

Západočeská univerzita v Plzni
Fakulta designu a umění Ladislava Sutnara

Bakalářská práce

**DESIGN OBALU
PRŮMYSLOVÉHO VÝROBKU**

Karolína Tůmová

Plzeň 2016

Západočeská univerzita v Plzni

Fakulta designu a umění Ladislava Sutnara

Katedra výtvarného umění

Studijní program Výtvarná umění

Studijní obor Ilustrace a grafika

Specializace Grafický design

Bakalářská práce

**DESIGN OBALU
PRŮMYSLOVÉHO VÝROBKU**

Karolína Tůmová

Vedoucí práce: doc. ak. mal. Ditta Jiříčková
Katedra výtvarného umění
Fakulta designu a umění Ladislava Sutnara
Západočeské univerzity v Plzni

Plzeň 2016

Tuto stránku nahradit zadáním!

Prohlašuji, že jsem práci zpracovala samostatně pod odborným dohledem vedoucího bakalářské práce a použila jen uvedených pramenů a literatury.

Plzeň, duben 2016

.....

podpis autora

PODĚKOVÁNÍ

Chtěla bych tímto poděkovat vedoucí své bakalářské práce doc. ak. mal. Dittě Jiříčkové, za její vstřícný přístup, odborné vedení po celou dobu mého studia, přínosné a věcné rady a pomoc po dobu tvorby mé bakalářské práce. Zároveň bych ráda poděkovala své rodině, přátelům a všem, kteří mne podporovali během studia na vysoké škole.

1	MÉ DOSAVADNÍ DÍLO V KONTEXTU SPECIALIZACE.....	7
2	TÉMA A DŮVOD JEHO VOLBY.....	9
3	CÍL PRÁCE.....	11
4	PROCES PŘÍPRAVY.....	13
5	PROCES TVORBY.....	14
	5.1 LOGO.....	15
	5.2 BARVA.....	16
	5.3 KONSTRUKCE OBALU.....	16
	5.4 GRAFICKÉ ŘEŠENÍ ETIKET.....	19
6	TECHNOLOGICKÁ SPECIFIKA.....	21
7	POPIS DÍLA.....	24
8	PŘÍNOS PRÁCE PRO DANÝ OBOR.....	26
9	SILNÉ STRÁNKY.....	27
10	SLABÉ STRÁNKY.....	28
11	SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ.....	29
	A) Knižní a periodická literatura.....	29
	B) Zdroje z internetu.....	30
12	RESUMÉ	31
13	SEZNAM PŘÍLOH	32

1. Mé dosavadní dílo v kontextu specializace

Před přijetím ke studiu na Fakultě umění a designu Ladislava Sutnara jsem studovala na Střední škole reklamní a umělecké tvorby Michael v Praze. Střední škola mě mnohému naučila. Mimo jiné mě dala možnost vyzkoušet si různé techniky tisků, malby nebo zpracování různých projektů. Během studia jsem se mj. naučila pracovat v grafických programech Adobe a získané znalosti na střední škole byly dobrým odrazovým můstkem pro další studium na vysoké škole.

Fakulta umění a designu Ladislava Sutnara mě umožnila pokračovat získat a rozvíjet další znalosti při specializaci na grafický design jako části praktického výtvarného umění.

V průběhu tří let bakalářského studia jsme měla možnost nabýt znalosti o zásadách grafického designu. Již od prvního semestru, kdy jsme všichni začínali od základních stavebních prvků grafiky, tématu bod – linie – plocha. V dalších semestrech jsme k našim znalostem přidali mnoho nových zkušeností v oblasti barvy, písma, prostoru. Tyto znalosti jsem využila nejen při zpracování semestrálních prací ale i při různých soutěžích o vytvoření loga například na stránkách topdesigner.cz nebo na designturnaj.cz.

Při mém studiu na vysoké škole jsem se stala členkou studentského spolku KYČN o. s., díky kterému jsem se dostala k zajímavým projektům. Společně jsem se také podílela na pořádání každoroční akce s názvem SEŠN, která má pomáhat mladým umělcům ukázat své projekty a práce a seznámit je s lidmi, kteří mají zájem podporovat mladé tvůrce v začátcích jejich práce. Díky tomu jsem poznala mnoho talentovaných studentů naší školy a vyzkoušela si i prakticky pořádání a organizaci této menší akce.

Během studia jsem se začala věnovat nejen plošné grafice, ale do mých prací jsem přidala prostorovost a myšlenky, kterými se divák musel při prohlížení exponátu zabývat. První práce, kde jsem prostorovost vyzkoušela, bylo zadání „Chrám-Tělo-Les“, pro které jsem vytvořila triptych ve formátu B1 z panelů z plastu v kombinaci s prostorovým zakomponováním písma. Díky této práci jsem se začala zajímat i o jiné pojetí grafického designu. Pokračovalo to například následně světelným kalendářem, kombinací prostoru a světla.

Ve své práci se snažím využít nejen dnes nejrozšířenější počítačové metody, ale přidat i další inovativní myšlenku. Oblast grafického designu má v tomto spojení s fantazií téměř bezbřehé možnosti.

2. Téma a důvod jeho volby

Pro moji bakalářskou práci jsem si zvolila téma „Design obalu průmyslového výrobku“ se zaměřením na návrh obalů pro výrobky bio potravinářské farmy. Důvodem mého výběru byl mj. i úzký vztah mezi obalovým a grafickým designem, kterému se věnuji již od střední školy. Zkusit si něco nového a zároveň vnášet do umění praktičnost a funkčnost mě zaujalo hned na první pohled. V rámci grafických prací či v rámci studia na škole jsem tuto možnost zatím nevyužila a z tohoto důvodu jsem si zvolila z možných témat takové, které mi umožní využít zkušeností získaných studiem, vyzkoušet, naučit se a porozumět i takovému zadání. Aplikovat grafiku na prostorové objekty, navrhnout zajímavé etikety a potisk tak, aby výrobky snesly porovnání s konkurencí na již tak náročném trhu.

Obalový design nás obklopuje již od dávných věků a je naší nedílnou součástí. Není den, kdy se s ním aspoň v nějaké podobě nesetkáme. V dnešní době je na trhu ale tak obrovské množství potravinářských produktů, že bylo velkou výzvou vymyslet obalový design, který se bude něčím odlišovat, bude snadno zapamatovatelný a zároveň vám může v některých případech usnadnit použití daného produktu či využití obalu k opakovanému užití.

S tím na mysli jsem začala přemýšlet o tom, co člověk nejlépe každodenně používá ve vztahu k zadání mé bakalářské práce, co by se zde dalo zlepšit nebo co by nám nějakým způsobem usnadnilo trochu život. Zároveň jsem ale měla na paměti, že chci, aby mnou navržené obaly byly šetrné k životnímu prostředí, byly pokud možno nejlépe recyklovatelné a tím maximálně snížily produkci odpadu, které my, lidé, vyprodukujeme a to často i zbytečně.

Tradiční ekologická farma, kterou jsem si fiktivně vytvořila, byla pro dané téma ideální volba. Postupně se rozvíjející zájem o bioprodukty a zdravý životní styl, který v současné době je „trendy“ zejména u mladé generace, to krásně podpořilo. Vrací se i podpora malých zemědělských firem s vlastní výrobou produktů. To vše si zaslouží nový inovativní způsob grafického zpracování s důrazem na tradici a poctivost výrobků, které jsou jednotně vizuálně sjednoceny.

Při volbě cílových produktů jsem si zvolila část bioproduktů, které jsou mezi výrobci možná nejvíce rozšířené a u kterých lze zlepšit nebo zjednodušit jejich obaly, funkčnost, znovupoužití nebo zredukovat již právě zmíněnou produkci nadbytečného odpadu.

3. Cíl práce

Cílem mé práce bylo vytvořit jednotný obalový design potravinářských produktů, který danou skupinu respondentů přiláká a svým způsobem zaujme.

“Design zvyšuje hodnotu značky na trhu, kde existuje celá řada obdobných produktů, se stává jejich prezentace konkurenční výhodou, znakem profesionality, progresu, péče o vlastní dílo. Je-li prezentace kvalitní, roste i prestiž firmy či instituce, zvyšuje se také povědomí o značce a s ní souvisejících službách” (1)

I obal dělá výrobek, nakonec ne nepodstatným způsobem. Vždyť i v dnešní přetechnizované době platí léty zažitá „šaty dělají člověka“ nebo „obal prodává“. Je přece všeobecně známým heslem, že „lidé jí i očima“. Rozhodla jsem se vytvořit pro imaginární značku FARMA² obalový design produktů vypěstovaných a zpracovaných na této farmě. Vybrala jsem si část bioproduktů - ovocné šťávy, marmelády, medy, mléko (skleněná část obalů) a dále čaje, vajíčka a mouky (papírové obaly).

Snažila jsem se o vytvoření jednoduchého a čistého vizuálního stylu, přeneseného na obaly, který vynikne a bude snadno zapamatovatelný a jednoduše identifikovatelný v obrovské škále jiných konkurenčních výrobků.

„Kvalitní design obalů reprezentuje zabalené zboží, individualizuje, rozlišuje a kategorizuje zboží v obchodě. Náročné požadavky splňuje tehdy, jestliže se organicky spojí racionálně ekonomický a komerční záměr s vysokou výtvarnou úrovní, účinnou psychologickou a estetickou působností i s podmínkami pro dosažení žádoucí kvality“ (2)

Kvalitní a dobrý obal by měl splňovat několik kritérií. Nejen jako ochrana výrobku před vnějšími vlivy nebo poškozením, současně musí umožnit dobrou manipulaci, uchovat produkt po celou dobu jeho trvanlivosti a přitom také poskytnout základní informace. V dnešní době, kdy lidstvo stále více přemýšlí o ochraně životního prostředí, měl by správný obal splňovat i požadavek doby – ekologii. I z těchto důvodů jsem zvolila jako základní materiál papír a v nutných případech

(kapaliny) sklo. Jde o vytvoření nových obalů z tradičního, nejlépe přírodního, materiálu jednoduše použitelného a snadno recyklovatelného.

Dalším cílem bylo vytvořit obaly na jednotlivé produkty tak, aby sloužily nejen k uchránění obsahu ale zároveň k jejich jednoduché manipulaci, měly snadné otevírání balení (nejlépe bez použití dalších nástrojů) a měly praktické využití v životě člověka. Je důležité si uvědomit, co u daného produktu spotřebitel očekává a snažit se v rámci zachování rozumné ceny tyto požadavky uspokojit.

V dnešní době obchodů s plnými regály nejrůznějších potravinářských produktů není jednoduché navrhnout a odlišit nový výrobek od řady dalších. Z pohledu grafického designu jsem chtěla navrhnout obal, který by využil jednoduchosti geometrických tvarů a vhodnou kombinací s grafickým zpracováním představoval čistou linii, příjemné tvary a důraz na přitažlivost bio potravin. Výrobek musí vyniknout mezi jinými nejen svojí kvalitou, ale i řešením obalu.

4. Proces přípravy

Po zadání bakalářské práce jsem se soustředila na seznámení se s trhem biopotravinami. Navštívila jsem několik farmářských trhů, prohlédla si obchody s biopotravinami, zdrojem informací bylo i studium knih (3), časopisů a drobných materiálů. Dalším zdrojem byly i různé internetové stránky (4) vztahující se jak k bioproduktům, tak k nejrozličnějším nabídkám obalů. Nejlepší zkušeností je ale vždy osobní poznání. Potřebovala jsem vidět, jak tyto produkty vypadají v obchodech, kde se nacházejí, popřípadě jaký typ zákazníků tam přichází a dané produkty si kupuje. Jako grafik jsem si začala dělat průzkum trhu. Snažila se odpovědět na základní otázky týkající se designu: Kdo je spotřebitel, jaká je cílová skupina? Jakým způsobem bude spotřebitel užívat produkt a jakým způsobem mu to mohu usnadnit? Jak v kombinaci s vhodným obalem zachovat nejlepší kvalitu produktu a zachovat současně jeho atraktivnost? Co s obalem po spotřebování obsahu a jakým způsobem je možné obal dále využít? (5) Obaly jsou totiž článkem mezi zákazníkem a grafikem. Pokud grafik vytvoří dobrý, nápaditý a zároveň lákavý obal na produkt, který se bude zákazníkovi líbit a přivede ho k myšlence, že toto opravdu chce je to nejlepší. To byl nelehký úkol. Když jsem procházela různými regály s biopotravinami a studovala jednotlivé bioprodukty a jejich obaly, uvědomila jsem si, že klasická jednoduchost a čistota obalů a log je nejefektivnější. Mnoho takových potravinářských produktů jsem našla například v prodejnách britského řetězce Mark&Spencer (příloha 13.1). Necháte-li produkt mluvit sám za sebe a jen podtrhnete práci a proces, který v něm je, bohatě to stačí. Tato myšlenka se mi nejvíce právě líbila ve spojení s farmou, která byla mým cílem již od začátku. Zde je vše v nejlepší kvalitě, pěstováno s láskou a chutí.

Po důkladném obhlédnutí obalového designu na současném trhu (příloha 13.3) přišly další fáze studie a příprav. Součástí zdrojů inspirace přípravy se staly také knižní publikace, které obsahovaly ukázky prací jednotlivých designérů i renomovaných studií (6,7,8,9).

Zajímala jsem se i o loga výrobců zemědělských a potravinářských produktů a biofarem (příloha 13.2). Bohužel, v tomto odvětví se často výrobky podobají ať barevností, způsobem balení či typem loga nebo

písma. Z většiny obalů bylo možné cítit důraz na tradice nebo vazbu na přírodní pěstování. Dospěla jsem tak k názoru, že by bylo vhodné navrhnout jednoduché snadno zapamatovatelné a výrazné logo, které se od ostatních odliší.

V mé hlavě se tvořily nejrůznější myšlenky a nápady, které jsem si v průběhu studie zapisovala a skicovala na papíry. (příloha 12.4) Z nejrůznějších možností a nápadů jsem později vybrala ty, které mi byly nejbližší a které v sobě měly potenciál nadneseně řečeno „převálcovat“ dosavadní obalový design.

5. Proces tvorby

Správně navržený obal by měl mít stejnou filozofii jako jeho obsah. V mém případě to znamená jednoduchost a nejlépe přírodní materiály. V jedné části jsem použila sklo z důvodu, že skleněné lahve, v nichž by byly distribuovány šťávy, marmelády, mléko či med jsou pro malovýrobce ze zemědělských farem nejjednodušším obalem, jehož hlavní předností je mimo možnosti vrátit jej k výrobcí a opětovně jej využít opakovaným naplněním i snížení odpadového materiálu.

Druhá část obalů je tvořena přírodním materiálem - papírem. Papír i v dnešní době zaujímá v obalové technice přední postavení. Má dobré mechanicko-fyzikální vlastnosti (pevnost, tuhost, elasticitu) snadno se zpracovává, je lehký, umožňuje snadný a kvalitní potisk. Papírový obal je plně recyklovatelný, po použití lze zbytky obalu snadno skladovat, nevyžaduje zvláštní podmínky ukládání. Důležitou roli mají i nízké pořizovací náklady.

5.1 Logo

Hned na začátku mé práce na mě čekal těžký úkol. Vymyšlení moderního a současně jednoduchého loga. Když jsem začala vytvářet logo, měla jsem na paměti, že se chci odlišit od ostatních farem a biofarem. Potřebovala jsem pro svou farmu něco, co je zapamatovatelné a na první pohled v potencionálním zákazníkovi bude evokovat moderní farmu, bez použití chemie, s kladným vztahem k přírodě, k tradici venkova. Začala jsem tedy přemýšlet nad tím, co farmy takového typu mají, v čem jsou unikátní nebo co je pro ně tak typické, že to dnešní doba přehlíží, ale když se o tom zmíníte, všichni o tom vědí. Velmi usilovně jsem se to snažila nalézt a přitom stačilo jen zvednout hlavu. To tak typické pro venkovské farmy je přece korouhvička, která málokdy chybí na střeše zemědělských budov (10, 11). Mé logo tak začalo vznikat. Symbol a zároveň praktická věc, která nemohla chybět na jakékoliv farmě. Podle korouhviček totiž staří farmáři věděli, co se v jakém období může sázet. Korouhvičky totiž značí směr větru, který k nám přichází. Již staří farmáři věděli, že při severních větrech mohou sázet to či ono a při východních zase něco jiného (příloha 13.5). Nalézala jsem ve svém logu další a další důvody, proč zrovna kohout má být tím správným symbolem. Na farmě se vždy

musí, jak se říká, „vstávat se slepicema“, ale ten, kdo určuje a ohlašuje den, je právě kohout, který budí lidi k práci do nového dne.

Pro dnešní společnost by ale klasický kohout působil možná příliš zastarale a tak jsem jej stylizovala do modernější a příjemnější polohy (příloha 13.6), která se stala následně poznávací značkou mé fiktivní biofarmy - FARMA².

Ještě předtím ale vznikl název mé fiktivní biofarmy. Přemýšlela jsem, zvažovala a zkoušela různé varianty a nakonec se mi tento oříšek podařilo rozlousknout. Zpočátku jsem se chtěla vyhnout slovu farma, ale postupem času jsem si stále více uvědomovala, že bych dané slovo mohla využít ve svůj prospěch a dát mu nový rozměr. Kladla jsem si opětovně otázky, v čem je to jiné, proč mít firmu, která má ve vlastním názvu téměř zosobnělé označení pro malé zemědělské výrobce. Když jsem se na název podívala z širšího pohledu, uvědomila jsem si, že přívlastek „na druhou“ k tomu pasuje nejvíce. Důvodem, proč se moje farma stala „FARMOU²“ je ten, že vše je zde v lepší kvalitě, tvořené lidmi, kteří mají dvě ruce, dávají do své tvorby bioproduktů dvojnásobné úsilí, dvakrát, ne-li více, se o své produkty starají. Je potom samozřejmě zdůvodnitelná výjimečnost jejich finálních výrobků i třeba dvakrát větší jejich cena jako bioproduktů.

Výběr fontu v logu byl složitější, dlouhý, chtěla jsem font, který by odrážel farmu jako takovou. Můj výběr nakonec padl na font Montserrat Bold. Písmo je jednoduché, bezpatkové a dobře čitelné (příloha 13.6.1).

Nakonec jsem si řekla, proč nerozehrát část loga i do vizuálu etiket na produkty – tím se dosáhla dynamika a spojení do celkového dojmu jednotné farmářské firmy.

5.2 Barva

Logo jako celek jsem ponechala v černé barvě z důvodu jeho jednoduchosti. Obaly samy o sobě jsou v provedení čistě bílého papíru s barvou daného produktu. Z tohoto důvodu nebylo nutné dávat logu samostatnou barvu. Navíc rozehraná část loga, která se objevuje na etiketách, vždy barevně ladí do odstínu jednotlivých potravin, které se zrovna pro daný produkt použijí (přílohy 13.11 a 13.15).

5.3 Konstrukce obalu

Vytváření jednotlivých obalů pro mě bylo nejpříjemnější částí přípravy. Bavilo mě nacházet jiné způsoby řešení obalů vybraných produktů. Jedná se zejména o obaly na čajové sáčky a na čaje jako celek, mouky a vajíčka a skleněné obaly na mléko, šťávy, marmelády a med (příloha č. 13.7).

Jako první jsem navrhla čajové sáčky. Při pohledu na mé spolužáky, kteří se při vymačkávání čajového sáčku pocákají nebo se snaží sáček zbavit tekutiny za pomoci čajové lžičky a nejsou-li při této činnosti úspěšní raději sáček čaje vyhodí plně nacucaný, jsem si řekla, proč jim tuto činnost nějakým způsobem neusnadnit. Začala jsem tedy přemýšlet o způsobu, jak to změnit. Velmi se mi líbí, když je čaj balen do trojúhelníkových sáčků, které mají své opodstatnění. To byl také jeden z důvodů, proč jsem se zaměřila na tento typ sáčků. Zprvu jsem zkoušela čaje balit do obalů, na které by se sáčky po použití odkládaly, ale toto řešení se mi nezdálo ideálním. Po dlouhé a pro mě velmi zajímavé cestě od náčrtů, nákresů až po rýsování a správné vypočítávání rozkresů, jsem dospěla k nyní už finální podobě. Čajový sáček jsem umístila do papírového obalu ve tvaru pyramidy. Po nabídnutí čaje spotřebitel obdrží pyramidový obal s čajem, který ze spodu otevře, vyndá čajový sáček a vloží do hrnku s vodou. Papírová pyramida na konci šňůrky se v ten moment stává jakým si závažím bránícím sklouznutí sáčku se šňůrkou (s papírovým ukončením s potiskem loga pro snadnější uchopení) do hrnku. Později, když chce spotřebitel vyjmout sáček, vezme jednou rukou za papírové ukončení čajového sáčku se šňůrkou, druhou za papírovou pyramidku, kterou tahem dolů sjede po šňůrce až k čajovému sáčku, ten vklouzne dovnitř a spotřebitel pak snadno a pohodlně vymyčká zbytek čaje do hrnku (příloha 13.8). Finální obal čajových produktů, do kterého jsou jednotlivé pyramidy uloženy, aby si je potencionální respondent mohl odnést, jsem ponechala v klasickém stylu ve tvaru kvádru, ve kterém je běžně můžeme koupit v obdobě. Tento typ obalu považuji za velmi zdařilý a funkční, proto jsem neměla potřebu na něm nic měnit. Tento finální obal jsem vytvořila ze silnějšího papíru, aby obal byl pevnější a více vydržel při dlouhodobějším a opakovaném zacházení (přílohy 13.9 a 13.9.1).

Jako druhý mě napadl obal na vejíčka. Chtěla jsem vytvořit jednoduchý, praktický výrobek s využitím pevného, levného, přírodního materiálu. A tak vznikl obal na vejíčka z jednoho kusu pevného kartonu. První výhodou tohoto obalu je jeho jednoduchost. Celý je vyroben z jednoho kusu pevného kartonu, po jehož složení nám vznikne pevný obal, ve kterém je výrobek dobře uchycen a neuvolní se. Produkt je tedy chráněn před nebezpečím poškození z vnějšku. Pevné je i zabezpečení výrobku proti náhodnému otevření a následnému poničení obsahu. Další výhodou je jeho jednoduchý tvar pro přepravu i následnou manipulaci při přepravě či nákupu zboží v obchodech. Vytvořila jsem obal, který se dá přetvářet ve více variantách pro 3, 6 a 12 vajec (příloha 13.10).

Pro mouku jsem hledala jiné řešení, než tradiční slabý papírový sáček. Občas se stává, že se vám v rukách takovýto papírový pytlík s moukou při opakovaném otevírání nějakým způsobem natrhne nebo roztrhne a mouka se již jen sype. Snažila jsem se tedy opětovně ponechat papírový obal, ale vytvořit ho jiným způsobem, aby zde nebyla možnost při jeho otvírání rozsypat mouku okolo. Výsledkem pokusů byl nakonec pevný obal z kvalitního papíru, jehož základ vychází z principu krabice, ale vrchní část obalu je zkosena do špičky pro jednoduché zavírání a otevírání (příloha 13.11). Protože sama z vlastní zkušenosti vím, jak špatně se z původního obalu odsypává mouka na váhu, přidala jsem k tomu svému obalu menší vylepšení v podobě postranní části obalu, která se velmi jednoduše dá vytvarovat do tvaru zobáčku aby se z ní lépe mouka sypala (příloha 13.12). Obal sám je jednoduše skladovatelný, jednoduchý na manipulaci pro zákazníka a šetrný k přírodnímu prostředí.

Pro přenášení všech produktů jsem vytvořila skládací krabici z papírové lepenky s logem farmy (opětovně šetrnost k životnímu prostředí, malá cenová nákladnost a znovu použití kartonu v celém konceptu obalového designu).

„Krabičky poskládané z kartonu se začaly ve velkém používat od počátku 19.století a předřezané lepenkové krabice začal produkovat ve své továrně v roce 1890 Robert Gair.“ (12)

Unikátní krabice má na 3 rozích průřezy a v případě koupě skleněných lahví se štávou se průřez dá prorazit do vnitřní strany krabice a vytvoří tak zábranu o rozměru 8x8 cm, do které se zasunou jednotlivé lahve a spotřebitel si nemusí dělat starosti s jejich bezpečným zajištěním proti případnému převrhnutí. Krabici jsem vytvořila ve dvou odlišných velikostech, malou 100x27 cm a velkou 120x27 cm a opatřila jsem je i výřezy pro snadné uchopení a odnos. Zboží se do nich pohodlně skládá a potencionální zákazník tak v klidu a pohodě převezve svůj nákup domů.

To vše jsem ještě doplnila i malou a velkou papírovou taškou pro různě velké nákupy a pohodlný přenos nakoupených produktů. Tašky jsou opět doplněné logem v černé barvě, natištěným přímo na povrch papírové tašky (příloha 13.13).

5.4 Grafické řešení etiket

Design všech obalů spojuje prvek tvořený atypickým tvarem osmiúhelníku, za kterým jsou jednotlivé rostliny či plody. Celý koncept etiket je navržen tak, že při nalepování na skleněné obaly není třeba zvlášť dbát na přílišnou rovnost (jedná se i o malosériovou produkci), protože rostliny a plody, které jsou různě zakomponované v etiketě, tvoří asymetrický tvar, který napomáhá k dobrému celkovému vzhledu, i když etiketa nebude nalepena zcela rovně. Výrobku případná malá nerovnost nebude vadit, protože v zřetelí rostlin a plodů se tato skutečnost ztratí. U balení štáv, mléka, medů a marmelád tento princip dobře funguje.

Naopak u produktů balených do papírového obalu, čajů a mouky, jsem etiketu ponechala, ale současně jsem využila rostlin vyrůstajících z plochy za osmiuhelníkem tak, že rostliny obalem vlastně prorůstají. U čajů, z nichž jsem si zvolila jahodový, šípkový a mátový, jsem využila daných rostlin k obkroužení celého obalu a tím zákazníkovi dala pocit plnosti daného produktu, který si chce zakoupit.

U mouk, které jsem volila ve zdravější formě než ty klasické obilné, tedy špaldovou, kukuřičnou a žitnou jsem zvolila stejný princip a zároveň jsem využila i toho, že tyto rostliny vyrůstají ze země směrem nahoru tak, že samotné klasy žita, špaldy a trávy kukuřice jsou dány do spodní části obalu a připomínají tak rostoucí rostliny. To vše jsem barevně

doplnila horní lištou, pomocí které odlišujeme jednotlivé druhy mouky
od sebe (příloha 13.11).

6. Technologická specifikace

Moje práce se odvíjela od skic k návrhům vytvořeným s využitím počítačových programů Adobe Illustrator, Adobe Photoshop a Adobe Indesign.

Práci mohu rozdělit do 4 kategorií.

U první kategorie tj. skleněných obalů pro mléko a medy jsem vybrala sklenice se šroubovacím kruhovým kovovým uzávěrem a pro marmelády a šťávy sklenice a lahve s tzv. patentním pákovým uzávěrem (s keramickou zátkou u lahví) a pryžovým těsněním po obvodu (13), osvědčený vynález vídeňské firmy Fritzner z 80. let 19. století (příloha 13.14), který v zákazníkovi vyvolává příjemné vzpomínky na venkov a bioprodukty s tím spojené. Pro skleněné obaly jsem volila variantu lepených papírových etiket. Je zde použit papír s gramáží 130 g/m². Etikety jsou navrženy tak, že při ručním lepení nevadí menší odchylky v rovnosti, z důvodu nesymetrického rozmístění rostlin, které za osmiúhelníkem vyrůstají. Vše jsem tiskla digitálním tiskem, potom vystříhala a lepila. Chtěla jsem zachovat celistvost v použití jednotného přírodního papíru, který na etiketách vytváří zajímavý efekt.

Při větším nákladu etiket je možné nahradit ruční stříhání etiket řezáním přímo u výrobce. Z důvodu kusové výroby a různorodosti etiket pro bakalářskou práci toto nebylo možné.

Víčka skleněných obalů jsou doplněna stylizovaným kohoutem (horní část loga firmy) vyřezávaným na pevné lepicí pásce černé barvy. Nechala jsem ho vytvořit s využitím řezacího plotru. Toto trvanlivější označení víček skleněných obalových materiálů zajišťuje zákazníkovi možnost vracet se opakovaně zpět k výrobcu a nechat si opakovaně naplnit své sklenice danými produkty, i v případě poškození či slepení původní etikety výrobku.

Vše je doplněno vyřezávaným logem na černé lepicí pásce. Logo je vytvořeno v černé barvě. Loga jsem nechala vytvořit s využitím řezacího plotru.

Ve druhé kategorii jsem se zabírala papírovými obaly pro čaje a mouky. Pro balení čajů jsem použila jednotný papír CHAGALL,

v daném případě o gramáži 260 g/m². Vše jsem si předem propočítala, naměřila a vyzkoušela na obyčejných běžně dostupných papírech až do fáze konečného rozkresu rozložených krabiček. Po zkoušce vzorku jsem celý návrh převedla do grafických programů společnosti Adobe, vytvořila základní model, který jsem následně doladila do konce. Finální vzorek jsem následně ručně vystříhala a slepila.

Čajové šáčky jsou naopak tvořeny sice ze stejného papíru CHAGALL ale s menší gramáží jen 130 g/m².

Následně jsem stejný papír s větší gramáží 260 g/m² použila i obal na mouky. Velikostně odpovídají standardním pytlíkovým moukám. Vybrala jsem si tři druhy žitnou, kukuřičnou a špaldovou mouku. Pro motivy rostoucích rostlin na obalech jsem použila digitální tisk. V horní části je doplněn barevným pruhem sloužícím jako rozlišovací prvek vždy v podobné barvě jako daná rostlina na etiketě. Na zadní straně se nachází informace stanovené zákonem č. 110/1997 např. energetické hodnoty mouky (bílkoviny, tuky, cukry atd.) pro které jsem použila vybrané doplňkové písmo Brandon Grotesque (příloha 13.9.1). Opět následovalo ručně stříhání a lepení. Díky svému pevnému tvaru a světlému papíru s přidanou barvou, tento obal může dobře vyniknout mezi ostatními produkty v standardním balení.

U třetí kategorie jsem použila dva druhy papírových lepenek. Cílem bylo vytvořit obal z jednoho kusu, pro jednodušší celkovou výrobu. Prvním obalem z lepenky MIKROVLNA – 3VR., HNĚDO/HNĚDÁ o velikosti 70x100 cm jsem vytvořila obal na vajíčka. Do tohoto formátu se podařilo sestavit 4 rozložené obaly. Rozložený obal pro 6 vajec má rozměry je 32,5x33,7 cm. I zde jsem využila možnosti gravírování laserem. Tak jsem získala čisté a přesné výřezy na vajíčka a na zavírací otvory včetně průřezů, z kterých má zákazník informaci o obsahu.

Jako druhou lepenku jsem použila VLN. LEP.3-VRST.VLNA 1.10B HH, ze které jsem vytvořila dvě různé velikosti krabic na přenášení produktů z farmy. Malá krabice je v rozloženém formátu veliká 100x40,5 cm a přesně pasovala i do velikosti dané lepenkou, která měla rozměr 100x70 cm. Druhá krabice, kterou jsem udělala větší, má rozměry 120x40,5 cm a opětovně přesně seděla na větší lepenku o rozměrech 120x80 cm. Oba návrhy jsem doplnila logem fiktivní farmy a nechala je potisknout. Následovalo vlastní, v tomto případě ruční, řezání

a skládání. Jak již jsem se zmínila, krabice jsou ozvláštněny průřezy na 3 hranách, které se dají prohnout dovnitř krabice a tím vznikne „ohrádka“ na vložení jednotlivých skleněných obalů šťáv.

Čtvrtou kategorií jsou papírové nákupní tašky. Ty jsem zvolila jako doplňující část ke krabicím. Zvolila jsem dvě různé velikosti. Malá taška je o průměrech 26x11x34,5 cm a velká má rozměry 32x13x42,5 cm. Obě tašky jsou z papíru a mají papírová ucha, plně recyklovatelné. Tašky jsem zakoupila u společnosti ve SVĚT TAŠEK, spol. s r.o. (www.svettasek.cz) a nechala potisknout logem farmy pomocí digitálního tisku (příloha 13.13).

Jako základ jsem zvolila písmo z písmové rodiny Montserrat, které jsem použila na logo. Zde jsem použila převážně řez písma Bold. Písmo bylo vytvořeno v roce 2010 grafickou designérkou Julietou Ulanovsky, která o něm řekla: „Montserrat is a new libre sans text typeface for the web, inspired by the signage found in a historical neighborhood of Buenos Aires!“ (14). Jde o poměrně moderní styl písma (15).

Jako zástupný font pro informační texty na obalech, dané zákonem a předpisy souvisejícími (16) jsem zvolila dobře čitelný font Brandon Grotesque (příloha 13.9.1), opět vše tištěno digitálním tiskem

7. Popis díla

Zadáním mé bakalářské práce bylo vytvořit vhodné obaly pro fiktivní firmu FARMA² zabývající se bio potravinářskými produkty.

Základní myšlenkou bylo vytvořit jednotný obalový design s další přidanou hodnotou. Spojit konstrukční i tvarové řešení navíc i s grafickou aplikací. Dosáhnout, aby obaly nebyly pouze přenašečem daného produktu, ale aby je zákazník mohl po odnesení z farmy začít plně využívat nebo aby s nimi měl lehkou manipulaci. Přínosem k tomu všemu bylo to, že jsem chtěla vytvořit obaly, které jsou do jisté míry ekologicky šetrné a lze je recyklovat.

Samotné logo FARMA² (příloha 13.6.1) odráží zemědělskou farmu jako takovou. Použitím nám tolik známé korouhvičky s kohoutkem ohlašujícím brzká rána.

Jako sjednocující designový prvek jsem volila nejen osmiúhelník, který se mění do barev daného produktu ale i rostliny a plody, které z něj vyrůstají. Navození pocitu čerstvosti a opravdu poctivých surovin bylo také jednou z důležitých složek, kterých jsem chtěla dosáhnout.

Balení mléka, medů, marmelád a šťáv jsem navrhla ve skleněných obalech. Důvodem je nejen snížení množství odpadového materiálu, ale i myšlenka, aby se zákazník vracel opakovaně zpět k výrobcí a nechal si opětovně naplnit své lahve (příloha 13.15) a sklenice danými produkty. Z toho důvodu jsou u mléka navržena šroubovací víčka. U medů a marmelád, které vyžadují pro snadnou manipulaci při spotřebě větší průměr víčka, jsem volila v případě marmelád skleněná víčka se silikonovým těsněním zajištěná perkem (příloha 13.16) a u sklenic medů šroubovací kovová víčka. Široké uzávěry umožňují současně snadné mytí vnitřku skleněných obalů a jejich opakované využití (příloha 13.17).

U papírových obalů je vždy nabídnuta nějaká, někdy třeba jen drobná, funkčnost na víc.

Obaly na vajíčka jsou vyrobeny jen z jednoho kusu kartonu tak, že celá konstrukce obalu je dostatečně pevná a vajíčka nejen chrání před poškozením z vně, ale balení se i velmi dobře převáží. Obal na vajíčka

lze samozřejmě vyrobit ve více variantách pro 3, 6 a 12 vajec. Vajíčka jsou doplněna symbolem kohoutího loga, které je viditelné průřezy v přední stěně obalu (příloha 13.10).

Balení jednotlivých čajových sáčků usnadňuje vymačkání čajového sáčku po jeho vylouhování. Papírová pyramida slouží nejen jako závaží při louhování čaje, současně je i grafickou ozdobou a zároveň zákazníka chrání před zašpiněním si ruky. Vše je vždy doplněno obrazem daného produktu, ze kterého je čaj vyroben, protože i vzhledová estetika výrobku má dávat informaci o druhu čaje v případě, že bude čaj podáván jinému zákazníkovi.

Krabička na čaje je vytvořena podle rozšířeného základního vzoru, který je zažitý, praktický a zákazníky vítaný. Víčko čajové krabičky jsem ozvláštnila zakomponováním loga s rostlinami, které v dolní části odklápěcího víčka částečně vystupují z rovné plochy.

U mouky bylo cílem vymyslet obal, který zajistí, že se obsah nerozlétne při otevření po celé kuchyni. Chtěla jsem zachovat velikost, která je příjemná pro manipulaci a současně ozvláštnit řešení obalu něčím, co by usnadnilo konečnému uživateli život, nebylo by přitom náročné na výrobu ani životní prostředí. Vymyslela jsem tedy obal z tvrdého papíru, který zabrání rozsypání mouky a uzavřela jsem jej pomocí znovu otevíracího uzávěru. Krabice má ještě jednu „vychytávku“ a to je, že po otevření krabice stačí na koncích krabici zmáčknout a vytvoří se trojúhelníkový žlábek, s jehož pomocí kuchař může snadno sypat mouku na váhu v jednom směru (příloha 13.12).

Celou práci doplňuje plakát s ukázkou přehledu produktů farmy (příloha 13.18).

Hlavním záměrem bylo vytvořit jako výsledek bakalářské práce ucelenou a jednotnou řadu obalů a příjemným a přitom účelným designem.

8. Přínos práce pro daný obor

Moje práce na poli působnosti grafického designu přesahující i do části produktového designu byla výzva, které jsem se ráda chopila. Svou prací jsem chtěla ukázat, že tradiční výroba s podnázvem „bio“ není jen o kvalitních výrobcích s tradičním zpracováním, co se týká farem, ale i o kvalitním a cenově rozumně zvládnutém obalovém designu.

Základem mé práce je jednoduchost a čistota. V dnešní době se setkáváme jen velmi zřídka s obaly, které nejsou přehlceny nepotřebnými informacemi v často nečitelném provedení a s nevzhledným křiklavým designem. O to víc si myslím, že čistota tvarů, kterou jsem ve své bakalářské práci uplatnila, může velmi dobře podporovat koupi výrobků.

Díky této práci jsem si mohla vyzkoušet práce při návrhu včetně vytváření obalů, získat zkušenost s různým materiálem a přemýšlet o nejrůznějších „vychytávkách“ a funkčnosti obalu. Také jsem získala informace o mnoha druzích recyklovatelného papíru a možnostech jeho potisku a zpracování.

9. Silné stránky

Vybrané téma vhodně navázalo na moje dosavadní studium. V dnešní době při důrazu na rozvoj zdravého životního stylu a podpoře malých farem a jejich produktů, považuji za správné i těmto výrobkům dodat kvalitní vzhled a obal a myslím, že se mi to aspoň částečně v některých detailech podařilo. Design není barevně předimenzován a současně s využitím loga propojuje celou výrobkovou řadu.

Za silnou stránku mé práce považuji víceúčelovost části obalů, které jsem vytvořila včetně kombinace se systémem přenosných krabicí. Je-li totiž dobrá a originální myšlenka, může vzniknout i kvalitní obalový design. Celý vizuál je postaven na zábavnosti a ukazuje potencionálnímu zákazníkovi čerstvost produktů a poctivost výrobku.

Logo (příloha 13.6.1) prezentuje dvojité spojení zemědělské produkce, protože výroba bioproduktů vyžaduje zvýšenou („dvojitou“) péči. Loga jednotlivých farem bývají obvykle na podobné bázi. Navržené logo FARMA² s kohoutem se odlišuje, je snadno zapamatovatelné a jednoduše se používá. Využitím loga na etiketách tak napomáhá k umocnění i názvu výrobce.

10. Slabé stránky

Za slabší stránku můžeme považovat papírovou etiketu, která se může sloupnout (odolnost závisí na použitém způsobu lepení) a tím skleněné obaly mohou přijít o etiketu. Při použití vhodného lepidla toto lze kompenzovat a naopak etikety s kohoutem, které zůstanou na uzávěrech lahví, budou fungovat jako poznávací znamení farmy.

Jako možnou slabší stránku považuji způsob začleňování rostlin, plodů či věcí v kombinaci s osmiúhelníkovou etiketou, která ne vždy může být plně výtvarně použita. Příkladem je třeba mléko, kdy v tomto případě pozadí etikety dotváří obsah láhve (příloha 13.15).

Slabou stránkou je určitě práce na maketách výrobků. I při největší pečlivosti nebylo možné z důvodu kusové výroby vždy použít takový materiál, který by při výrobě ve větším objemu splňoval nejlépe požadavky, kladené na finální bioprodukty.

(Výsledné obaly jsou pouhou maketou, jak mohou balení bioproduktů vypadat, protože kusová výroba některých obalů (sklo) a jejich finalizace (např. slepování a zavařování okrajů) není v tak malém nákladu možná.)

11. Seznam použitých zdrojů

A) Knižní a periodická literatura

(3) HELLER, Jan. 1000 Obalový design. Nejlepší nápady pro kartony, krabice, tašky a láhve. 1. vyd. Praha: Slovart, 2008. ISBN: 978-80-7391-191-1.

(6) BHASKARANOVA Lakshmi. Podoby moderního designu. Inspirace hlavních hnutí a stylů pro současný design. 1. vyd. Praha: Slovart, 2007. ISBN: 80-7209-864-0

(7) HRACH Pavel, VANĚK Rostislav. LOGO. Koncepce a grafický design. 1. vyd. Pavel Hrach – hra 2009. ISBN: 978-80-904483-0-8.

(8) D&AD09. The best advertising and design in the World. 1. vyd. London, 2010. ISBN: 978-3-8365-2083-6

(9) AMBROSE Gavin, HARRIS Paul. Layout. Velký průvodce grafickou úpravou. 1.vyd. Computer Press, a.s., 2009. ISBN: 978-80-251-2165-8

(12) – KLIMCHUK, Marianne R., KRASOVEC, Sandra A. Packaging Design: Successful Product Branding From Concept to Shelf. 2. vyd. New Jersey: John Wiley & Sons Inc., 2012. ISBN: 978-1-118-02706-6 (pbk), ISBN: 978-1-118-35860-3 (ebk), ISBN: 978-1-118-35854-2 (ebk), ISBN: 9781-118-35861-0 (ebk), ISBN: 978-1-118-35463-6 (ebk), ISBN: 978-1-11835464-3 (ebk), str. 34

B) Zdroje z internetu

- (1) – Proč je grafický design užitečný. Unie grafického designu [online]. 2012 [cit. 2015-04-25]. Dostupné online: <http://unie-grafickeho-designu.cz/proc-je-graficky-design-uzitecny/#. VT37-hOsUh>)
- (2) – ČURDA Dušan, Balení potravin, vydala Alfa Bratislava 1982, 621.79, díle Syllabus textů k přednáškám, Balení potravin, dostupný online <http://docplayer.cz/3940670-Baleni-potravin-syllabus-textu-k-prednaskam-z-predmetu-vysoka-skola-chemicko-technologicka-v-praze-ustav-konzervace-potravin-a-technologie-masa.html>)
- (4) – <http://www.countrylife.cz/biopotraviny>
- (5) – http://www.odbornaskola.cz/skripta/publ_02.htm skripta SOŠ a VOŠ obalové techniky Štětí, Obalový design, dostupná verze online
- (10) – <http://stary-web.zastarouprahu.cz/ruzne/korouhve.htm>
- (11) – <http://www.lidova-architektura.cz/prehled-seznam/encyklopedie/korouhvicka-vetrna.htm>
- (13) – www.stare-lahve.cz/pivni-lahev-nevycerpatelna-inspirace/uzavery-a-hrdla/
- (14) – <https://www.kickstarter.com/projects/julietaulanovsky/the-montserrat-typeface>)
- (15) – <http://cs.fonts2u.com/montserrat-bold.pismo>
- (16) – www.szpi.gov.cz – Zákon č.110/1997 o potravinách a tabákových výrobcích ve znění pozdějších předpisů)

12. Resumé

This bachelor thesis is focused on creation of unified design for certain food products packaging and it should be interesting enough to be cost-effective, when it comes to financial part of the business.

As stated before, the products, that will have its look redesigned, are ceratin bio products, concretely fruit juices, marmalades, honeys, milk (in glass bottles) and also teas, eggs and flour.

Another important criteria in this thesis, except the design part, is also protecting the content for the consecutive easy manipulation of products in stores, when it comes to employees of the store, but also for consumers themselves, which means, that it's important for product to have well-made packaging to be, for example, easily opened.

At last, the result of this work will be creation of simple, yet effective visual style, that looks pleasantly and basically works well for everyone.

13. Seznam příloh

13.1 Obaly na potravinářské výrobky

13.2 Loga farem v dnešní době

13.3 Obaly na bio výrobky

13.4 Skicy nápadů a myšlenky

13.5 Korouhvičky

13.6 Skica k logu

13.6.1 Konečná forma loga

13.7 Postup realizace (lahve, krabice)

13.8 Nákresy čajového obalu a první maketa

13.9 Design obalu čaje

13.9.1 Design obalu čaje a zadní přidané informace

13.10 Design obalu na vejíčka

13.11 Design obalu mouky

13.12 Obal na mouky, systém na sypání

13.13 Krabice a papírové tašky

13.14 Lahve na šťávy a detail uzávěru

13.15 Lahev na mléko

13.16 Design obalu marmelády

13.17 Design obalu medů

13.18. Plakát

13.19 Plakát „Jak použít čajovou pyramidu“

13.1 Obaly na potravinářské výrobky



13.2 Loga farem v dnešní době



13.3 Obaly na biovýrobky



13.4 Skicy nápadů a myšlenky


- uvažovat grafování → se velice možná to nestojí tolik
 → vznikne tu originálnější krabička
 + využít návrh

! → obalový fólie (využít to jinak než obal)
 ! → větší zvažovat nějaké lepuky papířpactě vlastně přírodní (někdy balíček doplnit se zajímavým vzorem)

→ růže jsou to věci
 → na přípravu věci, speciálního silku čaje, + spojím + harmonizují přírody

MATERIAL
 - v úvodu připadať papířová lepenka
 → levná, praktická, dá se ohýbat i řezat

BARVY



dekomponování logo do vizuálu

← přelap

! + asimetrie při malé nevadí že by to bylo makro

← logo + etiketa = jednotou

← etiketa

- přírodní papír
 - e
 - si
 - teš
- malá kvalita
 - folie lepicí
 - text
 - barva
 - neúctologické jednotou

← možnost na

čajové sáčky

+ skusit jak by byly věci kdyby posadil v čarobně toho ovce a sověti barevně jen! věc za kterou máme aby je věc s čajem

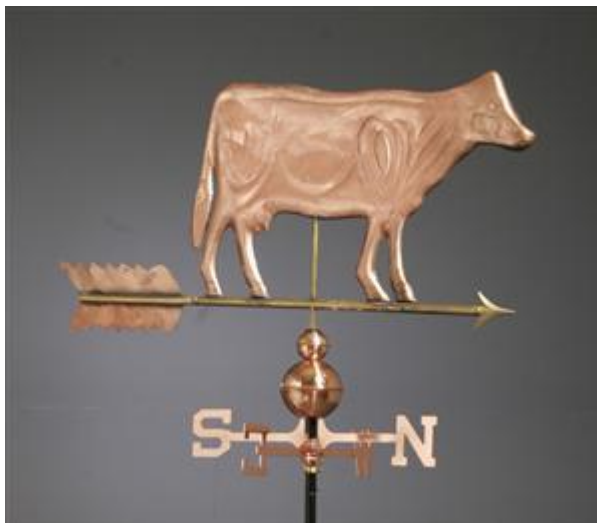
med

← přírodní papír opět s křehkostí + dřevěnou věc → si bez ní

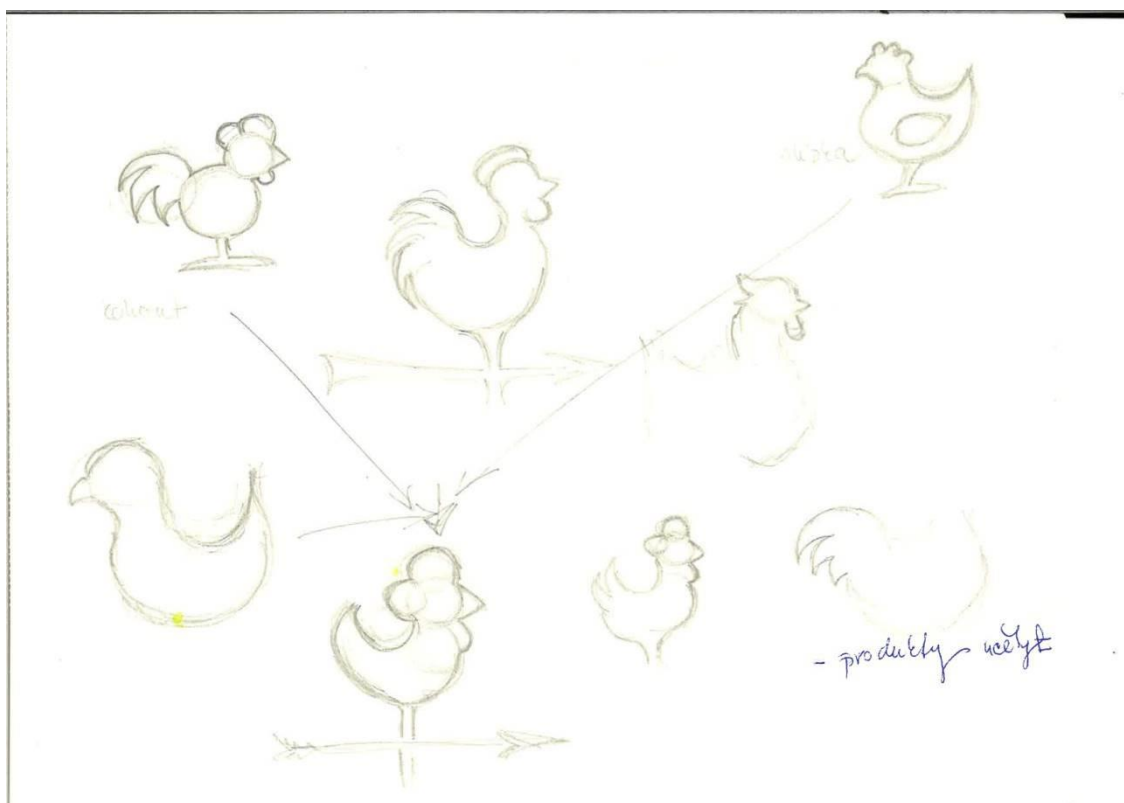
- přístě vše přiměřet už jako celek vyložené!

... .. 12.00 3. min 12.00 (ten výřez

13.5 Korouhvičky



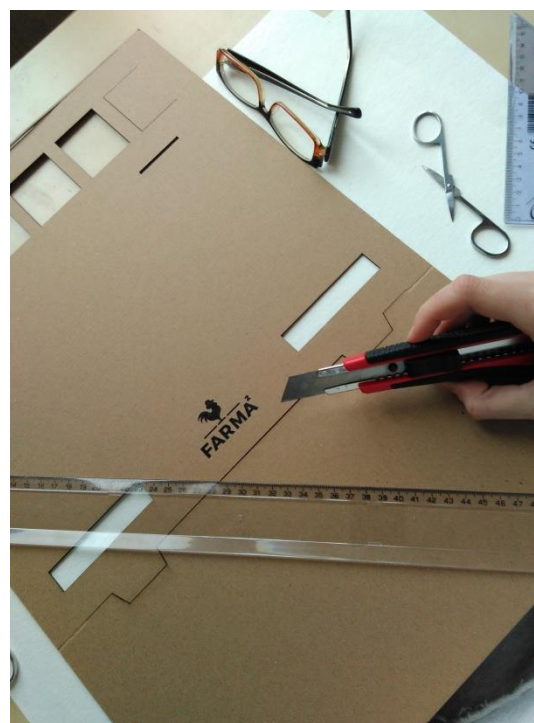
13.6 Skica k logu

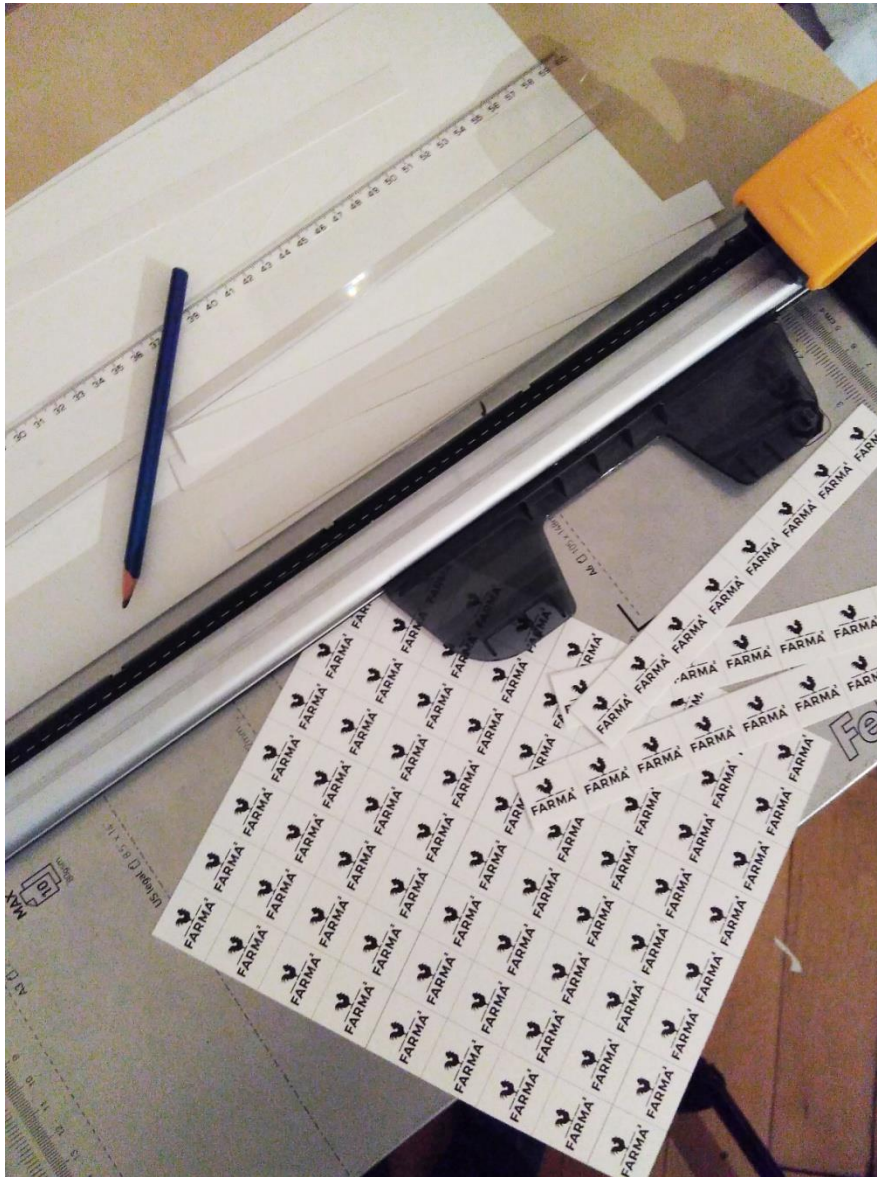


13.6.1 Konečná forma loga

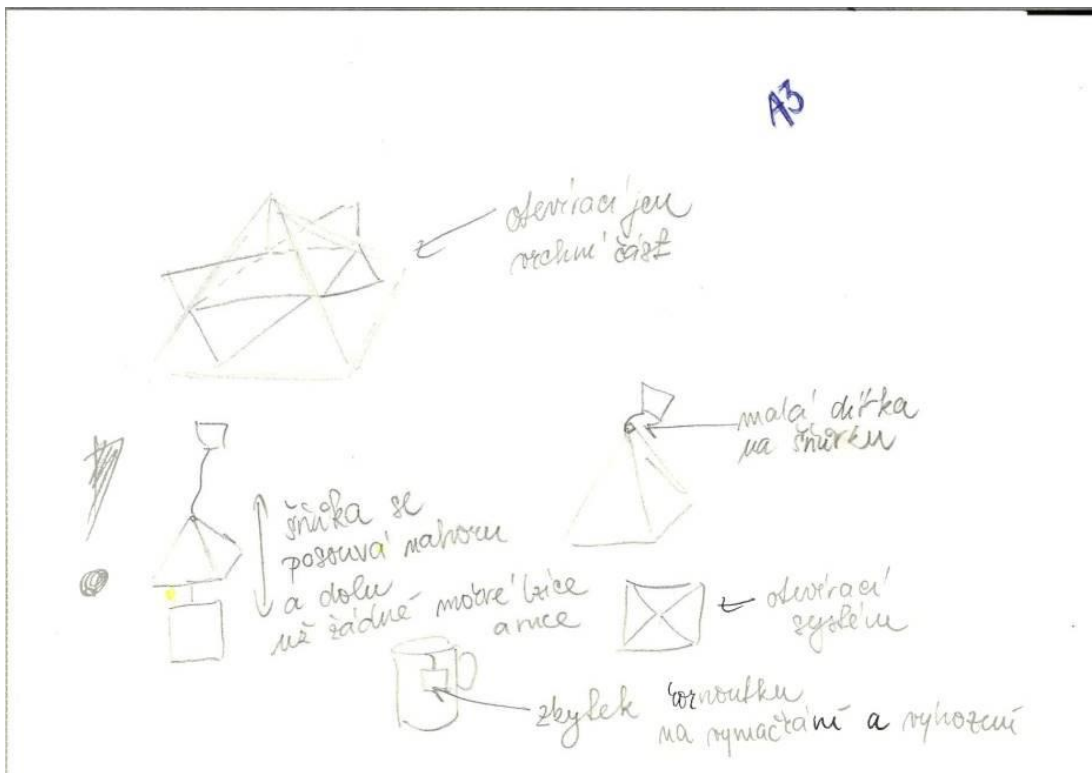


13.7 Postup realizace (lahve, krabice)





13.8 Nákresy čajového obalu a první maketa



13.9 Design obalu čaje



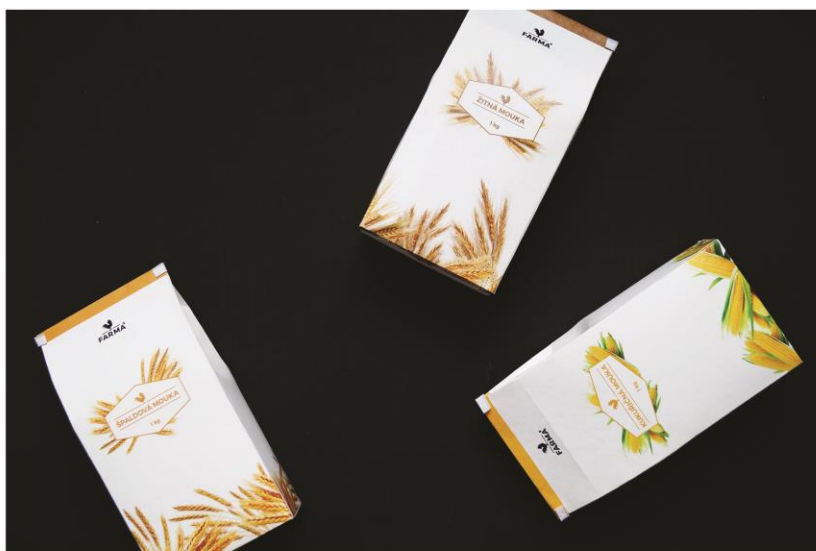
13.9.1 Design obalu čaje a zadní přidané informace



13.10 Design obalu na vajíčka



13.11 Design obalu mouky



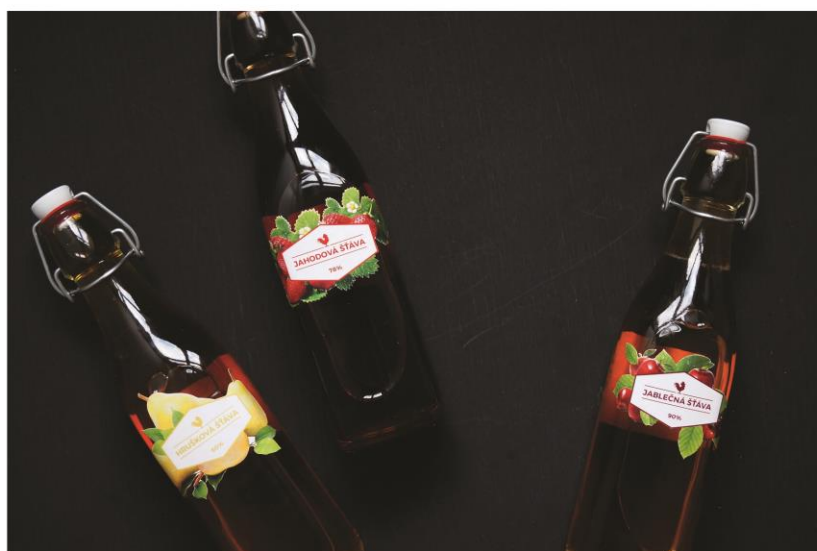
13.12 Obal na mouky, systém na sypání



13.13 Krabice a papírové tašky



13.14 Lahve na šťávy a detail uzávěru



13.15 Lahev na mléko



13.16 Design obalu marmelády



13.17 Design obalu medů



13.18 Plakát



13.19 Plakát „Jak použít čajovou pyramidu“



Jak použít čajovou pyramidu.

