

# Sada obalů pro konkrétní společnost

BcA. Anna Hlaváčová

---

Diplomová práce  
2011



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně  
Fakulta multimediálních komunikací

---

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně  
Fakulta multimediálních komunikací  
Ústav vizuální tvorby  
akademický rok: 2010/2011

## **ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE**

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **BcA. Anna HLAVÁČOVÁ**  
Osobní číslo: **K09553**  
Studijní program: **N 8206 Výtvarná umění**  
Studijní obor: **Multimedia a design – 3D design**

Téma práce: **Sada obalů pro konkrétní společnost**

Zásady pro vypracování:

- 1.Rešerše stávajícího stavu
- 2.Analýza materiálů a výroby
- 3.Stanovení cílů
- 4.Vypracování projektu
- 5.Realizace navrhovaného modelu
- 6.Vyhodnocení projektu
- 7.Vizualizace

Rozsah diplomové práce: viz. Zásady pro vypracování  
Rozsah příloh: viz. Zásady pro vypracování  
Forma zpracování diplomové práce: tištěná/elektronická

Seznam odborné literatury:

1. The deigners packagink bible, Roto vision2007
- 2.1000 Obalový design, Rockport,2008 ISBN 978-80-7391-191-1
3. The Leader of the PackJeremy Myerson
4. www.typo.cz
5. www.designportal.cz

Vedoucí diplomové práce: **Mgr. Art. Ivan Pecháček**  
Ústav vizuální tvorby  
Datum zadání diplomové práce: **1. prosince 2010**  
Termín odevzdání diplomové práce: **20. května 2011**

V Uherském Hradišti dne 1. března 2011

doc. MgA. Jana Janíková, ArtD.  
*Jana Janíková*  
děkanka



*M. A. Vladimír Kovařík*  
M. A. Vladimír Kovařík  
ředitel ústavu

## PROHLÁŠENÍ AUTORA BAKALÁŘSKÉ/DIPLOMOVÉ PRÁCE

Beru na vědomí, že

- odevzdáním bakalářské/diplomové práce souhlasím se zveřejněním své práce podle zákona č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, bez ohledu na výsledek obhajoby <sup>1)</sup>;
- beru na vědomí, že bakalářská/diplomová práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému dostupná k prezenčnímu nahlédnutí;
- na moji bakalářskou/diplomovou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, zejm. § 35 odst. 3 <sup>2)</sup>;
- podle § 60 <sup>3)</sup> odst. 1 autorského zákona má UTB ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- podle § 60 <sup>3)</sup> odst. 2 a 3 mohu užít své dílo – bakalářskou/diplomovou práci - nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen s předchozím písemným souhlasem Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše);
- pokud bylo k vypracování bakalářské/diplomové práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tj. k nekomerčnímu využití), nelze výsledky bakalářské/diplomové práce využít ke komerčním účelům.

Ve Zlíně 20. 3. 2011

Mgr. ANNA HLAVÁČOVÁ  
Jméno, příjmení, podpis

1) zákon č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, § 47b Zveřejňování závěrečných prací:

(1) Vysoká škola nevydělečně zveřejňuje disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce, u kterých proběhla obhajoba, včetně posudků oponentů a výsledku obhajoby prostřednictvím databáze kvalifikačních prací, kterou spravuje. Způsob zveřejnění stanoví vnitřní předpis vysoké školy.

(2) Disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce odevzdané uchazečem k obhajobě musí být též nejméně pět pracovních dnů před konáním obhajoby zveřejněny k nahlázení veřejnosti v místě určeném vnitřním předpisem vysoké školy nebo není-li tak určeno, v místě pracoviště vysoké školy, kde se má konat obhajoba práce. Každý si může ze zveřejněné práce pořizovat na své náklady výpisy, opisy nebo rozmnoženiny.

(3) Platí, že odevzdáním práce autor souhlasí se zveřejněním své práce podle tohoto zákona, bez ohledu na výsledek obhajoby.

2) zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 35 odst. 3:

(3) Do práva autorského také nezasahuje škola nebo školské či vzdělávací zařízení, užije-li nikoli za účelem přímého nebo nepřímého hospodářského nebo obchodního prospěchu k výuce nebo k vlastní potřebě dílo vytvořené žákem nebo studentem ke splnění školních nebo studijních povinností vyplývajících z jeho právního vztahu ke škole nebo školskému či vzdělávacího zařízení (školní dílo).

3) zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 60 Školní dílo:

(1) Škola nebo školské či vzdělávací zařízení mají za obvyklých podmínek právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla (§ 35 odst. 3). Odpírá-li autor takového díla udělit svolení bez vážného důvodu, mohou se tyto osoby domáhat nahrazení chybějícího projevu jeho vůle u soudu. Ustanovení § 35 odst. 3 zůstává nedotčeno.

(2) Není-li sjednáno jinak, může autor školního díla své dílo užít či poskytnout jinému licenci, není-li to v rozporu s oprávněnými zájmy školy nebo školského či vzdělávacího zařízení.

(3) Škola nebo školské či vzdělávací zařízení jsou oprávněny požadovat, aby jim autor školního díla z výdělků jim dosažených v souvislosti s užitím díla či poskytnutím licence podle odstavce 2 přiměřeně přispěl na úhradu nákladů, které na vytvoření díla vynaložily, a to podle okolností až do jejich skutečné výše; přitom se přihlídí k výši výdělků dosažených školou nebo školským či vzdělávacím zařízením z užití školního díla podle odstavce 1.

## **ABSTRAKT**

Tato diplomová práce obsahuje kompletní návrhy tří dárkových vinných sad pro společnost "Vino Hruška". V první části byla provedena rešerše současného stavu obalové techniky ve vinařství a také seznámení s technologiemi a materiály, které byly použity pro navrhované obaly. V praktické části jsem postupně vypracovala kompletní design pro tři dárkové sady. Jednalo se o návrh univerzálního dřevěného korpusu, papírových vložek, všech etiket i doprovodných produktů.

Klíčová slova: design, víno, kolekce, obal

## **ABSTRACT**

This diploma thesis contains three complete designs of wine gift sets for company "Vino Hruška." The first part contains research of the current state of packaging technology in the winery and also introduction to technology and materials that were used for proposed packaging. In the practical part, I gradually developed a complete design for three wine gift sets. I have designed universal wooden box, paper inserts, all labels and associated products.

Keywords: design, wine, collection, packaging

### **Poděkování**

Chtěla bych touto cestou poděkovat za příkladné vedení při zpracování diplomové práce svému vedoucímu diplomové práce panu Mgr. Art. Ivanu Pecháčkovi.

Dále chci poděkovat celé své rodině za podporu po celou dobu mého studia.

### **Čestné prohlášení**

Prohlašuji, že jsem tuto diplomovou práci vypracovala samostatně pod vedením vedoucího diplomové práce pana Mgr. Art. Ivana Pecháčka a s použitím uvedené literatury.

Dále prohlašuji, že odevzdaná verze diplomové práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

# OBSAH

ÚVOD.....	10
<b>I</b> <b>TEORETICKÁ ČÁST</b> .....	<b>11</b>
<b>1</b> <b>DEFINICE OBALU</b> .....	<b>12</b>
<b>2</b> <b>FUNKCE OBALU</b> .....	<b>13</b>
2.1    FUNKCE OCHRANNÁ .....	13
2.2    FUNKCE MANIPULAČNÍ.....	13
2.3    FUNKCE INFORMAČNÍ .....	13
2.4    FUNKCE PRODEJNÍ .....	14
2.5    FUNKCE MANIPULAČNÍ.....	14
2.6    FUNKCE MARKETINGOVÁ .....	15
2.7    FUNKCE ESTETICKÁ.....	15
2.8    FUNKCE EKOLOGICKÁ .....	16
<b>3</b> <b>DRUHY OBALU</b> .....	<b>17</b>
3.1    SPOTŘEBITELSKÝ OBAL .....	17
3.2    DISTRIBUČNÍ OBAL .....	17
3.3    PŘEPRAVNÍ OBAL .....	18
<b>4</b> <b>OBALY A VINAŘSTVÍ</b> .....	<b>19</b>
4.1    OBALY POUŽÍVANÉ VE VINAŘSTVÍ.....	19
4.2    REŠERŠE SOUČASNÉHO STAVU .....	24
<b>5</b> <b>MATERIÁLY A TECHNOLOGIE VÝROBY NAVRHOVANÝCH     OBALŮ</b> .....	<b>28</b>
5.1    PAPÍR .....	28
5.2    DŘEVO .....	32
5.3    SKLO .....	34
5.4    PEČETNÍ VOSK, PEČEŤ.....	36



<b>II</b>	<b>PRAKTICKÁ ČÁST</b> .....	<b>37</b>
<b>6</b>	<b>ÚVOD</b> .....	<b>38</b>
6.1	SPOLEČNOST „VÍNO HRUŠKA“ .....	38
6.2	ZADÁVACÍ BRIEF .....	39
<b>7</b>	<b>DÁRKOVÁ KOLEKCE „CLASSIC“</b> .....	<b>43</b>
7.1	LÁHEV BÍLÉHO VÍNA.....	43
7.2	ETIKETA A PŘEVLEK.....	45
7.3	OBAL NA ŠPAGETY A CRAKERY .....	45
7.4	PAPÍROVÝ OBAL .....	48
7.5	DŘEVĚNÝ KORPUS .....	50
7.6	DÁRKOVÁ KOLEKCE .....	50
<b>8</b>	<b>DÁRKOVÁ KOLEKCE „DELUXE“</b> .....	<b>53</b>
8.1	LÁHEV ŠAMPAŇSKÉHO .....	53
8.2	ETIKETA .....	55
8.3	PŘEVLEK .....	56
8.4	DÁRKOVÁ KOLEKCE .....	58
<b>9</b>	<b>DÁRKOVÁ KOLEKCE „PORT“</b> .....	<b>60</b>
9.1	LÁHEV LIKÉROVÉHO VÍNA.....	60
9.2	ETIKETA, RAZÍTKO, PEČEŤ A SVITEK.....	62
9.3	OBAL NA MANDLE A DOUTNÍKY .....	65
9.4	PAPÍROVÝ OBAL .....	67
9.5	DÁRKOVÁ KOLEKCE .....	69
	<b>ZÁVĚR</b> .....	<b>72</b>
	<b>SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY</b> .....	<b>73</b>
	<b>SEZNAM OBRÁZKŮ</b> .....	<b>74</b>

## ÚVOD

S obaly se setkáváme prakticky denně. Podle jejich zpracování, volby materiálu, tvarosloví a celkového designu hodnotíme nejen jejich kvalitu ale často i chuť, dokáží nás zaujmout nebo naopak odradit. V dnešní době obaly neplní jen svou základní ochrannou funkci, ale slouží také k prezentaci a podpoře prodeje daného výrobku. Obal je právě to, co výrobek prodává a je tedy velmi důležitá jeho správná volba a způsob provedení.

Každý den jsme svědky reklamních obalových bojů mezi výrobci, značkami a službami. Výrobci mezi sebou neustále soupeří a snaží se být lepší než konkurence, jak v materiálech tak i použitých technologiích. Obalové materiály nesou důležitou úlohu v oblasti reklamy. Základem úspěchu každého obalu je inovace, minimalizace nákladů, ekologie, sledování trendu a životního stylu.

## **I. TEORETICKÁ ČÁST**

## 1 DEFINICE OBALU

Obal je označován jako obalový prostředek nebo soubor prostředků zabezpečující ochranu výrobků před poškozením, zabraňující škodám, které by mohly výrobky způsobit, umožňující oběh výrobků a usnadňující jejich spotřebu. Naopak balení je činnost spočívající v přípravě výrobků pro oběh a spotřebu pomocí obalových prostředků a funkční spojení výrobku s obalovými prostředky. Obalový prostředek je souhrnný název pro obalové materiály, obaly a pomocné obalové prostředky.

V praxi se obaly člení do několika základních kategorií:

**Spotřebitelský** obal tvoří s výrobkem nedělitelnou prodejní jednotku určenou pro konečného spotřebitele.

**Skupinový** (sekundární) obal spojuje několik prodejních výrobků pro účely uskladnění a případně i prodeje a jeho odstranění nijak neovlivní vlastnosti výrobku.

**Přepravní** (terciární) obal má úlohu usnadnit manipulaci, přepravu a ochránit přitom zboží.



Obr. 1: Ukázka obalu spotřebitelského, skupinového a přepravního

## 2 FUNKCE OBALU

Obal v dnešní době musí splňovat mnoho funkcí mezi něž patří například funkce ochranná, manipulační, estetická, prodejní, marketingová, informační, skladovací či ekologická.

Základní funkce obalu by se daly shrnout následovně. Úkolem obalu je chránit zboží proti nepříznivým účinkům vnějšího prostředí nebo také naopak chránit vnější prostředí před nepříznivými účinky obsahu obalu během manipulace, přepravy a skladování, minimalizovat náklady těchto činností, pozitivně působit na spotřebitele při koupi a ulehčit mu spotřebu obsahu [1]. Obal může také působit jako přidaná hodnota, která zvyšuje užitek z produktu. Důležitost jednotlivých funkcí se ovšem liší podle vrstev obalu, jeho uživatelů a mění se v průběhu spotřebního cyklu výrobku. Funkce obalu a jejich pojetí se také vyvíjí v čase v závislosti na dostupné technologii a změnách v požadavcích distribuce a koncových uživatelů. Ideální obal by měl plnit všechny základní funkce [2].

### 2.1 Funkce ochranná

Ochranná funkce spočívá ve schopnosti chránit výrobek po dobu jeho oběhu před škodlivými vlivy prostředí a zabránit nežádoucímu účinku. Má zajistit, aby se produkt rychle dostal ke spotřebiteli nepoškozený a aby nedošlo ke zhoršení užitkových vlastností a aby byla zajištěna jeho hygienická a zdravotní nezávadnost [1]. U potravin je důležitá ochrana před mechanickým poškozením, množstevními ztrátami, chemickým nebo biologickým znehodnocením, to je degradace světlem, oxidací, vlhkem, pachovými změnami a cizorodými látkami.

### 2.2 Funkce manipulační

Manipulační funkce obalu umožňuje snadnou ovladatelnost zabalených jednotek při přepravě, skladování, prodeji i spotřebě.

### 2.3 Funkce informační

Tato funkce by se již dala chápat jako marketingově orientovaná. Úkolem obalu je co nejlépe informovat spotřebitele o výrobku a následně ho přesvědčit nebo zlákat ke koupi. Zahnuje údaje o zboží, identifikaci, složení zboží, datu výroby, době maximální trvanlivosti

a mnohém dalším. Obal musí zaujmout a sdělit základní informace o obsahu obvykle velmi rychle a na větší vzdálenost. Informace povinně uváděné na spotřebitelských obalech potravin upravuje i zákon. Údaje na obalech lze členit na informace potřebné při nákupu, informace potřebné při spotřebě a informace okrajové. Obal však neinformuje pouze spotřebitele. Obal nese informace i pro přepravce a prodejce.

## 2.4 Funkce prodejní

Obal musí svým provedením a estetickým vzhledem napomáhat prodeji výrobku a působit jako propagační prvek. Propagační složka, která napomáhá v prodeji, může být grafický symbol, jméno firmy a podobně. Prodejní funkce závisí na schopnosti obalu ovlivňovat odbyt výrobku, napomáhat racionální spotřebě, spoluvytvářet úroveň životního prostředí a ovlivňovat estetické cítění spotřebitelů.



Obr. 2: Ukázka obalů s různými propagačními prvky

## 2.5 Funkce manipulační

Skladování je důležitým mezičlánkem v procesu oběhu zboží při jeho přepravě od výrobce ke spotřebiteli. Vyplývá z nerovnoměrnosti výroby, oběhu a spotřeby. Výrobní sortiment se podle požadavků odběratelů ve skladech přetváří na obchodní sortiment a pro uchování

užitných hodnot zboží by proto měly být vytvořeny co nejlepší podmínky. Základním předpokladem pro správné skladování zboží je omezení škodlivých vlivů působících na zboží v průběhu skladovacího procesu. Tyto škodlivé vlivy vznikají především nesprávnou manipulací se zbožím. Nejnebezpečnější jsou vlivy atmosférické (teplota, vlhkost, sluneční záření, průmyslové agresivní plyny a prašnost). Pro zachování užitné hodnoty skladovaného zboží má značný význam také doba skladování a pravidelná obměna zboží.

## 2.6 Funkce marketingová

Každá z již uvedených funkcí obalu se může alespoň částečně považovat za marketingově orientovanou. Nicméně za marketingovou funkci obalu je možné označit vše, čím obal přispívá k prodeji výrobku a k uspokojení potřeb zákazníka. Podstatné je, aby byly rozdílné funkce obalu vyvážené a aby obal působil v souladu s produktem i s ostatními využívanými komunikačními prostředky [4].

Obal představuje významný prvek marketingové komunikace výrobce se zákazníkem, respektive spotřebitelem. Kvalitní obal mnohdy dokáže dokonce přesvědčit zákazníky o jakosti výrobku. Obal je symbolem marketingu, je vizuálním a fyzickým důkazem výrobku, který se má prodat. Má přinášet jasné oznámení, i když na obalu nemůžeme nikdy přesně vidět to, co kupujeme, dokonce ani nemusíme koupit to, co na obalu vidíme. Často zaplatíme více za obal než za jeho obsah, který může být zvláštní anebo v jistém smyslu nepřiměřený. Obal se však může stát jedním z nejúčinnějších nástrojů aktivizujících prodej. Kvalitní a správně inovovaný obal přináší konkurenční výhodu a sílu v propagaci značky nebo firmy. Na druhé straně nekvalitní komunikace prostřednictvím obalu nebo nevhodně navrhnutý obal snižuje tržby pro firmu. Rozhodování o kvalitě obalu je důležitou součástí pro celý výrobek i firmu.

## 2.7 Funkce estetická

Obaly nesou kromě ochranné funkce také funkci estetickou a tím zvyšují úroveň a kulturu prodeje. Každý výrobek má smyslově vnímatelnou podobu, tuto funkci zastupuje tvarosloví, barevnost či povrch. Výrobek vyjadřuje určitý postoj a zároveň prodejní schopnost.

Balení by mělo zákazníka upoutat grafikou, tvarem a materiálem vybraným s ohledem na charakter výrobku.



Obr. 3: Estetika na obalech

## 2.8 Funkce ekologická

Důležité je přesné vymezení obalového materiálu po celou dobu jeho životnosti a plné funkčnosti. Na obalu a jeho výrobě se podílí mnoho lidí a k jeho vývoji je užito obrovské množství finančních prostředků. Obaly mohou sloužit různě dlouho. Všechny však mají jedno společné, dříve nebo později se obal stane odpadem. Dnešní moderní výrobci se zabývají nejen materiálem pro výrobu obalů ale také tím, jakým způsobem se bude obal po jeho upotřebení recyklovat. V dnešní době si stále více lidí uvědomuje, jakou obrovskou zátěží pro nás odpady z obalů jsou a jaké dokáží napáchat ekologické škody.



Obr. 4: Ukázka ekologických obalů



### 3 DRUHY OBALŮ

Rozlišujeme tři druhy obalů v závislosti na funkcích, které plní:

1. Spotřebitelský obal
2. Distribuční obal
3. Převážný obal

#### 3.1 Spotřebitelský obal

Je určen pro 1 výrobek, pro sadu výrobků nebo pro malý počet kusů téhož výrobku. Spotřebitelský obal je určen pro finálního zákazníka ke konečné spotřebě a plní funkci ochrannou, informační a prodejní. Manipulační funkce je u tohoto druhu obalu redukována. Do této kategorie lze zařadit také mnou navrhované obaly pro doplňkové výrobky, které doprovázejí hlavní produkt, tedy láhev vína v dárkové kolekci.



Obr. 5: Obaly v sadách

#### 3.2 Distribuční obal

Jedná se o skupinový nebo sdružený obal, který tvoří mezičlánek mezi spotřebitelským a přepravním obalem. U distribučního obalu má stěžejní postavení zejména funkce ochranná a manipulační, která se uplatňuje převážně ve skladech, v průběhu přepravy a manipulace se zbožím až po doplňování zboží v prodejních prostorách prodejen. Informační funkce je u tohoto druhu obalu zaměřena na potřeby identifikace zboží v jednotlivých člancích

logistických distribučních řetězců. Většinou mívá podobu kartonu nebo podložky, která je krytá smrštitelnou fólií. Mezi distribučním obalem a spotřebitelskými obaly mohou ještě být i vnitřní obaly. Praktická část diplomové práce se bude zabývat především návrhem distribučního obalu pro tři různá dárková balení.



Obr. 6: Ukázky distribučních obalů

### 3.3 Přepravní obal

Je nositelem ochranné, manipulační a přepravní funkce. Jedná se o vnější obal pro snadnou a efektivní přepravu. Často je vystaven vnějším vlivům, proto je jeho konstrukce robustnější než u dvou předcházejících druhů obalů. Nejčastěji nabývá podoby bedny či většího pevného kartonu. Přepravní obal musí obsahovat informaci o odesilateli, příjemci, obsahu, hmotnosti a často také znaky pro správný způsob jeho manipulace.



Obr. 7: Obaly přepravní dřevěné a papírové

## 4 OBALY A VINAŘSTVÍ

Nádoby na víno měly v různých dobách odlišný tvar a byly zhotoveny z rozdílných materiálů. V dávných dobách se víno popíjelo z dřevěných vydutých nádob, z vydlaného kamene, poté z hlíněných číší a pohárů, z kožených vaků, zvířecích rohů, kovových nádob, zkrátka z dostupných materiálů, které se nacházely poblíž konzumenta.

Nejstarší skleněné nádoby na víno používali Egypťští faraónové, ovšem tvarosloví, barevnost i čírost byla zcela jiná, než ji známe z dnešních dob. Nádoby byly ze silného matného a barevného skla. Soupravy skleněných nádob se v Čechách poprvé objevují v 16. století. V 18. století přicházejí dva typy sklenic, malé na destiláty a větší na víno. V 19. století pak nastupují na trh skleničky na různé nápoje od limonád až po víno, tak jak je známe nyní. Výhodou skla je jeho snadná údržba a odolnost vůči agresivnímu prostředí. Pro křehkost a špatnou manipulovatelnost se vyrábějí sériově nádoby na víno o velikosti do padesáti litrů. Dřevěné sudy se používají tradičně dodnes a výjimkou nejsou ani sudy o objemu přes sto tisíc litrů. V běžných procesech se používají zásobníky plastové či nerezové [5].

### 4.1 Obaly používané ve vinařství

Od vzniku výroby vína existovalo mnoho nádob na přepravu a uchovávání vína. Vždy se vycházelo z určitého materiálu a potřeby transportu vína.

#### Měchy z kůže

Z nálezů se toho moc s ohledem na materiál nedochovalo. Dochovaly se nám pouze písemné zmínky v kronikách. Výroba byla poměrně jednoduchá, kůže byla vhodně upravena, naimpregnována a sešita navoskovanými nitěmi.

#### Hliněné poháry

Byly vyráběny hrnčíři na hrnčířském kruhu známém již z dob předhistorických. Původně se vyryly obrysy figur a květů a nabarvily se černou nebo tmavohnědou barvou, zatímco na ostatní ploše zůstala světlejší barva hlíny.



*Obr. 8: Kožený měch, hliněné nádoby, amfora*

### Amfory

Je to druh starověké keramické nádoby, obvykle se dvěma úchyty a podlouhlým hrdlem. Byly používány starověkými Řeky a Římany jako nejdůležitější pomůcka pro uchování a přenášení hroznového vína a dalšího potravinářského zboží.

### Stříbrné a zlaté poháry

Tyto poháry se vyráběly a využívaly především v domácnostech bohatých Římanů. Na císařském dvoře se používalo nádob zlatých. Bývaly posety drahokamy, vzácnými kameny a zlato bylo jen jejich pojítkem.



*Obr. 9: Skleněná nádoby, stříbrné poháry*

### Kantharos

Je starověký řecký pohár s dvojicí vyšších horizontálních uší po stranách, které výrazně převyšují jeho okraj. Řekové dávali přednost kovové formě před keramickou, jelikož vysoké uši jsou v případě použití keramiky značně nepraktické. Nejčastěji sloužily jako konvice na víno.

### Barik (Barrique)

Je dubový sud o obsahu přes dvě stě litrů, který se používá k vyzrávání vín. Sudy se vyrábějí z amerického nebo francouzského dubu a pro uložení vína se mohou použít pouze třikrát. Víno ze dřeva sudu vyluhuje aromatické látky.

### Bečka

Je to válcovitá nádoba sloužící k uchování kapalin či jiných látek. V potravinářství se sudy využívají k uchování nebo zrání vína. Sudy mohou být dřevěné, plastové či kovové o objemu několika málo litrů až po stovky litrů.



*Obr. 10: Kantharos, sud, skleněná láhev a Tetra pak*

### Skleněné nádoby, láhve

Sklo především zabraňuje přímému kontaktu vína s kyslíkem. V nádobách, které by nebyly vzduchotěsné, by víno rychle zoxidovalo. Láhev však také často bývá poznávacím znamením určitého vína. Jednotlivé tvary lahví a barva skla, z něhož jsou vyrobeny, bývají

totiž typické pro vína z určitých oblastí. Používání lahví těchto tvarů sice není předepsáno, avšak symbolizuje tradici, původ a někdy i pravost vína. Láhev je víc než jen funkční nádoba. Je to zároveň estetický předmět, jehož tvar by měl odpovídat obsahu. Skleněná láhev bývá upřednostňována u většiny spotřebitelů. Symbolizuje dobrou kvalitu, značku a chuť.

### Tetra pak

Nabízí atraktivní a levné balení pro víno. Obaly jsou praktické z hlediska spotřebitele, snadno se otevírají, jsou zárukou optimální trvanlivosti a dokážou značku po grafické stránce maximálně zviditelnit. Žádný nadbytečný materiál, hmotnost či prostor, pouze jednoduchý obal ve tvaru cihly, který se velmi dobře stohuje i skladuje. Má pět dobře viditelných ploch, na které mohou být umístěna různá sdělení propagující značku. Nevýhodou je časté spojování tohoto výrobku s levnými a méně kvalitními víny.



*Obr. 11: Bag in box, igelitový obal uvnitř Bag in boxu, hliníkové plechovky*

### Bag in box

Obalový systém “Bag-in-box” představuje moderní trend ve vývoji balení tekutin v objemech od tří do několika set litrů. Jeho tajemství spočívá v unikátní konstrukci. Ochranný obal z kvalitního kartonu, vybavený výpustním ventilem, skrývá vak z pružné fólie. Nízká hmotnost obalu i hranatý tvar významně snižují náklady na přepravu. Čerpáním vína se vak smršťuje a výčepní ventil zabraňuje zpětnému pronikání vzduchu. Víno tak neoxiduje a zachovává si neměnnou chuť a svěžest.



### Hliníková plechovka

Přestože to leckoho může překvapit, víno lze najít v obalech mnoha podob. „Plechovkové víno“ je určeno pro velmi specifické zacházení typu „drink and forget“ tedy napij se a zapomeň.

### Hliníková láhev

Hliník zde nahrazuje sklo a umožňuje vyrobít velmi lehký a odolný obal. Tento „hybridní“ proces je založen na principu výroby standardních nápojových plechovek s patentovanou technologií tvarování lahví. Tyto obaly znamenají snížení hmotnosti i nákladů v porovnání s PET lahvemi či sklem. Tento typ láhve se zatím objevuje v menším počtu a především u zahraničních výrobců.



*Obr. 12: Hliníkové láhve, tuba, jednorpcové plastové skleničky*

### Tuba

Hliníkové a plastové typy tuby mají své přednosti i nedostatky. Plastové a laminátové jsou lehké a je s nimi jednoduchá manipulace. U hliníku je z hlediska ekologické zátěže problematictější výroba, u plastů naopak recyklace. Hliník má výborné bariérové vlastnosti (světlo, UV záření, chuťová neutralita, korozivzdornost a hygiena). Víno je prý po otevření lépe uchováváno, protože uzávěr je těsnější než korková zátka. Postoj zákazníků a příznivců vinného moku je zatím k myšlence prodávání kvalitních vín v tubách skeptický.

### Jednoporcová plastová „sklenička“ na víno

Víno není třeba přelévat z lahví do skleniček. Jeho trvanlivost je obvykle jeden rok, protože je chráněno atmosférou inertních plynů.

Inovace v balení podstupuje i víno. Jak již bylo zmíněno, v dnešní době se začíná rozšiřovat trend, kdy se víno balí nejen do skla ale i do krabic, plastu, plechu, do hliníkových tub atd. Někteří výrobci začínají používat nové druhy obalů jako doplnění marketingové mixu. Zejména pro mladou generaci je balení do plastických lahví nebo kartonů s vhodným uzávěrem atraktivnější. Karton je mnohem lehčí a nerozbitný, náklady a tím i cena výrobku je o dost nižší. Ročně je takovýmto způsobem balení nabízeno přes tři sta milionů litrů vína.

## 4.2 Rešerše současného stavu

### Láhve a etikety na víno



*Obr. 13: Ukázka současných vinných lahví a etiket na trhu*



Šampaňské



*Obr. 14: Ukázka současných šampaňských láhví a etiket na trhu*

Likérové víno



*Obr. 15: Ukázka současných likérových láhví a etiket na trhu*

Papírové odnosné obaly – patří mezi nejlevnější a velmi rychlý způsob balení vína.



*Obr. 16: Ukázka současných levných odnosných krabic na víno*

Standardní dárkové vinné kolekce – Na následujícím obrázku můžeme vidět různé materiálové provedení. Potištěný lepenkový papír, potišťená průhledná fólie a dřevěný stojan na víno. Díky výběru materiálu si obal vytvoří vlastní styl.



*Obr. 17: Ukázka současných dražších dárkových krabic na víno*

Luxusní dárkové vinné kolekce – u těchto luxusních dárkových kolekcí můžeme pozorovat precizní výběr kvalitních materiálů, jejich zpracování, design a cit pro detail. U těchto balení hraje velkou roli volba materiálu a jeho následné zpracování.



Obr. 18: Ukázka současných dárkových luxusních sad na víno

Současné dárkové kolekce společnosti „Vino hruška“ - Tyto dárkové kolekce se vyznačují kvádrovým jednotným tvarem. Společnost nabízí 3 velikosti, mono, duo a trio. Výrobky jsou do krabičky položeny a uzavřeny papírovým převlekem.



Obr. 19: Ukázka současných dárkových balíčků společnosti „Vino Hruška“

## 5 MATERIÁLY A TECHNOLOGIE VÝROBY NAVRHOVANÝCH OBALŮ

Diplomová práce je zaměřena na návrh obalů na dárkové vinné kazety. S cílem navrhnout moderní a konkurence schopné obaly jsem se musela detailně seznámit se všemi možnými materiály a technologiemi jejich zpracování. Tento přehled mi také umožnil připravit veškeré podklady a zdrojová data pro výrobu v souladu s dnešními požadavky. Cílem nebylo jen vytvoření digitálních modelů, ale také zhotovení plně funkčních výrobků, které splňují veškeré předpoklady pro sériovou výrobu.

### 5.1 Papír

Papírový materiál jako obal se začal používat v Číně již 100-200 let před naším letopočtem. Používal se arch zpracovaný z kůry moruše. Postupem času se výroba papíru z Číny přesunula do Evropy. V roce 1690 se papír začal vyrábět i v Americe. Prvotní archy papíru byly od těch nynějších značně rozdílné. Na počátku se papír vyráběl z lněných hadrů a vláken a až postupem času se jako základní surovina začala využívat dřevovina.



*Obr. 20: Papír jako materiál pro balení*

Masovější využívání papíru pro obalové účely začalo být možné až po vynálezu papírenského stroje v roce 1799. První krabice z lepenky byla vyrobena v roce 1817 v Anglii. Následně roku 1850 byla vynalezena první vlnitá lepenka. Díky těmto vynálezům a technickým pokrokům byly bedny určené pro přepravu nahrazovány lepenkovými krabicemi.



Velkým vynálezem v sedmdesátých letech 19. století, se stal vysekávací lis. Pomocí tohoto vynálezu se jednoduchým způsobem dal získat hotový polotovár se všemi náležitostmi. Éra skládaného kartonu tedy byla započata. Tato technologie se ve velké míře využívá dodnes i proto, že papír je velmi levná a ekologicky přijatelná surovina. [6]

Pro své výhodné vlastnosti nachází uplatnění téměř v každé aplikaci. Papír je materiál lehce ohebný a tvárný a právě díky těmto vlastnostem je ideální pro výrobu obalů. Jeho povrch lze vhodně upravovat pomocí laků, tisku i laminace a lze tak docílit dokonalých výsledků. Karton má své přednosti zejména v nízké pořizovací ceně, lehkosti, skladnosti a jednoduchosti při ohýbání a tvarování.

Se vznikem komerčního a konkurenčního prostředí vznikl zásadní rozvoj výroby papírového obalu. Obaly již nemají pouze funkci ochrannou, ale začínají také přitahovat pozornost a pobízet ke koupi výrobku.



Obr. 21: Skládačkové typy obalů

### Technologie zpracování papíru

Skládačkové obaly z lepenky patří k nejrozšířenějšímu typu spotřebitelských obalů. Z hlediska marketingu jsou na tento typ obalu kladeny stále vyšší požadavky nejen v oblasti grafické úpravy a tisku, ale také v konstrukci těchto obalů. Důležitá je zejména kvalita barevného soutu a přesnost výseku přířezu. Z hlediska trendů v úpravách povrchů se uplatňují nejen různé typy lakování, ale grafika je často zvýrazňována i horkou ražbou.

### Impregnace papíru

Jedná se o přidávání impregnačních látek do papíroviny při mletí nebo následné nanášení na povrch papíru. Touto úpravou získáme odolnost proti vodě, bariérové vlastnosti, možnost tepelného sváření či zlepšení vzhledu. Jako impregnační látky se používají taveniny, plastisoly, vodní disperze a organické roztoky.

### Kašírování

Pro zkvalitnění přírodních papírových materiálů se v dnešní době často využívá způsobu polepování (kašírování) archů z vlnité lepenky archem papíru či kartonu s velmi kvalitním potiskem. Na papíry se tiskne nejčastěji ofsetem, ale dají se použít i jiné druhy tisku (flexotisk, hlubotisk atd.). Nejpoužívanějším materiálem je třívrstvá lepenka. Kašírované výrobky plní především funkci prodejního a přepravního obalu..



Obr. 22: Ukázky kašírovaných krabic, sítotiskový stroj

### Sítotisk

Je technologie s největší tradicí potisku reklamního zboží. Jeho aplikace je možná na nejrůznější materiály. K potisku se používá několik druhů barev, vodou ředitelných i ředitelových, přes barvy plastisolové, barvy dvousložkové, až po barvy vytvrzované UV zářením.

### Vysekávací formy

Slouží pro vysekávání papírových dílců z celoplošného materiálu. Tato technologie má široké využití v papírenském odvětví. Základem výsekové formy je dřevěná (buková) překližka o síle 15mm. V desce jsou v drážkách osazeny sekací, perforovací nebo nařezávací nože. Celá výseková forma je pokryta vhodným vyhazovacím materiálem, PUR pěnou nebo gumou dle použitého nožového a sekaného materiálu. [7]



Obr. 23: Ukázka vysekávacího a vylupovacího stroje na karton

## 5.2 Dřevo

Tradiční, velmi starý obalový materiál. Dnes je na ústupu, což je způsobeno především jeho cenou, ovšem při výrobě luxusních obalů je stále velmi používaný.

### Smrková laťovka

Smrk patří do skupiny měkkých dřevěných materiálů. Používá se na bedýnky či dárkové krabice na víno. Základem je smrkové řezivo, které je následně opracováno a vybroušeno. Pojivem je močovino-formaldehydové lepidlo. Výsledkem je plošný materiál složený z mnoha jednotlivých latí. Povrch je přírodní a nese známky kresby dřeva. Tuto kresbu je možno ještě zvýraznit vhodnou volbou impregnačního nátěru. Laťovka má výborné tlumicí a izolační vlastnosti je pružná, pevná, trvanlivá a má dobrou mechanickou pevnost při malé specifické hmotnosti. Je dobře opracovatelná a řadí se do skupiny obnovitelného zdroje energie, jako jeden z druhů biomasy.



*Obr. 24: Smrková laťovka, před a po úpravě mořením.*

### Moření

Výrobek se nejdříve namoří na požadovaný odstín. Potom se přebrousí a nakonec napustí bezbarvým teakovým olejem.



### Napuštění teakovým olejem

Výrobek se napustí bezbarvým teakovým olejem a po zaschnutí se vyleští. Výsledkem je na omak příjemný, teplý a sametový povrch, který dostatečně odolává prachu a mastnotě. Zároveň se hezky zvýrazní struktura dřeva.

### Korek

Korek se vyřezává z kůry korkových dubů. Rostou takřka jen ve Středomoří, mají nejsilnější vrstvu kůry. Uleželá kůra se spaří v horké vodě, aby se dezinfikovala a vyloučily se třísloviny. Teprve poté lze z kůry razit korkové zátky. Korkové zátky se dají potisknout různými barevnými odstíny nebo zde existuje i možnost vypálení motivu do korku. Víno pod korkovou zátkou pokračuje přirozenou cestou ve svém zrání. Nejlepší a nejdražší jsou korkové zátky z kusového korku. Zaručují vysokou kvalitu. Korkové zátky lisované z více kusů nebo z drceného korku jsou tvrdší a používají se pro šampaňské, které jsou vždy lisovány jediné z drti. Zátka se v láhvi šampaňského přidržuje pomocí košíčku z železného drátku. Tento košíček se nazývá agrafa. [8]



Obr. 25: Ukázka korkových zátek

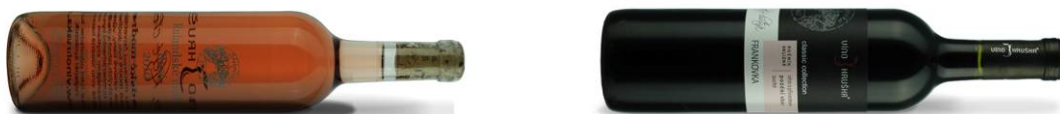
### 5.3 Sklo

Sklo jako obal bylo poprvé využíváno již ve starém Egyptě. Získávalo se z běžných a snadno dosažitelných surovin jako je písek, vápenec a křemen. Tyto látky byly spolu utvářeny za vysoké teploty do požadovaných tvarů. Výrobní princip setrvává dodnes, jen techniky tvarování prošly značným vývojem. Princip slévání pramenu roztaveného skla do požadovaných tvarů nahradilo lisování do forem.



Obr. 26: Stávající skleněná láhev „Vino Hruška“

Skleněné obaly si nyní uchovávají punc luxusnějšího způsobu balení pro výrobky vyšší cenové skupiny nebo pro slavnostní příležitosti. Tato tendence se projevila zejména v 70. letech, kdy skleněné obaly začal vytlačovat nově příchozí plast. Ten je však nyní považován za laciný materiál, který v dojmu luxusu nemůže sklu konkurovat. Mezi hlavní výhody skleněné láhve patří chemická odolnost, dokonalé bariérové vlastnosti dobrá omyvatelnost a recyklovatelnost. Skleněná láhev se dá běžně naplnit až 70krát. [9]



Obr. 27: Stávající skleněné láhve „Vino Hruška“

### Technologie pískování

Pískování patří již k velmi rozšířené úpravě povrchů skla. V mé práci ho používám především k vytvoření zajímavých obrazců a reliéfů na skleněné láhvi. Pískování se provádí v uzavřené kabině metáním. Abrazivo je vrháno na skleněný povrch v uzavřené kabině. Pískovaný povrch má vysokou odolnost vůči otěru, zobrazení „je věčné“, je nesmyvatelné a nedá se seškrabat. Matný povrch, vytvořený procesem pískování má jemnozrnnou „hedvábnou“ strukturu.



*Obr. 28: Ukázka vypískované láhve, pečetidlo, vosková pečeť*

Pískováním je možno nanášet loga, nápisy i obrazce na různé skleněné povrchy. Při procesu přenášení motivů je důležitá šablona ze speciální fólie, která je vyřezána, nalepena na pískovaný předmět a po té seškrábána. Šablona je pouze na jedno použití. Pískování skla je velmi ekologický způsob zušlechťování. Technologie neznečišťuje vodu ani ovzduší.

#### 5.4 Pečetní vosk, pečeť

Pojmem pečeť nazýváme otisk kovového pečetidla ve vosku. Reliéfní pečetidlo slouží k vytvoření trojrozměrného otisku pomocí pečetního vosku. K výrobě pečeti je tedy zapotřebí, pečetidlo, pečetní vosk a zdroj tepla.



*Obr. 29: Vosková pečeť s navrženým reliéfem*

## **II. PRAKTICKÁ ČÁST**

## 6 ÚVOD

V praktické části diplomové práce se budu zabývat návrhem obalového designu pro trojí dárkovou kolekci vín pro společnosti „Vino Hruška“ dle konkrétního zadání. Postupně budou vypracovány tři kompletní sady pro různé příležitosti a spotřebitele s názvy „Classic“, „Deluxe“ a „Port“.

### 6.1 Společnost „Vino Hruška“

Společnost „Vino Hruška“ s.r.o. se sídlem v Blatničce byla založena roku 2007. Již osmá generace si v rodině předává cenné zkušenosti a rady v oblasti pěstování vinné révy a výroby vína. Dnes, v obci Blatnička ve vinařské podoblasti Slovácké, společnost obhospodařuje 18 hektarů vinic, kde se snaží využít místního „Terroir“ k výrobě kvalitních a odrůdově charakteristických vín z této oblasti. Vlastník firmy pan Stanislav Hruška se zabývá distribucí a marketingem, jeho bratr Ing. Petr Hruška zajišťuje pěstování vinné révy a jejich otec Stanislav Hruška se stará o celkovou výrobu vína. [10]



Obr. 30: Vinotéka „Vino Hruška“ v Blatničce, vinohrad

„Vino Hruška“ s.r.o. je dynamicky se rozvíjející společnost, která se stala respektovanou firmou v oboru. Investuje do moderních technologií, které zvyšují kvalitu produktů a služeb a tím dosahují i na úspěšné evropské firmy. Pro maximální spokojenost a zpestření své nabídky k jejím osvědčeným vyráběným druhům vín zajistili také sortiment moravských a zahraničních vín, převážně také z rodinných vinařských firem. Vinařskou činnost netradičně obohatili o výrobu doprovodných produktů, jako jsou vinné nálevky, tašky, vinařské

příslušenství a originální dárková balení, která jsou upravována na přání zákazníka. K těmto účelům společnost využívá technologii pískování, sítotisku i laseru. Společnost se orientuje také na provoz svých vinoték a zásobování vybraných hotelů a restaurací. Firemní krédo vyjadřuje slogan: „Vino, které chutná“.

## 6.2 Zadávací brief

Na počátku designérské práce hraje důležitou úlohu kvalitní zadání, tzv. brief, kde zákazník shrne stávající situaci na trhu, požadavky na výrobek a na design. Součástí je marketingová analýza, která je důležitým prvkem při výrobě nových produktů.

### Cíl práce:

Výsledkem mají být 3 dárkové kolekce „Classic“, „Deluxe“ a „Port“. Základním elementem těchto kolekcí je dřevěný korpus do něhož je vkládána papírová vložka, která bude svou barevností odlišovat jednotlivé vinné kolekce. Tato papírová vložka bude z jednoho kusu papíru bez potřeby spojování lepením. Vložky budou mít základní tvarosloví stejné, jen se budou lišit barvou, vnitřními otvory na jednotlivé produkty a jejich uspořádáním. Každá kolekce se bude vyznačovat odlišným grafickým stylem, cenovou kategorií i doprovodnými dárkovými produkty. Předností těchto kolekcí by mělo být hned několik: vložka z jednoho kusu papíru, jednoduchost složení bez lepených spojů, maximální zabezpečení výrobků, redesign stávajících obalů a patřičná prezentace výrobků uvnitř dárkových kazet.

### Požadavky na výsledný produkt:

Vytvořit tři nové dárkové kolekce. Obal musí zajistit pevnou a bezpečnou fixaci výrobků, patřičnou vizuální prezentaci a reprezentovat jméno společnosti. Vzhled by měl být jednoduchý, moderní a elegantní. Požadavek na nízké náklady při výrobě a snadnou kompletaci jednotlivých dárkových balíčků.



Produkt musí reprezentovat elegantně moderní značku „Vino Hruška“ a je nutno aby nesl všechny povinné informace jako je logo společnosti, marketingové texty, popis příchutí i všechny legislativní informace.

Výrobky jsou na trh uváděny s cílem inovace, rozšíření nabídky a získání nových zákazníků. Nákupem má spotřebitel získat nejen kvalitní dárek, ale prožít i jedinečnou chvíli při jeho konzumaci. Cena balíčků by se měnila od druhu kolekce. Nejlevnější by se cenově pohybovala okolo 700 Kč a ta nejdražší 1200 Kč.

### **Základní znaky**

- být nápadný, zaujmout na první pohled
- dobrá ochrana výrobku proti poškození
- zviditelnění obsahu balíčku
- ztotožnění, obal by měl patřičně prezentovat produkt uvnitř obalu
- odlišení, obal by se měl určitým způsobem lišit od konkurence
- variabilita, schopnost vytvořit následující řadu dalších velikostí a druhů
- přiměřenost, obal musí být úměrný ke značce a ceně výrobku [11]

### **Cílová skupina**

Vino všeobecně pijí hlavně ženy, cílová skupina bude tedy především zaměřena na ně, ale i na muže v jejich okolí. Jsou to především lidé, kteří jsou ekonomicky aktivní. Tato cílová skupina má střední nebo vysokoškolské vzdělání a žije v domácnosti s příjmem nad 25.000 korun. Jejich stáří se pohybuje od 20 do 70 let. Jsou to lidé aktivní, kteří rádi tráví své volné chvíle v příjemném prostředí, jako jsou fonotéky či kavárny.

Produkt má oslovit také zákazníky, kteří chtějí své blízké obdarovávat jen tím nejkvalitnějším a věnovat jim něco neobvyčejného, chtějí darovat nejen láhev vína, ale i zážitek, který je spojený s konzumací těchto balíčků. Lidé si častokrát spojují víno s příjemným výjimečným zážitkem a atmosférou, kterou jim právě tyto dárkové kolekce nabídnou. Tyto balíčky jsou samozřejmě určeny také pro firmy a jejich nejlepší zákazníky.



Velkou roli zákazníci přikládají oblasti, odkud víno pochází a výrobci, který je pro ně zárukou kvality. Důležitým aspektem při výběru vína je celkový vzhled láhve. Skleněná láhev je pro tyto spotřebitele nejvhodnější, dostatečně reprezentativní. Jestliže lidé chtějí víno darovat, jsou ochotní za víno utratit i vyšší sumu peněz a kupují dražší víno v dárkovém balení, které obsahuje i další produkty.

### **Technologie**

Dřevěný korpus bude dodáván kompletní, vyrobený v dřevovýrobě, spojený díky zámkům a lepením. Všechny dřevěné korpusy budou mít osobitý nástřik podporující styl každé kolekce. Vložka z papírové dvou milimetrové lepenky bude ražena na výsekovém stroji a na vnější úpravu bude využita technologie kaširování. Finální sestavení vložky a kompletace balíčku bude probíhat ve společnosti „Vino Hruška“.

Technické náležitosti obalu jsou zcela nezbytné pro jeho přípravu. Již od samého počátku je třeba navrhovat obal tak, aby jej bylo možno průmyslově vyrobit. Výstupem tedy musí být technický náčrt v elektronické podobě popisující jednoznačně požadovaný tvar a rozměry výrobku s vyznačením potiskovaných oblastí, míst pro sklady a další. Dále je třeba nachystat textury pro potisk obalu v patřičném formátu.

### **Logo**

Typografické logo „Vino Hruška“ je tvořeno elegantní typografií vysázeným titulkovým bezserifovým fontem. Logo uprostřed typografie nese výrazný symbol hrušky rudé barvy.



*Vino, které chutná*

Obr. 31: Logo „Vino Hruška“, slogan „Vino které chutná“

Jedná se o logo variabilní, tedy takové, které nemá svoji ustálenou podobu a mění barevnost podle použitého podkladu a materiálu. Logo tak může být aktuálně přizpůsobeno konkrétnímu obalu, aniž by se porušovaly pravidla logo manuálu. Barevnost je v rozmezí šedé, bílé, černé a červené. Charakteristickým prvkem logo-typu je hruška, která se dá používat i bez doplňující typografie. Součástí logo-typu se může stát i slogan „Vino které chutná“.

## MARKETINGOVÁ ANALÝZA TRHU

Čeští milovníci vína začaly upouštět od konzumace levnějších vín z kategorie stolní a začínají se orientovat na kvalitnější nabídku jakostních a takzvaných zemských vín. Za kvalitní vína v láhvi platí spotřebitelé v průměru od 100 do 250 korun, někdy ale i dvakrát více. Statistiky uvádějí roční výrobní objem kolem 400 000 až 500 000 hektolitřů, který ale pokrývá domácí spotřebu jen asi ze 40 procent. Tři čtvrtiny zákazníků vinoték kupují lahvová vína v cenové skupině od 100 do 160 korun. Mírně se zvýšil zájem o speciální druhy vín, vína ledová a slámová, která patří mezi dražší sortiment. Do vinoték v současné době přicházejí lidé, kteří se již vyznají, hledají i zahraniční nápoje a potřebují osobní kontakt s odborníkem nebo prodejcem. Spotřeba vína v ČR stále stoupá a v současné době dosahuje zhruba 16 litrů na osobu za rok. Průměrná spotřeba v EU je kolem 32 litrů na osobu. [12]

## 7 DÁRKOVÁ KOLEKCE „CLASSIC“

Dárkové balení vína se špagetami a crackery je vhodným dárkem pro každého. Proč si všední večer nezpříjemnit dobrou večeří italského typu s vinným nápojem svěžího mladého vína. Světlá barva vína s medovými odlesky nám rozehřeje nejen srdce ale i mysl. Ladná a vyvážená chuť moku se k voňavým špagetám skvěle hodí a doplní celkovou pohodu nejen při slavnostní večeři.

**Obsah balíčku:** Bílé víno, špagety, crackery

### 7.1 Láhev bílého vína

Láhev bílého vína má standardní tvar s tmavým sklem o obsahu 0,5 litrů. Pro dosažení originálního vzhledu jsem se rozhodla pro využití technologie pískování. Návrh jsem zpracovala tak, aby dodal láhvi nevšední vzhled a přitom byl snadno vyrobitelný touto technologií. Pískování umožnilo dosažení kontrastu střídáním lesklého, původního povrchu s matným opracovaným. Takto vytvořený reliéf je velmi jemný a trvalý. Jako základní vizuální prvek byla vytvořena pečeť s kresbou Blatničky a rokem jejího vzniku. Tento motiv se pak dále objevuje na dalších výrobcích. Pečeť se díky technologii pískování stává poutavým detailem celé kolekce.



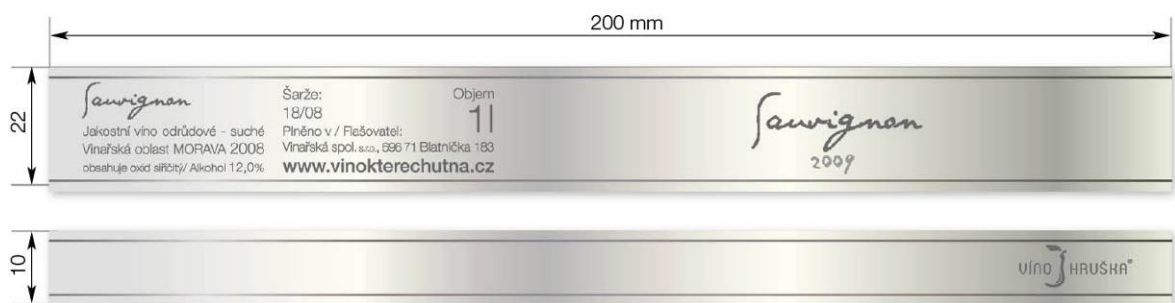
Obr. 32: Detail pískované láhve s motivem Blatničky



Obr. 33: Pískovaná láhev „Classic“

## 7.2 Etiketa a převlek

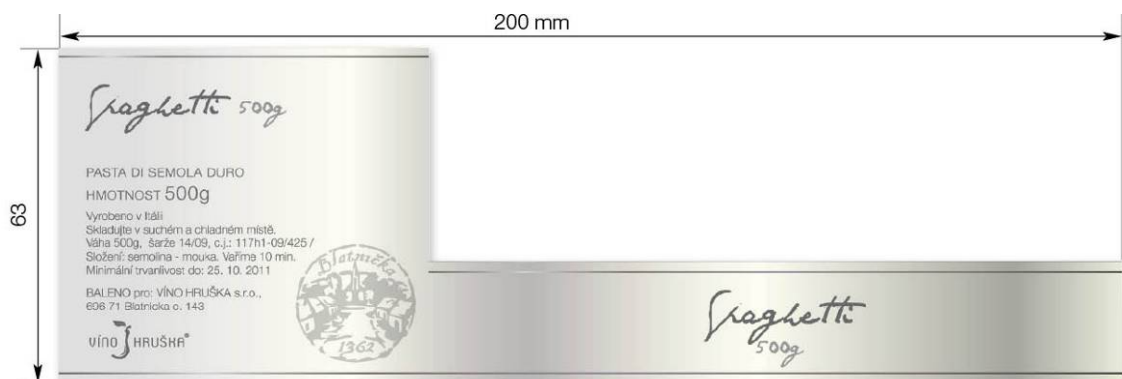
Etiketu jsem navrhla v jednoduchém vzhledu, její tvar je obdélníkový. Pro zdůraznění tvaru je obvod etikety olemován proužkem kovové barvy. Použitý papír je šedý s jemnou stříbrnou perletí. Uprostřed viněty se nachází kaligrafickým písmem název vína „Sauvignon“. Zadní strana obsahuje informace o produktu. Velmi jemná etiketa je doplněna černým převlekem, který pevně obepíná hrdlo láhve. Na tomto převleku je umístěn pásek s logem společnosti.



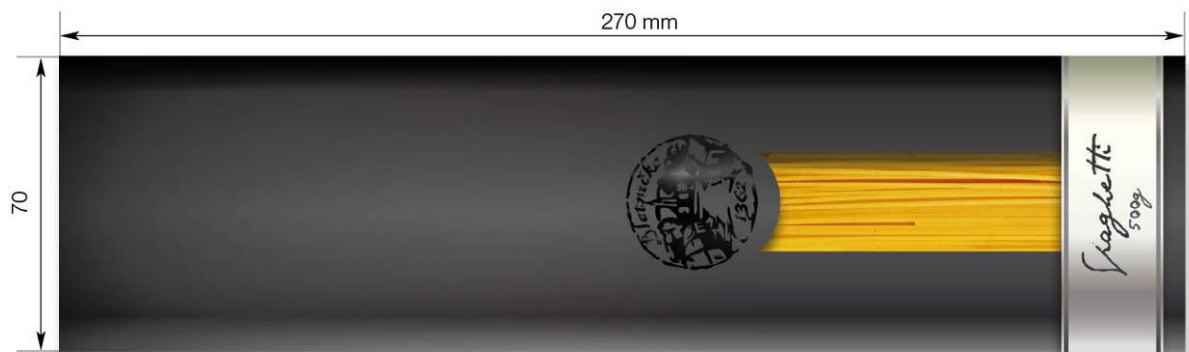
Obr. 34: Etikety na láhev „Classic“

## 7.3 Obal na špagety a crackery

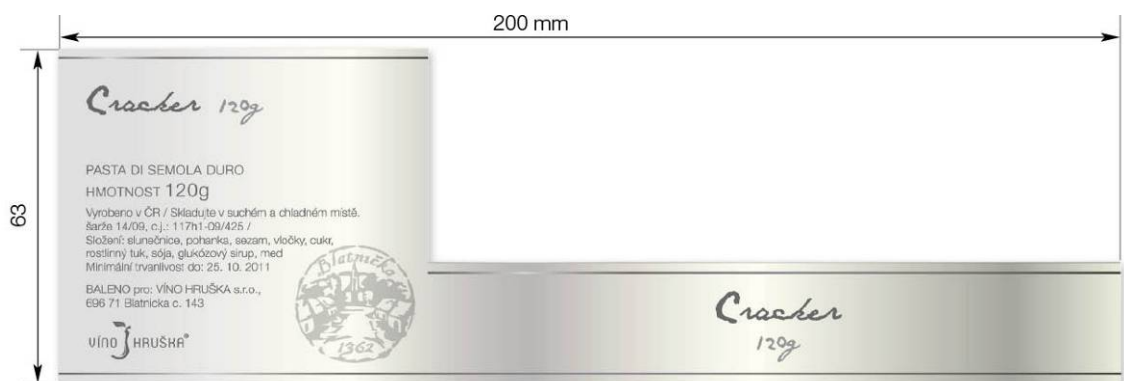
Papírové krabičky na oba produkty jsem navrhla v souladu s celou koncepcí kolekce „Classic“.



Obr. 35: Papírová etiketa na špagety

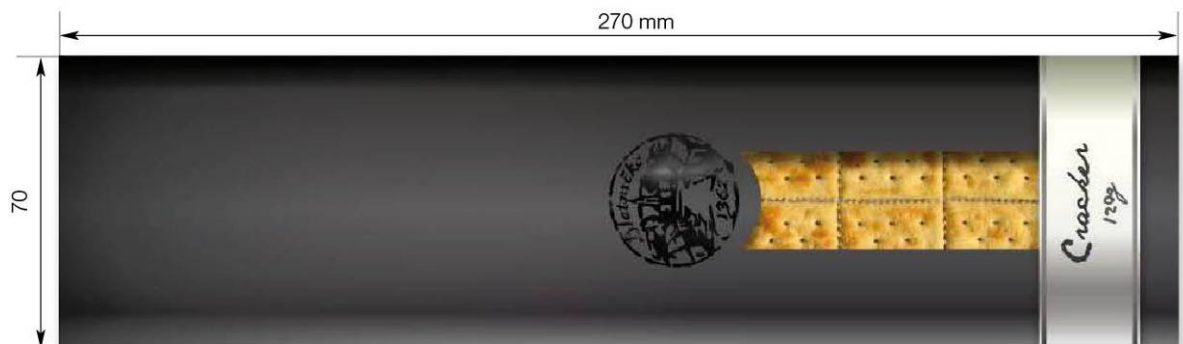


Obr. 36: Papírový obal na špageti

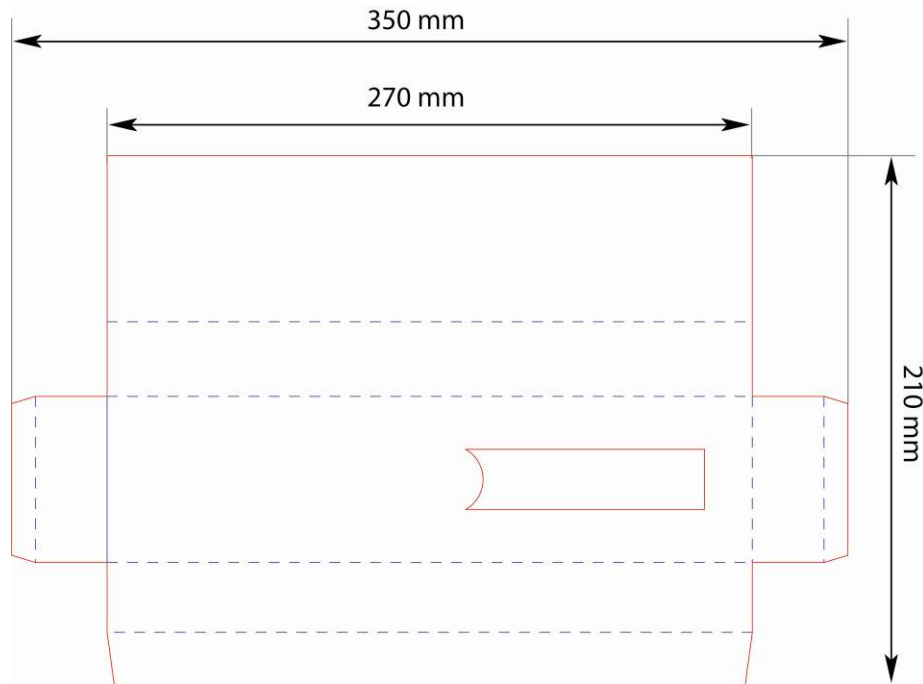


Obr. 37: Papírová etiketa na crackery

Průzory elegantně ukazují svůj obsah a pomáhají tak spotřebiteli, aby si vybral produkt dle jeho přání. Obě krabičky jsou stejných rozměrů, což usnadňuje výrobu a snižuje náklady.



Obr. 38: Papírový obal na crackery



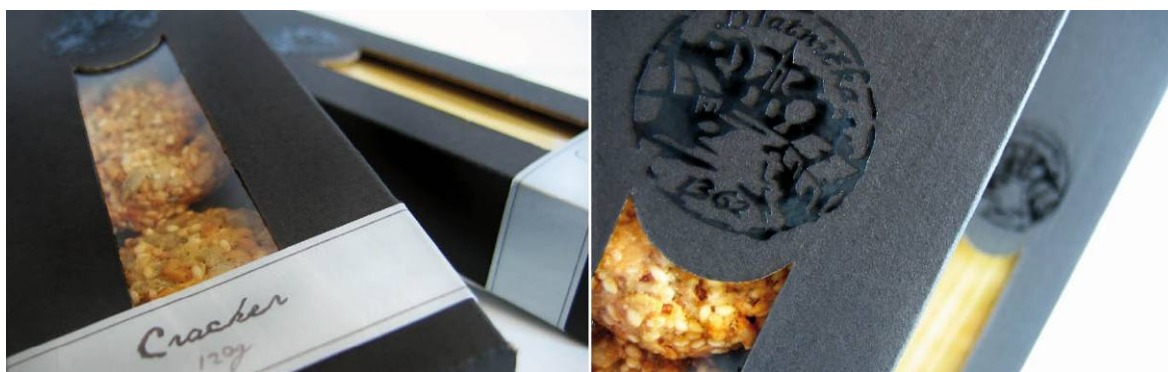
Obr. 39: Technický náčrt obalu na špageti a crackery

Na etiketě a obalech se opět opakuje motiv pečeti. Pečeť by byla na obal natisknuta parciálním lakem. Parciální lak dělá efektní lesklý efekt. Podstatou této technologie lakování je sítotiskové nanášení větší vrstvy lesklého laku na vybrané části tiskovin. Zvlášť efektní je toto lakování papíru na matné lamino. Parciální lak pomáhá výrazně odlišit (rozsvítit) motiv pečeti. Pečeť by se ve skutečnosti vyznačovala vysokým leskem.



Obr. 40: Detail tištěné a lakované pečeti na obalech

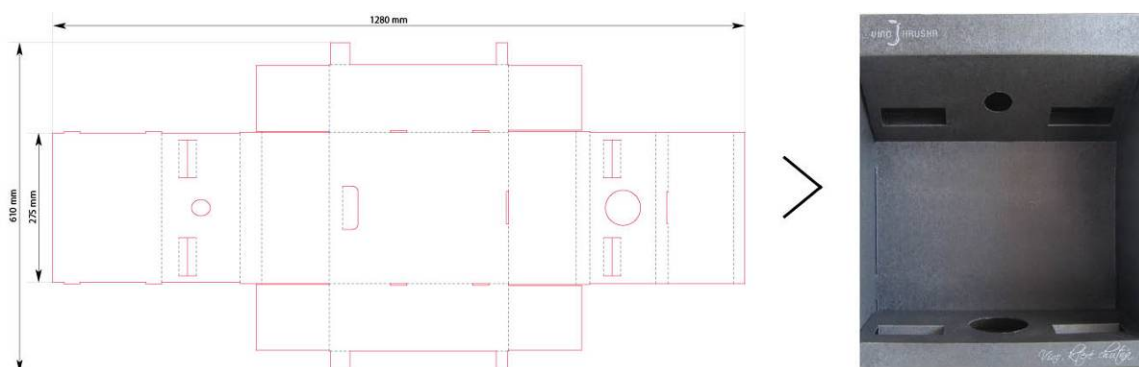




Obr. 41: Detaily obalů „Classic“

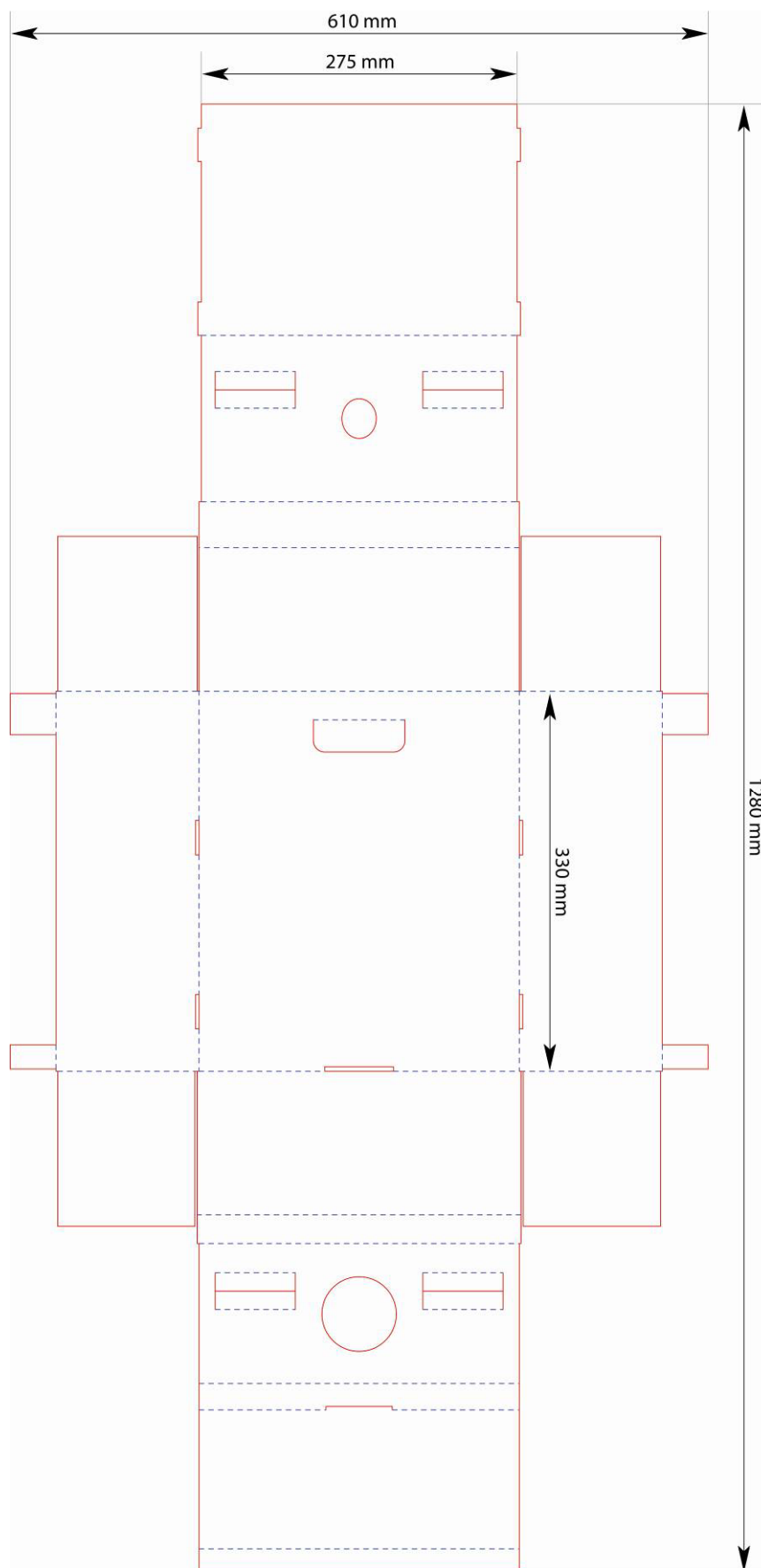
## 7.4 Papírový obal

Papírový obal je přizpůsoben pro uložení láhve vína a dvou doprovázejících produktů, tedy balíčku špaget a crackerů, v krabičkách po stranách. Celý komplet je vytvořen v ladném stylu a vytváří specifickou tvář celé „Classic“ kolekce.



Obr. 42: Technický nákres a konečný výrobek

Papírová vložka má tmavě šedou metalickou barvu. Její horní část nese charakteristické logo společnosti a podstava pak motto společnosti „Vino, které chutná“. Tyto nápisy budou opět nanášeny sítotiskem a parciálním lakem. Papírový obal je po složení a naplnění vsunut do dřevěného korpusu. Papírový obal drží v korpusu díky tření a zámkům, které jsou navrženy tak aby udržely korpus na místě i při jeho transportu. Obal je navržen na jedno naplnění a následně zpětné vyjmutí obsahu. Papírový obal umožňuje díky navrženému uchu v papírové vložce snadný a jednoduchý transport výrobku. Odhadovaná cena papírové vložky je 35 Kč.



Obr. 43: Technický náčrt vložky „Classic“

## 7.5 Dřevěný korpus

Základním dílem je dřevěný korpus ze smrkové laťovky. Ten je patřičně opracován a připraven ke kompletaci již v dřevovýrobě. Korpus je složen ze čtyř dílů, které drží pomocí precizně vyfrézovaných zámků na obou koncích. Pro dosažení patřičné pevnosti jsou zámkové části navíc slepeny. Cena kompletního dřevěného korpusu činí 50 Kč.



*Obr. 44: Dřevěný korpus, papírová vložka, složený obal*

## 7.6 Dárková kolekce

Na obrázku již vidíme finální vzhled kompletní dárkové kazety „Classic“.



*Obr. 45: Složený obal a jeho kompletace*



*Obr. 46: Detaily kolekce „ Classic“*

V horním levém rohu je umístěno logo společnosti „Vino Hruška“ a v dolním pravém je pak natištěn slogan „Vino které chutná“. Tyto detaily jsou na všech vinných kolekcích stejné a tím sjednocují všechny tři kolekce.



*Obr. 47: Grafické prvky kolekce „ Classic“, logo a slogan*





Obr. 48: Kompletní kolekce „Classic“

## 8 DÁRKOVÁ KOLEKCE „DELUXE“

Dárková kolekce „Deluxe“ má posloužit zákazníkům, kteří chtějí své blízké mile překvapit a dát jim zároveň i luxusní šampaňské v unikátním obalu jako dárek. Tato dárková kolekce obsahuje luxusní láhev šampaňského a dvě flétnové sklenice. Všechny výrobky jsou navrženy v jemné kombinaci elegantní černé, stříbrné a kovové barvy.

Šampaňské je alkoholický nápoj nejen pro zamilované. Nápoj, který odbourává poslední zábrany a odkrývá svá tajemství již po prvním ochutnání. Vzácná tekutina z hroznů jediným douškem dodá člověku sílu a energii. Zlatavý šumivý nápoj v elegantních sklenicích dodá této chvíli na jedinečnosti a nechá konzumenta užívat si nebývalé chvíle.

### **Obsah balíčku:**

Láhev šampaňského, dvě flétnové sklenice.

Při servírování se používají sklenice tvaru flétny. „Flétny“ umožňují lepší rozvinutí žlutavých barev a příchutí a delší perlení nápoje.

### **8.1 Láhev šampaňského**

Láhev šampaňského má silnější stěnu než normální vinná láhev, aby mohla odolávat zvýšenému tlaku, který způsobuje plyn nasycený v nápoji. Ze stejného důvodu je i dno láhve silně vyduté, protože ploché dno by tomuto tlaku nedokázalo odolat. Spodní část je širší než u obvyklých láhví což také přispívá k luxusnímu vzhledu. Láhev nese tmavě černou barvu se stříbrnými prvky, kterými jsou etiketa a zátka.

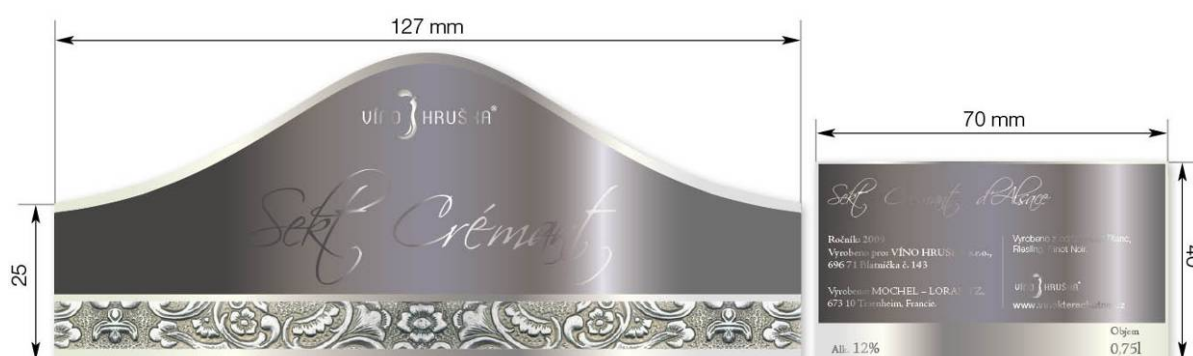


*Obr. 49: Láhev šampaňského*



## 8.2 Etiketa

Při návrhu etikety jsem se snažila dosáhnout luxusního vzhledu imitujícího kovový efekt. Etiketa má elegantní tvar s pozvolnou vlnou, kdy její nejvyšší vrchol je právě uprostřed. Podkladová barva etikety nese sametovou grafitovou šedou barvu. Uprostřed viněty v horní části je ražbou ve stříbrném provedení vyraženo logo společnosti, pod ním se nachází vznešeným psacím písmem opět ve stříbrné barvě nápis „Sekt Crémant“ což je oficiální název nápoje.



Obr. 50: Přední a zadní etiketa na šampaňské

Spodní díl etikety stylově lemuje ražba napodobující kovový reliéf s květinovým motivem. Celý obvod je ukončen třmilimetrovým silným páskem stříbrné barvy. Součástí této etikety je i obdélníková zadní etiketa ve stejném stylu. Ta obsahuje všechny povinné i informativní údaje o produktu.



Obr. 51: Detail láhve

### 8.3 Převlek

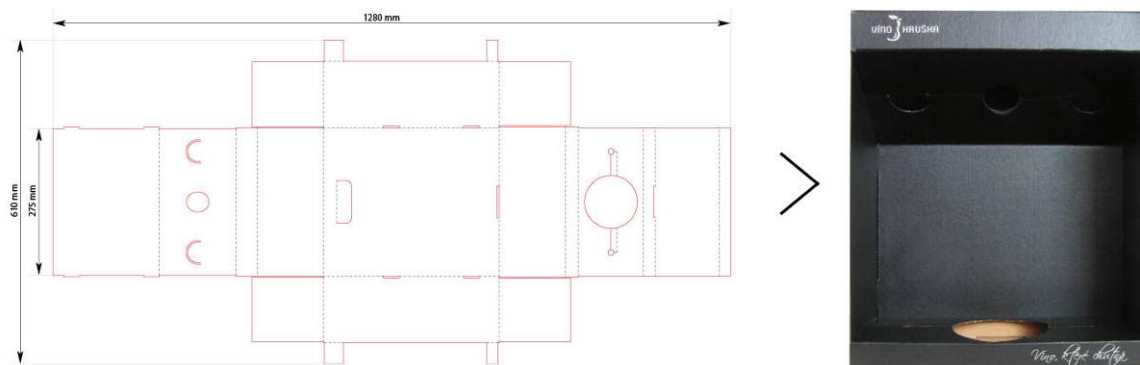
Hliníkový převlek je umístěn na konci hrdla láhve a překrývá korkovou zátku. Tím je docíleno velmi čistého vzhledu. Převlek je po nasazení pevně přitisknut na hrdlo a korkovou zátku, což způsobí jeho lehkou deformaci. Při návrhu jsem tedy vhodně umístila grafické prvky tak, aby touto deformací nedocházelo ke snížení čitelnosti. Převlek je barevně a graficky laděn tak, aby tvořil s etiketou jeden celek.



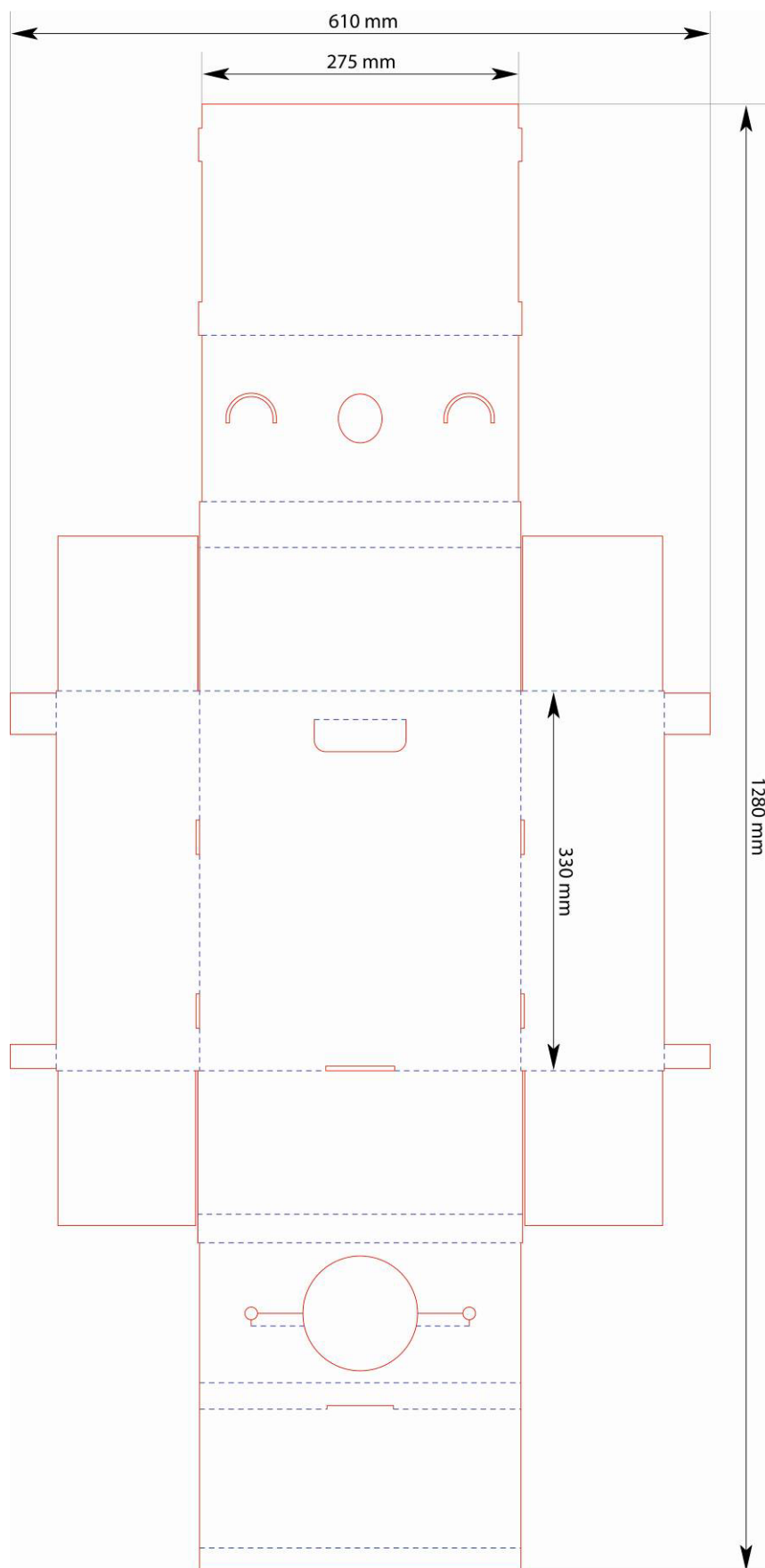
Obr. 52: Detail zátky a převleku

### 8.4 Papírový obal

Papírový obal je uzpůsoben pro bezpečné uložení láhve šampaňského a dvou flétnových sklenic po stranách. Vše je pevně zajištěno v papírové vložce pomocí elegantních zámků, které byly navrženy tak, aby nenarušovali koncepci celého obalu. Láhev, jako nejtěžší součást, je umístěna uprostřed, aby nedocházelo k nepříjemnému naklánění a kývání celé dárkové kolekce při manipulaci. Potisk papírové vložky je černý, citlivě a elegantně dotváří požadovaný vzhled kolekce. I zde obal nese charakteristické logo a motto.



Obr. 53: Technický náčrtek a finální produkt



Obr. 54: Technický nákres vložky „Deluxe“

## 8.5 Dárková kolekce

Kolekce „Deluxe“ je dražší variantou. Kvalitní šampaňské a luxusní flétnové sklenice potěší každého znalce vína.



Obr. 55: Dřevěný korpus, papírová vložka, kompletní kolekce



Obr. 56: Složený obal a jeho kompletace



Obr. 57: Grafické prvky kolekce „Deluxe“, logo a slogan





Obr. 58: Kompletní dárková kolekce „Deluxe“

## 9 DÁRKOVÁ KOLEKCE „PORT“

Dárková kolekce „Port“ má oslovit zákazníky gurmány, kteří chtějí poznávat vína z různých koutů světa i rozdílného stáří. Víno má tmavou kaštanovou barvu s rubínovými odlesky a jeho vůně je harmonická, vysoce extraktivní s příjemným aroma rozinek, medu, sušeného ovoce a karamelu.

Při návrhu dárkového retro balení jsem se snažila přiblížit vzhledu starého likérového vína. Nápoj je v kolekci doprovázen doutníky a balením lahodných mandlových oříšků. Tato dárková kazeta vína osloví labužníky a požitkáře, kterým záleží na výjimečnosti chuti a dokáží si skleničku vyzrálého vína dopřát v neobyčejný den. Víno se podává samotné nebo s dezerty a sušeným ovocem.

### **Balíček obsahuje:**

Likérové víno, sladké mandle, doutníky

### 9.1 Láhev likérového vína

Láhev má typově starobylý tvar s dominantním hrdlem. Po uzavření láhve zátkou je navíc celé hrdlo ponořeno do červeného vosku, čímž je víno zakonzervováno a hrdlo se tím stává netradiční a velmi zajímavou částí celé láhve. Barva láhve je tmavě hnědá. Tvar je opět zvolen s cílem zachovat historický vzhled dříve používaných lahví.



Obr. 59: Láhev likérového vína



## 9.2 Etiketa, razítko a svitek

Všechny etikety a obaly tohoto balení byly vytvořeny v historickém retro stylu, který v nás evokuje pocit skrytého pokladu uvnitř balení. Etiketa na láhvi má obdélníkový tvar, který je po jejích delších stranách dotvořen vroubkováním. Toto vroubkování má napodobit kus starého otrhaného papíru. Podkladový obrázek je jakoby kus starodávného zažloutlého papíru. V horní části jsou natištěny nápis Liquerwine historickým typografickým fontem, ročník, základní informace a ve spodní části pak podpis Petra Hrušky a razítko Quality Guaranteed.



Obr. 60: Přední a zadní etiketa Liquerwine

Na etiketách se jako zásadní prvek zobrazuje razítko garantující kvalitu výrobku. Láhev je opatřena také zadní etiketou nesoucí povinné informace o výrobku. Obě etikety jsem vzhledově zapracovala do jednotného stylu s celou kolekcí.



Obr. 61: Svitek na hrdlo láhve, detail razítka *Quality Guaranteed*

### 9.3 Pečeť

S cílem dosáhnout dokonalého retro stylu jsem navrhla také pečeť, znázorňující jeden ze symbolů společnosti. Podklady pro výrobu pečetidla byly vytvořeny pomocí křivek v Adobe Illustrator. Kresba musela být technologicky připravena tak, aby splňovala požadavky při výrobě pečetidla na obráběcím stroji. Pečetidlo je kruhového tvaru vyrobeno z leštěného hliníku v kombinaci s leštěnou rukojetí ze dřeva. Průměr pečetidla je 25 mm. Barva vosku je tmavě červená.



Obr. 62: Reliéf pečetidla a výsledná vosková pečeť

Pečeť je umístěna na hrdle láhve z přední strany. Pečeť je zalisována k lněnému provázku, ke kterému je přichycen malý pergamen. Na malém pergamenu je popsána výroba likérového vína a doporučená gastronomie. Tento svitek dotváří historický vzhled láhve a umožňuje další možné komerční využití.



*Obr. 63: Detaily prvků na láhvi*



## 9.4 Obal na mandle a doutníky

Na mandle i doutníky jsem navrhla papírové krabičky, které mají stejné tvarosloví jako u kolekce „Classic“. Krabičky jsou sladěny s celou kolekcí, nesou prvky typické pro tuto kolekci, retro typografie, razítko a podkladová historická tapeta.



Obr. 64: Technický náčrt s grafickým potiskem

Krabičky jsou doplněny o průzory, které ukazují a lákají zákazníka na jejich obsah. Obě krabičky pro doutníky i mandle mají stejné rozměry a stejné grafické zpracování, což snižuje náklady na jejich výrobu.



Obr. 65: Papírový obal na mandle s průzorem



Obr. 66: Papírový obal na doutníky

Pro další možné využití grafického retro stylu jsem navrhla i etikety na med a oříšky v medu. Mají opět stejné grafické zpracování a styl. Kruhová etiketa je nalepena na horní papírový kryt. Vosková pečeť je uchycena na lýko.



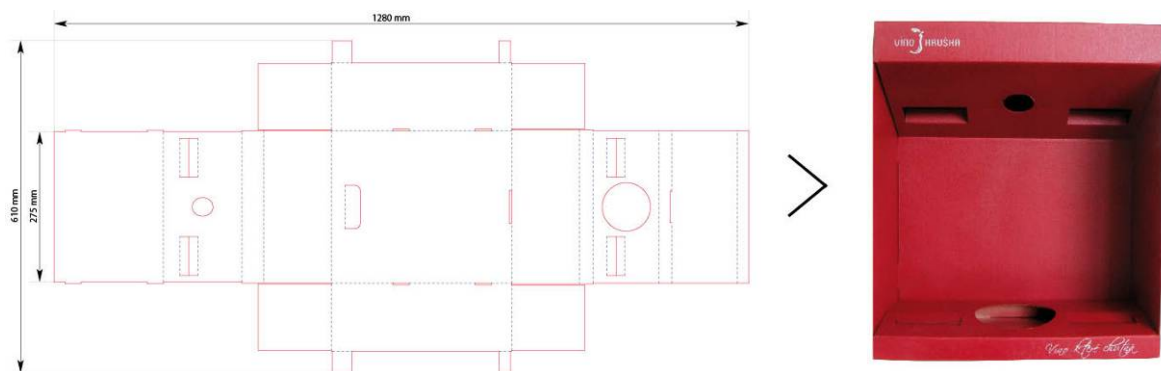
Obr. 67: Etiketa a pečeť na med



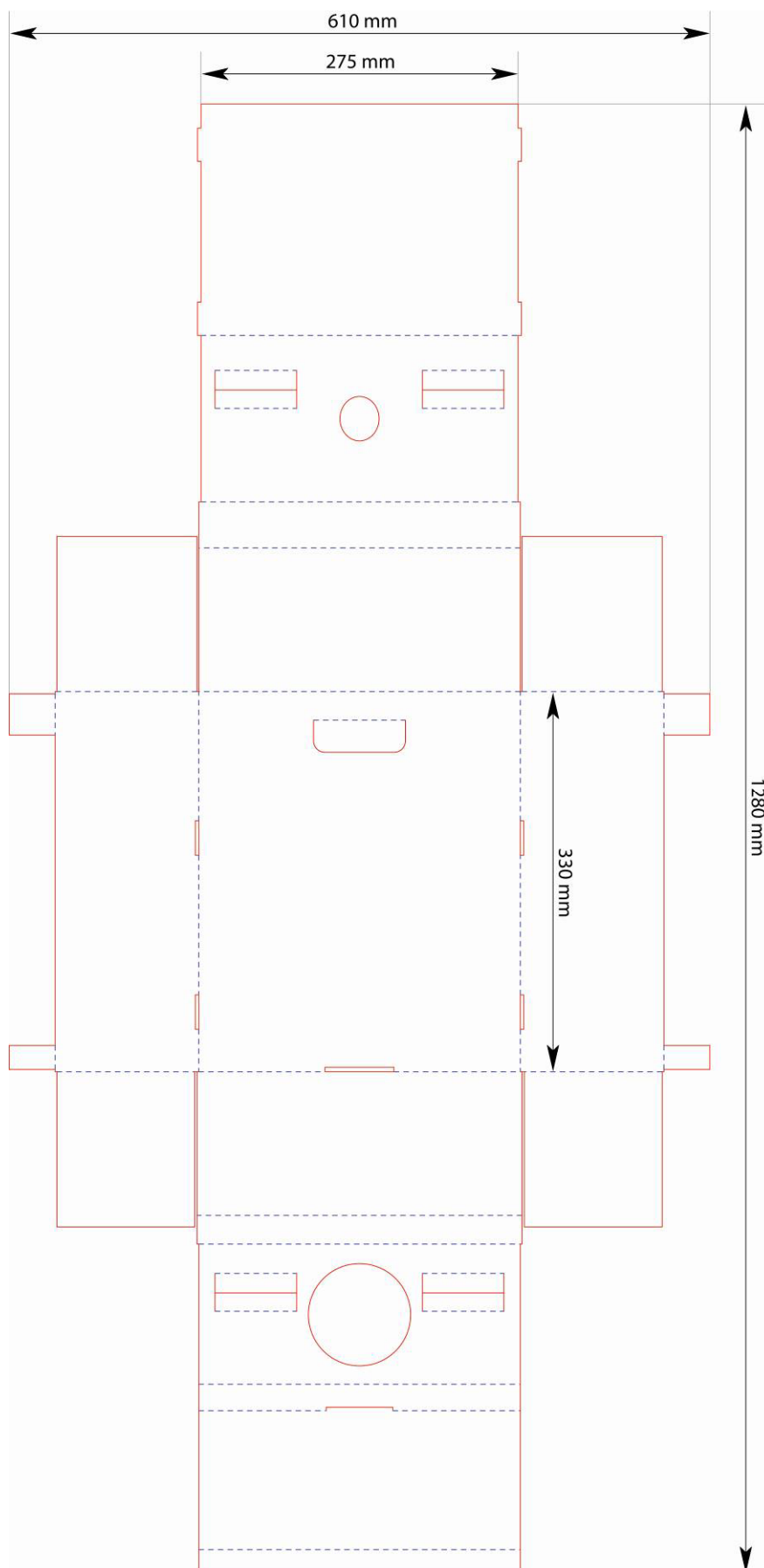
Obr. 68: Sklenice s medem a oříšky

## 9.5 Papírový obal

Tento papírový obal nese odstín červené barvy. Uvnitř jsou vytvořeny otvory na láhev likérového vína, která je po stranách doprovázená doutníky a krabičkou s mandlemi. Vše je pevně zajištěno papírovou vložkou.



Obr. 69: Technický nákres a výsledný produkt



Obr. 70: Technický náčrt papírové vložky „Port“



## 9.6 Dárková kolekce

Tato kolekce je výrobně nejsložitější. Téměř všechny kolekce se mohou označit známkou ruční práce. Nejvíce je to zřejmé v případě této kolekce, která na první pohled přesvědčí snad každého znalce vína.



Obr. 71: Rozložená dárková kolekce „Port“

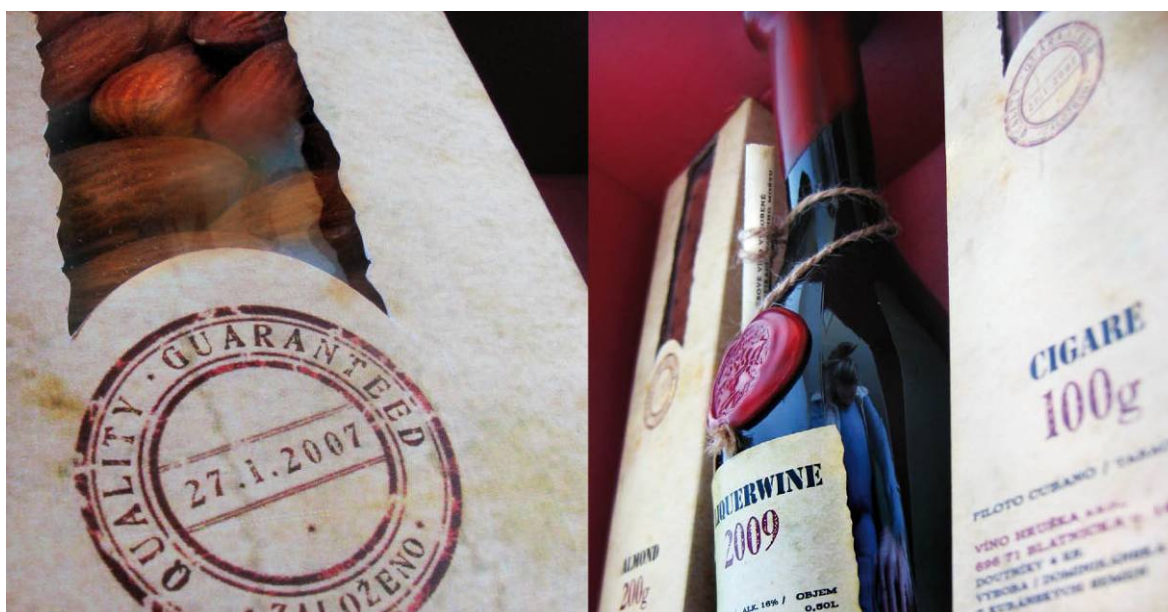
S touto kolekcí darujeme tajemství skryté v láhvi pod nánosem vosku a pečeti. Vzácná tekutina z hroznů nám nechá jediným douškem nahlédnout do vzrušující historie tohoto nápoje.



Obr. 72: Složený obal a jeho kompletace



Obr. 73: Grafické prvky kolekce „Port“, logo a slogan



Obr. 74: Detaily kolekce „Port“



Obr. 75: Kompletní kolekce „Port“

## ZÁVĚR

Tématem diplomové práce bylo vytvořit tři nové vinné dárkové kolekce pro společnost „Vino Hruška“. V první části jsem se věnovala technologiím, výrobě a zpracování materiálů používaných pro tyto dárkové obaly. Dále jsem provedla průzkum a analýzu trendů v obalové technice, která je zaměřena na vinařství. Tato rešerše mi pomohla získat představu o současných požadavcích na dárkové kolekce.

V hlavní, praktické části jsem postupně navrhla tři odlišné kompletní dárkové sady pro vinné produkty. Každý návrh byl podrobně rozpracován tak, aby bylo možno na základě mých podkladů tyto výrobky skutečně vyrábět. Jednalo se o připravení všech tiskových dat na etikety, papírové obaly a potisky. Dále jsem navrhla vnější dřevěný obal včetně technologie zpracování a povrchové úpravy. Připraveny byly nářezové nákresy pro veškeré papírové, skládané dílce a v neposlední řadě také ucelený design všech doprovodných prvků, jako jsou pečeť, razítko, svitek, šablony na pískování či převlek na hrdlo láhve.

Práce je zajímavá tím, že se neomezila na pouhou vizualizaci, ale dle připravených podkladů byly následně všechny výrobky zrealizovány. Tento proces napomohl v odstranění veškerých nedostatků v návrhu a vedl k odladění designu všech kolekcí a usnadnění sériové výroby.

Výsledkem této diplomové práce je trojice vinných dárkových kolekcí, která splňuje veškerá kritéria která byla na počátku práce stanovena.

**SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY**

- [1] KOLLÁR, V.: *Systém a špecifiká produktovej politiky*. Bratislava: SPRINT, 1999. 385 s. ISBN 80-888848-05-9.
- [2] CALVER, G.: *What is packaging design?* Switzerland: Copyright RotoVision SA, 2004. 255 s. ISBN 2-88046-618-0.
- [3] SMITH, P.: *Moderní marketing*. 1. vyd. Praha: Computer Press, 2000. 518 s. ISBN 80-7226-252-1.
- [5] [www.znalecvin.cz/encyklopedie/nadoby-na-vino/vinex.cz/sklenkynavino.htm](http://www.znalecvin.cz/encyklopedie/nadoby-na-vino/vinex.cz/sklenkynavino.htm)
- [6] [www.svettisku.cz/buxus/generate](http://www.svettisku.cz/buxus/generate)
- [7] [www.duoform.sk/cz-vyvoj-dizajnu-obalu.html](http://www.duoform.sk/cz-vyvoj-dizajnu-obalu.html)
- [8] [www.dotekvina.cz/druhy-vinnych-zatek-ni94](http://www.dotekvina.cz/druhy-vinnych-zatek-ni94)
- [9] [www.czechdesign.cz/index.php?status=c&clanek=526](http://www.czechdesign.cz/index.php?status=c&clanek=526)
- [10] [www.vinokterechutna.cz](http://www.vinokterechutna.cz)
- [11] [www.skolasteti.cz](http://www.skolasteti.cz), skripta Střední odborné školy a Vyšší odborné školy obalové techniky Štětí
- [12] [www.mam.ihned.cz](http://www.mam.ihned.cz)
- [13] Kafka design, *Corporate vína*. Časopis FONT, číslo 93, ročník 2007
- [14] *Svet balení*, Vydává České a SR nakladatelství s.r.o., 2009, [www.svetbaleni.cz](http://www.svetbaleni.cz)
- [15] [www.istrategie.cz](http://www.istrategie.cz), Archiv, Obal podle předpisů
- [16] The designers packaging bible, Roto vision 2007
- [17] 1000 Obalový design, Rockport, 2008 ISBN 978-80-7391-191-1
- [18] The Leader of the Pack Jeremy Myerson
- [19] [www.typo.cz](http://www.typo.cz)
- [20] [www.designportal.cz](http://www.designportal.cz)
- [21] [www.vino-velkoobchod.cz](http://www.vino-velkoobchod.cz)
- [22] [www.global-wines.cz](http://www.global-wines.cz)
- [23] [www.vinohruska.cz](http://www.vinohruska.cz)

## SEZNAM OBRÁZKŮ

<i>Obr. 1: Ukázka obalu spotřebitelského, skupinového a přepravního</i>	12
<i>Obr. 2: Ukázka obalů s různými propagačními prvky</i>	14
<i>Obr. 3: Estetika na obalech</i>	16
<i>Obr. 4: Ukázka ekologických obalů</i>	16
<i>Obr. 5: Obaly v sadách</i>	17
<i>Obr. 6: Ukázky distribučních obalů</i>	18
<i>Obr. 7: Obaly přepravní dřevěné a papírové</i>	18
<i>Obr. 8: Kožený měch, hliněné nádoby, amfora</i>	20
<i>Obr. 9: Skleněná nádoby, stříbrné poháry</i>	20
<i>Obr. 10: Kantharos, sud, skleněná láhev a Tetra pak</i>	21
<i>Obr. 11: Bag in box, igelitový obal uvnitř Bag in boxu, hliníkové plechovky</i>	22
<i>Obr. 12: Hliníkové láhve, tuba, jednorpcové plastové skleničky</i>	23
<i>Obr. 13: Ukázka současných vinných láhví a etiket na trhu</i>	24
<i>Obr. 14: Ukázka současných šampaňských láhví a etiket na trhu</i>	25
<i>Obr. 15: Ukázka současných likérových láhví a etiket na trhu</i>	25
<i>Obr. 16: Ukázka současných levných odnosných krabic na víno</i>	26
<i>Obr. 17: Ukázka současných dražších dárkových krabic na víno</i>	26
<i>Obr. 18: Ukázka současných dárkových luxusních sad na víno</i>	27
<i>Obr. 19: Ukázka současných dárkových balíčků společnosti „Vino Hruška“</i>	27
<i>Obr. 20: Papír jako materiál pro balení</i>	28
<i>Obr. 21: Skládačkové typy obalů</i>	29
<i>Obr. 22: Ukázky kaširovaných krabic, sítotiskový stroj</i>	30
<i>Obr. 23: Ukázka vysekávacího a vylupovacího stroje na karton</i>	31
<i>Obr. 24: Smrková laťovaka, před a po úpravě mořením</i>	32
<i>Obr. 25: Ukázka korkových zátek</i>	33
<i>Obr. 26: Stávající skleněná láhev „Vino Hruška“</i>	34
<i>Obr. 27: Stávající skleněné láhve „Vino Hruška“</i>	34
<i>Obr. 28: Ukázka vypískované láhve, pečetidlo, vosková pečeť</i>	35
<i>Obr. 29: Vosková pečeť s navrženým reliéfem</i>	36
<i>Obr. 30: Vinotéka „Vino Hruška“ v Blatničce, vinohrad</i>	38
<i>Obr. 31: Logo „Vino Hruška“, slogan „Vino které chutná“</i>	41



<i>Obr. 32: Detail pískované láhve s motivem Blatničky</i> .....	43
<i>Obr. 33: Pískovaná láhev „Classic“</i> .....	44
<i>Obr. 34: Etikety na láhev „Classic“</i> .....	45
<i>Obr. 35: Papírová etiketa na špagety</i> .....	45
<i>Obr. 36: Papírový obal na špageti</i> .....	46
<i>Obr. 37: Papírová etiketa na crackery</i> .....	46
<i>Obr. 38: Papírový obal na crackery</i> .....	46
<i>Obr. 39: Technický nákres obalu na špageti a crackery</i> .....	47
<i>Obr. 40: Detail tištěné a lakované pečeti na obalech</i> .....	47
<i>Obr. 41: Detaily obalů „Classic“</i> .....	48
<i>Obr. 42: Technický nákres a konečný výrobek</i> .....	48
<i>Obr. 43: Technický nákres vložky „Classic“</i> .....	49
<i>Obr. 44: Dřevěný korpus, papírová vložka, složený obal</i> .....	50
<i>Obr. 45: Složený obal a jeho kompletace</i> .....	50
<i>Obr. 46: Detaily kolekce „Classic“</i> .....	51
<i>Obr. 47: Grafické prvky kolekce „Classic“, logo a slogan</i> .....	51
<i>Obr. 48: Kompletní kolekce „Classic“</i> .....	52
<i>Obr. 49: Láhev šampaňského</i> .....	54
<i>Obr. 50: Přední a zadní etiketa na šampaňské</i> .....	55
<i>Obr. 51: Detail láhve</i> .....	55
<i>Obr. 52: Detail zátky a převleku</i> .....	56
<i>Obr. 53: Technický nákres a finální produkt</i> .....	56
<i>Obr. 54: Technický nákres vložky „Deluxe“</i> .....	57
<i>Obr. 55: Dřevěný korpus, papírová vložka, kompletní kolekce</i> .....	58
<i>Obr. 56: Složený obal a jeho kompletace</i> .....	58
<i>Obr. 57: Grafické prvky kolekce „Deluxe“, logo a slogan</i> .....	58
<i>Obr. 58: Kompletní dárková kolekce „Deluxe“</i> .....	59
<i>Obr. 59: Láhev likérového vína</i> .....	61
<i>Obr. 60: Přední a zadní etiketa Liquerwine</i> .....	62
<i>Obr. 61: Svitek na hrdlo láhve, detail razítka Quality Guaranteed</i> .....	63
<i>Obr. 62: Reliéf pečetidla a výsledná vosková pečeť</i> .....	63
<i>Obr. 63: Detaily prvků na láhvi</i> .....	64
<i>Obr. 64: Technický nákres s grafickým potiskem</i> .....	65



<i>Obr. 65: Papírový obal na mandle s průzorem</i> .....	65
<i>Obr. 66: Papírový obal na doutníky</i> .....	66
<i>Obr. 67: Etiketa a pečeť na med</i> .....	66
<i>Obr. 68: Sklenice s medem a oříšky</i> .....	66
<i>Obr. 69: Technický nákres a výsledný produkt</i> .....	67
<i>Obr. 70: Technický nákres papírové vložky „Port“</i> .....	68
<i>Obr. 71: Rozložená dárková kolekce „Port“</i> .....	69
<i>Obr. 72: Složený obal a jeho kompletace</i> .....	69
<i>Obr. 73: Grafické prvky kolekce „Port“, logo a slogan</i> .....	70
<i>Obr. 74: Detaily kolekce „Port“</i> .....	70
<i>Obr. 75: Kompletní kolekce „Port“</i> .....	71