ιδέα

Moodboard

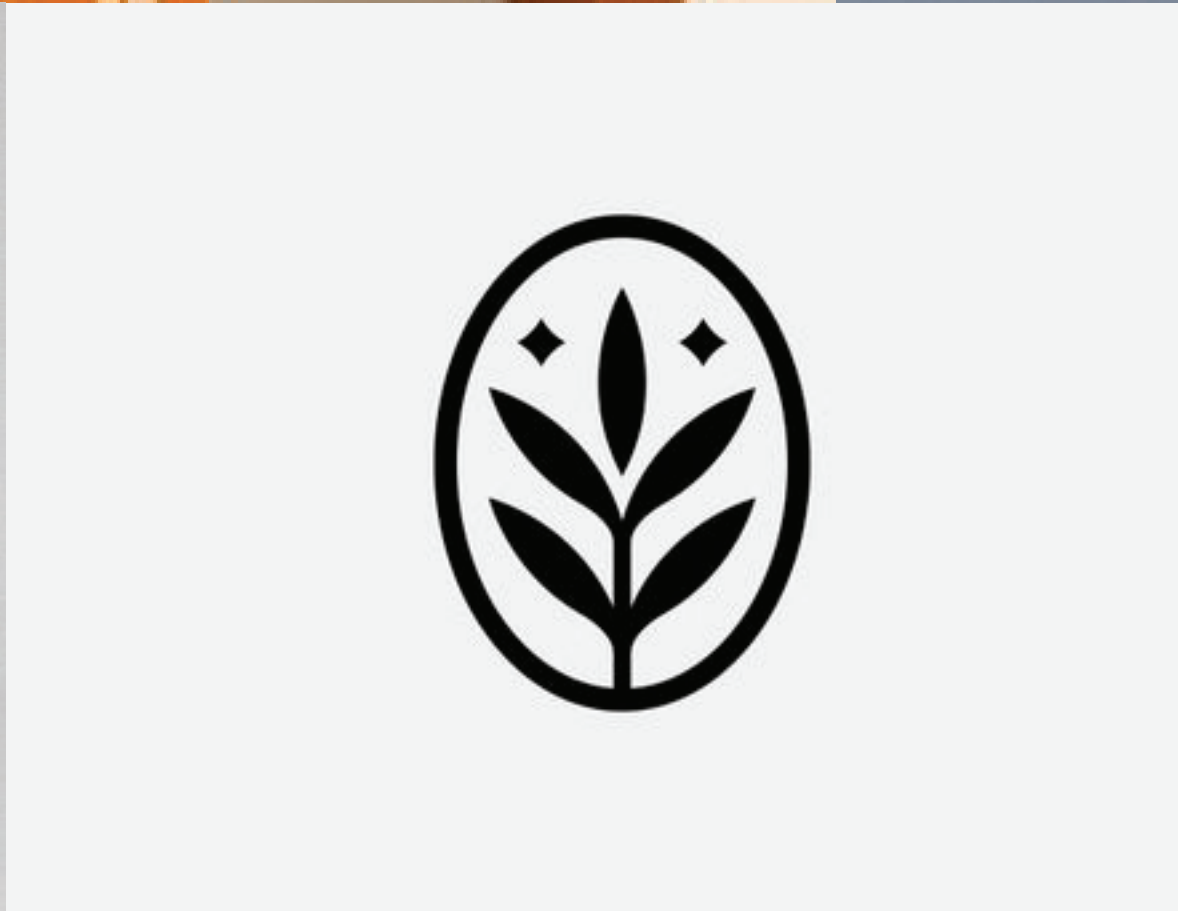


Ενότητα 2η

Η εταιρεία



Ενότητα 2η - Η εταιρεία
Επιρροές για το
design της εταιρείας

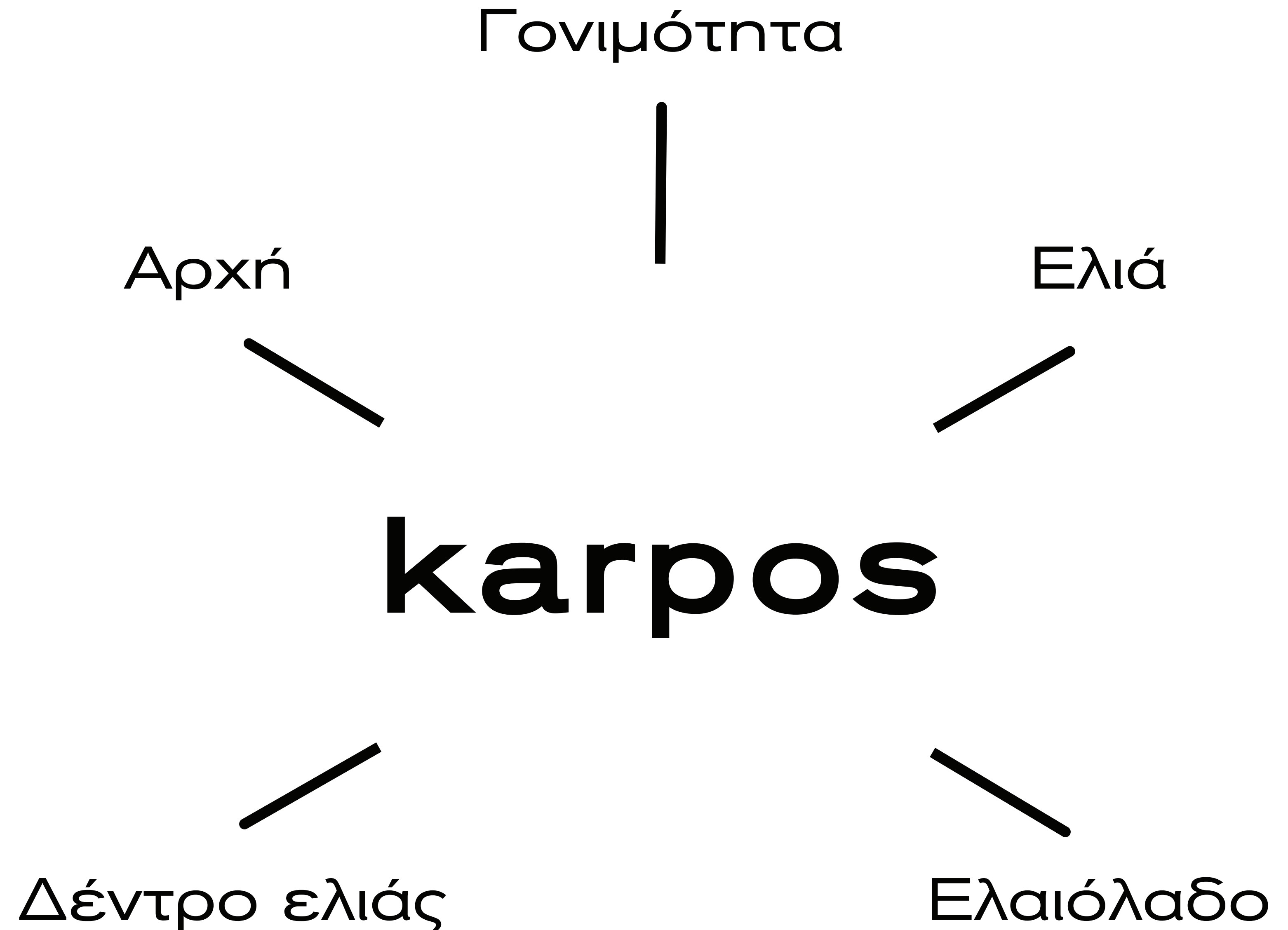


Ενότητα 2η - Η εταιρεία

Ιδεολογία ονόματος

Καρπός: μία λέξη που συμβολίζει την αρχή, την γονιμότητα και τον πλούτο. Ο καρπός της ελιάς είναι αυτός που προσφέρει το ελαιόλαδο και είναι σήμα κατατεθέν της Ελλάδας λόγω της μεγάλης παραγωγής ελαιόλαδου. Ένα ασημοπράσινο φρούτο που η παρουσία του σημάδεψε ολόκληρο το μεσογειακό τοπίο και έχτισε ολόκληρους πολιτισμούς πάνω του, συνδέοντας μαγικά όλους τους πολιτισμούς που αναπτύχθηκαν εκεί. Θεωρείται σύμβολο της νίκης, όπως στην αρχαιότητα, τα στεφάνια ελιάς «κότινος» αποτελούσαν έπαθλα για τους Ολυμπιονίκες. Αγαπημένο και αγαπημένο δέντρο από τους Έλληνες, συμβόλιζε την ειρήνη και εξακολουθεί να θεωρείται ιερό δώρο. Επιβιώνει και καρποφορεί γενναιόδωρα για αιώνες, καλλιεργείται σε ποικιλία εδαφών, προτιμά μεσογειακό κλίμα, θέλει λίγη φροντίδα και χρησιμοποιείται άφθονα για φρούτα, φύλλα και ξύλο.

Εφόσον η εταιρεία παράγει προϊόντα με κύριο συστατικό το παράγωγο του καρπού της ελιάς, το ελαιόλαδο, η εννοιολογία του ονόματος της εταιρείας συνδέεται άμεσα με την σημασία της λέξης «Καρπός».



καρπος

καρπός

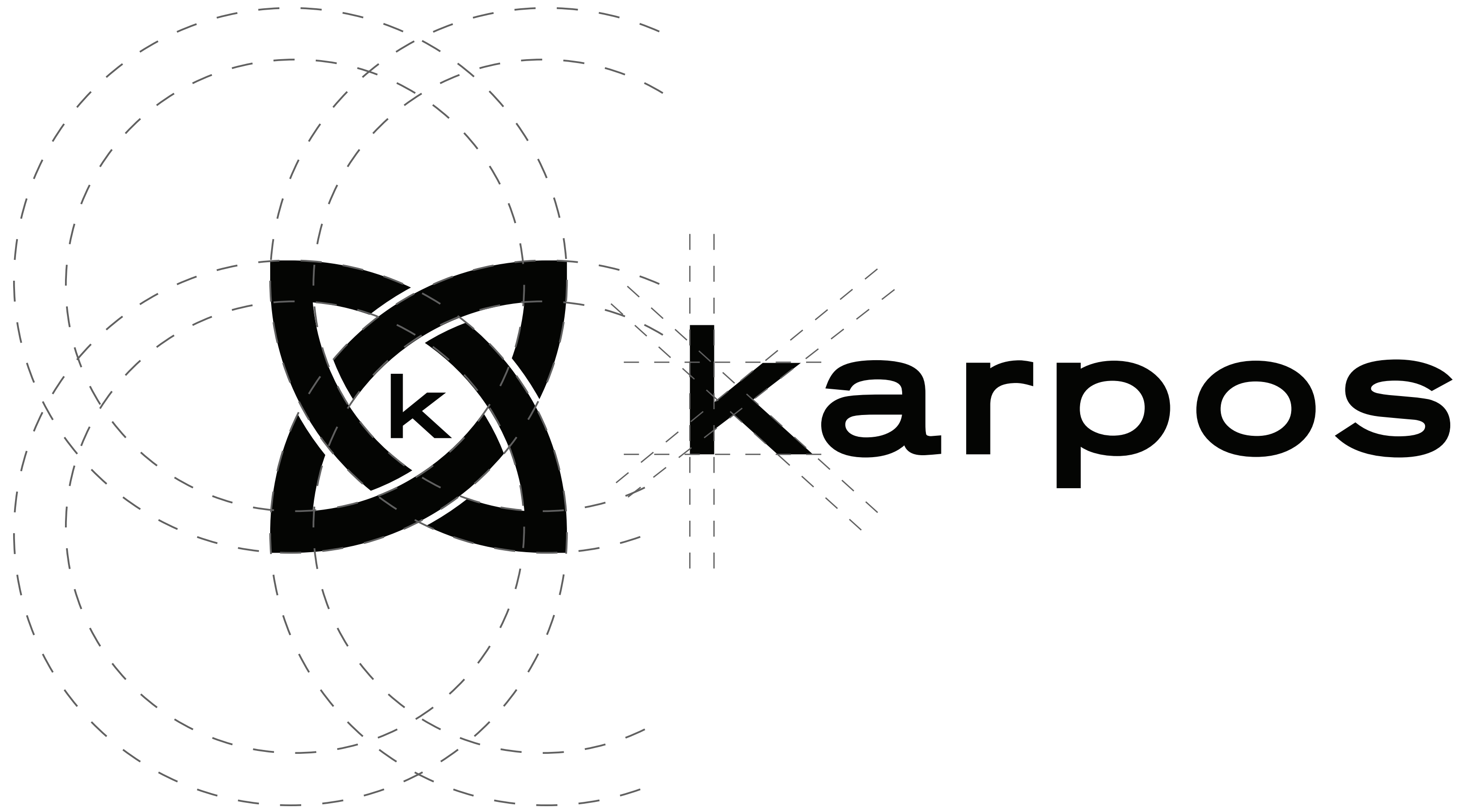
(λατ.: fructus)

-

το τελικό αποτέλεσμα της εξέλιξης του άνθους ενός φυτού, αυτό που περιέχει τα σπέρματα

ΕΝΟΤΗΤΑ 3η

Σχεδιασμός
λογοτύπου



Ενότητα 3η - Σχεδιασμός λογοτύπου

Προσχέδια

charpos

charpos

charpos

charpos

charpos

Karpos

karpos

karpos

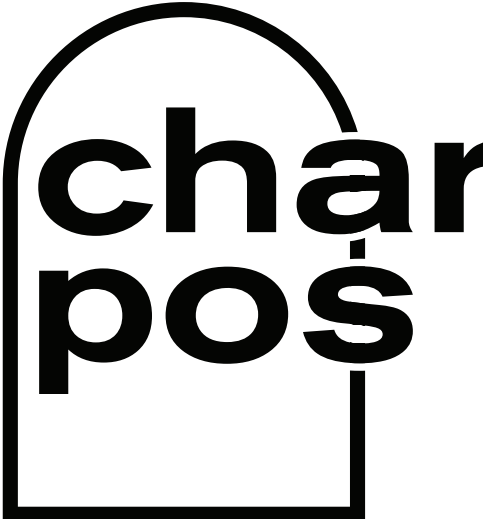
CHARPOS

**CHAR
POS**

CHARPOS

**CH
AR
POS**

 **char
pos**

 **char
pos**

**ch
ar
pos**

 **char
pos**

char
pos

char
pos

Karpos

Karpos

KARPOS

Karpos

karpos

karpos

karpos

karpos

karp os

Cf AdaptiveGrExt

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ΑΒΓΔΕΖΗΘΙΚΛΜΝΞΟΠΡΣΤΥΦΧΨΩ

αβγδεζηθικλμνξοπρστυφχψω

Cf AdaptiveGrExt Regular

καρπος

Cf AdaptiveGrExt with stroke

καρπος

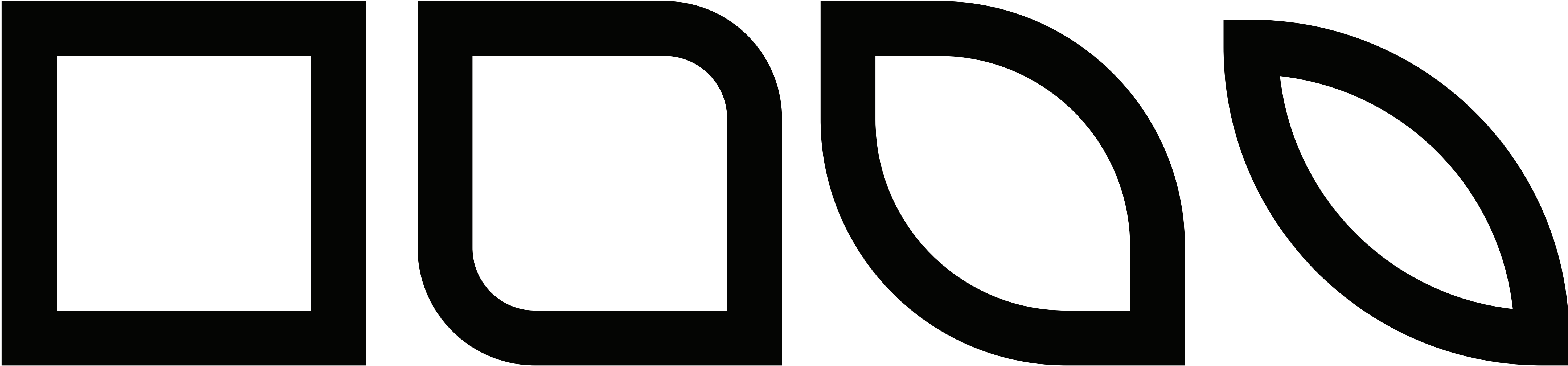
Ενότητα 3η - Σχεδιασμός λογοτύπου

Περιοχή προστασίας

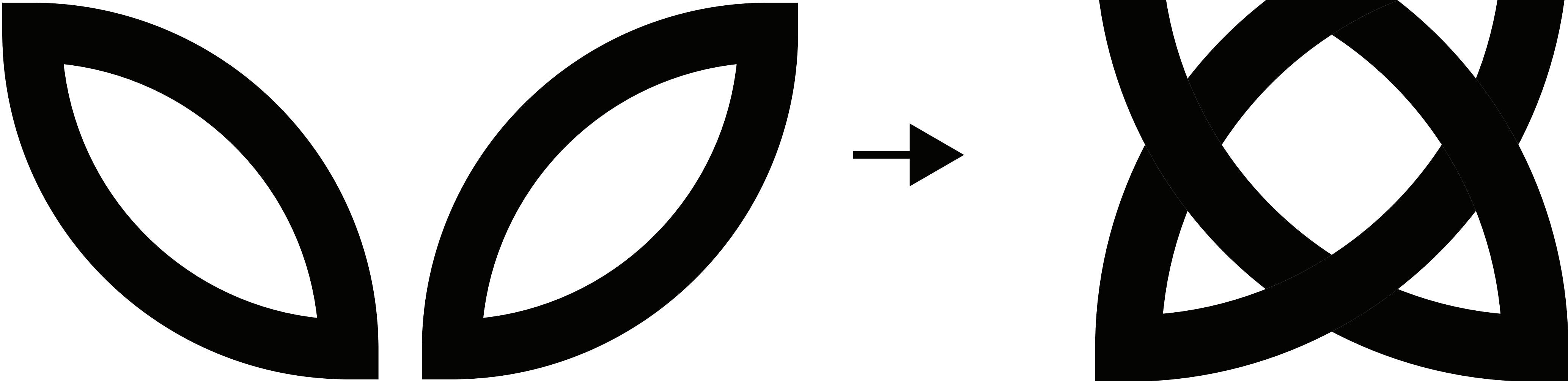


Ενότητα 3η - Σχεδιασμός λογοτύπου

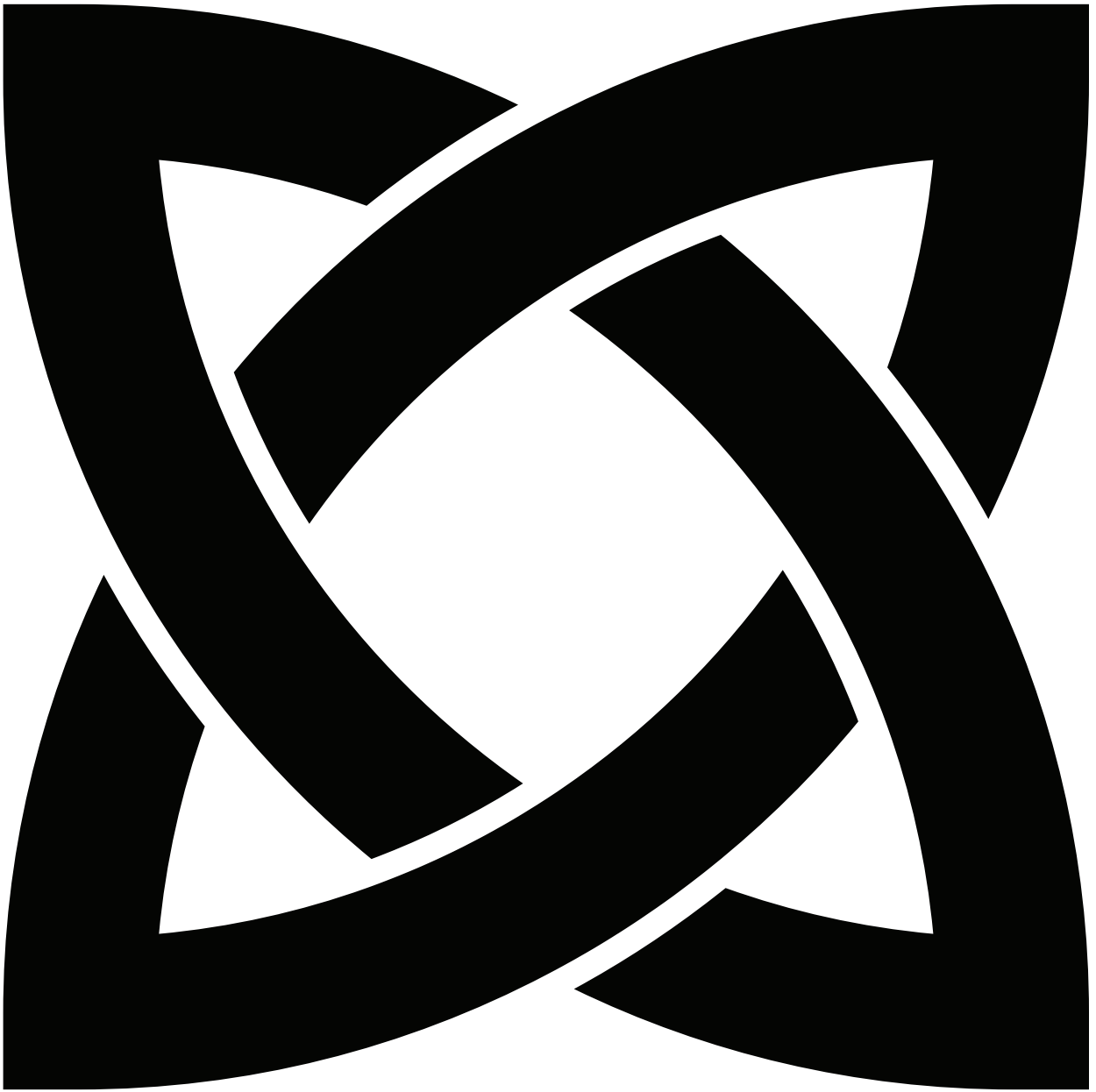
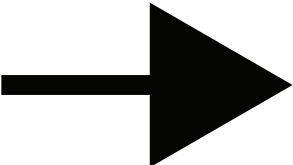
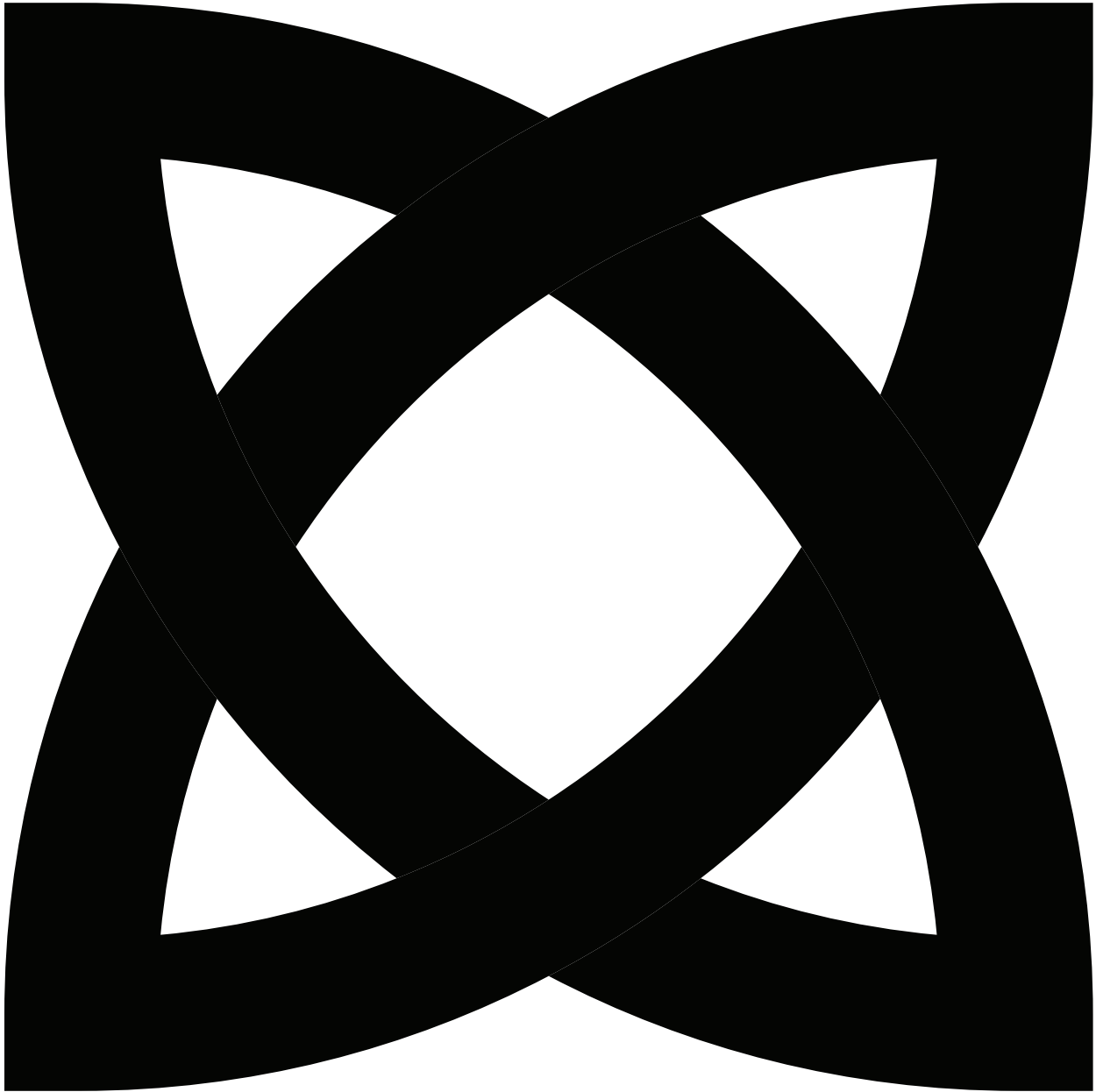
Σχεδιασμός icon



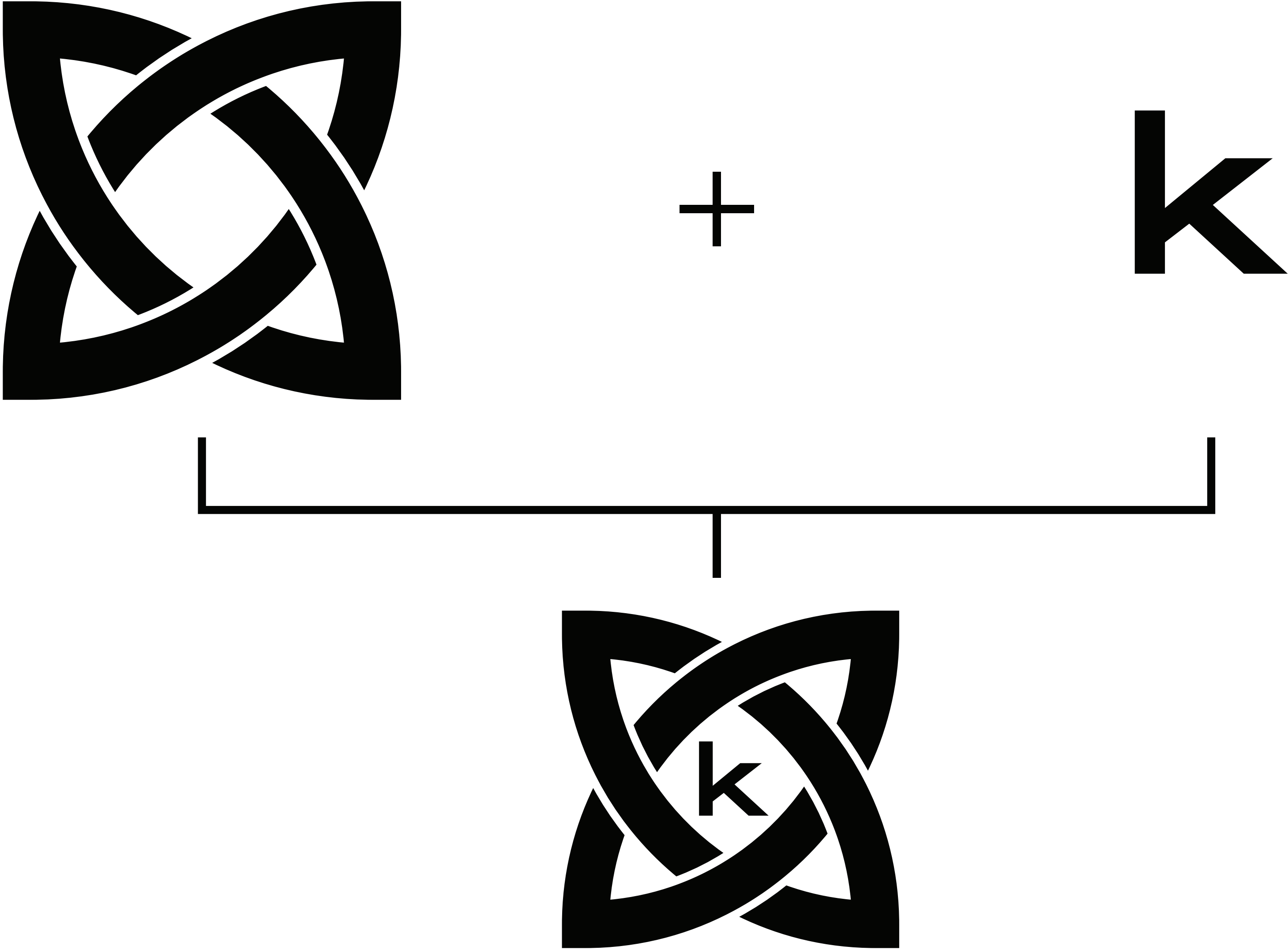
Σχήμα καρπού



Ενότητα 3η - Σχεδιασμός λογοτύπου

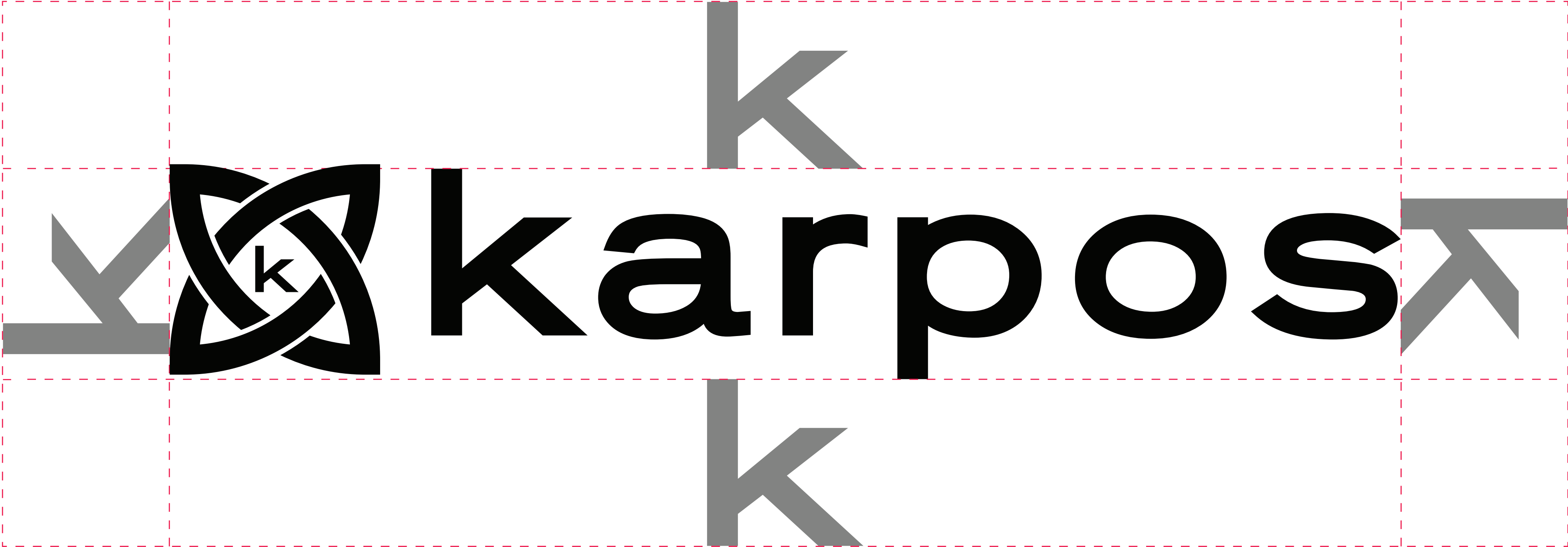


Ενότητα 3η - Σχεδιασμός λογοτύπου

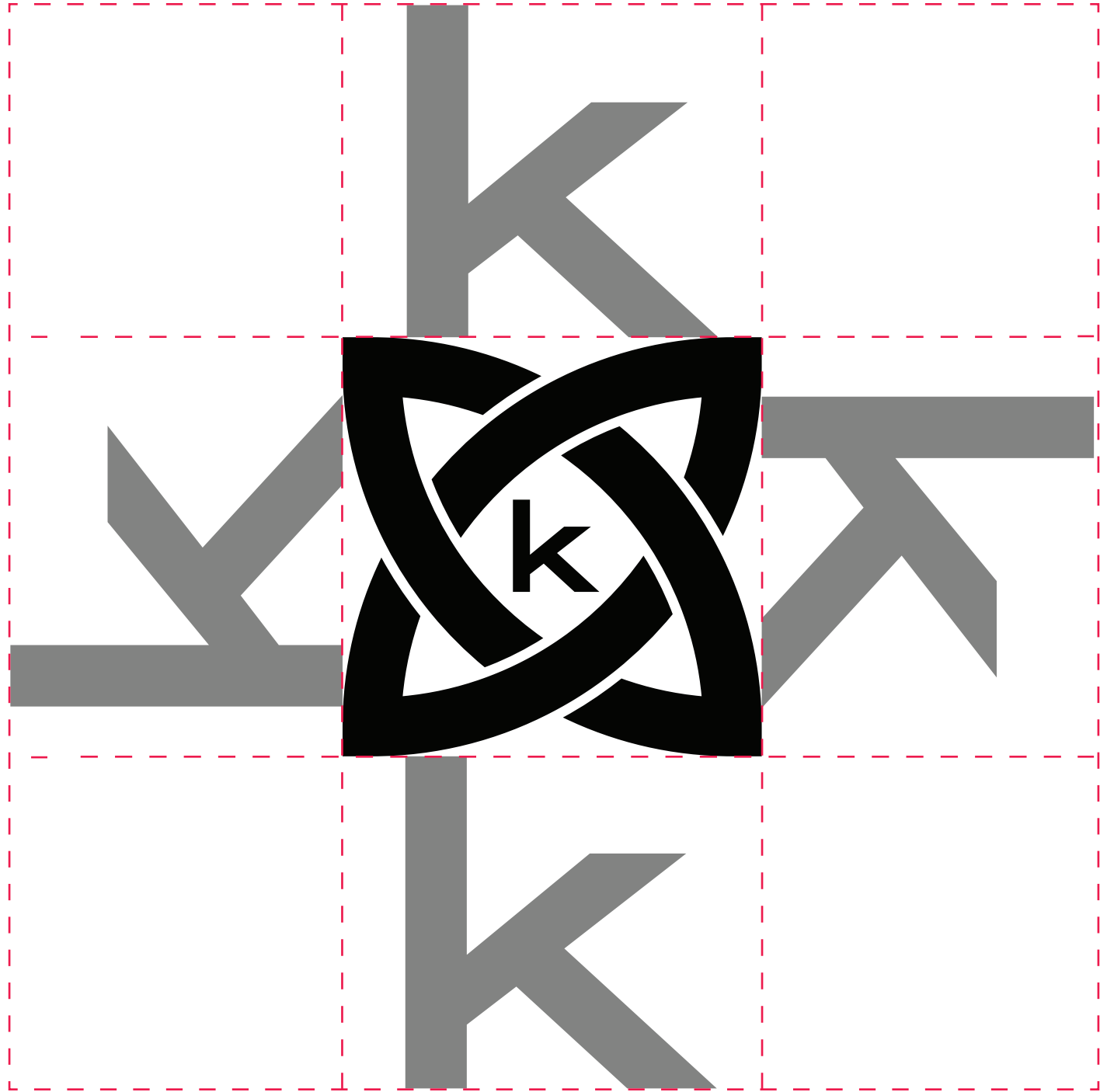


Ενότητα 3η - Σχεδιασμός λογοτύπου

Περιοχή προστασίας



Ενότητα 3η - Σχεδιασμός λογοτύπου



Ενότητα 3η - Σχεδιασμός λογοτύπου

Λανθασμένες χρήσεις

~~karpos~~

Απαγορεύεται η εφαρμογή μη καθορισμένων χρωμάτων

~~karpos~~

Απαγορεύεται η εφαρμογή του λογοτύπου με περίγραμμα

~~karpos~~

Απαγορεύεται η προσθήκη σκίασης στο λογότυπο



Απαγορεύεται η εφαρμογή μη καθορισμένων χρωμάτων



Απαγορεύεται η εφαρμογή του λογοτύπου με περίγραμμα



Απαγορεύεται η προσθήκη σκίασης στο λογότυπο

~~karpos~~

Απαγορεύεται η αλλαγή αναλογίας του λογοτύπου

~~karpos~~

Απαγορεύεται η περιστροφή του λογοτύπου



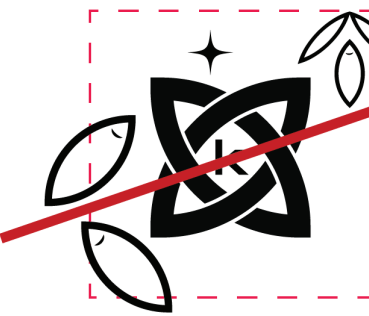
Απαγορεύεται η τοποθέτηση άλλων στοιχείων εντός του ελεύθερου χώρου



Απαγορεύεται η αλλαγή αναλογίας του λογοτύπου



Απαγορεύεται η περιστροφή του λογοτύπου



Απαγορεύεται η τοποθέτηση άλλων στοιχείων εντός του ελεύθερου χώρου

~~karpos~~

Απαγορεύεται το πλαίσιο στο λογότυπο

~~karpos~~

Απαγορεύεται η χρήση του λογοτύπου ως φόντο



Απαγορεύεται η τοποθέτηση του λογοτύπου σε φόντο με χρώματα υψηλής αντίθεσης



Απαγορεύεται το πλαίσιο στο λογότυπο



Απαγορεύεται η χρήση του λογοτύπου ως φόντο



Απαγορεύεται η τοποθέτηση του λογοτύπου σε φόντο με χρώματα υψηλής αντίθεσης

~~karpos~~

Απαγορεύεται η εφαρμογή μικρότερου μεγέθους από το ελάχιστο

~~Karpos~~

Απαγορεύεται η αλλαγή μεγέθους της νοηματοσειράς

~~karpos~~

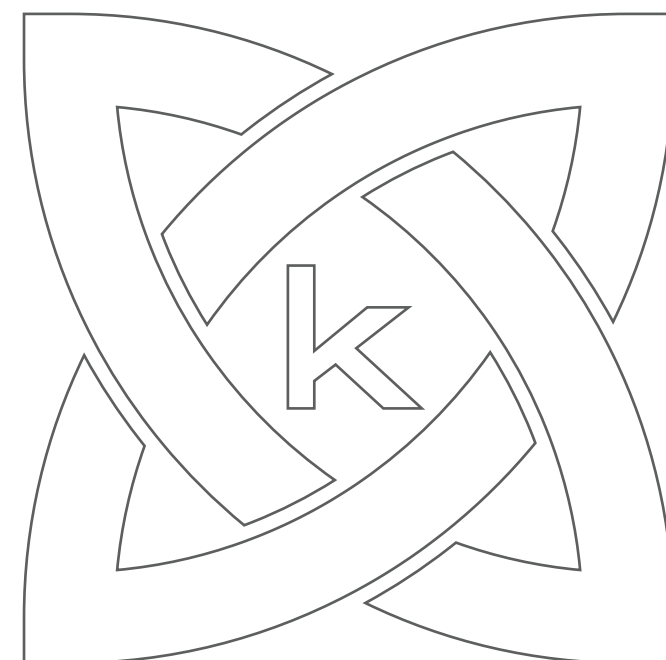
Απαγορεύεται η χρήση άλλης γραμματοσειράς



Απαγορεύεται η εφαρμογή μικρότερου μεγέθους από το ελάχιστο

ΕΝΟΤΗΤΑ 4n

Χρωματική παλέτα



Πορτοκαλί

Hex: #e36e25

Pantone: 158 C

CMYK: 0%, 46%, 75%, 11%

RGB: 227, 110, 37

Μπλέ

Hex: #3c4ea1

Pantone: 7455 C

CMYK: 40%, 33%, 0%, 37%

RGB: 60, 78, 161

Λευκό

Hex: #ffffff

Pantone: 11-0601 TPG

CMYK: 0%, 0%, 0%, 0%

RGB: 255, 255, 255

karpos

karpos

karpos

karpos

Ενότητα 4η - Χρωματική παλέτα

Πορτοκαλί Μπλέ

Το πορτοκαλί είναι ένας συνδυασμός κόκκινου και κίτρινου, συνδυάζοντας ενθουσιασμό και θετικότητα. Το λαμπερό και ζωντανό πορτοκαλί είναι ένα διασκεδαστικό χρώμα γεμάτο νιάτα, ενέργεια και ευτυχία. Εμπνέουν τη δημιουργικότητα και ανεβάζουν τη διάθεση των ανθρώπων. Το χρυσό πορτοκαλί αποπνέει επίσης μια αίσθηση πολυτέλειας και κύρους. Η επιλογή του χρώματος αυτού για την χρωματική παλέτα της εταιρικής ταυτότητας της εταιρείας, είναι για την ανάδειξη του κύρους αλλά και του πλούτου καθώς συνδέεται με την πολιτιμότητα του λαδιού στην αρχαία Ελλάδα.

Ως χρώμα του ουρανού και του ωκεανού, το μπλε χρησιμοποιείται επίσης για να υποδηλώσει μια σύνδεση με τη φύση. Το μπλέ χρώμα των νερών της Ελλάδας όχι μόνο ηρεμεί το μάτι, αλλά δίνει ενέργεια. Ο γαλάζιος ουρανός δίνει την αίσθηση και τον αέρα Ελλάδας, καθώς το χρώμα αυτό είναι το σήμα κατατεθέν της χώρας. Με επιρροή από τα χρώματα της ελληνικής σημαίας, επέλεξα να υπάρχουν στην χρωματική παλέτα τόσο της εταιρείας όσο και στις συσκευασίες.

Λευκό

Το λευκό συχνά δημιουργεί ιδέες αγνότητας, απλότητας και καθαριότητας, εφόσον τα προϊόντα φτιάχνονται από αγνά φυσικά υλικά, αλλά συνδέεται και με το λευκό χρώμα του πηλού από το οποίο αποτελούνται τα δοχεία των προϊόντων. Ταυτόχρονα όπως προαναφέρθηκε, εμπνευσμένη από τα χρώματα της ελληνικής σημαίας το λευκό χρώμα είναι ένα από τα χρώματα της ελληνικής σημαίας, και συνδυάζεται με το μπλε.

Contrast

Όλα τα χρώματα τα οποία επιλέχθηκαν για την χρωματική παλέτα της εταιρείας, αλλά και της σειράς των προϊόντων έχουν σχέση αντίθεσης, καθώς, το χρώμα είναι ζωτικής σημασίας για να παραμείνει πιστό στην ουσία της μάρκας, διατηρώντας τη συνοχή του μέσα από τις αποχρώσεις και τις αποχρώσεις της παλέτας. Όταν επιλέγεται μια παλέτα χρωμάτων για την επωνυμία ή το σχέδιο συσκευασίας, δημιουργείται μια υποβλητική εικόνα του οργανισμού στο κοινό. Έτσι, το χρώμα γίνεται μια προσαρμοσμένη ταυτότητα επωνυμίας χωρίς την ανάγκη για λογότυπο. Βέβαια, όταν σε μία εταιρική ταυτότητα υπάρχει αντίθεση χρωμάτων αναγνωρίζεται και αντιλαμβάνεται πιο εύκολα σε σχέση με μια χρωματική παλέτα ήπιων χρωμάτων. Στην προκείμενη περίπτωση η αντίθεση βρίσκεται μεταξύ του μπλε και του πορτοκαλί χρώματος.

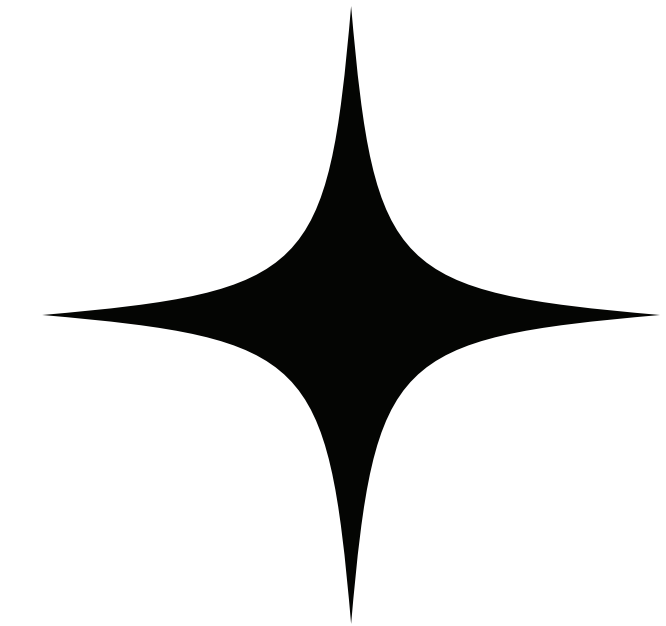
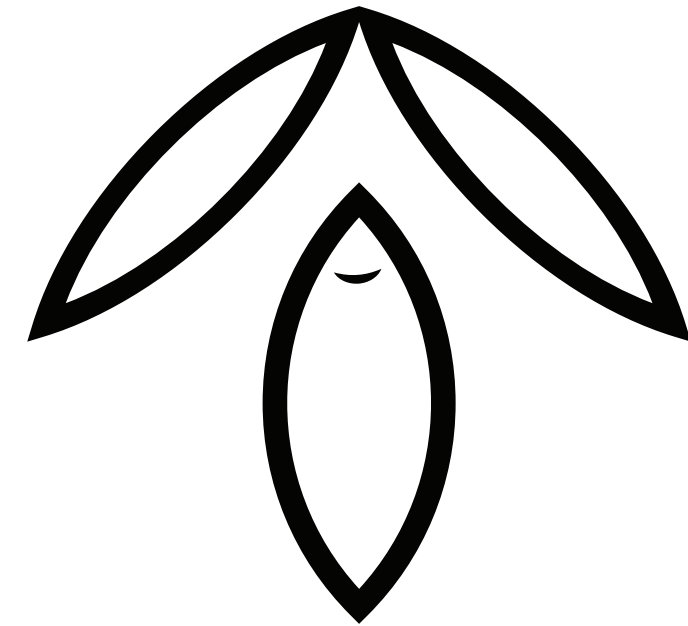
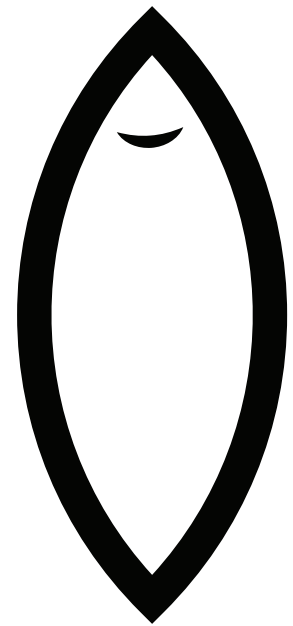
Ε5n

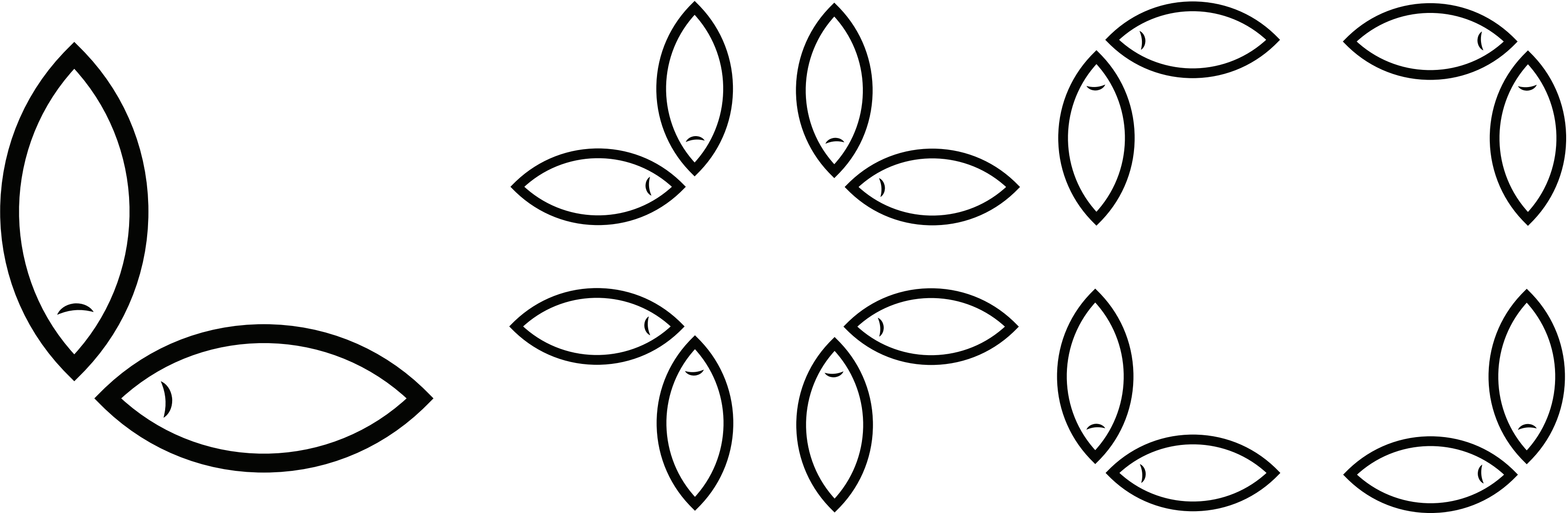
Branding



Ενότητα 5η - Branding

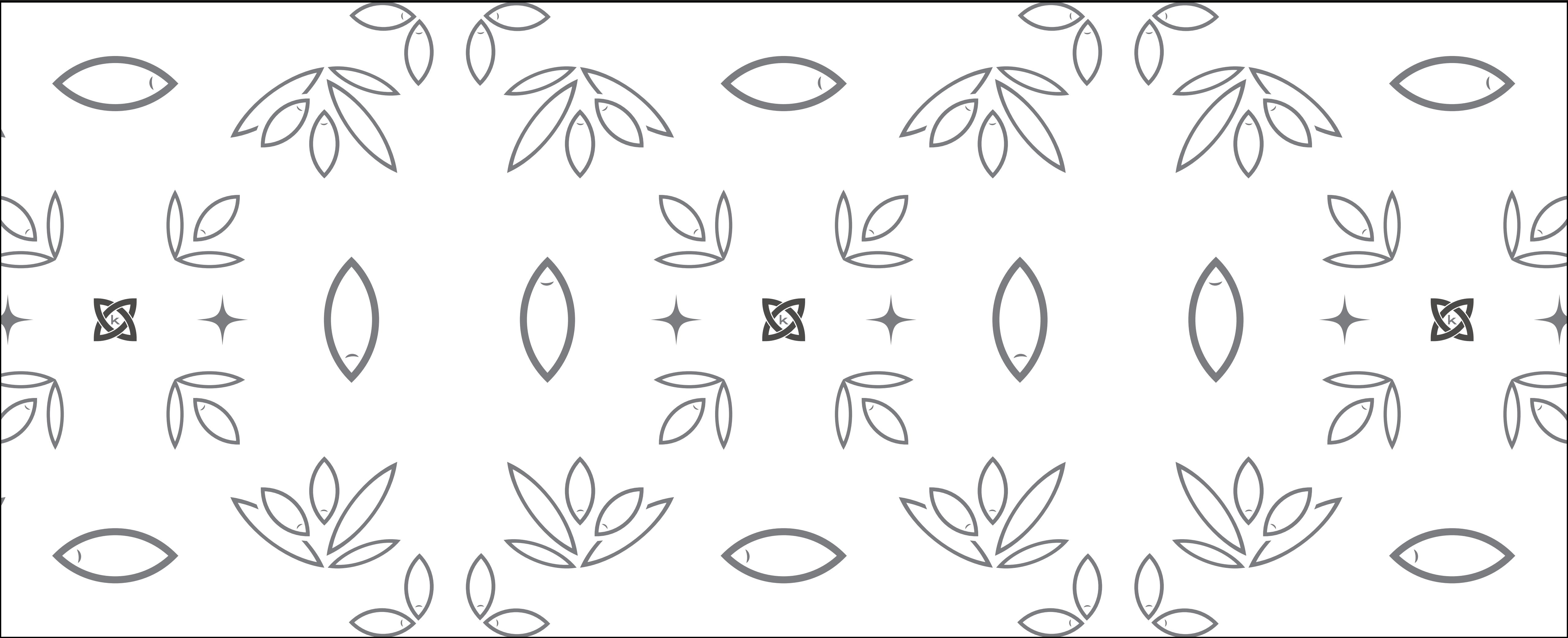
Brand personality -
εικονίδια





Ενότητα η - Branding

Pattern



Ενότητα 5η - Branding

Icon συσκευασιών



Εικονίδιο πορτοκαλιού. Στην συσκευασία του προϊόντος «Face oil with olive oil and vitamin c», έχει τοποθετηθεί η παραπάνω εικονογράφηση στην Α όψη της συσκευασίας αναπαριστώντας κομμάτι από πορτοκάλι μαζί με έξτρα λεπτομέρειες γύρω από αυτό για την προσέγγιση του μωσαϊκού στύλ. Η τεχνική που έχει χρησιμοποιηθεί για την δημιουργία του είναι η τεχνική mirroring.

Το προϊόν συμπεριλαμβάνει βιταμίνη C η οποία υπάρχει σε μεγάλη ποσότητα στο πορτοκάλι, γιαυτό και η επιλογή αναπαράστασης του πορτοκαλιού για τον σχεδιασμό της συσκευασίας του λαδιού προσώπου.



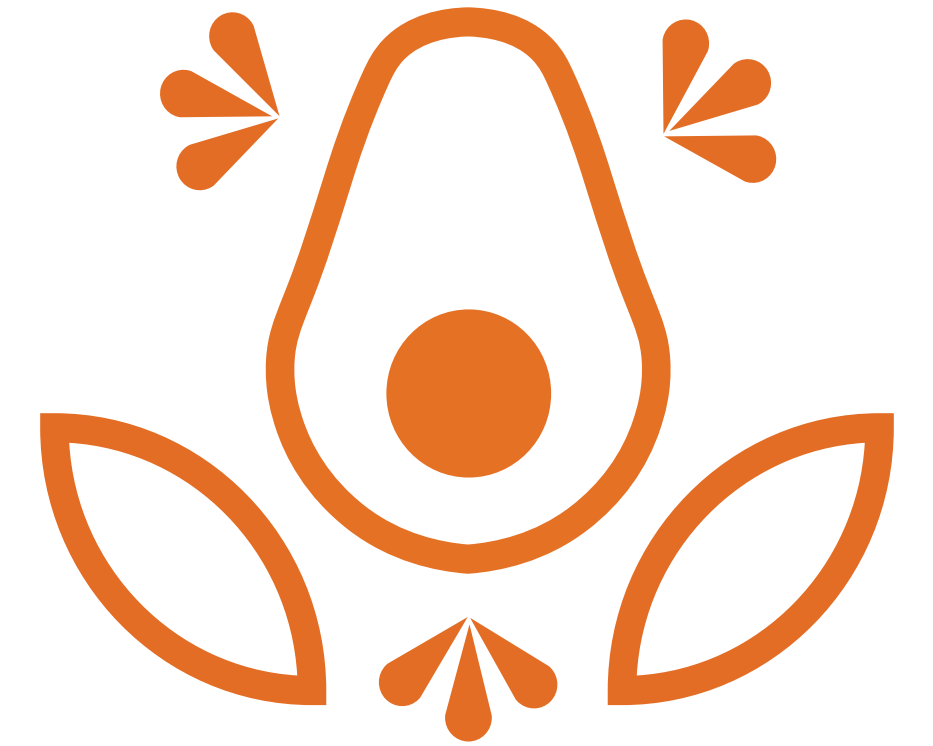
Εικονίδιο μέλισσας. Στην συσκευασία του προϊόντος «body butter with olive oil and honey», έχει τοποθετηθεί η παραπάνω εικονογράφηση στην Α όψη της συσκευασίας αναπαριστώντας μία μέλισσα με δεξιά και αριστερά της να την περιβάλλουν κερήθρες. Η τεχνική που έχει χρησιμοποιηθεί για την δημιουργία του είναι η τεχνική mirroring.

Το προϊόν συμπεριλαμβάνει μέλι, γιαυτό και η επιλογή αναπαράστασης της μέλισσας (τον παραγωγό) και των κερηθρών, για τον σχεδιασμό της συσκευασίας του βουτύρου σώματος.



Εικονίδιο τριαντάφυλλου. Στην συσκευασία του προϊόντος «body oil with olive oil and rose petals», έχει τοποθετηθεί η παραπάνω εικονογράφηση στην Α όψη της συσκευασίας αναπαριστώντας ένα τριαντάφυλλο στολισμένο με έξτρα εικονίδια γύρω από αυτό. Η τεχνική που έχει χρησιμοποιηθεί για την δημιουργία του είναι η τεχνική mirroring.

Το προϊόν συμπεριλαμβάνει φύλλα τριαντάφυλλου, γιαυτό και η επιλογή αναπαράστασης του τριαντάφυλλου, για τον σχεδιασμό της συσκευασίας του λαδιού σώματος.



Εικονίδιο αβοκάντο. Στην συσκευασία του προϊόντος «Soap with olive oil and avocado», έχει τοποθετηθεί η παραπάνω εικονογράφηση στην Α όψη της συσκευασίας αναπαριστώντας ένα αβοκάντο στολισμένο με έξτρα εικονίδια γύρω από αυτό. Η τεχνική που έχει χρησιμοποιηθεί για την δημιουργία του είναι η τεχνική mirroring.

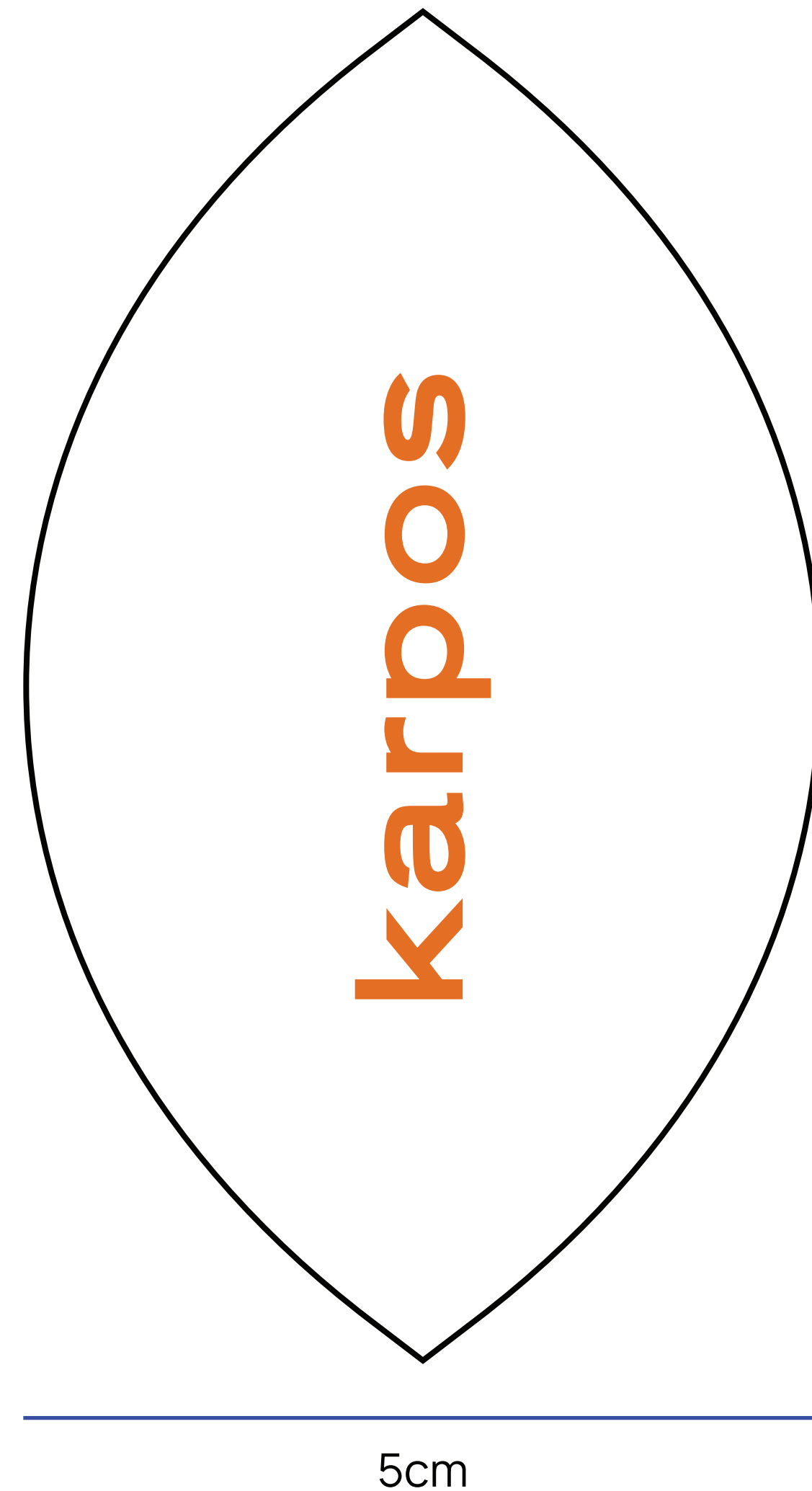
Το προϊόν συμπεριλαμβάνει στα συστατικά του αβοκάντο, γιαυτό και η επιλογή αναπαράστασης του αβοκάντο, για τον σχεδιασμό της συσκευασίας του σαπουνιού.

Ενότητα 5η - Branding

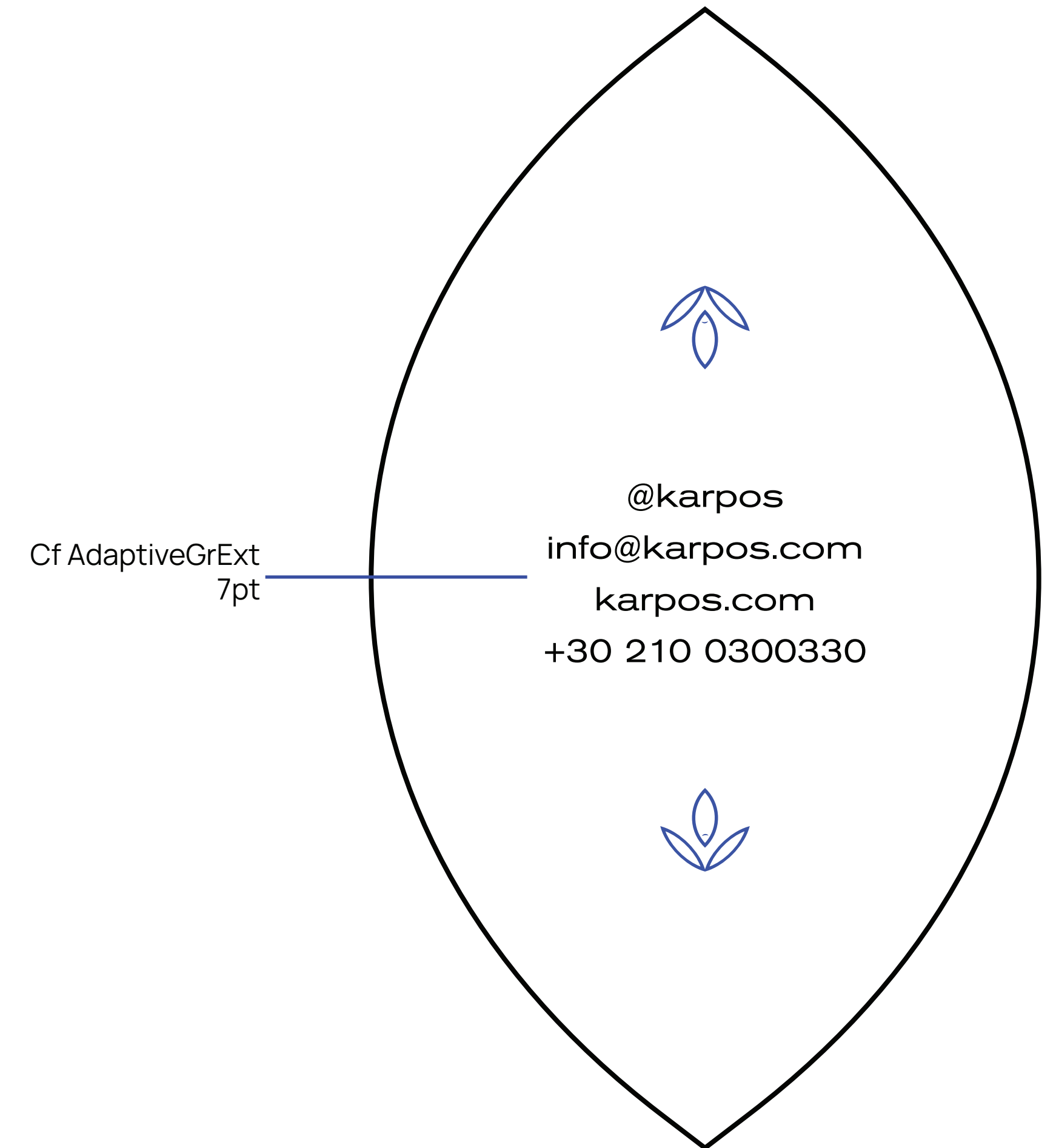
Εταιρική ταυτότητα

Επαγγελματικές κάρτες

Α όψη



Β όψη



Ενότητα 5η - Branding

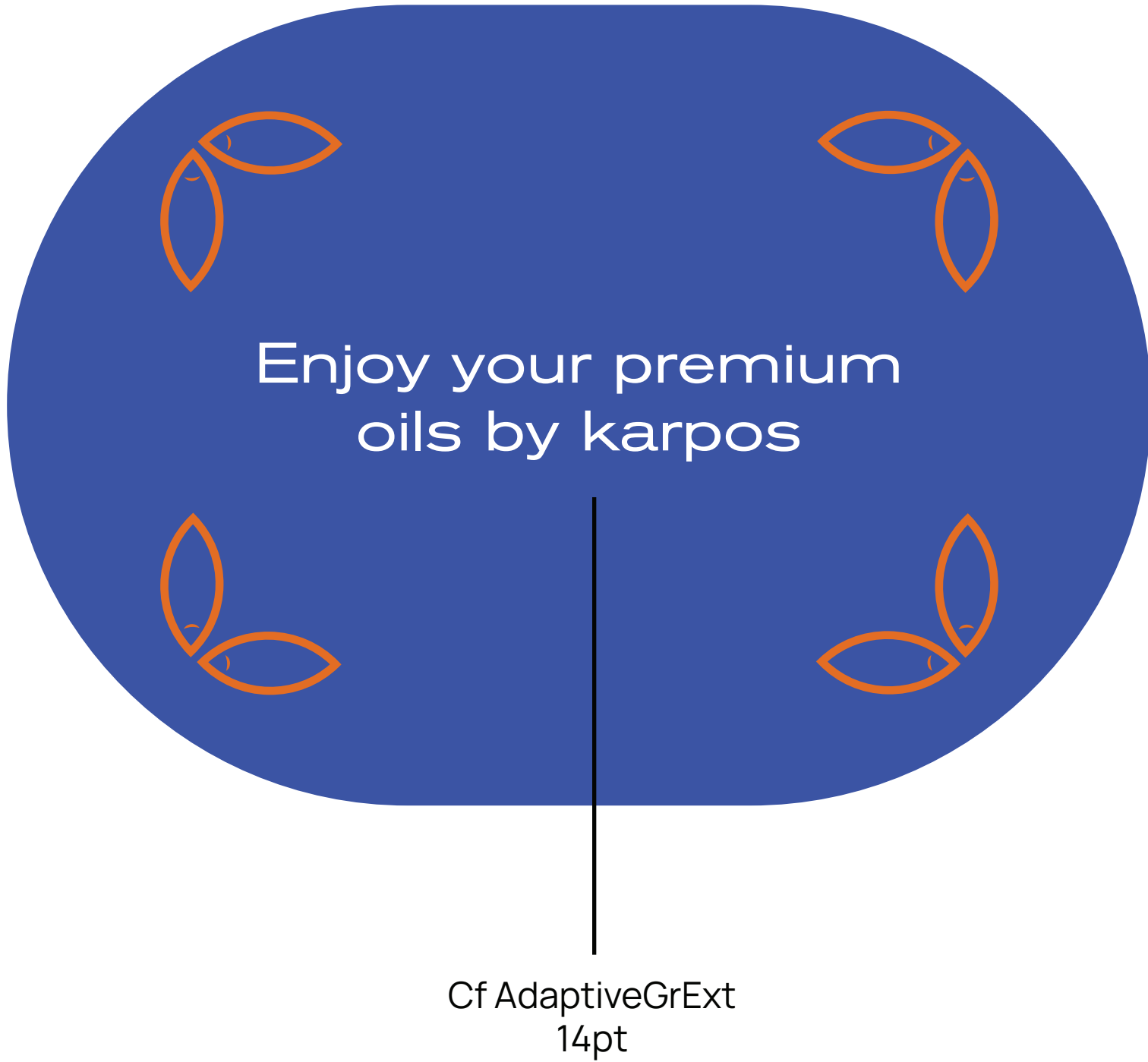


Κάρτα ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΩΝ

A όψη

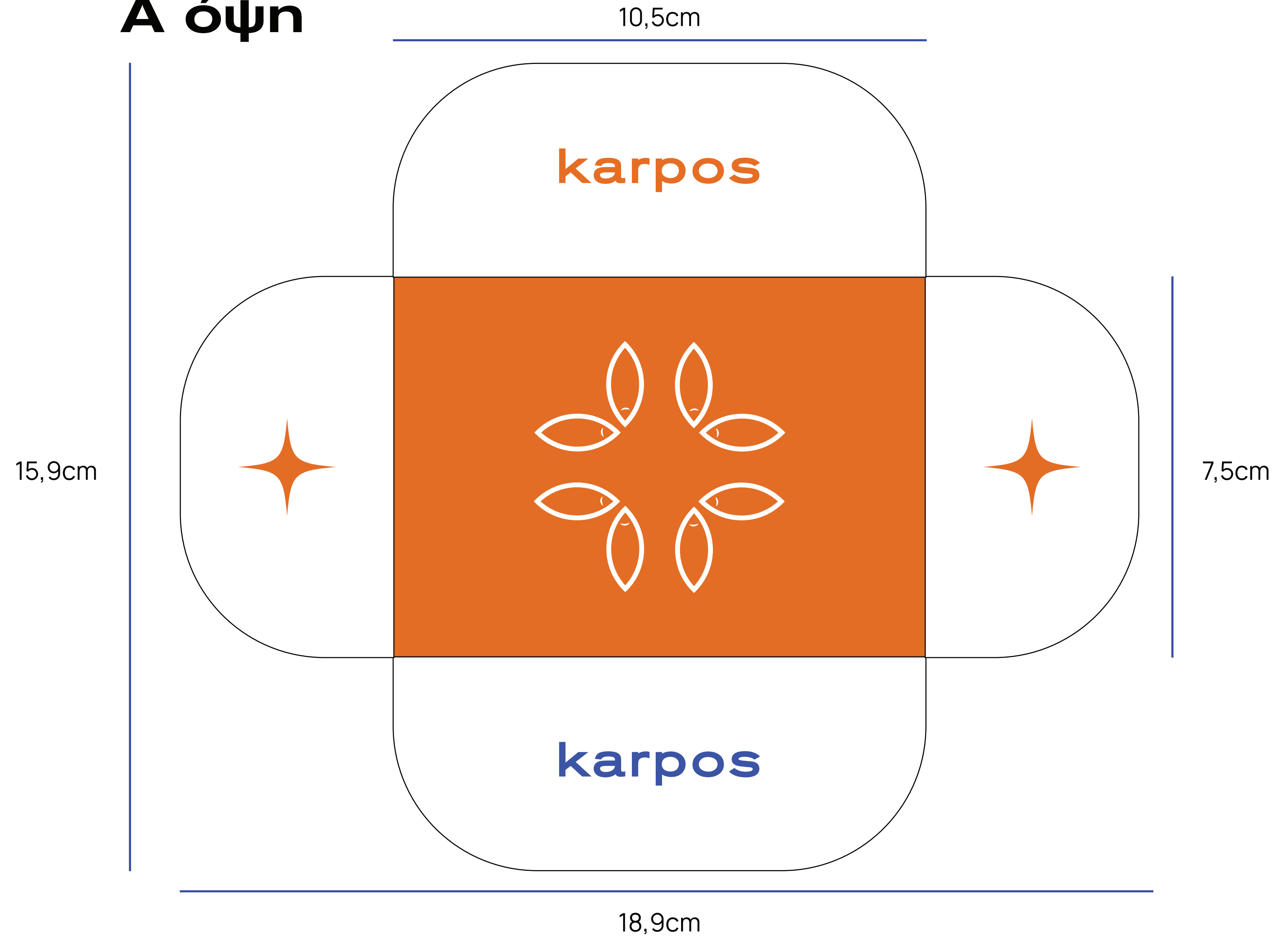


B όψη



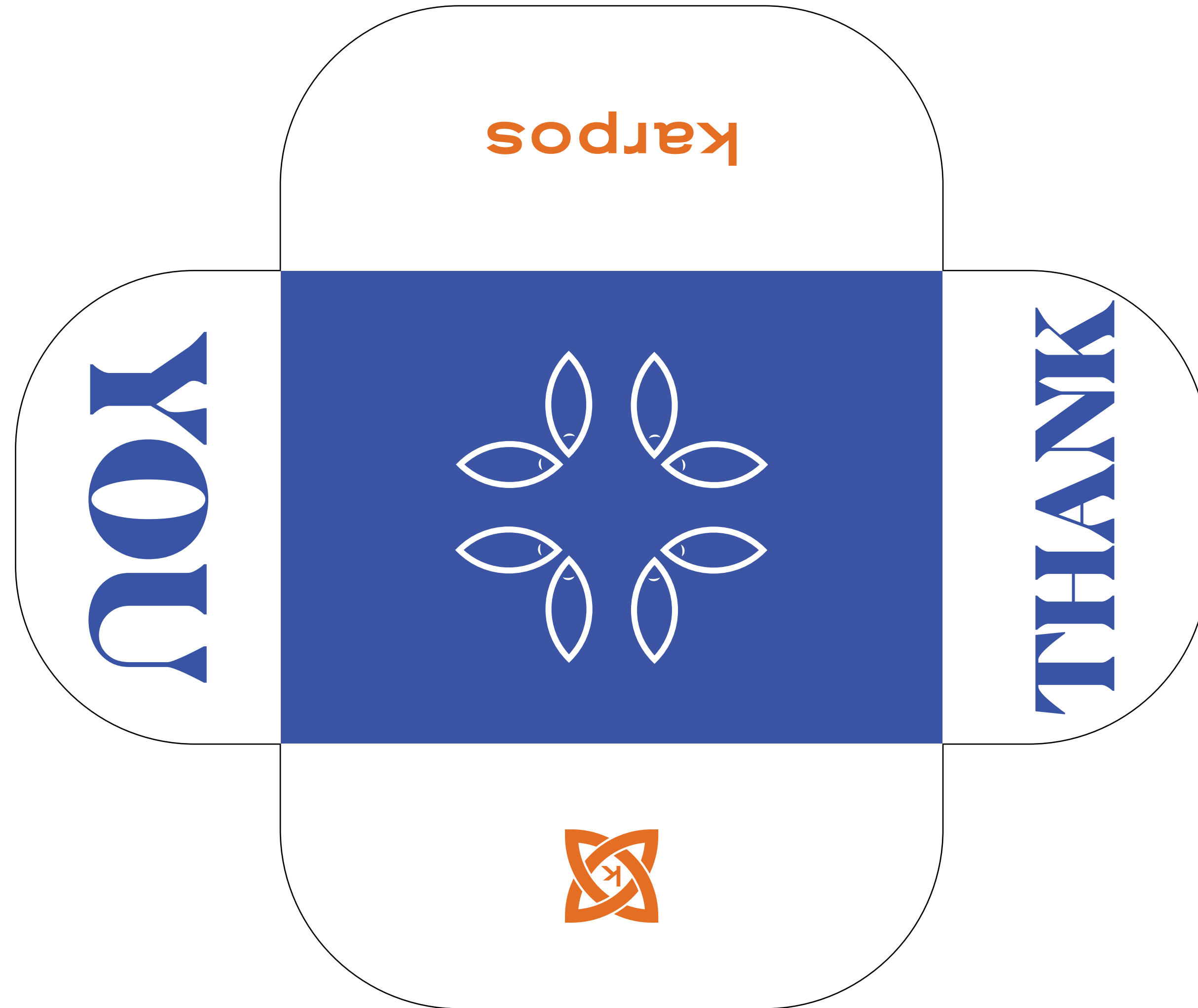
Φάκελος κάρτας ευχαριστιών

Α όψη



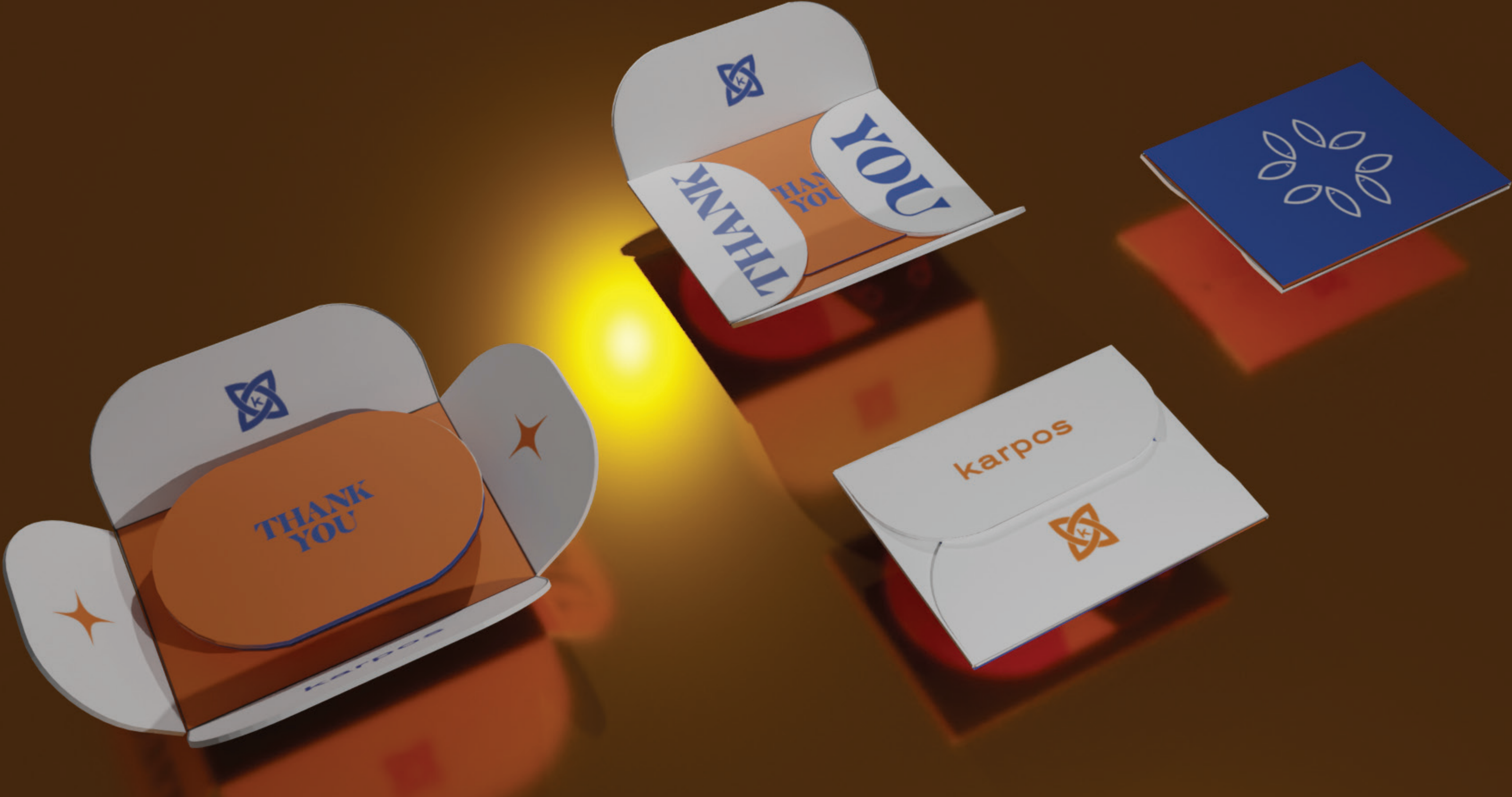
Φάκελος κάρτας ευχαριστιών

Β όψη





Ενότητα 5η - Branding



Ταχυδρομικός φάκελος



Cf AdaptiveGrExt
10pt

The front of the envelope features the Karpos logo, which consists of a stylized 'K' inside a square followed by the word 'karpos' in a lowercase, sans-serif font. Below the logo, the contact information is listed: 'info@karpos.com', 'karpos.com', and '+30 210 0300330'. A horizontal line from the text 'Cf AdaptiveGrExt 10pt' on the left points to the contact information.

Επιστολόχαρτο

29,7cm

21cm



info@karpos.com
karpos.com
+30 210 0300330

From: Karpos®
To:

info@karpos.com
karpos.com
+30 210 0300330

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugait nulla facilisi.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugait nulla facilisi.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.

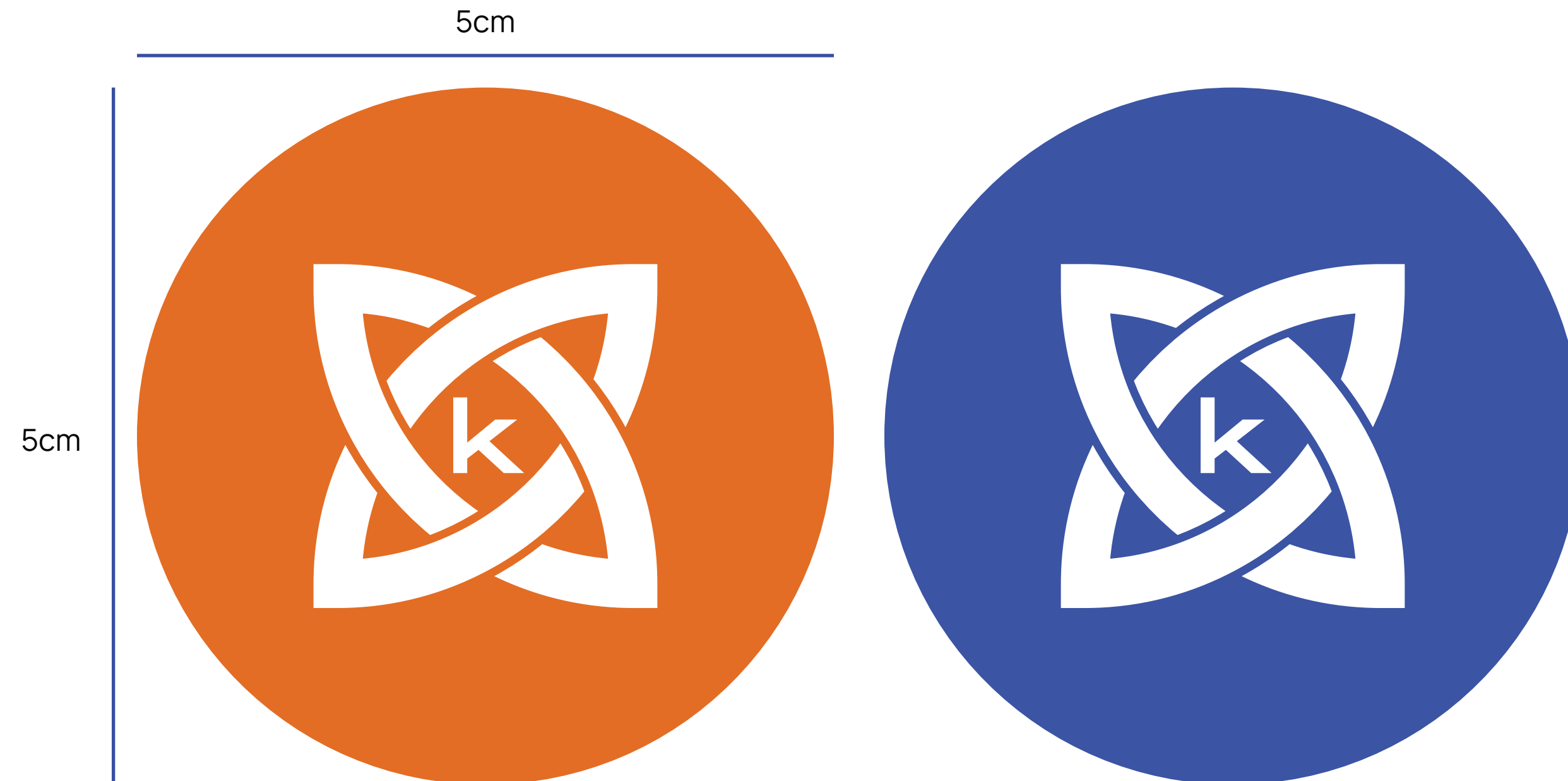
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugait nulla facilisi.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.

Sincerely

Elpida Vlachaki

Αυτοκόλλητα



Τσάντα





Υφασμάτινη τσάντα



Instagram posts

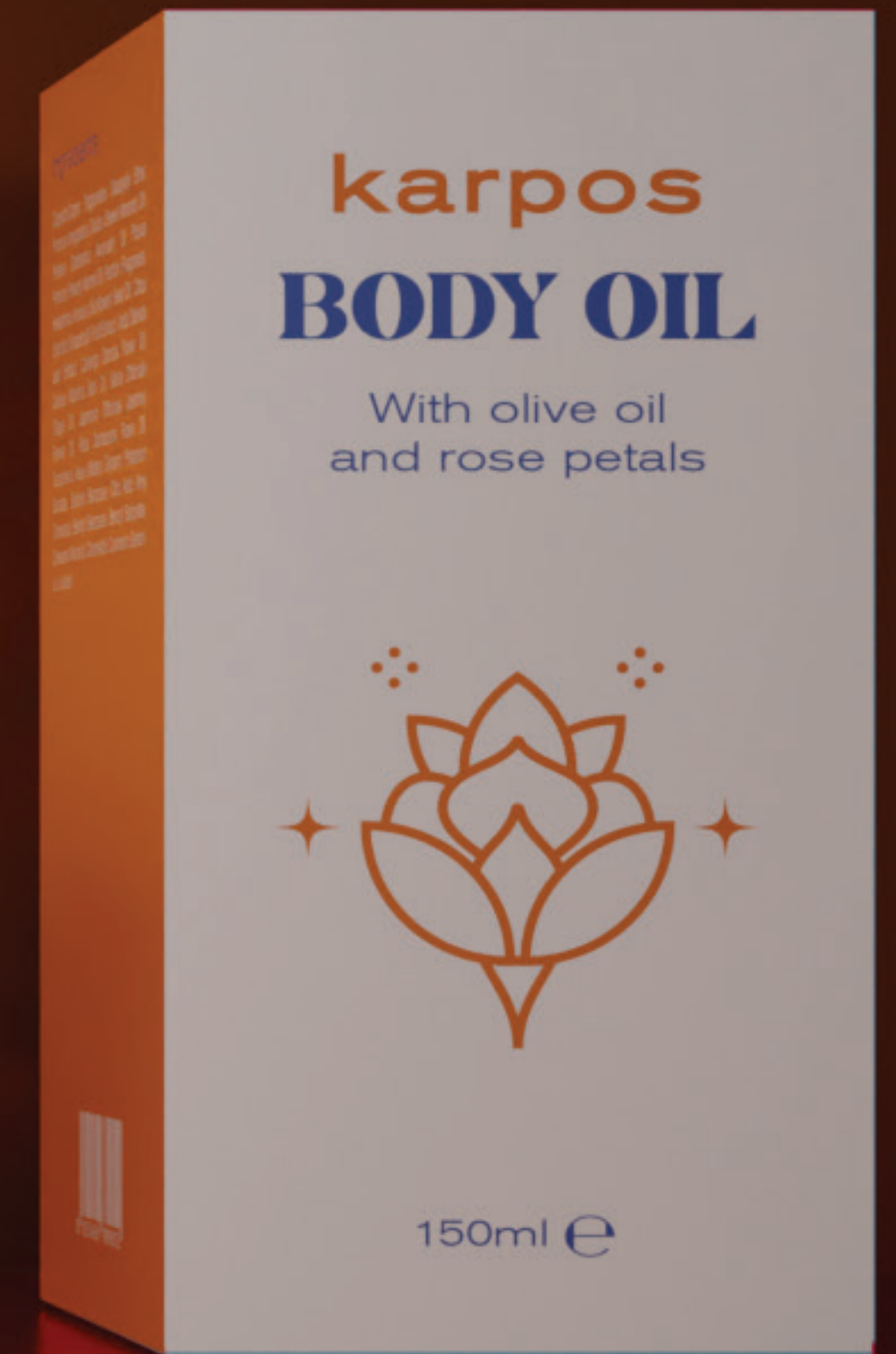


Ενότητα 5n - Branding



karpos έναν

ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΕΣ



Ενότητα 6η - Συσκευασίες

Καλλυντικά προϊόντα που υπάρχουν στην αγορά



Ενότητα 6η - Συσκευασίες

Moodboard συσκευασιών



Συσκευασία κουτιού για προϊόν λαδιού προσώπου με βιταμίνη C



Ενότητα 6η - Συσκευασίες

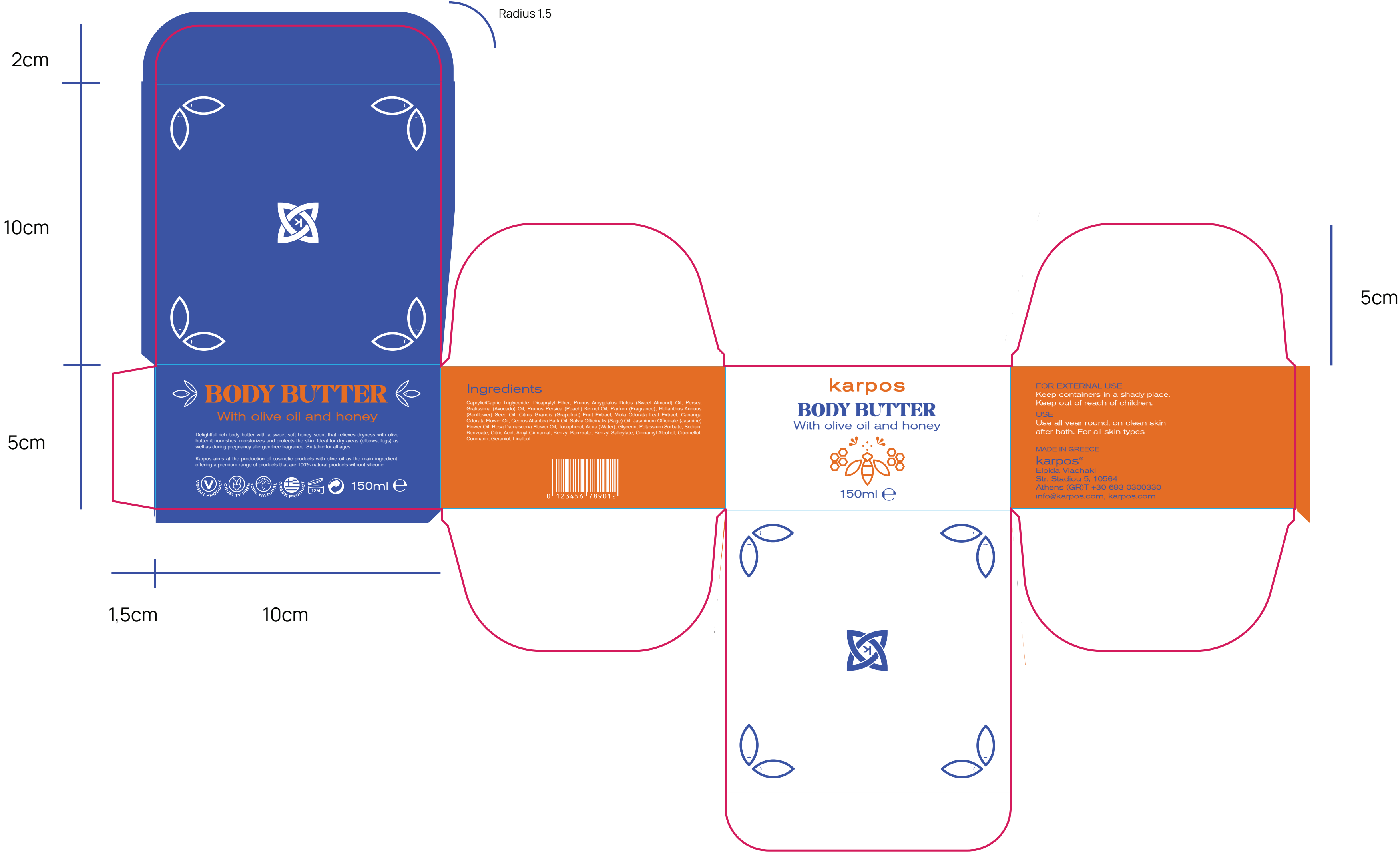




Συσκευασία κουτιού για προϊόν βουτύρου σώματος με μέλι



Ενότητα 6η - Συσκευασίες

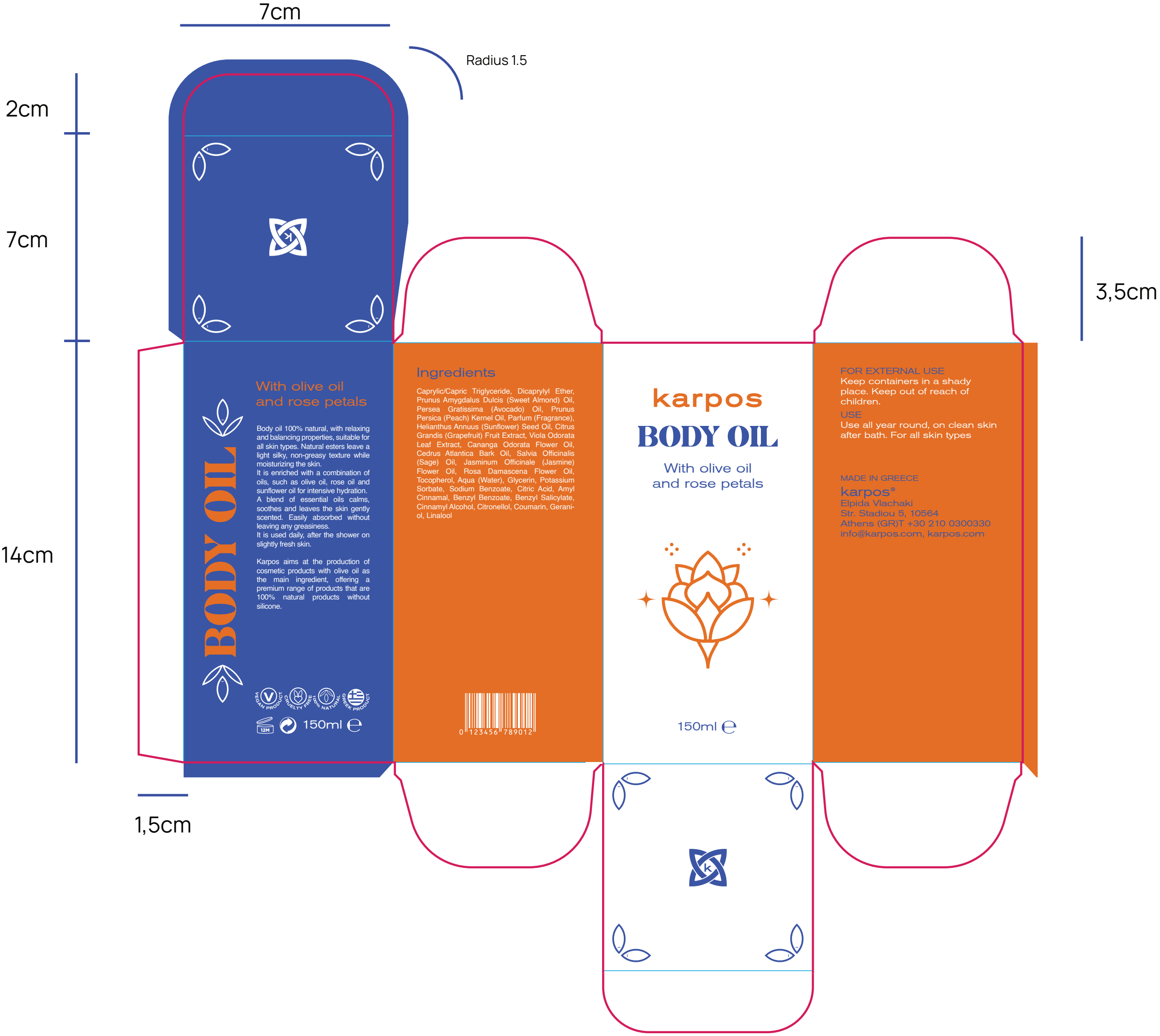




Συσκευασία κουτιού για προϊόν λαδιού σώματος με φύλλα τριαντάφυλλου



Ενότητα 6η - Συσκευασίες

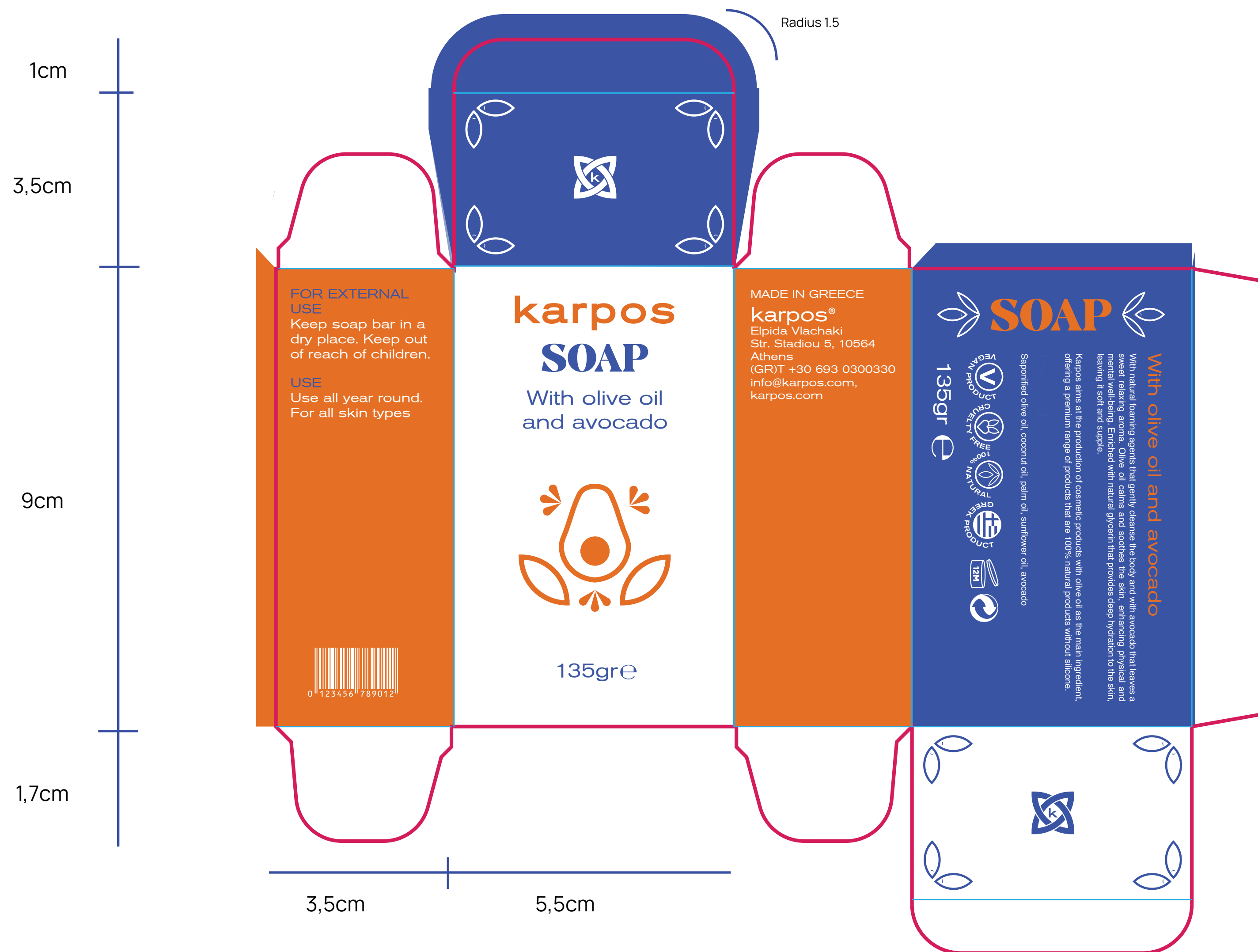




Συσκευασία κουτιού για προϊόν σαπουνιού με αβοκάντο



Ενότητα 6η - Συσκευασίες



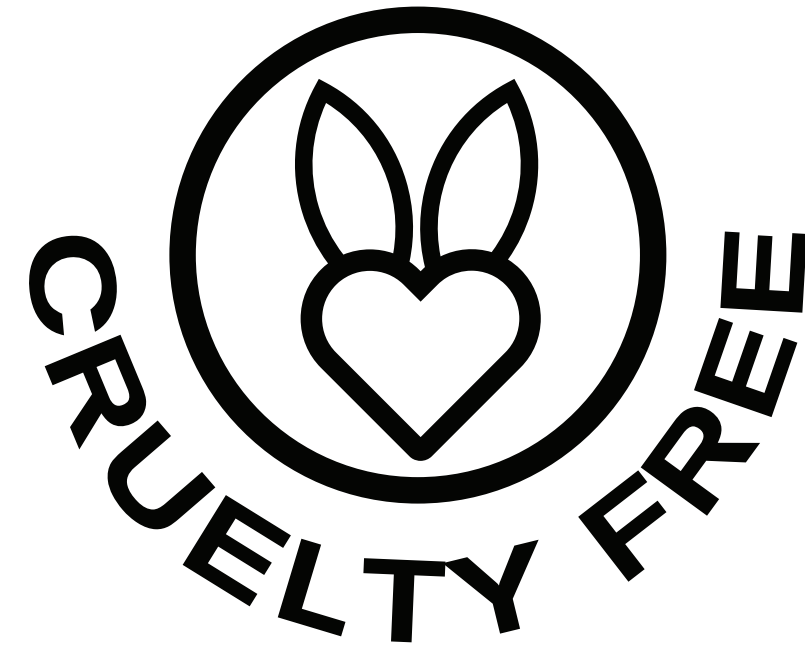


Ενότητα 6η - Συσκευασίες

Σύμβολα νομοθεσίας προϊόντων



Προϊόν Vegan. Τα Vegan καλλυντικά κατηγοριοποιούν προϊόντα που δεν περιέχουν προϊόντα ζωικής προέλευσης (όπως ζελατίνη, χοληστερόλη ή κολλαγόνο) ή ζωικά υποπροϊόντα (όπως μέλι, κεριά μέλισσας ή γάλα). Πολλοί άνθρωποι πιστεύουν ότι το vegan σημαίνει επίσης ότι τα προϊόντα παρασκευάζονται χωρίς δοκιμή σε ζώα. Ο όρος «vegan» δεν ρυθμίζεται από το νόμο και χρησιμοποιείται συχνότερα όταν ένα προϊόν δεν περιέχει ουσίες ζωικής προέλευσης. Ωστόσο, αυτό δεν σημαίνει ότι δεν έχουν δοκιμαστεί σε ζώα.



Προϊόν Cruelty free. Τα προϊόντα cruelty free στις βιομηχανίες περιποίησης δέρματος και καλλυντικών δεν δοκιμάζονται σε ζώα. Είναι μια ηθική προσέγγιση στη φροντίδα του δέρματος που αντανακλά την αυξανόμενη ζήτηση των καταναλωτών για πιο ανθρώπινες και συμπονετικές πρακτικές. Τα τελευταία χρόνια, το κίνημα cruelty free έχει εμπνεύσει πολλές μάρκες να υιοθετήσουν ηθικές πρακτικές που λαμβάνουν υπόψη τα δικαιώματα των ζώων. Όταν ένα προϊόν περιποίησης δέρματος φέρει την ένδειξη «cruelty free», σημαίνει ότι κανένα από τα συστατικά του προϊόντος, από τα συστατικά μέχρι το ίδιο το τελικό προϊόν, δεν έχει δοκιμαστεί σε ζώα.



Προϊόν με 100% φυσικά συστατικά. Το παραπάνω σύμβολο τοποθετείται σε συσκευασίες προϊόντων τα οποία τα συστατικά τους αποτελούνται από 100% φυσικά συστατικά.

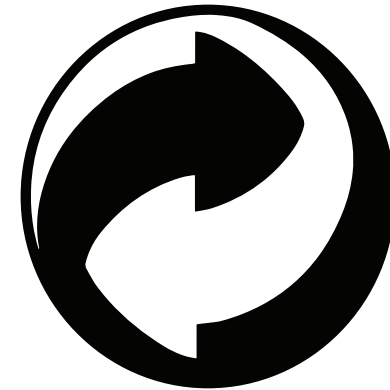


Ελληνικό προϊόν. Τα προϊόντα που φέρουν πάνω στις συσκευασίες τους την σημαία οποιασδήποτε χώρας, σημαίνει ότι το προϊόν υλοποιείται και κατασκευάζεται στην χώρα αυτή. Στην προκείμενη περίπτωση, τα προϊόντα της εταιρείας, κατασκευάζονται εξ' ολοκλήρου στην Ελλάδα.

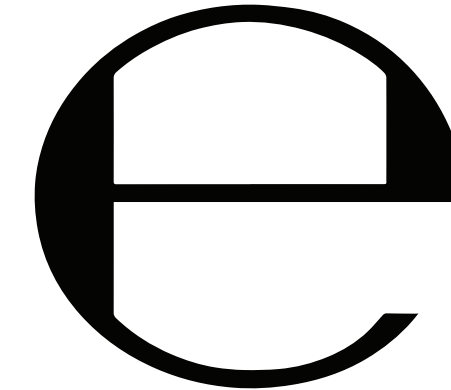
Ενότητα 6η - Συσκευασίες



Περίοδος μετά το άνοιγμα (PAO). Εμφανίζεται σε όλα τα προϊόντα με διάρκεια ζωής πάνω από 30 μήνες, αυτό υποδεικνύει πόσο καιρό θα είναι καλό το προϊόν μετά το άνοιγμα. Ο αριθμός που αναγράφεται στο σύμβολο της μπανιέρας συσχετίζεται με το πόσους μήνες μπορεί ο καταναλωτής να χρησιμοποιήσει το προϊόν σας αφού ανοίξει.



Συμπλεκόμενα βέλη. Το σύμβολο αυτό όταν φέρει μία συσκευασία σημαίνει ότι οι κατασκευαστές έχουν συνεισφέρει οικονομικά στις υπηρεσίες ανακύκλωσης στην Ευρώπη. Αυτό δεν σημαίνει ότι το ίδιο το προϊόν είναι ανακυκλώσιμο.



Εκτιμώμενο σύμβολο. Για τη πληρότητα των προϋποθέσεων για αυτό το σήμα, η μέση ποσότητα προϊόντος σε μια παρτίδα δεν μπορεί να είναι μικρότερη από την ποσότητα που αναγράφεται στην ετικέτα.

Ενότητα 6η - Συσσκευασίες

Πήλινα δοχεία

Ο πηλός είναι ένα μαλακό, χαλαρό γήινο υλικό που περιέχει σωματίδια μεγέθους μικρότερου από 4μm. Σχηματίζεται από τη διάβρωση πετρωμάτων που περιέχουν μια ομάδα ορυκτών άστριου γνωστά ως «μητέρες άργιλοι» για μεγάλο χρονικό διάστημα. Τα ορυκτά αργίλου έχουν δομή φύλλου, που αποτελείται κυρίως από τετραεδρικά πυριτικά και οκταεδρικά αργιλικά. Τα πήλινα υλικά περιέχουν νερό σε διάφορες μορφές. Το νερό μπορεί να παραμείνει στους πόρους και μπορεί να αφαιρεθεί με ξήρανση υπό συνθήκες περιβάλλοντος. Τα κεραμικά δοχεία προσφέρουν πολλά οφέλη στα καλλυντικά. Εδώ είναι μερικά βασικά οφέλη: Αισθητική: Τα πορσελάνινα δοχεία έχουν κομψή, πολυτελή εμφάνιση που ενισχύει τη συνολική εμφάνιση των καλλυντικών. Έρχονται σε μια ποικιλία σχημάτων, μεγεθών και χρωμάτων, επιτρέποντας ευκαιρίες προσαρμογής και επωνυμίας. Ανθεκτικότητα: Το κεραμικό είναι ένα εξαιρετικά ανθεκτικό υλικό που μπορεί να αντέξει την τακτική χρήση και χειρισμό. Είναι ανθεκτικό σε ρωγμές, γρατσουνιές και σπάσιμο, εξασφαλίζοντας τη μακροζωία του δοχείου και του προϊόντος που περιέχει.

Αντοχή στην υγρασία: Τα κεραμικά δοχεία έχουν εξαιρετική αντοχή στην υγρασία και είναι πολύ κατάλληλα για την αποθήκευση καλλυντικών. Βοηθούν στην προστασία των προϊόντων από την υγρασία και την υγρασία, γεγονός που μπορεί να μειώσει την ποιότητα και τη διάρκεια ζωής ορισμένων σκευασμάτων.

Θερμική σταθερότητα: Τα κεραμικά είναι γνωστά για την ικανότητά τους να διατηρούν σταθερή θερμοκρασία. Αυτό το χαρακτηριστικό είναι ιδιαίτερα ευεργετικό για καλλυντικά που είναι ευαίσθητα στις διακυμάνσεις της θερμοκρασίας. Τα κεραμικά δοχεία συμβάλλουν στη διατήρηση της ακεραιότητας και της αποτελεσματικότητας των

ευαίσθητων στη θερμότητα εξαρτημάτων.

Χημικά αδρανή: Τα κεραμικά υλικά είναι μη αντιδραστικά και χημικά αδρανή, πράγμα που σημαίνει ότι δεν θα αλληλεπιδράσουν με τα καλλυντικά που είναι αποθηκευμένα μέσα. Αυτό είναι ιδιαίτερα σημαντικό για ευαίσθητα ή αντιδραστικά σκευάσματα που απαιτούν σταθερή και μη μολυσματική συσκευασία.

Φιλικά προς το περιβάλλον: Οι κεραμικές γλάστρες είναι συνήθως κατασκευασμένες από φυσικά υλικά όπως ο πηλός ή η πορσελάνη, τα οποία είναι βιώσιμα και φιλικά προς το περιβάλλον. Μπορούν να επαναχρησιμοποιηθούν, να ανακυκλωθούν ή να επαναχρησιμοποιηθούν, μειώνοντας τα απόβλητα και συμβάλλοντας σε πιο βιώσιμες μεθόδους συσκευασίας.

Προστασία από την υπεριώδη ακτινοβολία: Ορισμένες κεραμικές γλάστρες έχουν σχεδιαστεί με εξειδικευμένες επικαλύψεις ή υαλώματα που παρέχουν προστασία από την υπεριώδη ακτινοβολία. Αυτό βοηθά στην προστασία των φωτοευαίσθητων καλλυντικών από τις βλαβερές συνέπειες της υπεριώδους ακτινοβολίας, διατηρώντας τη σταθερότητα και την ισχύ τους.

Ερμητική Σφράγιση: Τα κεραμικά δοχεία μπορούν να σχεδιαστούν για να σφραγίζονται ερμητικά, διασφαλίζοντας ότι το προϊόν παραμένει φρέσκο και απαλλαγμένο από μόλυνση. Αυτό το χαρακτηριστικό είναι ιδιαίτερα πλεονεκτικό για σκευάσματα που είναι επιρρεπή σε οξείδωση ή αποικοδόμηση όταν εκτίθενται στον αέρα.

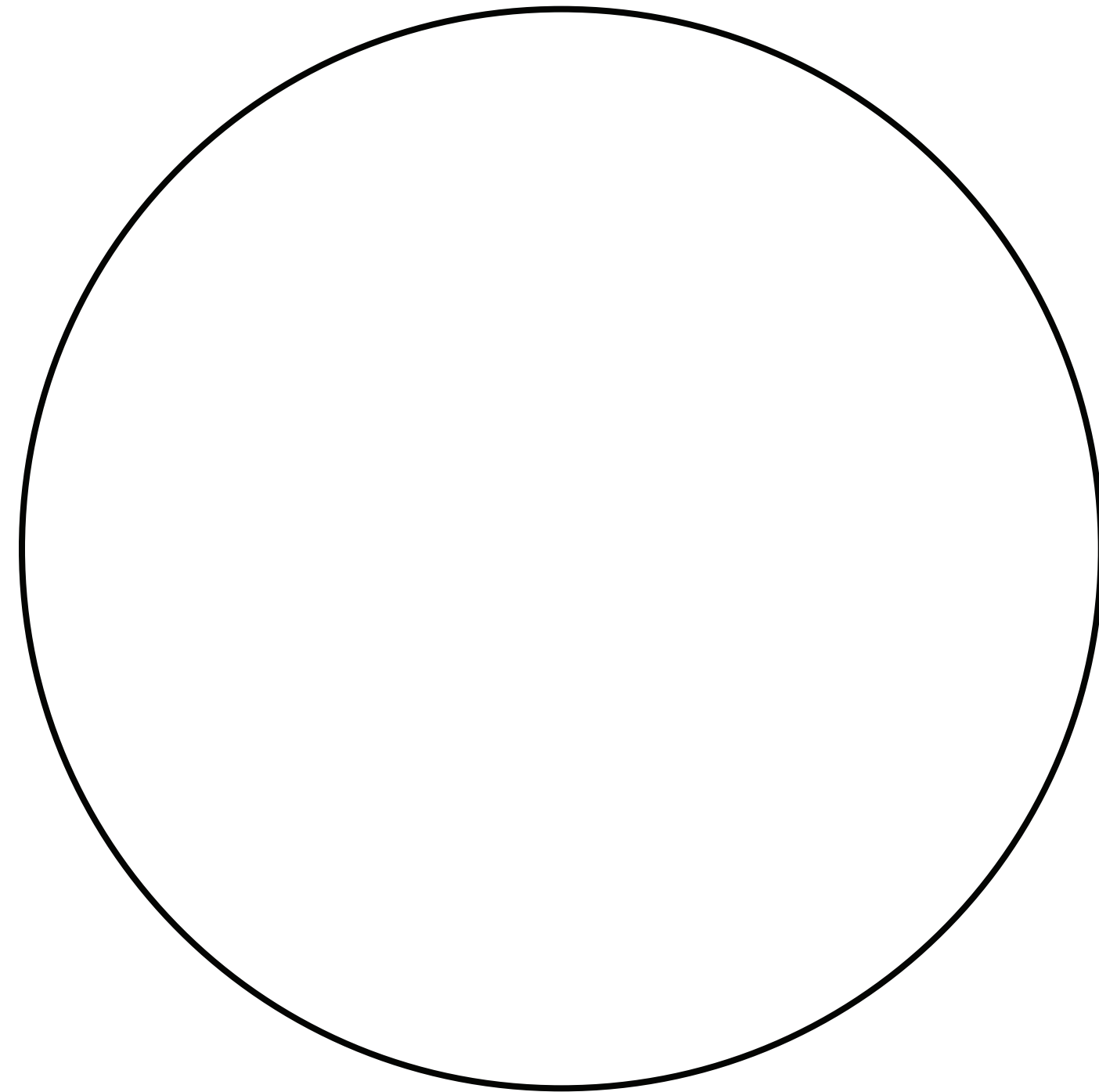
Η αντίσταση του πηλού στο λάδι μπορεί να ποικίλλει ανάλογα με διάφορους παράγοντες, συμπεριλαμβανομένου του τύπου του πηλού και της

σύνθεσής του. Γενικά, τα ορυκτά αργίλου έχουν χαμηλή συγγένεια με το λάδι και θεωρούνται σχετικά ανθεκτικά στη διείσδυση του ελαίου.

Τα αργιλικά ορυκτά όπως ο καολινίτης, ο μοντμοριλλονίτης και ο ιλίτης έχουν συχνά στρώσεις δομές με αρνητικά φορτισμένες επιφάνειες. Αυτά τα φορτία μπορούν να αλληλεπιδράσουν με τα μόρια του νερού, προκαλώντας τη διόγκωση του αργίλου και τη συγκράτηση του νερού. Αυτή η συμπεριφορά διόγκωσης σχηματίζει ένα φυσικό φράγμα που αναστέλλει τη διείσδυση μη πολικών ουσιών όπως τα έλαια.

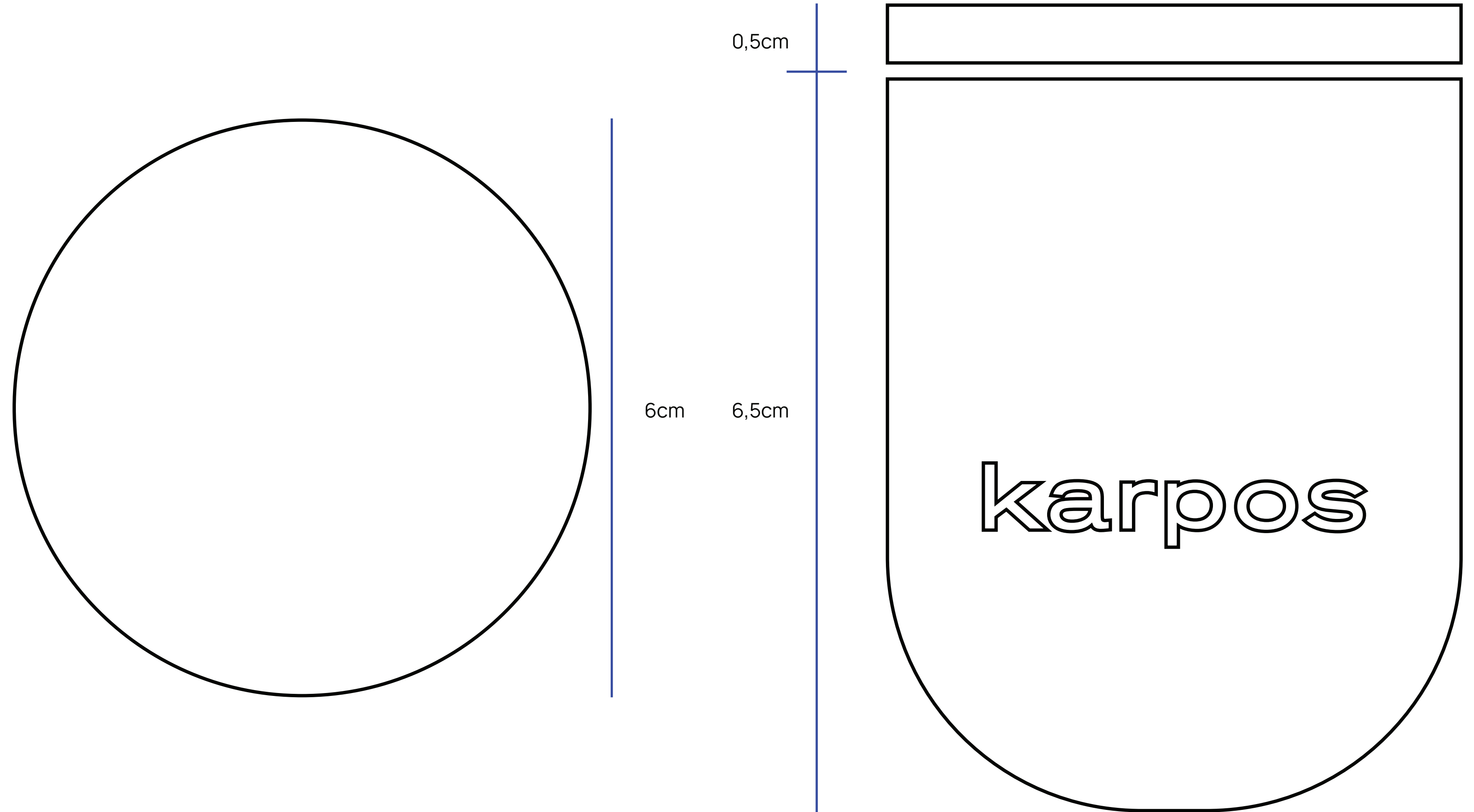
Αξίζει να σημειωθεί, ωστόσο, ότι δεν είναι όλοι οι πηλοί εξίσου ανθεκτικοί στο λάδι. Για παράδειγμα, η άργιλος μοντμοριλλονίτης έχει υψηλότερη ικανότητα απορρόφησης ελαίου από άλλους τύπους ορυκτών αργίλου. Η παρουσία οργανικής ύλης ή άλλων ακαθαρσιών στον άργιλο μπορεί επίσης να επηρεάσει την αντοχή του στο λάδι.

**Δοχείο για
προϊόν λαδιού
προσώπου με
βιταμίνη C**



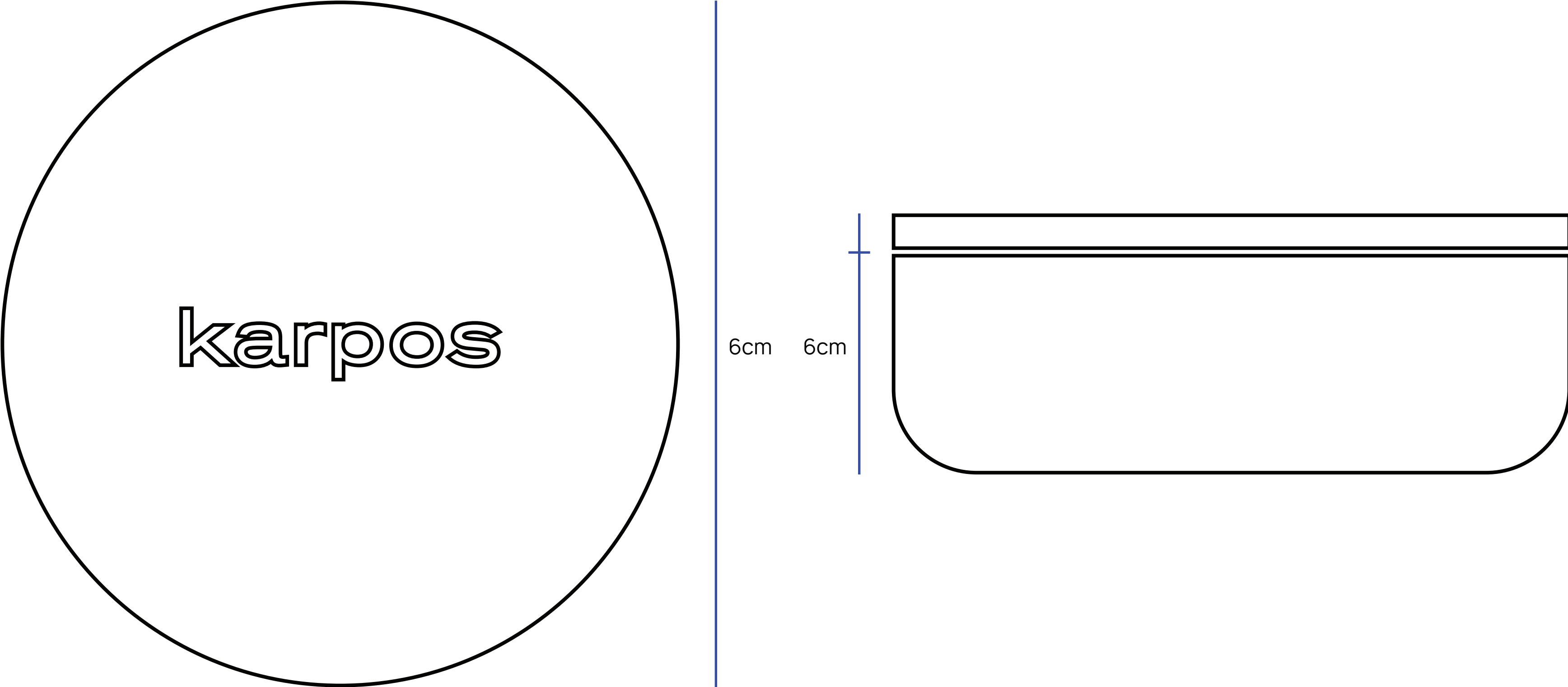
Ενότητα 6η - Συσκευασίες

Το δοχείο για το λάδι προσώπου έχει κυλινδρικό σχήμα με διαστάσεις 7εκ. ύψους και 6εκ. πλάτους. Η βάση στο κάτω μέρος είναι στρογγυλή και έχει σφραγιστεί το λογότυπο της εταιρείας σε χαμηλό μέρος. Το καπάκι του έχει ειδικό καλούπι που προσαρμόζεται στο εσωτερικό του δοχείου ώστε να στεγάζεται το δοχείο και να μην υπάρχουν διαρροές του προϊόντος από μέσα προς τα έξω. Το δοχείο αυτό όπως και όλα τα δοχεία της σειράς αποτελούνται από κεραμικό πηλό.



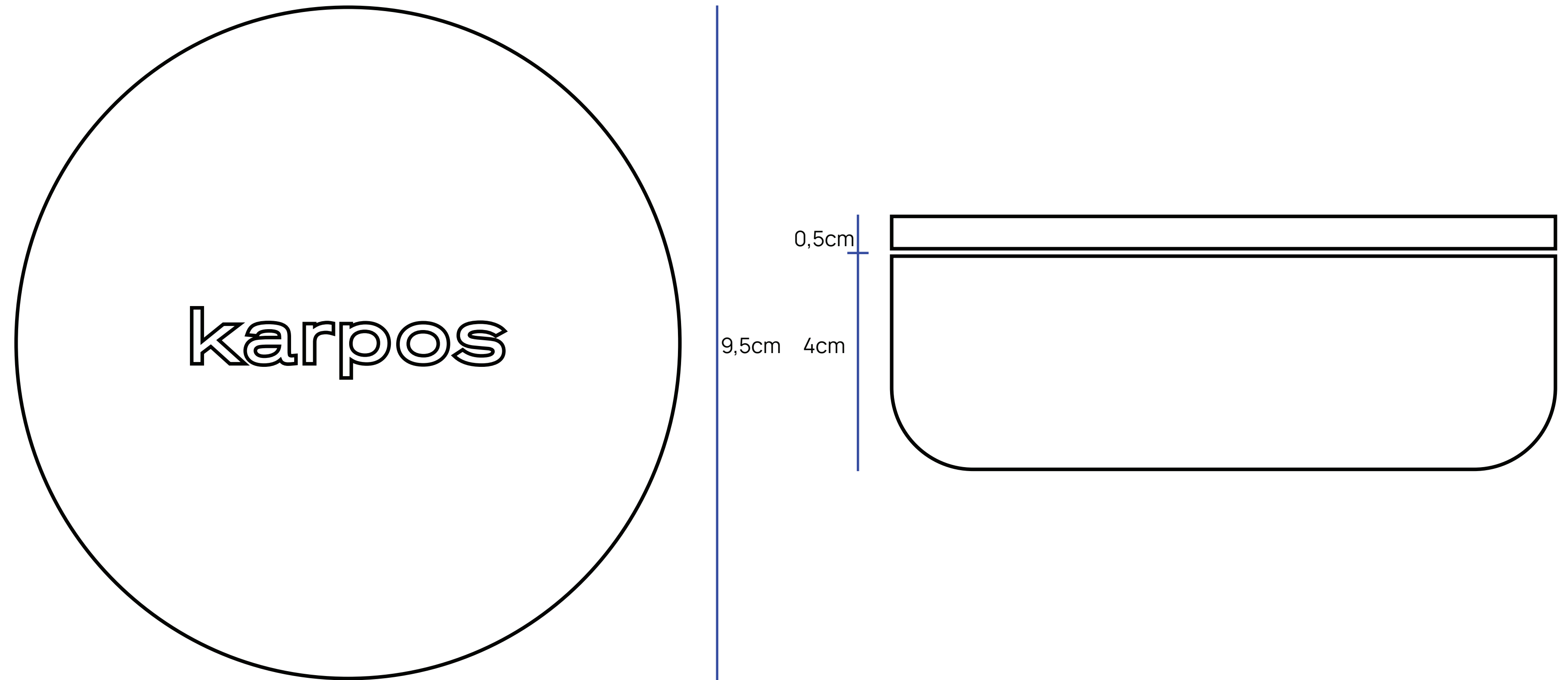


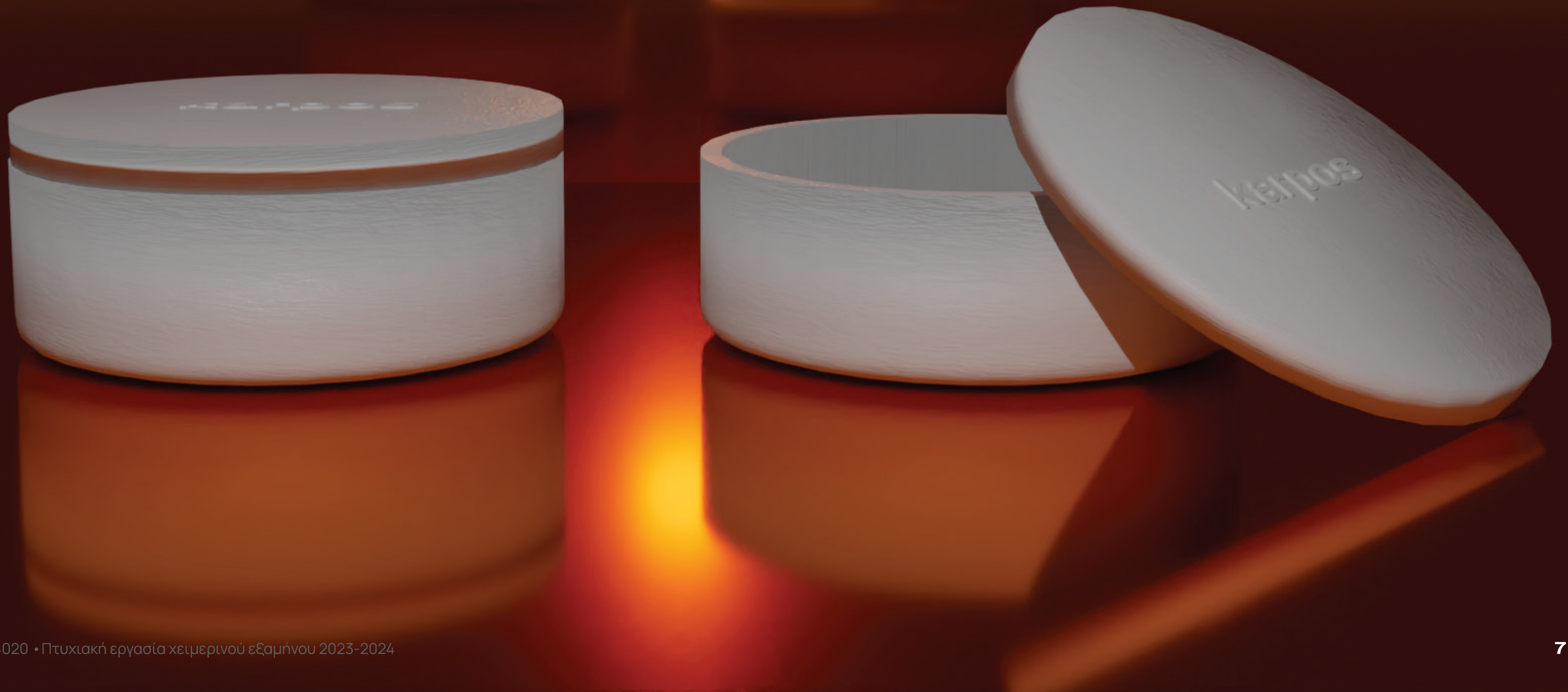
Δοχείο για προϊόν βουτύρου σώματος με μέλι



Ενότητα 6η - Συσκευασίες

Το δοχείο για το βούτυρο σώματος έχει κυλινδρικό σχήμα με διαστάσεις 4,5εκ. ύψους και 9,5εκ. πλάτους. Η βάση στο κάτω μέρος είναι στρογγυλή και έχει σφραγιστεί το λογότυπο της εταιρείας σε χαμηλό μέρος. Το καπάκι του έχει ειδικό καλούπι που προσαρμόζεται στο εσωτερικό του δοχείου ώστε να στεγάζεται το δοχείο και να μην υπάρχουν διαρροές του προϊόντος από μέσα προς τα έξω. Το δοχείο αυτό όπως και όλα τα δοχεία της σειράς αποτελούνται από κεραμικό πηλό.



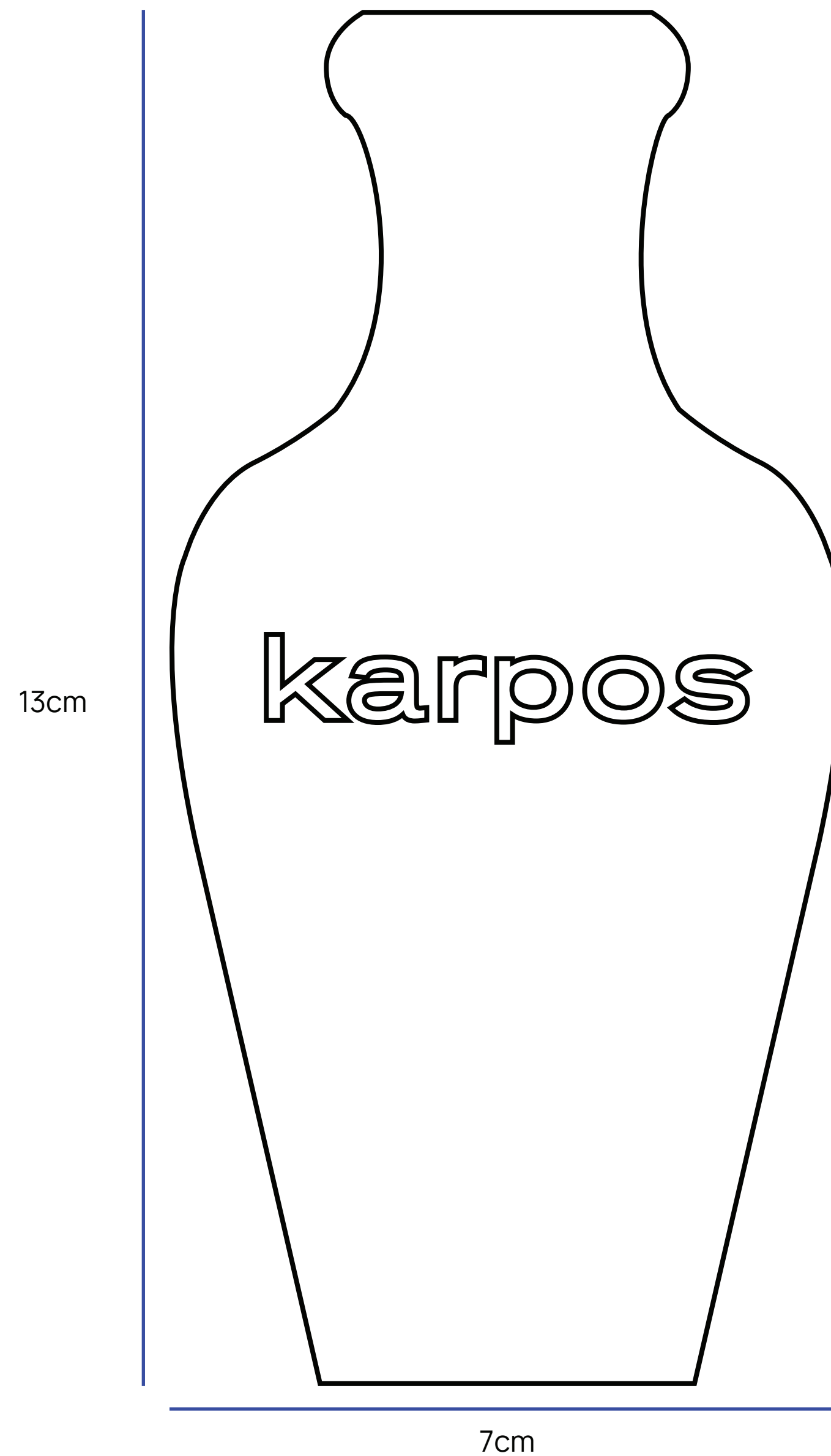


**Δοχείο για
προϊόν λαδιού
σώματος με
φύλλα
τριαντάφυλλου**



Ενότητα 6η - Συσκευασίες

Το μπουκάλι για το λάδι σώματος έχει κυλινδρικό σχήμα με διαστάσεις 13εκ. ύψους και 7εκ. πλάτους. Το σχήμα είναι επηρεασμένο από τα αρχαία αγγεία στα οποία τοποθετούνταν και αποθηκεύονταν το λάδι στην αρχαία Ελλάδα. Το μπουκάλι στεγάζεται με φελλό. Το μπουκάλι αυτό όπως και όλα τα δοχεία της σειράς αποτελούνται από κεραμικό πηλό.





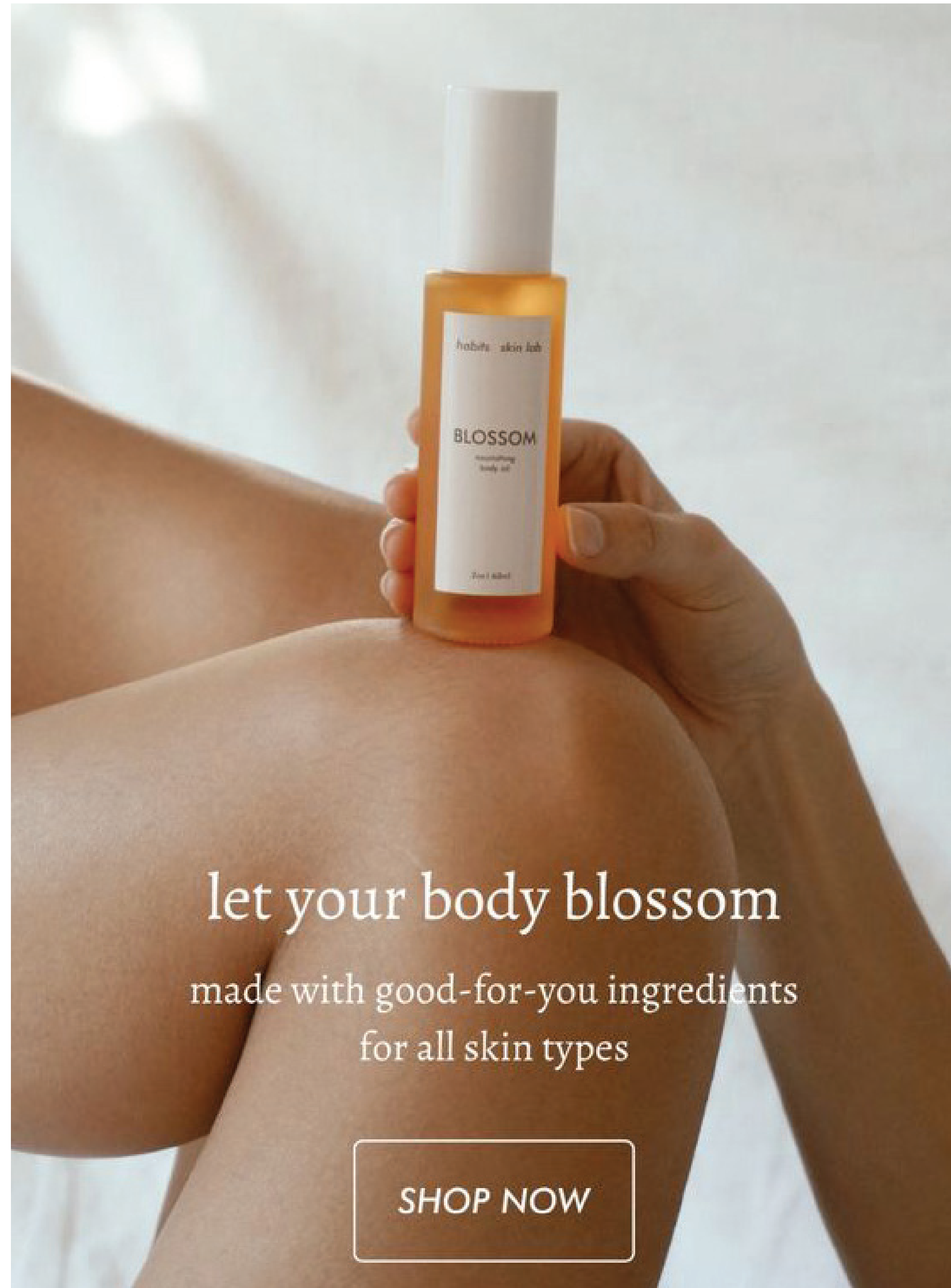
Ενώπιον E7n

Καμπάνια



Ενότητα 7η - Καμπάνια

Υπάρχουσες καμπάνιες



Advertisement for Blossom body oil. A hand holds a clear glass bottle with an orange liquid and a white label that reads "habits skin lab BLOSSOM moisturizing body oil". The background shows a person's back and shoulder.

let your body blossom
made with good-for-you ingredients
for all skin types

[SHOP NOW](#)



Advertisement for Mary & May Marine Collagen Serum. Three dark glass bottles are arranged vertically against a blue background with a white crescent moon. Each bottle has a white label with the text "MARY & MAY Marine Collagen Serum". The bottles are framed by an orange wavy border with the text "NEW TO SHOP" repeated three times.

NEW TO SHOP
NEW TO SHOP
NEW TO SHOP

MARY & MAY - MARINE
COLLAGEN SERUM



Advertisement for Alina Khamova Package. A green bottle of "ALPINE REFRESHING TONER" is shown through a glass pane covered in water droplets. Green leaves are visible in the background.

ALINA KHAMOVA
PACKAGE

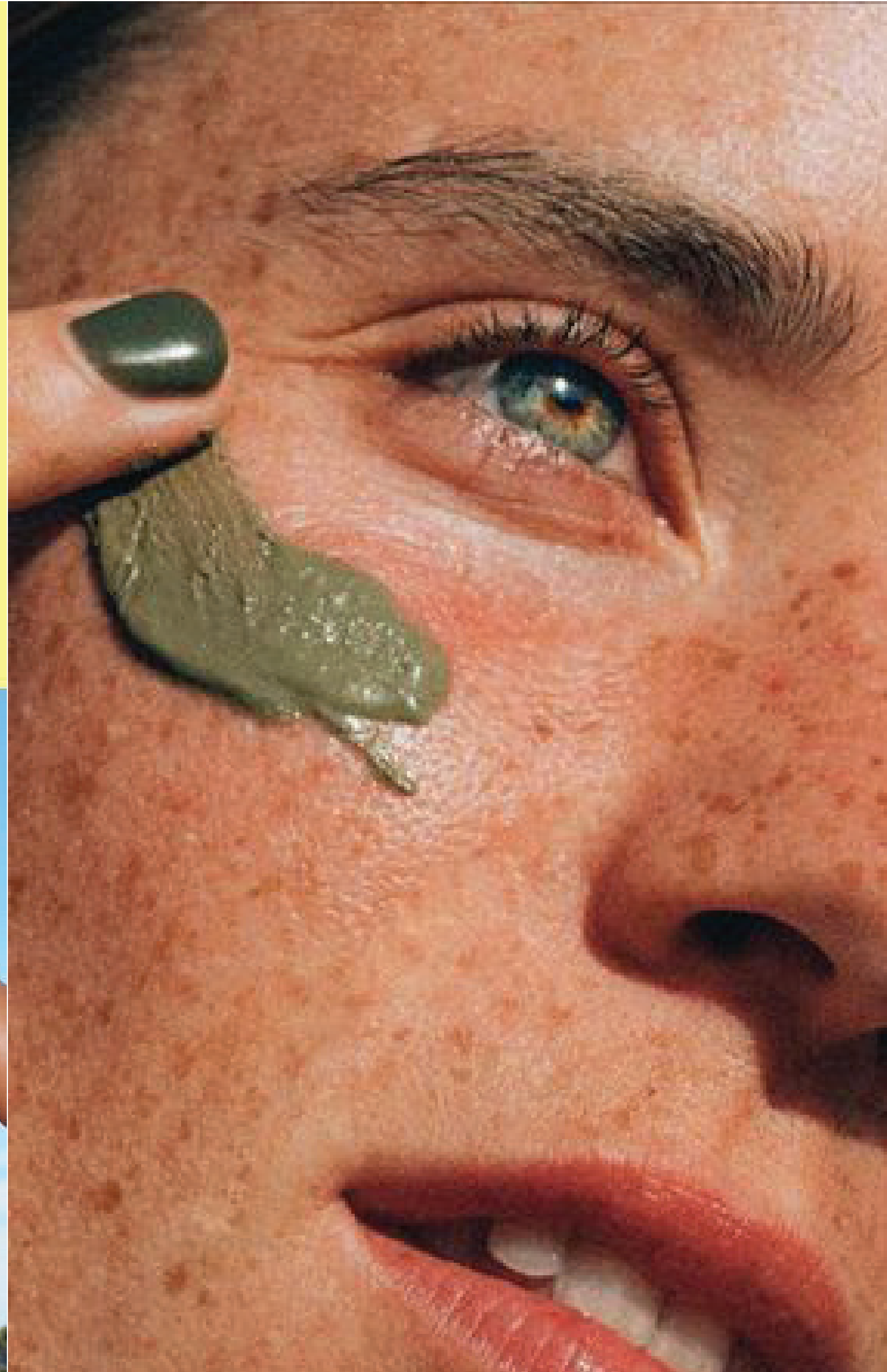
Ενότητα 7η - Καμπάνια



**Make
SPF the
MVP
in your
routine.**

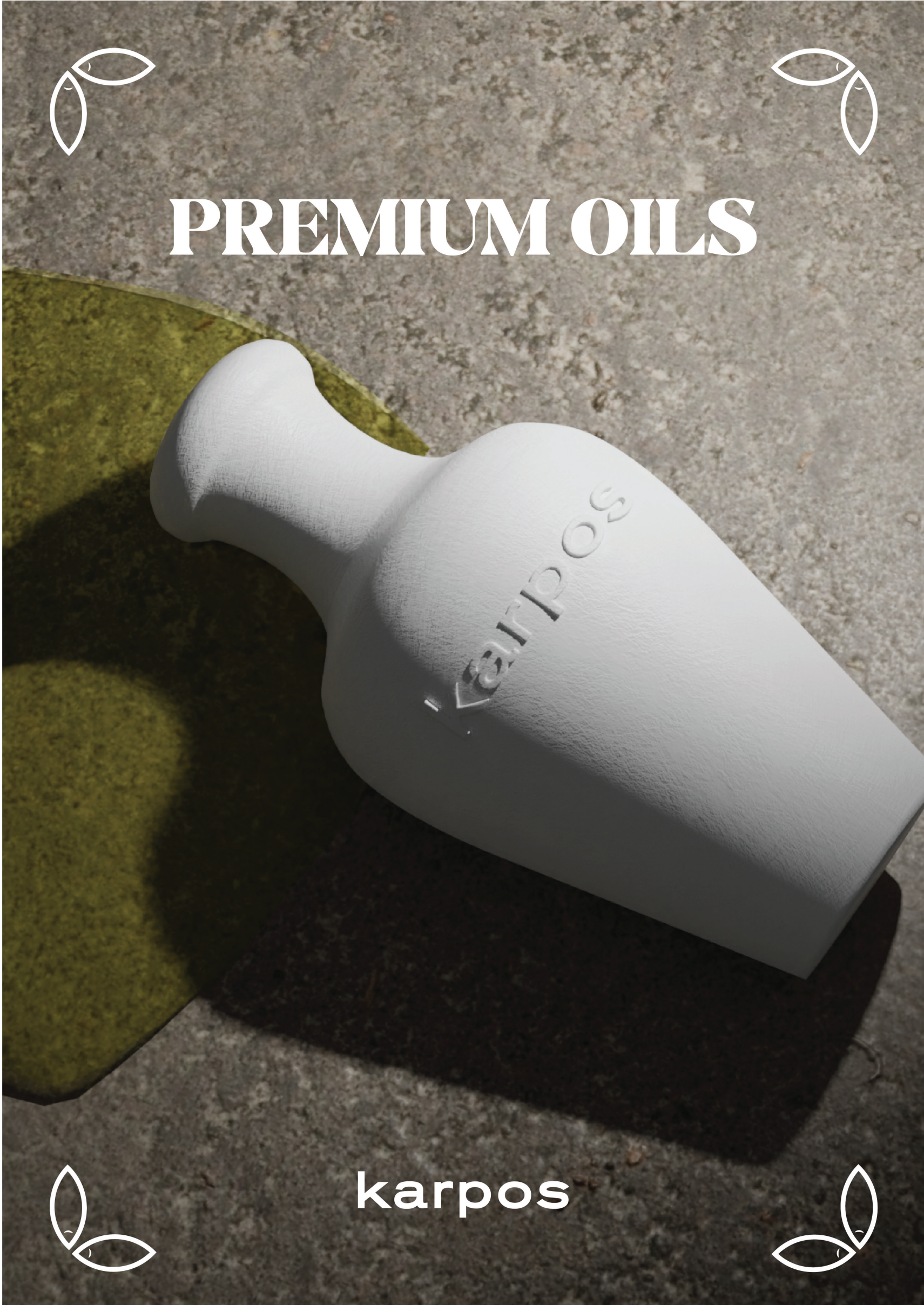


ULTRA
VIOLETTE™



Αφίσες Α3



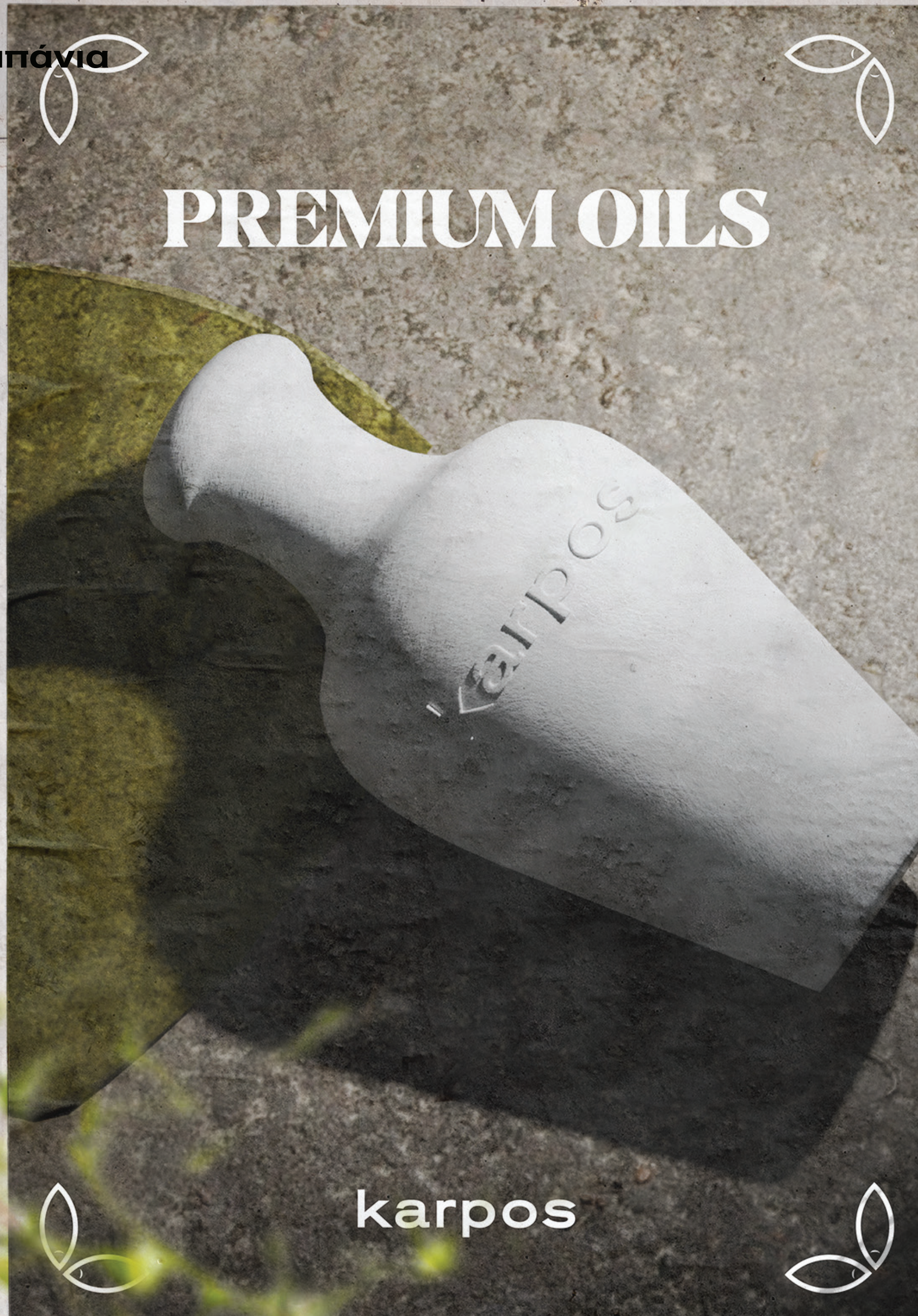




Ενότητα 7η - Καμπάνια

Εφαρμογή αφισών









Ενότητα 7η - Καμπάνια

Καταχώριση περιοδικού





Βιβλιογραφία

1. Geektonight (2023), What is Packaging? Definition, Types, Functions, Types of Packaging Material, <https://www.geektonight.com/what-is-packaging/#plastic-boxes-and-containers>
2. Mark Velarga, Packaging Strategies (2017), 7 packaging types to consider, <https://www.packagingstrategies.com/blogs/14-packaging-strategies-blog/post/89440-7-packaging-types-to-consider>
3. Aashish Pahwa, Feedough (2023), What Is Packaging? – Definition, Types, & Functions, <https://www.feedough.com/packaging-definition-types-functions/>
4. Aamina Suleman, Zillion designs (2016), The Science of Typography in Packaging to Grab Customer Attention, <https://www.zilliondesigns.com/blog/science-of-typography-in-packaging/>
5. DesignerPeople (2022), Why Brand and Packaging Colour Palette Matter?, <https://www.designerpeople.com/blog/brand-and-packaging-colour-palette/>
6. Michael Dillon, Meyers (2022), Understanding Cosmetics Packaging: A Comprehensive Guide, <https://meyers.com/meyers-blog/understanding-cosmetics-packaging-a-comprehensive-guide/>
7. adobe.com
8. George N. Root III, Chron, <https://smallbusiness.chron.com/effective-layout-business-card-13566.html>
9. Rebecca Baio, Glamour Magazine (2021), Here's the definitive guide to every single symbol on your beauty products, <https://www.glamourmagazine.co.uk/gallery/product-symbols-decoded>
10. Handwrytten (2022), Top 9 Things to Know About Business Thank-You Cards, <https://www.handwrytten.com/resources/top-9-things-to-know-about-business-thank-you-cards/>
11. <https://botano.gr/>
12. minoanlife.com
13. olive-era.gr/
14. cretanflavor.com/
15. bioaromacrete.com/
16. olivelia.com/gr/
17. apivita.com
18. Ρούπα Ευφροσύνη, Ιδιωτική Έκδοση (2018), Εισαγωγή στην Ιστορία της Ελληνικής Συσκευασίας
19. Yongjun Sung, Soojin Kim, Research gate (2013), The Effects of Colors on Brand Personality in Advertising, https://www.researchgate.net/publication/346496782_The_Effects_of_Colors_on_Brand_Personality_in_Advertising

Βιβλιογραφία

vertising

20. Nava Dayan , Lambros Kromidas, Gaurav Kale. (2011) Formulating, Packaging, and Marketing of Natural Cosmetic Products 1st Edition. Wiley

21. Marianne R. Klimchuk , Sandra A. Krasove. (2013). Packaging Design: Successful Product Branding from Concept to Shelf. Wiley Publishing, 2η έκδοση

22. ACS (2017), Clay-based antimicrobial packaging keeps food fresh, <https://www.acs.org/pressroom/newsreleases/2017/august/clay-based-antimicrobial-packaging-keeps-food-fresh.html>

23. Thomas Bartnitzek, Torsten Thelemann, Stefan Apel, Karl-Heinz Suphan, Advantages and limitations of ceramic packaging technologies in harsh applications, <https://www.micro-hybrid.de/files/docs/downloads/technische-wissenschaftliche-publikationen/MH-paper-Advantages%20and%20limitations%20of%20ceramic%20packaging%20technologies%20in%20harsh%20applications.pdf>

24. Thomas Bartnitzek (2016), Advantages and limitations of ceramic packaging technologies in harsh applications, https://www.researchgate.net/publication/310428753_Advantages_and_limitations_of_ceramic_packaging_technologies_in_harsh_applications

ΤΕΛΟΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

Ευχαριστώ για τον χρόνο σας

