

Sada obalů pro konkrétního zadavatele

Petra Žďárská

Bakalářská práce
2013

 Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta multimediálních komunikací

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně

Fakulta multimediálních komunikací

Ústav vizuální tvorby

akademický rok: 2012/2013

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Petra ŽDÁRSKÁ**
Osobní číslo: **K10140**
Studijní program: **B8206 Výtvarná umění**
Studijní obor: **Multimedia a design - 3D design**
Forma studia: **prezenční**

Téma práce: **Sada obalů pro konkrétního zadavatele**

Zásady pro vypracování:

1. Rešerše
2. Analýza
3. Cíle, postup a technologie projektu
4. Vypracování
5. Zhodnocení projektu

Na samostatném nosiči CD-ROM odevzdejte v minimálním počtu 10 kusů obrazovou dokumentaci praktické části závěrečné práce pro využití v publikacích FMK. Formát pro bitmapové podklady: JPEG, barevný prostor RGB, rozlišení 300 dpi, 250 mm delší strana. Formáty pro vektory: AI, EPS, PDF. Loga a texty v křivkách. V samostatném textovém souboru uveďte jméno a příjmení, login do Portálu UTB, obor (ateliér), typ práce, přesný název práce v češtině i v angličtině, rok obhajoby, osobní mail, osobní web, telefon. Přiložte svou osobní fotografii v tiskovém rozlišení.

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

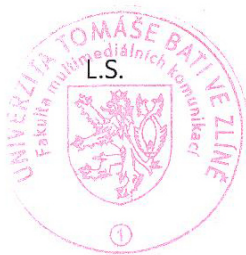
Seznam odborné literatury:

DESIGNOVÉ MYŠLENÍ – Gavin Ambrose a Paul Harris, Computer Press, 2011
1000 IKONY, SYMBOLY A PIKTOGRAMY – Jan Pavel, Slovart, 2006
LEXIKON MODERNÍHO DESIGNU, Slovart
100 CONTEMPORARY ARTISTS AZ, Hans Werner Holzwarth
1000 OBALOVÝ DESIGN, Slovart
PACKAGE DESIGN NOW, Taschen

Vedoucí bakalářské práce: Mgr. Art. Ivan Pecháček
Ústav vizuální tvorby
Datum zadání bakalářské práce: 5. prosince 2012
Termín odevzdání bakalářské práce: 17. května 2013

Ve Zlíně dne 5. prosince 2012

doc. MgA. Jana Janíková, ArtD.
děkanka



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 ¹⁾;
- beru na vědomí, že bakalářská/diplomová práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému a bude dostupná k 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 ²⁾;
- podle § 60 ³⁾ 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 ³⁾ odst. 2 a 3 mohu užit 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 Zlíně25. 3. 2013.....

PETRA ŽDÁRSKÁ



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 nevýdělečně 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, užíje-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). Odpirá-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 užit 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 výdělku jim dosaženého 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 přihlídně k výši výdělku dosaženého školou nebo školským či vzdělávacím zařízením z užití školního díla podle odstavce 1.

ABSTRAKT

Moje bakalářská práce obsahuje řešení dárkových obalů na víno. Vinné sety jsem navrhla pro společnost Vinařství Chateau Lednice. V teoretické části jsem se věnovala druhům obalů, jejich funkci a hlavně rešerši historických a současných obalových technik používaných ve vinařství. Dále do této části zahrnuji popis materiálu, který využívám ke zhotovení obalu, a možnosti technologie zpracování. V části praktické popisuji realizaci setů – jaký byl jejich vývoj, jak se postupně měnil jejich design. Jedná se o obal vyrobený pouze z lepenky. Pomocí různého tvarování, znalosti materiálu a mnohačetných zkoušek jsem dospěla k originálnímu zpracování vinných dárkových obalů.

Klíčová slova: obal, design, víno, set, sada

ABSTRACT

My thesis includes solutions for the gift packaging of wine. I designed wine sets for the Vineyard of Chateau Lednice. The theoretical part is devoted to types of packaging and their function. I researched mainly historical and contemporary packaging techniques used by wineries. Furthermore, this part includes a description of the materials which I used to manufacture packaging, and the possibilities of processing and technology. The practical part describes the realization of the sets and their development as they gradually changed design. It is a package made only of cardboard. I came to the original wine gift packaging by making different shapes, doing multiple tests and gaining knowledge of the material used.

Keywords: packaging design, wine, set

Poděkování

Ráda bych na tomto místě využila možnosti poděkovat panu Mgr.Art. Ivanu Pecháčkovi za vedení mé bakalářské práce i za to, že již od prvního ročníku nám předával své znalosti a zkušenosti v tomto oboru. Byl výborným vedoucím našeho ateliéru, a kdykoli jsme potřebovali, ochotně se nám věnoval. V neposlední řadě také děkuji mým rodičům za jejich podporu.

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci vypracovala samostatně pod vedením vedoucího bakalářské práce pana Mgr.Art. Ivana Pecháčka a použila jsem uvedenou literaturu.

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

OBSAH

ÚVOD	9
I TEORETICKÁ ČÁST	10
1 OBECNÉ INFORMACE O OBALU	11
2 TYP Y OBALŮ	12
2.1 OBAL PŘEPRAVNÍ	12
2.2 OBAL DISTRIBUČNÍ.....	12
2.3 OBAL SPOTŘEBITELSKÝ.....	12
2.4 OBAL JEDNODUCHÝ.....	12
2.5 OBAL KOMBINOVANÝ.....	12
3 VÝZNAM OBALU	13
3.1 OCHRANNÝ VÝZNAM.....	13
3.2 PRODEJNÍ VÝZNAM.....	13
3.3 MANIPULAČNÍ VÝZNAM	14
3.4 MARKETINGOVÝ VÝZNAM.....	14
3.5 INFORMAČNÍ VÝZNAM.....	14
3.6 EKOLOGICKÝ VÝZNAM.....	15
3.7 ESTETICKÝ VÝZNAM	15
4 REŠERŠE OBALŮ VE VINAŘSKÉM ODVĚTVÍ	16
4.1 DŘÍVE POUŽÍVANÉ OBALY	16
4.2 NYNĚJŠÍ OBALY.....	19
4.3 SOUČASNÝ STAV VINNÝCH BALENÍ	22
5 REŠERŠE SOUČASNÉHO ČESKÉHO TRHU	25
5.1 KONKURENČNÍ VINAŘSTVÍ A JEJICH OBALY.....	25
6 ANALÝZA TRHU A PROJEKTU	27
6.1 ÚSPĚŠNÁ BALENÍ.....	27
6.2 ZVYKY ZÁKAZNÍKŮ KUPUJÍCÍCH VÍNO.....	28
6.3 SADA OBALŮ POUŽÍVANÁ VINAŘSTVÍM CHATEAU LEDNICE	28
TECHNOLOGIE A MATERIÁL NAVRHOVANÝ K ŘEŠENÍ OBALŮ	31
6.4 MATERIÁL.....	31
II PRAKTICKÁ ČÁST	37
7 ÚVOD	38
7.1 O FIRMĚ VINAŘSTVÍ CHATEAU LEDNICE.....	38
7.3 INSPIRACE	40
7.4 MATERIÁLOVÁ, TECHNOLOGICKÁ A GRAFICKÁ STRÁNKA OBALŮ.....	42
7.5 GRAFIKA POUŽÍVANÁ VINAŘSTVÍM	43
8 VÝVOJ OBALU	45
9 OBAL LEDNICE – S (SMALL)	48

9.1	INSPIRACE ZÁMKEM	48
9.2	OBAL A GRAFIKA.....	49
9.3	TVAR ROZLOŽENÉHO OBALU	51
9.4	SYSTÉM SKLÁDÁNÍ.....	51
9.5	SOUDRŽNOST OBALU.....	51
9.6	PRODEJ.....	51
10	OBAL LEDNICE – M (MEDIUM)	53
10.1	INSPIRACE ZÁMKEM	53
10.2	OBAL A GRAFIKA.....	54
10.3	TVAR ROZLOŽENÉHO OBALU	55
10.4	SYSTÉM SKLÁDÁNÍ.....	56
10.5	SOUDRŽNOST OBALU.....	56
10.6	PRODEJ.....	56
11	OBAL LEDNICE – L (LARGE).....	57
11.1	INSPIRACE ZÁMKEM	57
11.2	OBAL A GRAFIKA.....	58
11.3	TVAR ROZLOŽENÉHO OBALU	59
11.4	SYSTÉM SKLÁDÁNÍ.....	59
11.5	PRODEJ.....	59
12	ZÁVĚR.....	60
	SEZNAM POUŽITÝCH CITACÍ.....	61
	SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....	62
	SEZNAM OBRÁZKŮ	63
	SEZNAM PŘÍLOH.....	65

ÚVOD

V našem ateliéru, kterým je 3D design, pracujeme od prvního ročníku na mnoha různorodých úkolech. Je velmi důležité se seznámit se všemi obory, které pod tuto designérskou oblast spadají. Mne velmi zaujala práce na obalech, a proto jsem si tuto tematiku zvolila i za svou bakalářskou práci. Rozhodla jsem se pro vytvoření sady obalů pro víno a k němu určených dárkových předmětů.

Tato oblast se v poslední době velmi rozmáhá. Proto vznikly i specializované obory zabývající se právě touto problematikou. Obal by měl dodržovat určitá pravidla, jakými jsou například ekologie materiálu, levné náklady, nápaditost, inovace. V dnešní době již netvoří obal jen ochrannou funkci produktu, ale slouží zajisté i k podpoře prodeje. Měl by se lišit mezi ostatními konkurenčními produkty a lákat zákazníka právě ke koupi daného výrobku.

Obal je ovlivňován mnoha faktory a klade si za cíl upoutat spotřebitele ve své kategorii. Z toho důvodu nejdříve musíme určit cílovou skupinu. Od toho se odvíjí nákladnost na obal, grafická tvář, v neposlední řadě i tvar a celkový dojem.

Obaly mohou být z jakéhokoli materiálu. Během studia jsem si oblíbila práci s lepenkou. Proto se i ve své bakalářské práci orientuji na použití tohoto ekologického materiálu a snažím se o nové pojetí obalu.

V dnešní době je konkurenceschopnost obalů vysoká, a to s sebou přináší stálý rozvoj tohoto odvětví. Vidím v obalech veliký potenciál a budoucnost. Jelikož je obal nezbytný téměř ke každému produktu, je také vhodné dbát na ekologičnost a tím i na naše životní prostředí. Dle zákona se obal po použití stává odpadem.

Kéž by se mnoho obalů, díky své jedinečnosti a originalitě, dostalo až na takovou úroveň, že bychom si je chtěli ponechat k vystavení.

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 OBECNÉ INFORMACE O OBALU

Obal je prostředek nebo soubor prostředků chránící daný výrobek, zároveň v dnešní době slouží jako silný prodejní prvek. V naší době kupují „oči“ a zároveň emoce – jaký dojem v nás obal vyvolává. Ačkoli mohou být obaly i zavádějící, často mezi konkurenčními produkty sáhneme po tom „co vypadá lépe“. U dárkových balení toto platí dvojnásob, protože chceme, aby se líbil, proto musí působit úměrně k cenové hodnotě produktu nebo dokonce i více luxusně. Díky našemu hektickému tempu se vše mění stále rychleji. Průzkumy ukazují, že obaly je vhodné měnit jednou za 3 roky, přičemž v minulé době stačil jeden obal až na 15 let. Některé se nemění díky tradici. V hlavách zákazníků je obal, logo, etiketa natolik zažitá, že by bylo spíše matoucí měnit toto fungující zavedení. Ovšem u produktů novějších to chce držet krok s dobou a současně přetvářet obal tak, aby byl vždy zaměřený na cílovou skupinu, oslovil a zaujal, zároveň stále udržoval svou původní funkci ochrannou a splňoval požadavky pro dobrou manipulaci.

Jak definuje zákon obal:

„Definice obalu §2 zákona č. 66/2006 Sb. a) obalem výrobek zhotovený z materiálu jakékoliv povahy a určený k pojmání, ochraně, manipulaci, dodávce, popřípadě prezentaci výrobku nebo výrobků určených spotřebiteli nebo jinému konečnému uživateli, jestliže má zároveň:

1. v místě nákupu tvořit prodejní jednotku pro spotřebitele nebo jiného konečného uživatele (dále jen „prodejní obal“),

2. v místě nákupu tvořit skupinu určitého počtu prodejních jednotek, ať již je tato skupina prodávána spotřebiteli nebo jinému konečnému uživateli, anebo slouží pouze jako pomůcka pro umístění do regálů v místě prodeje a může být z výrobku odstraněn, aniž se tím ovlivní jeho vlastnosti (dále jen „skupinový obal“), nebo

3. usnadnit manipulaci s určitým množstvím prodejních jednotek nebo skupinových obalů a usnadnit jejich přepravu tak, aby se při manipulaci a přepravě zabránilo jejich fyzickému poškození (dále jen „přepravní obal“); kritéria a názorné příklady, které upřesňují pojem obal, jsou uvedeny v příloze č. 1 k tomuto zákonu.“ [1]

2 TYPY OBALŮ

Toto rozdělení je dle funkce obalu, pro kterou je obal určen.

2.1 Obal přepravní

Obal slouží k přepravě a manipulaci. Známé jsou například palety a fólie.

2.2 Obal distribuční

Někdy se tento obal označuje i jako skupinový. V logistickém řešení je důležité, aby se pohyb zboží co nejvíce usnadnil. Tento obal spojuje více balení do jednoho.

Tyto obaly často nosí grafiku spojenou již se spotřebitelským obalem (např. obal na sušenky, který zároveň slouží i jako prostor pro jejich odebírání). Obal určený na větší zboží je většinou potištěn pouze brandingem a nutnými údaji o zboží.

2.3 Obal spotřebitelský

Obal komunikuje zcela přímo se spotřebitelem a jeho úloha je hlavně ochranná – chrání vnitřní obsah a slouží také k poskytnutí informací o produktu.

Dalším parametrem pro dělení je dle složitosti materiálové skladby obalu. Dělíme na:

2.4 Obal jednoduchý

Obal se skládá pouze z jednoho typu materiálu – například plast, sklo, lepenka, papír,....

2.5 Obal kombinovaný

Takový obal je vytvořen za použití více druhů materiálu – jako příklad poslouží Tetrapack – obal je složen z papíru, umělohmotné vrstvy a hliníkové fólie – vrstvy se spojují za pomoci laminovacího přístroje. Proto se též často můžeme setkat s označením vrstvené obaly.

3 VÝZNAM OBALU

Obal v sobě spojuje mnoho hledisek, které by měly být společně ve vyváženém poměru. Jakmile nějaký aspekt bude pokulhávat, obal nebude plnit všechny požadované funkce. Tyto složky se vztahují především ke spotřebnímu obalu.

3.1 Ochranný význam

Obal chrání výrobek proti poškození po jeho cestě celým distribučním řetězcem. Podle stupně ochrany volíme materiálové řešení i nejvhodnější řešení konstrukční. Ochrana je také úměrná tomu, o jaké zboží se jedná. Pokud je zboží křehké a drahé, je nutné věnovat více prostředků na ochranu před poškozením. Manipulace, doprava i skladování může být zdrojem poškození - při manipulaci hrozí možnost nárazu, v dopravě nebezpečí při vibrování auta na silnici. Podceňovat se nemůže ani proražení obalu nebo jeho stlačení.

Uložení výrobku a jeho upevnění je důležitou složkou obalu. Výrobek může být spojen s obalem, nebo v něm být pevně uchycen. K tomu se používají fixační materiály (pěnový polystyren, dřevitá vlna,...). Obal též chrání před vnějšími podmínkami - jako je například vlhkost a teplota. S poškozením obalu souvisí zkáza zboží, ztráta barvy, popraskání a vylištění. Struktura logistického řetězce je ovlivňována mírou nároků na ochranu zboží.

3.2 Prodejní význam

Obal v dnešní době určitě rozhoduje o koupi daného výrobku. Na trhu je nepřehledné množství konkurenčních výrobků. Regály často nesou téměř totožnou věc jen s tím rozdílem, že jsou různě zabalené. Proto je velmi důležité dbát na design obalu, aby nám vytvořil z průměrného produktu produkt nejžádanější. Tento význam je v dnešní době velmi cenný. Obal musí zaujmout, odlišit se a vystoupit z řady. Tvar, barva a povrch určují prodejní schopnost.

Hlediska rozhodující o prodejnosti či slabém prodeji výrobku:

Psychologické působení:

Spotřebitel by měl být motivován k opětovnému nákupu. Cílem je vytvořit vztah zákazníka k výrobku a značce. K tomu samozřejmě přispívá i vhodně zvolený obal.

Vizuální působení:

Záměrem je vyvolat kladné emoce u zákazníka a upoutat jeho pozornost.

Komerční působení:

Tato složka závisí na dvou předcházejících působeních, zvláště pak na výběru nejvhodnějšího materiálu, obalovém tvarosloví, výrobě obalu a v neposlední řadě grafice.

3.3 Manipulační význam

Aby došlo ke snížení počtu manipulačních činností, jsou sloučeny spotřebitelské obaly do obalů přepravních. Obal by měl dbát na snadnou manipulaci při skladování a přepravě. Další schopností by měla být dobrá uchopitelnost. Manipulační obaly se ukládají na paletu. Mezi další manipulační přepravní obaly patří přepravky, sudy, kartonové krabice.

3.4 Marketingový význam

Marketingová činnost se zabývá téměř všemi oblastmi, proto by se při vytváření obalu mělo myslet na všechny aspekty obalu. Marketing je oblast, která se stále vyvíjí a čím dále rychleji se mění podle momentálních potřeb a přání zákazníků. I obaly se musí podřizovat tomuto stylu a tempu. Proto je důležité vytvářet design obalů tak, aby odpovídal současným požadavkům a byl vždy zaměřen na cílovou skupinu. Na prvním místě zůstává schopnost upoutat pozornost. V rámci širokého spektra, který marketing obsahuje, má obal sice nepostradatelnou pozici, avšak marketing jako takový mu připisuje spíše druhořadý význam. Obal je na poli marketingu vázán s kategorií komunikace v místě prodeje a je rozhodující při samotné koupi.

3.5 Informační význam

Každý spotřebitelský obal má za povinnost uvádět údaje vztahující se k danému produktu – musí nést informace o výrobku, jeho složení a jeho vlastnostech. U potravinářských výrobků se údaje týkají především jejich složení a obsahu jednotlivých látek. Všechny výrobky prodávané v České republice musí obsahovat informace v češtině (zahraniční produkty často používají lepící samolepku s textem). Údaje jsou umístěny přímo na obalu nebo na přiloženém letáčku.

3.6 Ekologický význam

Obal se po jeho použití stává odpadem. Proto se v dnešní době klade velký důraz na to, jaký materiál se bude na ochranu daného produktu používat. Podmínky nejvhodnější pro obal - je snadno rozložitelný, lehce zlikvidovatelný a recyklovatelný. Jelikož v dnešní době je obalů nesčetně mnoho, měli bychom při výběru materiálu myslet a brát ohled na životní prostředí. Je dobře, že některé obaly jsou vratné a můžeme je opakovaně použít.

3.7 Estetický význam

V současné době obal můžeme označit za komunikační prostředek mezi výrobcem a zákazníkem. V mnoha případech se jedná téměř o druh umění. Navrhnout a vyrobit velmi kvalitní obal je opravdové řemeslo. Dle obalu se nám také vytváří názory na výrobky v našem podvědomí – např. vnímání barev, tvarů, obrazců... Funkce estetická se zabývá tvarem obalu i grafickou stránkou. Tvarosloví a symboly použité na obalu přispívají k zapamatování obalu v mysli zákazníka. Proto je vhodné, aby obal byl originální, neotřelý a působil vyváženým dojmem k produktu.



Obr. 1: Ukázka přepravních obalů

U těchto obalů musí převažovat zvláště ochranný a manipulační význam.

4 REŠERŠE OBALŮ VE VINAŘSKÉM ODVĚTVÍ

Při tvorbě jakéhokoli produktu bychom měli zjistit jeho historii a také, co vedlo k danému řešení. Dále bychom se měli zabývat nabídkou dnešního trhu, jaká je konkurence, co vše již existuje. Právě z těchto informací můžeme vyvodit jisté závěry potřebné pro naši práci.

4.1 Dříve používané obaly

Kameninové a hliněné nádoby

Víno v nádobě z kameniny můžeme vidět i v dnešní době, ačkoli se používaly již v období, než se začal datovat náš letopočet. V Gruzii se začátek pěstování vinné révy a výroby vína datuje na 8. – 6. tisíciletí před naším letopočetem. Gruzínské kvevri, jak se nádobám vejčitého tvaru s velmi širokým hrdlem říká, slouží k výrobě vína. Zakopají se do země tak, že vyčnívá jen hrdlo a šťáva z hroznů má výborné prostředí k vlastnímu zrání. Kvevri dosahují velkého objemu a můžeme je nalézt v různých velikostech.

Menší kameninové nádoby dnešního typu se zavírají korkem, který je na vrchní části zalit pečutím voskem. Oproti lahvím skleněným má tento obal jedinou nevýhodu, a tou je pouštění tepelných paprsků. Tudíž není moudré vystavovat tento obal slunečním paprskům, neboť by se mohla snížit kvalita vína uvnitř.



Obr. 2: Ukázka velikosti kvevri, kvevri v zemi, hliněná dřívější nádoba, současná hliněná nádoba

Bronzové nádoby

Tyto nádoby byly objeveny v Číně při prohledávání hrobu velmože z období před 3000 lety. Předpokládá se, že byly určeny pro víno, protože to byl oblíbený mok bohatých, kteří si tyto nádoby mohli dovořit.



Obr. 3: Ukázka bronzových nádob

Amfora

Amfory se prvně používaly v Sýrii. Datují se od 15. století př. n. l. Amfora je označení pro keramickou nádobu z období starověku. Jedná se o nádobu s baňatým tvarem. Typická jsou pro ni dvě ucha vedle krčku. Tyto keramické „úschovny potravin a nápojů“ dále převzali Řekové a Římané v antické době pro přenášení a skladování olivového oleje, zrní, hroznového vína a ryb. V této době se nejvíce rozšířily. Byly i umělecky zpracované malbami různých typů. Amfory měřily od 30 – 150 centimetrů. V 7. století byly tyto nádoby nahrazeny modernějšími.



Obr. 4: Amfora používaná ve starověku

Kožené nádoby

Kožené měchy byly běžně využívány k úschově a přepravě vody, oleje, mléka, vína, másla, sýra. Výroba měchů probíhala tak, že poté, co zvíře bylo zabito, se mu uřízla hlava a končetiny. Následně se stáhla kůže, která byla důkladně vyčiněna. Na břiše se schválně nerozřezávala. Dále byly otvory a rozřiznutí zašito tak, aby zůstal pouze jeden otvor. Ovčí, telecí a kozí kůže byla pro výrobu měchů nejvhodnější. Z tekutin, které se vkládaly do vaku, potřebovalo právě víno nejšetnější a nejdůkladnější zpracování kůže.

Dřevěné nádoby

Dřevěné sudy jsou prvotní nádobou používanou ve střední Evropě pro vinařské účely. První obyvatelé, kteří užívali sudy, byli Keltové zhruba ve třetím století našeho letopočtu. Některé zdroje označují Arménii za zemi, kde se zrodily sudy, a to již v 6. století před naším letopočtem. Jisté je, že ve středověku celá Evropa používala na úschovu vína právě sudy. Bylo to proto, že díky tvaru sudu se mohly kutálet a snadněji tak přepravovat. Toto řemeslo se nazývalo bednářství. Velmi záleží na druhu dřeva, ze kterého je sud vyroben. Všechny aspekty dřeva se následně objeví v chuti vína. Asi nejznámějšími sudy jsou sudy označené jako barrique – z nich následně vzniknou bariková vína – jedná se o uložení vína v sudu dubovém o objemu 225 litrů. Nevýhodou sudů je špatné řízení teploty při kvasném procesu. Také sanace a údržba není zcela snadná.

Módní záležitostí dneška jsou malé sudy. Ty se v minulosti vůbec nevyráběly. V dřívější době byly navrhovány sudy s většími objemy – třeba i přes sto tisíc litrů.

Skleněné nádoby

Když lidské možnosti a rozvíjející se technologie zvládly vyrobit i větší nádoby, začaly se skleněné nádoby používat i ve vinařském průmyslu. Sklo je ale velmi křehké, snadno poškojitelné při nárazu, a proto není vhodné pro velké objemy. Malovýrobci vína však ocení tyto skleněné nádoby do velikosti 50 litrů. Vyrábějí se sériově. Sklo je lehké na údržbu a je velmi rezistentní proti agresivnímu prostředí.

Skleněné lahve

U láhve na víno je typický objem 0,75 litru – a jeho násobky. Prvně byly skleněné lahve ručně foukané. Tvarem byly různorodé a vždy se pohybovaly kolem objemu 0,6 - 0,8 litru – jedná se o množství, s kterým můžeme lehce manipulovat i jednou rukou. Dalším důvo-

dem je, že toto množství často vypije člověk i sám. Z historického hlediska se dovídáme, že i při stáčení vína ze sudu do lahví a následného ukládání do beden je právě tři čtvrtina litru ideální na objemové rozpočítání. Tato jednotka vyhovovala Francii, Velké Británii i USA, ačkoli každý stát měl jiné jednotky. Od roku 1979 je uzákoněn tento objem pro lahvování.



Obr. 5: Řada velikostí lahví na vína - nejběžnější prodejní láhev je první zleva

4.2 Nynější obaly

Skleněná láhev

V dnešní době jistě nejoblíbenějším obalem vína. Do skleněné láhve se stáčí víno méně kvalitní, ale i vína, která jsou špičková. Typů lahví je nepřehledné množství. Odlišují se barevností skla – zelené, čiré, hnědé. Značná rozdílnost je v etiketě. To již záleží na vinařství a jejich marketingových plánech. Samozřejmě i tvar samotné láhve ovlivňuje vnímání kvality vína v mysli zákazníka. Běžné lahve se vyrábějí na objemové množství 0,75 litru.



Obr. 6: Porovnání designu lahví - nejvíce je užívaný druhý tvar zleva

Pro slámová a ledová vína, která jsou téměř nejvyšší kvalitou na trhu, se používá láhev dlouhá a úzká – obsahuje 0,2 litru. Tato vína mají dlouholetou tradici a podle tvaru poznáme, že se jedná o špičková vína.



Obr. 7: Skleněná lahev pro nejkvalitnější vína

Tetrapacky

Vína balená do Tetrapacků se v českém slangu nazývají „krabičáky“. Jedná se o finančně snadno dostupná vína s kvalitou na nízké úrovni. Zřejmě proto o Tetrapacky mají nejvíce zájem lidé s malými příjmy.



Obr. 8: Ukázka Tetrapacků určených na víno

Plastové obaly

Tyto obaly se využívají hlavně pro stáčená vína. Zákazník si ve vinotéce vybere z nabídky a víno se stočí do PET láhve. Nejčastěji se jedná o objem 1 litr, 1,5 litr, 2 litry, 3 litry a 5 litrů. Na rozdíl od skleněných lahví, které mají spodní část vypouklou směrem dovnitř láhve, plastové mají rovné dno pro větší stabilitu. Tyto lahve jsou totiž velmi lehké. Výho-

dou je jejich nerozbitnost. Plast je vhodným materiálem pro přepravu a manipulaci. PET láhev se řadí mezi recyklovatelné plasty, proto je dobré, že ji můžeme po vyhození do tříděného odpadu druhotně využít. Tyto lahve z důvodu vyhlášky Ministerstva zdravotnictví nesmějí být v obchodech znovu využity ke stejnému potravinářskému účelu.

Lahve se vyrábějí hlavně v čirém a zeleném provedení. Některé nesou i reliéfní symbol vína, který je zhotoven již při výrobě PET láhve. Lahve s větším objemem jsou po naplnění velmi těžké. Vyrábí se i poutka - madla pro lepší odnos.



Obr. 9: Plastové lahve pro stáčená vína a lahve dostupná v obchodech

Bag-in-Box

Bag-in-Box se skládá z krabice (lepenka), sáček, plastový uzávěr. Balení je ekologické – složky jsou recyklovatelné. Krabice je použita na ochranu vaku – zároveň tak slouží i jako reklamní, informační a propagační plocha. Balení funguje na bázi vypouštění tekutiny uzávěrem z vaku. Vícevrstvý materiál vaku zabraňuje průchodu kyslíku do balení. Zákazník si může vybrat z variant o obsahu 3, 5, 15, 20 litrů. Bag-in-Box je celkem moderní záležitostí a je rozšířen i na českém trhu.



Obr. 10: Ukázka vnitřního principu a typů obalů

„Výhodné nízké nároky na skladování prázdných obalů oproti pevným obalům, jako jsou kanystry, kbelíky a skleněné obaly přesvědčují i další odběratelé pro technické kapaliny.“

[2]



Obr. 11: Bag-in-Box pojatý stylově

4.3 Současný stav vinných balení

Vinné sety

Obsahují:

- 1, 2 nebo 3 lahve
- 1, 2 nebo 3 lahve spolu s dodatkovými předměty k vínu – např. teploměr, otvírák, těsnící zátka a kroužek proti ukápnutí vína, nálevka,...
- 1 nebo 2 vína spolu s 2 skleničkami na víno
- víno a pokrm
- víno a doutníky
- víno a kosmetické produkty z vína
- 1 nebo 2 vína s karafou

Materiálové řešení obalů na trhu

Obaly:

- dřevěné
- látkové
- plstěné
- jutové
- lepenkové
- plastové

- papírové
- kožené
- proutěné



Obr. 12: Materiálové řešení jednotlivých obalů

Obal by měl především zaujmout zákazníka v místě koupě. Po rešerši různých typů obalů na vinnou láhev a vinné sety jsem našla společné prvky, které se u obalů opakovaly:

obal je standardizován – obal se může použít na jakýkoli typ lahví

obal je standardizován z části – prostor na láhev je stejný, obměněna je vložka s doplňkovým předmětem

obal je spjat se značkou – je vyvinut speciálně pro určitý druh vín

4.3.1 Grafické řešení

Grafika obalu se liší dle cenové kategorie:

Nižší cenová kategorie – obal je většinou standardizovaný – potištěný pouze logem vinařství

Střední cenová kategorie – obal je standardizovaný s obměnou, grafika více podporuje samotný produkt

Vyšší cenová kategorie – grafika odráží samotný vizuál láhve, je prolnutá s produktem – obal, grafika, lahev nesou stejné prvky – tisk je velmi kvalitní, použití i zlaté, nákladný potisk



Obr. 13: Zástupce grafického pojetí obalu z každé kategorie

4.3.2 Ergonomie

Dárková balení se odvozují od typu, tvaru a velikosti láhve a velikostí doplňkových předmětů. Velikost láhve o obsahu 0,75l se pohybuje v rozmezí od 29 – 33 cm.

5 REŠERŠE SOUČASNÉHO ČESKÉHO TRHU

5.1 Konkurenční vinařství a jejich obaly

4 největší producenti vína v České republice a jejich dárková balení:

Bohemia Sekt a.s.

Firma se řadí mezi významné producenty sektů a vín. Jejich působištěm je střední Evropa, rozšiřují své sítě i na východ Evropy. Na Moravě je jejich pěstitelská základna i výroba tichých vín. Popularitu si firma získala doma i v zahraničí a exportují své produkty do 14 zemí světa. Společnost Bohemia Sekt se profiluje hlavně svými sekty.



Obr. 14: Obaly na šampaňské společnosti Bohemia Sekt a.s.

Vinné sklepy Valtice a.s.

Tato společnost je středně velkým výrobcem vína. V České republice se řadí mezi největší pěstitele vinné révy. Zaměření firmy je hlavně na přívlastková vína – vína nesou značku Chateau Valtice. Tradiční výrobce vína slaví úspěchy v Čechách i v zahraničí.



Obr. 15: Ukázka obalů vinařství Vinné sklepy Valtice a.s.

Znovín Znojmo a.s.

Znovín Znojmo se řadí ke středně velkým podnikům v České republice. Tato společnost prodá 17 tisíc lahví denně. Znovín Znojmo získává úspěchy z domácích a zahraničních výstav a salónů. Vinařství zavedlo jako první řízené kvašení již v 90. letech minulého století a jeho výroba se používá doposud.



Obr. 16: Obaly na víno společnosti Znovín Znojmo a.s.

Templářské sklepy Čejkovice, vinařské družstvo

Toto vinařství má dlouholetou tradici, která se datuje k 13. století. Společnost má uloženo přes 350 000 litrů vína v sudech ve vinných sklepech. Dále vinnou révu zpracovává i moderní technologií. Víno odebírá od různých pěstitelů, vinařů a spravuje 10 hektarů vlastních vinic. Templářské sklepy Čejkovice mají širokou škálu svých produktů – od odrůdových a přívlastkových vín po nejkvalitnější ledová a slámová vína.



Obr. 17: Dárková balení vinařství Templářské sklepy Čejkovice

6 ANALÝZA TRHU A PROJEKTU

Cílem analýzy je zjistit, které dostupné obaly popsané v rešerši fungují a které naopak nejsou kvalitní.

6.1 Úspěšná balení

Nejvíce jsou prodávány krabičky a obaly z lepenky. Důvodů je hned několik. Zákazník, který kupuje víno jako dárek, tuto krabičku ocení z toho důvodu, že krabička zvýší hodnotu vína a dárek je kompletní. Samotné víno by tak nikdy nepůsobilo. Pokud ještě krabička obsahuje logo daného vinařství a podporuje tím produkt, výsledkem je působivější komplet. Další výhodou je cenová dostupnost a poměr cena k obalu je úměrná. Tyto obaly se vyrábějí pro 1, 2 a 3 lahve v cenovém rozmezí 12, 15, 20 Kč. Krabičky k vínu jsou v oblibě – běžně se ve vinotékách prodá 10 - 20 krabiček denně. Balení nabízí různé barevnosti (např. modrá, fialová) či potištěný tvar hroznu. Lidé však nejčastěji vyhledávají lepenku přírodní. Možná i proto, že působí nejvíce ekologicky a ke skleněné láhvi se i tato barevnost nejvíce hodí.

Papírové tašky se tak často nekupují z toho důvodu, že se mačkají a nedrží tvar. Cenově vyjdou podobně jako obaly z lepenky – přitom tento obal drží svůj tvar.

Plastové obaly zákazníkovi neoslovují. Dávají přednost materiálům přírodním.

Jutové balení je už poměrně dražší. Cena této tašky je až 50 Kč. Tento typ obalu se kupuje zvláště k dražším vínům, kdy obal by měl odpovídat vyšší ceně vína.

Proutěné obaly stojí cca 150 – 200 Kč – to už je vysoká cena za obal na produkt. Opět platí: Čím dražší víno zákazník kupuje, tím chce k vínu přiblížit luxusnější obal.

Posledním běžně prodávaným typem je krabička dřevěná. Většina dřevěných obalů má svůj pevně daný rozměr, proto se může stát, že se do obalu některá vína nevejdou. Tyto krabičky se kupují ojediněle a většinou k velmi drahým vínům. Papírový obal by u cenově vysoko postavených vín vypadal neadekvátně, proto zákazník rád sáhne i po obalu, který stojí kolem 150 - 200 Kč. Těchto krabiček se koupí v kamenném obchodě s vínem zhruba 80 ročně.

6.2 Zvyky zákazníků kupujících víno

Hlavním bodem, který rozhoduje o nákupu vína, je emoce zákazníka. Proto se musí dbát na příjemnou atmosféru nákupu, ale i vytvoření této nálady prostřednictvím etikety, obalu a vytvoření představy pohody, třeba i slunce, radosti i individuálního přístupu, tradice – image sklepů, sudů a vytvoření zajímavého příběhu, kterému nákupčí rád uvěří.

Čeští zákazníci preferují vína domácí před zahraničními. Věrnost zákazníků vůči značce vín je průměrná. Lidé mají svá oblíbená vinařství, ale zkoušejí i vína nová. Rozhodují se většinou až v momentě nákupu v prodejně. Různé slevy mají vliv na nákupčího, zvláště když nakupuje ve větším množství. Čeští konzumenti dbají hlavně na oblast, z které víno pochází, v druhém případě na výrobce, který se jeví jako záruka kvality. V průměru se v české domácnosti vypijí 2- 4 lahve měsíčně.

6.3 Sada obalů používaná Vinařstvím Chateau Lednice

Vinařství používá obaly na jednu samotnou láhev a lahve dvě. Obal je z lepenky a je potištěný hnědou grafikou. Logotyp firmy je umístěn na čelní straně a podporuje celkový společný vizuál. Tyto krabičky se hojně vy užívají a jsou zákazníkem velmi oblíbené. Jedná se o neutrální obaly, které se na trhu objevují poměrně často.



Obr. 18: Současný obal na vína Vinařství Chateau Lednice

Můj projekt si klade za cíl podpořit tradici a spojitost vinařství s místem sídla v Lednici. Poslouží jako dárek z příjemných chvil při návštěvě Lednicko-valtického areálu. Při konzumaci navodí zpětně pohodovou atmosféru strávenou na jihu Moravy. Ke zpracování setů, které budou obsahovat vinné lahve, skleničky a paštiky, také kladně přispívá fakt, že lidé si tyto sety žádají. Po setu vína se skleničkami je značná poptávka, avšak nabídka ze strany vinařství chybí.

Plusy současného obalu

Obal je levný, jednoduše složitelný a drží tvar. Krabička se může prodávat již jako součást balení 3 vybraných lahví, nebo se dá rychle složit na přání zákazníka. Obal je dostatečně pevný a je použito jedno lepení. Informace o firmě a firemních akcích jsou uvedeny po stranách balení. To je velkou výhodou, jelikož zákazník se rád dozví o produktu, jako je tento, co nejvíce. Použitý materiál je mikrovlna ponechaná v přírodní barvě s grafikou pouze v hnědé, což obalu dodává ještě větší přírodní nádech, který v kombinaci s lahvemi vytváří pěkný komplet.

Zápory stávajícího obalu

Krabičkový obal je často používaný, standardní, proto nemusí být pro zákazníka tolik poutavý.

Mezi dárkovým balením a obalem je jen tenká hranice. Každý ji může cítit jinak vytyčenou. Samotná láhve se stane dárkovým balením, když si k ní zákazník přikoupí krabičku. Víno není „nahé“ a působí již vznešenějším dojmem. Zákazníci, kteří kupují víno, se rozhodují velmi impulzivně v místě prodeje. Záleží tedy, jak již samotný design láhve, etikety a celkového balíčku pojmeme.

Obal má také svou užitnou hodnotu – mohli bychom podle tohoto kritéria rozdělit obal do tří kategorií:

koupím a vyhodím

obal posloužil k zaujetí zákazníka v regále, jakmile spotřebuje daný produkt, obal se stává nepotřebným a vyhodí ho

koupím a nechám si ho

obal je tak dobře zpracovaný, že dokáže mezi konkurencí nejen zaujmout, ale i po spotřebě si zákazník obal nechá, popř. vystaví, protože obal tvoří kus uměleckého díla - je natolik spjat s produktem, že nám obal může připomínat např. chuť oblíbeného nápoje

koupím a daruji

obal je natolik pěkný, působí luxusně, pozitivně a příjemně, že koupíme balení pro druhé za účelem potěšit obdarované

TECHNOLOGIE A MATERIÁL NAVRHOVANÝ K ŘEŠENÍ OBALŮ

6.4 Materiál

Vlnitá lepenka

Spojením zvlněného papíru (jedné nebo více vrstev), který se vlepuje mezi vrstvy rovného papíru, vzniká vlnitá lepenka. Je mnoho typů vlnité lepenky. Rozděluje se dle výšky vlny a dle počtu vln. Od toho se odvíjí fyzikální vlastnosti jednotlivé lepenky.

Jelikož se při nárazu deformují prvně vlny, je tento materiál relativně odolný proti nárazu – je tedy méně pravděpodobné, že by se poničil obsah obalu. Průraz, průtlak a pevnost na hranu jsou základními nároky na lepenku.

Až 75% obalů se vyrábí z vlnité lepenky. To řadí právě tento materiál k nejpoužívanějším v celém spektru obalového průmyslu.

Druhy lepenky

Široká škála lepenky začíná od dvouvrstvé a končí sedmivrstvou. Dělíme ji podle vlny – výšky vlny se liší podle způsobu potřeby užití. Rozdělení může být i dle složení tohoto materiálu.

Dělení podle typu vlny:



Obr. 19: Dvouvrstvá vlnitá lepenka s vlnou B

Tento typ lepenky je jediný druh, který se dá skladovat v rolích, ostatní se musí skladovat po deskách, proto se lepenka s vlnou B říká také rolová vlnitá lepenka.



Obr. 20: Třívrstvá vlnitá lepenka s vlnou C

Tento druh je nejpoužívanější, má velmi dobré vlastnosti.



Obr. 21: Třívrstvá vlnitá lepenka s vlnou B

Vhodná pro méně náchylné balené produkty. S vlnou C se spojuje do pětivrstvé lepenky.



Obr. 22: Třívrstvá vlnitá lepenka s vlnou E

Mikrovlna je využívána především pro balení menších výrobků. Mikrovlna je vhodná pro kvalitní tisk, proto se hojně používá.

Často se také spojuje s vlnou B – proto lepenka BE je též vhodná pro potištění flexotiskem a přitom dominuje svými výbornými fyzikálními kvalitami.

Tyto vlny se řadí mezi nejčastěji používané. Vyrábí se však i další typy například F – minivlna a G - extra minivlna. Vlna u těchto lepenek je nižší než 1 mm. Další typ je D a K – označení extra hrubé vlny.

Kombinované lepenky:

Lepenka má 2-3 typy vln. Slouží ještě k větší ochraně produktu. Tyto lepenky jsou však extrémně tuhé.



Obr. 23: Pětivrstvá vlnitá lepenka

Uplatnění lepenky s vlnou BC je převážně v průmyslovém odvětví.



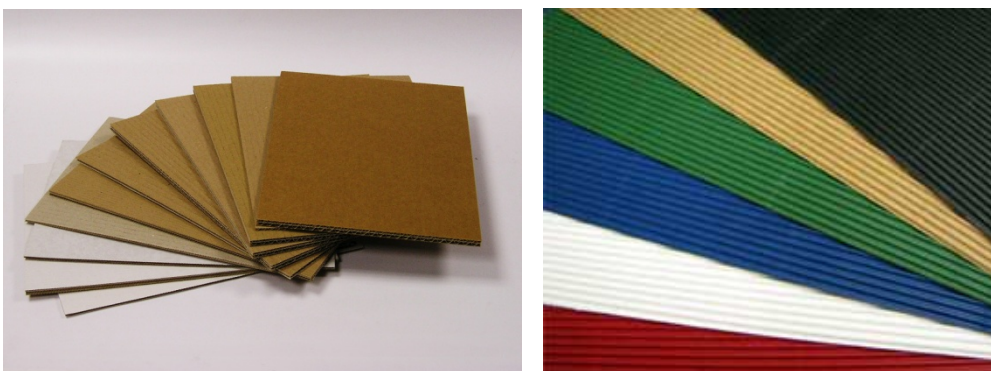
Obr. 24: Sedmivrstvá vlnitá lepenka – obsahuje vlnu typu BC a E

Lepenka a její barevnost

Lepenka, která se užívá dnes, je trojího typu.

U trojvrstvé lepenky jsou rovné plochy buď bílé, nebo hnědé. Vlna je vždy hnědě zbarvená. Dalším typem je kombinovaná – z jedné strany přírodní hnědá, z druhé bílá.

U dvojvrstvé lepenky se používají různé barevnosti. Tato lepenka slouží jako okrasná dárková lepenka. Malé barevné formáty se prodávají i v sadě pro ty, kteří je kreativně využijí pro dekorativní účely.



Obr. 25: Barevné odstíny lepenky

Historie

Lepenka se využívá v obalovém odvětví téměř sto padesát let. První patent, který se týkal výroby vlnité lepenky, se datuje k roku 1871. Patent podal Albert Jones v Americe. Jeho snem i cílem bylo dosáhnout bezpečného balení pro lahve vyrobené ze skla. O tři roky později došlo k zdokonalení – zvlněná vrstva byla nanesena na hladkou vrstvu. Tím vznikla již tradiční dvouvrstvá lepenka. Autorem byl Olivier Long.

První továrna, která se zabývala výrobou tohoto druhu lepenky, se nacházela v Londýně. První produkce lepenky se váže k roku 1883. Následující století, století dvacáté, přineslo

velký posun na poli lepenky. Objevily se nové typy vln, vrstvení a vzniklo mnoho strojů na výrobu tohoto ekologického materiálu.

Potisk

„Vlnité lepenky jsou po všech stránkách ideálním a hlavně ekologickým obalovým materiálem. Doby, kdy obaly zhotovené z tohoto materiálu reprezentovaly bedny a krabice hnědé barvy nepřilíš vábného vzhledu s jednobarevným většinou černým potiskem, jsou však už dávno pryč.“ [3]

Sítotisk

Tato technologie je známá pro skvělé barevné krytí a je typická svým vysokým nánosem barvy. Potisk sítotiskovou formou má největší tradici mezi podobnými tiskařskými technikami. Známe sítotisk rotační nebo plošný. Tento způsob je hojně využíván na potisk reklamních předmětů, které mají nerovný povrch.

K sítotiskům ručním je potřeba síto, šablona, stěrka. Poloautomatické stroje zvyšují kvalitu a rychlost tisku. Rotační sítotisk umí natisknout až 8 barev – záleží na typu a velikosti stroje.

Flexotisk

Jiným názvem flexografie se řadí mezi tisk z výšky. Tato forma tisku je zřejmě nejžádanější. V současnosti patří mezi nejrychleji rozvíjející se tiskové formy. Flexotisk se používá na fólie, kartony, lepenky, a to i ve velkém formátu. Tento druh je hojně komerčně využíván.

Tisky se mohou i kombinovat – tím se dosáhne ještě lepších výsledků.

Ofset

Tento typ tisku je nejvíce kvalitní. Ofset zvládá i tisk motivů, které by byly pomocí ostatních tisků jen těžko proveditelné. Při této tiskařské metodě se na lepenku vyvíjí tlak a dochází tak k poničení vlny. Nenanáší se proto přímo na vlnitou lepenku, ale samostatně na papír, který se pak spojuje s vlnitou lepenkou kašírováním.

Výše uvedeným druhům tisku se říká post-print – tedy tisk je nanesený až po vytvoření vlnité lepenky. V opačném případě se jedná o pre-print, tisk se zhotovuje již při výrobě vlnité lepenky. Takovému způsobu se říká kašírování.

Kašírování

Vrchní vrstva je potištěna před sloučením všech vrstev dohromady. Například u trojvrstvé lepenky je jedna role běžně bílá či hnědá, další vrstvou je vlna a posledním nánosem je papír, na který je již nanese grafika.



Obr. 26: Způsob kašírování

Technologie řezání

Nejlevnějším způsobem, jak vyřezat tvar obalu, je na řezacím plotru. To ovšem pokud se jedná o výrobu malé série od několika do desítek kusů. Jedním z výrobců takovýchto strojů je například švýcarská firma Zünd. Nůž na stroji dokáže vyřezat i detaily a jakýkoli tvar s naprostou přesností. Výhodou je, že se dají hlavice střídat, a proto se tímto strojem dá i bigovat – jedná se o promáčknutí nebo prolisování lepenky v místě, kde se bude ohýbat. Každý obal obsahuje ohyby, proto je nezbytné, aby byly naznačeny již při výrobě. Díky změkčení materiálu v daném místě se obal jednodušeji ohne. Na stroji je možno nastavit i sílu bigu. Pro stroj zund je nezbytné připravit data v programu Adobe Illustrator. Řezání a bigování se provádí odděleně.

Pro tvorbu obalů je možné využít také výsek - nejčastěji používaná metoda při výrobě velkých sérií. Existuje plochý a rotační výsek. K vyrobení tvaru obalu potřebujeme výsekový stroj a výsekovou matici. Při provádění výseku se forma otáčí na válci. Plochý výsek vzniká přímým kolmým tlakem na lepenku ve všech částech rovnoměrně.

U plochého výseku tvoří spodní část železná deska, na kterou se položí lepenka. Horní díl je ze dřeva, do kterého se zasadí planžeta. Právě tato ostrá ocelová část nám vysekává námi požadovaný tvar.



Obr. 27: Řezací plotr

Recyklace

Recyklace lepenky spočívá v tom, že starý karton dá vznik nové papírové lepence. Balíky lepenky se ve velké kádi smíchají s horkou vodou, kde se karton čistí (odstraňují se nečistoty, lepidlo i voskový povrch krabic) a zpracovává pro další použití. Recyklování lepenky zajišťuje hojnost papíru i ve státech, kde nemají velký zdroj dřeva.

II. PRAKTICKÁ ČÁST

7 ÚVOD

Praktická část se zabývá dárkovými sety pro firmu Vinařství Chateau Lednice a.s.. Vytvořila jsem trojici, která k sobě ladí celkovou strukturou obalu i samotnou grafikou. Jednotlivé sety se od sebe liší vnitřním obsahem, vnějším obalem a prodejní cenou. Obal byl inspirován samotným lednickým zámekem a je koncipován tak, že si turista z návštěvy Lednice odnese „svůj kousek zámku“.

7.1 O firmě Vinařství Chateau Lednice

Vinařství Chateau Lednice a.s. se sídlem právě v Lednici, nabízí to nejlepší z lednicko-valtického areálu. Navazuje na slavnou tradici zpracování vína, kterou tato oblast disponuje. Vinařství spravuje více než 200 hektarů vinic. Zpracovává hrozny vlastní a také hrozny Mendelovy univerzity, s kterou vede úzkou úspěšnou a dlouholetou spolupráci.

Vinohrady se nacházejí v oblasti, která patří pod organizaci UNESCO, proto jsou vinice spravovány s respektem k přírodě a tradici.

Mezi jejich produkty patří kabinetní, jakostní, přívlastková i ledová vína. V jejich nabídce najdeme i vína Velikonoční, Svatomartinská, Mladá i vlastní kolekce vín – např. Kolonáda Valtice.

Vína z Chateau Lednice již posbíraly mnoho ocenění v soutěžích na domácím poli i v zahraničí. Vína, která patří mezi nejúspěšnější a nejprodávanější jsou odrůdy Rulandské šedé, které dosahuje každoročně výjimečných výsledků, dále pak i Rulandské modré a bílé, Tramín červený a Ryzlink vlašský. V hlasování o nejoblíbenější vinařství České republiky na portále Kudy z nudy se stalo vítězem právě Vinařství Chateau Lednice a vyhrálo i 1. místo ve veřejném hlasování o nejlepší vinařství roku 2012.

Vinařství Chateau Lednice také obnovilo vinné sklepy ve Valticích. Sklepy jsou vzájemně propojené ve společné délce přes 700 metrů. Nejstarší sklepy se datují již k roku 1289. Tento „sklepní labyrint“ se spojuje v název Valtické Podzemí. Ročně podzemí prozkoumá a okošťuje zdejší vína přes 50 000 návštěvníků.

K silným stránkám společnosti patří:

- rychlé budování pozice na trhu
- každý rok nárůst prodeje o 50%

- dosavadní ocenění ve veřejných hlasováních
- využívání značky s lednickým zámekem
- spjatost s tradičním místem pro výrobu vína Lednicko-valtickým areálem
- vlastník Valtického Podzemí – turisticky nejnavštěvovanější sklep na Moravě
- být úspěšným vinařstvím v tuzemsku i v zahraničí – možnost vývozu

Slabé stránky vinařství:

- krátká doba existence – dlouhou dobu probíhalo hledání a ustavení značky
- zaměření na střední a vyšší kvalitu – přívlastková vína, tím pádem i vzrůstá cena za produkt, neosloví se skupina s nižšími příjmy
- nedostatečná dostupnost na trhu

Distribuce a místa prodeje

Je důležité vědět i tuto strategickou stránku firmy. Designér získá představu, pro jaké druhy prodeje je obal určený, v jakých prostorech a za jakých podmínek se obaly prodávají, jaké jsou dosavadní možnosti firmy a kde obal bude působit na zákazníky.

Vinařství Chateau Lednice má svůj stánek v Lednici, dále prodej probíhá i ve stánku, který je u Valtického Podzemí ve Valticích. Hlavním místem prodeje v severních Čechách je Liberec, Jablonec nad Nisou a Mladá Boleslav, kde má vinařství své pobočky. Dále dodává víno do obchodního řetězce Globus. Vína můžeme nalézt i v kamenných obchodech – ve vinotékách různě po České republice. Čerpací stanice i maloobchody nabízejí levnější řady jejich sortimentu. Další oblastí je gastronomie – tzn. restaurační zařízení. Vína se dají objednat i přes internetový obchod na webových stránkách vinařství.

7.2 Brief

Brief je nezbytný pro započítání veškeré práce. Je potřeba vědět, co od produktu očekáváme, jakých výsledků chceme dosáhnout, jaké prostředky máme možnost využít, nebo chceme využít, jaký je finanční rozpočet na projekt a jaká je cílová skupina. Bez těchto aspektů by se nikdy nepodařilo správně zamířit na cíl. Potřebná je také analýza trhu a stávající rešerše.

Zadání od firmy

Zní:

Vytvořit obal, který podpoří jméno značky Vinařství Chateau Lednice a získá si širší povědomí o této firmě u českých a zahraničních návštěvníků Lednice a celého Lednicko-valtického areálu.

Vytvořit obal jako dárkový a upomínkový předmět, který si lidé budou chtít z Lednice odnést. Protože je Lednice město vína, samozřejmě hlavním produktem bude víno. Dalším požadavkem je i obal na víno a skleničky. Třetí obal bude obsahovat prostor pro víno, sklenice a paštiky.

Ceny balíčků se budou lišit dle jejich obsahu – v rozmezí od 300 – 600 Kč.

Co má splňovat obal:

- musí upoutat pozornost zákazníka na první pohled
- přesvědčit zákazníka ke koupi dárkového balení přímo z regionu
- „odvézt si zážitek“
- jednoduchý/pohodlný odnos balení
- vhodné vlastnosti pro logistické řešení
- ochrana produktů před poškozením

Cílová skupina

Cílovou skupinou jsou lidé ve věku 20 -70 let – aktivně pracující s průměrným i vyšším platem, kteří si rádi dopřejí kvalitní víno.

Místo prodeje

Obaly navržené jako dárkové balení produktů by se hlavně prodávaly v Lednicko-valtickém areálu. Turisté si rádi odvázejí z této oblasti právě tradiční dárek v podobě vína. Proto by byl přímý prodej v Lednici, dále ve Valticích. Následně by se dalo uvažovat o dalším rozšíření.

7.3 Inspirace

Hlavní historickou památkou a dominantou města Lednice je zcela určitě lednický zámek. Hlavně v létě je hodně navštěvován turisty, kteří přímo v areálu zámku mají možnost koš-

tovat a ochutnávat víno. Proto jsem se rozhodla, že z celého Lednicko-valtického areálu vyberu právě tuto stavbu a budu vytvářet památku, kterou si mohou z navštíveného místa odnést.

Zámek Lednice

Lednice je situována na pravém břehu Dyje. Zde na místě dnešního zámku se již před 800 lety nacházela gotická tvrz s dvorcem, která byla postavena za účelem střežení tohoto přechodu. Renesanční část zámku byla vystavěna v 16. století a v 17. století proběhla další přestavba pod dohledem architekta jménem Giovanni Giacomo Tencalla. Barokní komplex jízdáren a koníren byl vybudován Bernhardem Fisherem z Erlachu na konci stejného století.

Poslední přestavba byla ve stylu anglické tudorovské (windsdorské) gotiky a byla provedena vídeňským architektem Jiřím Wingelmullerem v období 1846 - 1858. Zámek je tedy převážně v novém gotizujícím slohu, ale jsou zde patrné všechny úpravy, kterými si tato stavba prošla.

V blízkosti zámku se nachází také zámecký park, rybníky, Minaret, Janův hrad a Lovecký zámeček. Nesmím také opomenout rozsáhlý skleník postavený v 1. polovině 19. století.

Zámek je úzce spjatý s rodem Lichtenštejnů, který získal toto panství roku 1249 a patřil jim do 1. poloviny 20. století. Díky nim je Lednicko-valtický areál tak bohatý a dodnes můžeme obdivovat jeho krásy. Zámek je řazen k nejvýznamnějším památkám vrcholného romantismu v celé České republice.

Nyní se o zámek stará a spravuje ho Národní památkový ústav. Od prosince roku 1996 se zámek řadí mezi další pamětihodnosti Lednicko-valtického areálu, které jsou zapsané na seznamu světového kulturního a přírodního bohatství UNESCO. Lednici spolu s tímto historickým areálem navštíví ročně 2 miliony návštěvníků.



Obr. 28: Zámek v Lednici

7.4 Materiálová, technologická a grafická stránka obalů

Materiálové řešení

Ke skleněné láhvi se nejlépe hodí přírodní materiály, a proto jsem zůstala u tradiční lepenky. Lepenka má spoustu výhod a těmi jsou: levný nákladový materiál, práce s řezy a ohyby, též ekologičnost materiálu. Různými sklady se lepenka může stát ještě pevnější a tužší. Tento materiál má lehce potisknutelný povrch. Nejvhodnější typ je lepenka s mikrovlnou (typ E), jejíž tloušťka je 1,5 mm.

Technologické řešení

Technologie výroby by měla být řešena výsekem. Na některých obalech je také použité lepení. Slouží k lepšímu skládání a k lepší tuhosti a pevnosti celého obalu.

Grafické řešení

Grafika sady obalů je spolu úzce provázána. Část, která je u všech obalů stejná, je i graficky pojata identicky. Ostatní části se liší dle „mé předlohy“ – lednického zámku. Abych vytvořila opravdovou iluzi zámku, je grafika právě tou nezbytnou součástí.

Použitá grafika je laděna do hnědé barvy a tvořena křivkami různé síly. Násobením a vrstvením linií se dosáhne větší plastičnosti obalu. Tato grafika působí velmi decentně a hodí se k lahvím vína.

Láhev

Vinařství používá láhev typu Schlegel. Tyto lahve nejsou na trhu tak běžné, proto jsou určitým poznávacím prvkem vín z Vinařství Chateau Lednice. I dříve je používali majitelé lednického zámku – rod Lichtenšteinů.

7.5 Grafika používaná vinařstvím

Logotyp

Logotyp firmy nese samotnou kresbu části lednického zámku, stylizovaný hrozen vína a typograficky zpracovaný název firmy.



CHATEAU LEDNICE
V I N A Ř S T V Í

Obr. 29: Logotyp Vinařství Chateau Lednice

Etikety

Etikety na vinné láhvi se nacházejí na čelní straně láhve, zadní straně a na hrdle láhve.



Obr. 30: Ukázka přední a zadní etikety

Přední strana nese údaje o druhu vína, název vinařství, obrázek lednického zámku, který je součástí i logotypu firmy, rok a druh vína.

Zadní strana poskytuje nezbytné údaje o produktu, které jsou nařízené normou, čárový kód a podrobné informace o samotném vínu.

Kapsle, umístěná na hrdle láhve, nese zjednodušený hrozen vína s nápisem Chateau Lednice. Je smršťována k hrdlu teplem.

Barevnost čelní etikety

Zlatá – působí velmi vznešeně a sluší kvalitě vína, protože kvalita je právě ta hodnota, které si zákazníci těchto vín váží

Černá – tyto nápisy jsou dotištěny dodatečně na termotransferu. Černou je dána informace o jaké víno se jedná, rok výroby, druh vína a kde bylo pěstováno.

Hnědá – ladí k celkovému pojetí etikety, zvláště ke zlaté

Červená (Bordeaux) – tato barva dodává etiketě dynamiku

8 VÝVOJ OBALU

Vývoj každého produktu přináší po své cestě k dokonalosti mnoho různých změn, inovací a neustálého zlepšování. Tak to bylo i u méj práce na těchto obalech. Obal si prošel různými formami. Neuvádím všechny varianty, protože jich je nespočet, ale alespoň ty, které byly zásadní a výrazně se lišily.

Prvně jsem hledala tvar obalu, jak by dárkové balení mohlo svým obrysem a svou konstrukcí připomínat zámek.



Řešila jsem prostory pro dárkové předměty – vinné lahve, paštiky, skleničky. Průseky a obrysy v horní části krabice jsem se chtěla co nejvíce přiblížit lednickému zámku.

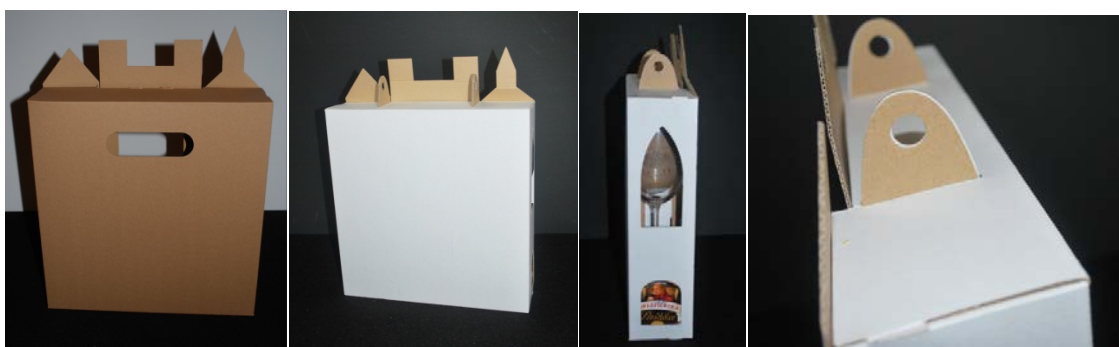


Zde jsem se věnovala hlavně pevnosti obalu a řešila detaily, jakými jsou „zámky“ v podobě otvoru a výčnělku, který se do otvoru „zasekne“ a vytváří tak pevné spojení. Srovnala jsem zadní stěnu do roviny – to přispělo ke snadnějšímu řešení celého obalu.



Mým úkolem bylo vyřešit uchycení víka k obalu, přičemž jsem nechtěla poničit čelní stranu. V první variantě jsem řešila odnos pomocí otvoru na zadní části obalu, víko však nemělo pevný úchyt. Pak jsem tuto možnost změnila a úchyt pro odnos umístila do horní části, kde je výhodou, že vychází z postraních stěn, které jsou zdvojené a přispívají tak ke stabilitě balení. Díky těmto „výstupkům“ pevně drží víko s obalem a nemá tendenci se zvedat. Otvory v úchytu se pak protáhne kulaté dřívko. Mělo by v sobě dvě díry pro kolíky. Tím by byla zabezpečena soudržnost obalu s madlem.

Další úprava se týkala otvorů na dárkové předměty. Z přední strany obalu byly přesunuty na bok, čelní strana tedy zůstává volná – vhodné pro nanesení grafiky. Obal působí čistěji.



Následně odpadly horní dekorace, které by se při přenášení, převozu a nárazu mohly zničit.



Dalším dárkovým obalem, který jsem řešila, je obal 2 lahvě vína a 2 skleničky – paštiky tedy nejsou přidány do tohoto balíčku. Obal má poskládané cimbuří dle architektury lednického zámku. Otvor na lahve je umístěn v přední části obalu a skleničky jsou uloženy v bocích vzhůru nohama. Stříška u bočních stran drží pevně. Zadní madlo je oproti předchozí verzi vyvýšeno.



Z výše uvedeného návrhu jsem převzala pouze část vnitřní, a tím je obdélník s cimbuřím.



Obr. 31: Obrazová ukázka průběhu tvorby

9 OBAL LEDNICE – S (SMALL)

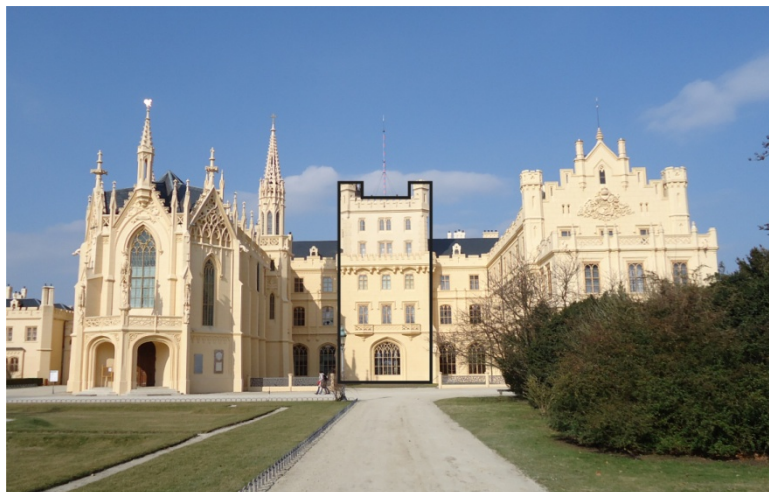
Obal je koncipován pro dvě lahve vína. Žádanými víny jsou Tramín červený a Rulandské šedé, proto právě tyto odrůdy by našly místo v dárkových balíčcích. Vína se však lišit mohou – následně by byla rozdílná cena.

Rozměry vnitřních produktů: láhev vína – výška 33 cm, průměr 7,5 cm



Obr. 32: Obsah balení S

9.1 Inspirace zámekem



Obr. 33: Inspirativní část zámku 1

Celá tato část zámku, která je zobrazena na obrázku, se stala součástí logotypu Vinařství Chateau Lednice jen s tím rozdílem, že v logotypu je zámek vystižen pouze kresbou. Chtě-

la jsem právě tuto část znázornit obalem. Lednice je stylově rozlišná, proto ji můžeme znázornit z různých pohledů. Dle mého názoru je tato část zámku nejvýstižnější.

Při tvorbě obalů jsem vycházela z ergonomie lahví a vzájemných proporcí zámku. Chtěla jsem zachovat podobnost zámku s obalem a toho se dosáhne právě ponecháním poměrů, s lehkou úpravou pro produkt.

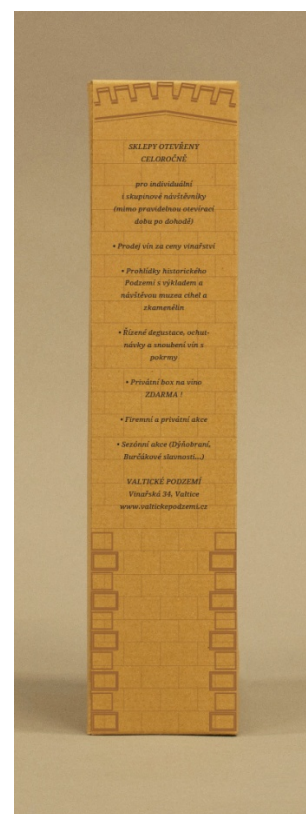
Z celkového obrázku zámku jsem použila jen vyznačenou část – čelní prostřední stěnu s cimbuřím. Otvor ve spodní části obalu jsem zvětšila tak, aby byly vidět viněty lahví.

Chtěla jsem také zanechat ozdobný prvek cimbuří, který se tyčí do horního prostoru. Technologicky to bylo náročnější, ale po několika pokusech se mně podařilo stylizovat ho a pomocí záseků i pevně přimknout se zbytkem obalu. Výhodou je, že prostřední část mezi věžičkami drží lahve od sebe, tím lahve drží na místě.

9.2 Obal a grafika

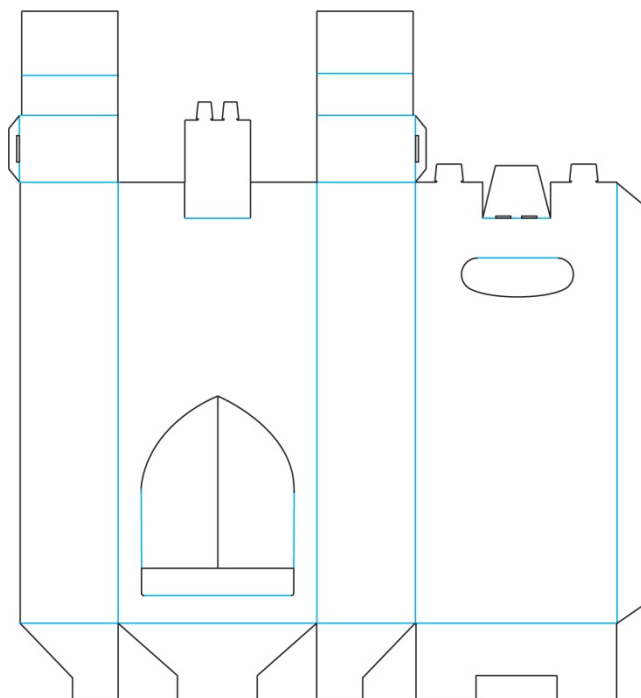
Velikost obalu po složení je 15,2 x 33,5 x 7,5 cm.

Grafické řešení je po všech stranách obalu. V přední části jsem kladla hlavní důraz na logotyp společnosti. Tato část obsahuje i zvýraznění otvoru pro lahve a plastické vytvarování věží. Struktura zámku je tvořena z jemných kvádrů a v grafice je naznačena tenkými liniemi. Na levém boku jsou umístěny informace o akcích, které vinařství pro tento rok chystá. Na boku pravém je umístěna pozvánka do Valtického Podzemí. Zadní část je využita k představení firmy Vinařství Chateau Lednice. Tato strana již neobsahuje drobnou strukturu z důvodu lepší čitelnosti. Prvky připomínající zámek jsou ponechány.



Obr. 34: Obalové a grafické řešení obalu S

9.3 Tvar rozloženého obalu



Obr. 35: Náčrtes rozloženého obalu S

9.4 Systém skládání

Tento obal je na složení velmi jednoduchý. Obal je lepen na jedné straně. To přispívá k lehčí skladbě a soudržnosti obalu. Dno je vytvořeno tak, že do sebe části obalu zaklesnou a pevně drží. Poslední částí, která se musí složit, je horní díl. Prvně se poskládají části, které vedou ze stran. Přes ně se zaklesne část, která vede z čelní strany do zadního otvoru.

9.5 Soudržnost obalu

Zámky se nacházejí pouze nahoře v místě cimbuří. Ze zadní části jsou vyvedeny záseky, které zapadnou do nejvrchnějšího místa. Je to z důvodu, aby se po zvednutí kartonu neodalovala zadní část. Poslední zaklesnutí je tvořeno již zmiňovaným zámkem, který vede z předního dílu a drží pohromadě celou vrchní část obalu.

9.6 Prodej

Tento obal může mít dvojí využití. Díky své lehké skladnosti se dá složit při koupi. Mohl by se proto stohovat, dodávat do stánků a do vinoték nesložený. Logistika bude levnější.

V této variantě si zákazník vybere dvě lahve vína dle svého výběru a na jeho přání se krabička složí. Krabička bude mít samostatnou cenu.

Další variantou je již připravené dárkové balení. Předvybraná vína budou již umístěna v dárkové krabičce a cena bude stanovena dle kvality vína. K tomu se připočte cena krabičky.

Předpokládaná cena připravené sady by činila 360 Kč. Balíček by v tomto případě obsahoval dvě přívlastková vína.

10 OBAL LEDNICE – M (MEDIUM)

Obal je vytvořen pro dvě lahve vína a dvě vinné sklenice. Po tomto typu dárkového balení je značná poptávka.

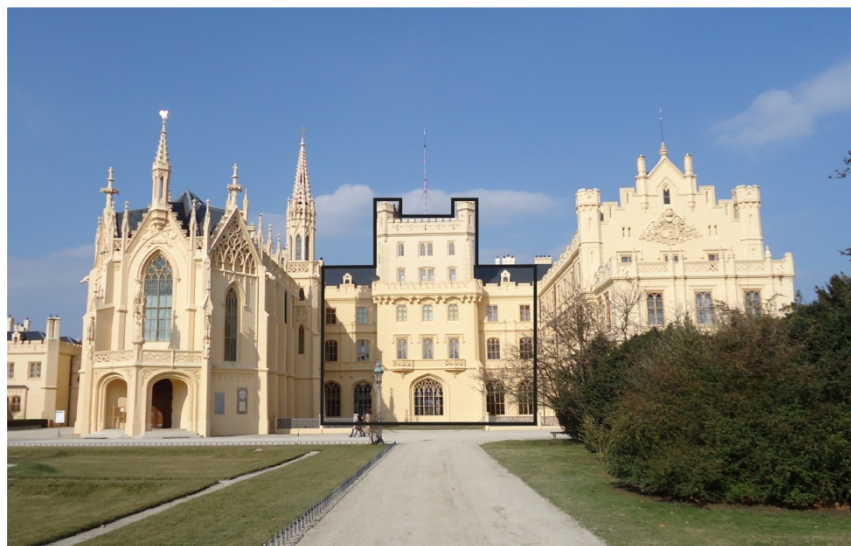
Rozměry vnitřních produktů: láhev vína – výška 33 cm, průměr 7,5 cm

sklenička – výška 19,6 cm, průměr 7,8 cm



Obr. 36: Obsah balení M

10.1 Inspirace zámkem



Obr. 37: Inspirativní část zámku 2

Zámek skýtá mnoho možností, jak ho výtvarně uchopit. Architektura je opravdu pestrá. Záleží na designérovi, jaký detail či úsek si ze zámku „vytáhne“ a použije pro vhodné uložení výrobků. Ergonomie produktů a obalu musí být vždy ve spojení. Protože k vínům se

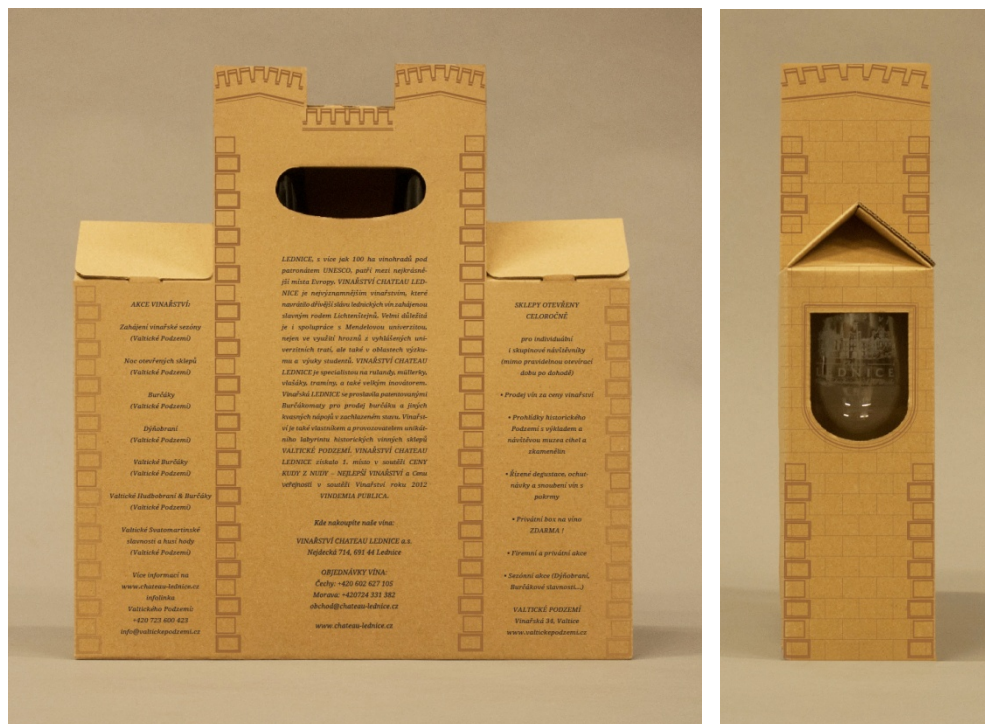
připojily skleničky, rozšířila jsem hlavní čelní část o boční níže položené strany předního celku. Ponechala jsem i tvar střechy těchto bočnic.

10.2 Obal a grafika

Velikost obalu ve složeném provedení je 31,3 x 33,5 x 8 cm.

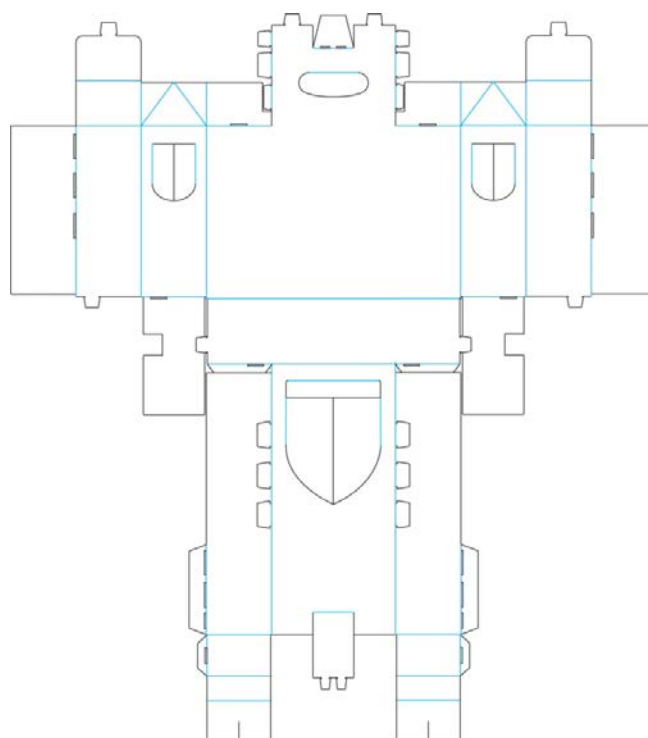
Část obalu, která je totožná s předchozím balením, je graficky zpracována stejným způsobem. Tím jsou sety provázány a tvoří tak jednotnou sadu. Bočnice v přední části jsou graficky vyřešeny podle vizuálního stylu zámku. Strany obalu jsou pojaty pouze graficky – zvýrazňuje se dárkový předmět. Zadní část obsahuje všechny psané informace a lehkou grafiku.





Obr. 38: Obalové a grafické řešení obalu M

10.3 Tvar rozloženého obalu



Obr. 39: Náčrves rozloženého obalu M

10.4 Systém skládání

Tento obal je už složitější než předchozí. Je rozmanitější a pracuje se s více částmi, které jsou spojené, ale přitom mají svůj charakter, který je potřeba zachovat. Obal je složený z jednoho kusu lepenky a pevnost obalu je tvořena záseky.

10.5 Soudržnost obalu

Obal drží díky prostředním zásekům v přední části dobře. Části, které tvoří šikmou střechu, mají pevný spoj na zadní straně obalu a vytvářejí pěkný obalový prvek. Cimbuří se skládá vždy stejným způsobem.

10.6 Prodej

Krabička se bude skládat již před prodejem ve výrobě, protože tento typ dárkového balení se neobměňuje na přání zákazníka. Balíčky budou předpřipraveny, též cena bude jednotně stanovena.

Cena setu bude 480 Kč.

11 OBAL LEDNICE – L (LARGE)

Tento obal je navržen pro dvě lahve vína, dvě sklenice na víno a dvě paštiky.

Rozměry vnitřních produktů: láhev vína – výška 33 cm, průměr 7,5 cm

sklenička – výška 19,6 cm, průměr 7,8 cm

paštika – výška 8,5 cm, průměr 8,5 cm



Obr. 40: Obsah balení L

11.1 Inspirace zámekem



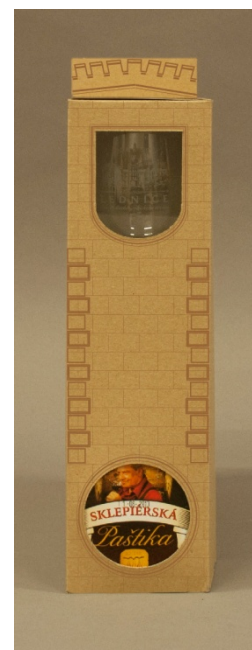
Obr. 41: Inspirativní část zámku 3

V třetí variantě jsem se inspirovala již celou viditelnou částí tohoto obrázku. Vnitřní produkty potřebují být v obalu pevně uloženy, proto jsem zachovala plastičnost zámku s ohledem na zboží. Za účelem splnit ochrannou funkci obalu, jsem musela potlačit stránku estetickou. Obalu to ale neuškodilo, a naopak funkci přepravní to pomohlo. Nepřevážíme zbytečné množství „vzduchu“ – tedy prázdných míst.

11.2 Obal a grafika

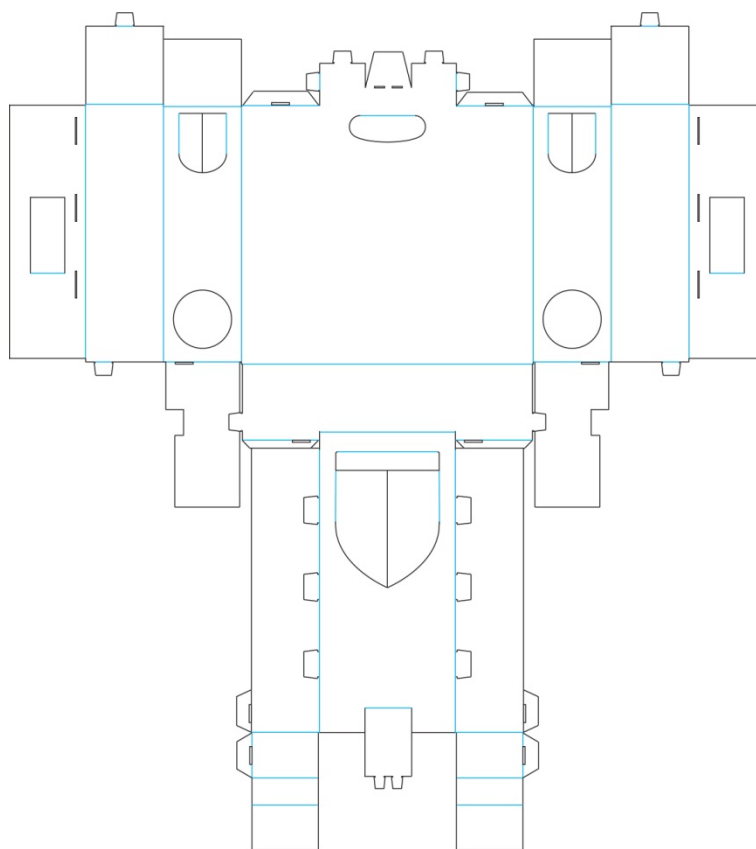
Po složení má obal tyto rozměry: 32,2 x 33,5 x 8,7 cm.

Grafika je řešena stejně jako u předchozích setů s rozdílem předních bočnic. Ty svým charakterem zobrazují části zámku vystupující dopředu.



Obr. 42: Obalové a grafické řešení obalu L

11.3 Tvar rozloženého obalu



Obr. 43: Náskres rozloženého obalu L

11.4 Systém skládání

Sklad obalu je podobný jako v předešlé variantě, jen bočnice jsou protažené nahoru a mají jiný vrchní tvar.

11.5 Prodej

Jedná se o podobný set, jakým je varianta M, proto se bude i tento obal skládat již ve výrobě.

Hodnota setu s paštikami, víny a sklenicemi je 590 Kč.

12 ZÁVĚR

V závěru shrnuji svoji práci a její výsledky. Dle mého názoru tématicky byla bakalářská práce splněna. Projekt se týkal sady obalů. Vytvořila jsem tři dárková balení, která by mohla firma Vinařství Chateau Lednice zahrnout do svého sortimentu. Řídila jsem se zadáním a snažila se co nejvíce podpořit silnou značku Vinařství Chateau Lednice.

Provedla jsem důkladnou rešerši, analýzu a průzkum ve vinařské oblasti se zaměřením na obalovou formu dárkových balení. Z těchto podkladů jsem dále vycházela.

Prodej obalů se týká především Lednicko-valtického areálu, kde turisté obdivují krásy a památky tohoto kraje. Rozhodla jsem se, že by si mohli dárek z města vína odnést v podobě jedné z nich – lednického zámku. Velikost a výběr části zámku společně s produkty jsem skloubila tak, aby co nejvíce charakteru každé věci mohlo být zachováno. Nutná ale byla i stylizace, neboť obal musí splňovat svá pravidla.

Obal po skladební stránce nepatří mezi nejsnadnější, avšak k ceně výrobku a kvalitě produktů si to firma může dovolit.

Co se týká nabídky ostatních vinařství, domnívám se, že takto silným obalem nekonkuruje žádné z nich. Obal je navržen s ohledem na všechny požadované funkce, které jsem uvedla v teoretické části. Mým záměrem bylo docílit toho, aby obal splnil všechny potřebné vlastnosti, ale hlavní mojí snahou bylo oslovit zákazníky i uměleckým pojetím obalu. To vidím v obalech jako velkou přidanou hodnotu. Obal je ekologický a zároveň ve svém rozsahu plně využit.

Výsledkem této práce je tedy kolekce tří dárkových balení, které vytváří jeden celek a podporují zapamatovatelnost firmy ve spojení s jejím sídlem v Lednici. Vinařstvím požadovaná kritéria byla splněna.

SEZNAM POUŽITÝCH CITACÍ

- [1] Průvodce o produkci obalů, verze 11- 01, Eko-kom a.s., str. 5, [cit. 2013-30-04], dostupný z: http://www.ekokom.cz/uploads/attachments/Klienti/Vykazy/pruvodce_pro_vyplnovani_vykazu.pdf
- [2] Packaging 2/2013 – online magazín, vydavatelství Richtr and Co., spol.s.r.o., ISSN 1211-9202, str. 33, [cit. 2013-03-05], dostupný z: <http://www.packaging-cz.cz/magazine/packaging0213/flipviewerxpress.html>
- [3] Svět tisku – Zpracování vlnitých lepenek, vydavatelství Svět tisku, spol. s r. o., str. 13, [cit. 2013-03-05], dostupný z: http://www.svettisku.cz/buxus/docs/Zpracovani_vlnitych_lepenek.pdf?buxus_svettisku=

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

1000 Obalový design, Slovart, 2008, ISBN 978-80-7391-191-1

Package Design Now!, Taschen, 2008, ISBN 978-3-8228-4031-3

Packaging – Design successful packaging for specific customer groups, Roto Vision, 2007, ISBN 978-2-940361-71-7

100s visual ideas – Packaging and Labels, Angela Patchell Books Ltd., 2009, ISBN 978-1-906245-10-8

Boxed and Labelled – New approaches to packaging design, Gestalten, 2009, ISBN 978-3-89955-252-2

<http://www.mzp.cz/cz/obaly>

<http://www.valtickepodzemi.cz/>

<http://www.boxmaker.cz/informace/o-vlnite-lepence/druhy-vlnite-lepenky/>

<http://www.vsvaltice.cz/>

<http://www.osma.cz/stroje.htm>

<http://www.osma.cz/stroje.htm>

<http://www.znovin.cz/o-spolecnosti>

<http://firma.bohemiasekt.cz/>

<http://www.znalecvin.cz/nadoby-na-vino/>

<http://eregal.ihned.cz/c1-48219330-zvyklosti-a-preference-pri-piti-a-nakupu-vina>

<http://mlady-obal.cz/clanky/o-materialech/vlnita-lepenka/a85>

<http://www.svetbaleni.cz/obaly-a/sb-3-2011-obaly-a-design-design-pro-vsechny-smysly.htm>

http://www.templarske-sklepy.cz/index.php?pgtl=page_onas

<http://vtm.e15.cz/aktuality/vino-chutna-podle-sudu>

http://video.okhelp.cz/index.php?db=jak_se_co_dela&post=jak-se-delaji-tetra-pack-obaly

<http://potisk.reda.cz/>

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obr. 1: Ukázka přepravních obalů

Obr. 2: Ukázka velikosti kvevri, kvevri v zemi,

hliněná dřívější nádoba, současná hliněná nádoba

Obr. 3: Ukázka bronzových nádob

Obr. 4: Amfora používaná ve starověku

Obr. 5: Řada velikostí lahví na vína

Obr. 6: Porovnání designu lahví

Obr. 7: Skleněná lahev pro nejkvalitnější vína

Obr. 8: Ukázka Tetrapacků určených na víno

Obr. 9: Plastové lahve pro stáčená vína a lahve dostupná v obchodech

Obr. 10: Ukázka vnitřního principu a typů obalů

Obr. 11: Bag-in-Box pojatý stylově

Obr. 12: Materiálové řešení jednotlivých obalů

Obr. 13: Zástupce grafického pojetí obalu z každé kategorie

Obr. 14: Obaly na šampaňské společnosti Bohemia Sekt a.s.

Obr. 15: Ukázka obalů vinařství Vinné sklepy Valtice a.s.

Obr. 16 : Obaly na víno společnosti Znovín Znojmo a.s.

Obr. 17: Dárková balení vinařství Templářské sklepy Čejkovice

Obr. 18: Současný obal na vína Vinařství Chateau Lednice

Obr. 19: Dvouvrstvá vlnitá lepenka s vlnou B

Obr. 20: Třívrstvá vlnitá lepenka s vlnou C

Obr. 21: Třívrstvá vlnitá lepenka s vlnou B

Obr. 22: Třívrstvá vlnitá lepenka s vlnou E

Obr. 23: Pětivrstvá vlnitá lepenka

Obr. 24: Sedmivrstvá vlnitá lepenka – obsahuje vlnu typu BC a E

Obr. 25: Barevné odstíny lepenky

Obr. 26: Způsob kaširování

Obr. 27: Řezací plotr

Obr. 28: Zámek v Lednici

Obr. 29: Logotyp Vinařství Chateau Lednice

Obr. 30: Ukázka přední a zadní etikety

Obr. 31: Obrazová ukázka průběhu tvorby

Obr. 32: Obsah balení S

Obr. 33: Inspirativní část zámku 1

Obr. 34: Obalové a grafické řešení obalu S

Obr. 35: Nákres rozloženého obalu S

Obr. 36: Obsah balení M

Obr. 37: Inspirativní část zámku 2

Obr. 38: Obalové a grafické řešení obalu M

Obr. 39: Nákres rozloženého obalu M

Obr. 40: Obsah balení L

Obr. 41: Inspirativní část zámku 3

Obr. 42: Obalové a grafické řešení obalu L

Obr. 43: Nákres rozloženého obalu L

SEZNAM PŘÍLOH

CD1 s touto prací ve formátu pdf, word dokument

CD2 s obrazovou dokumentací