

Vizuální identita gastro festivalu

Quang Milan Nguyen

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta multimediálních komunikací
Ateliér Grafický design

Akademický rok: 2019/2020

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE
(projektu, uměleckého díla, uměleckého výkonu)

Jméno a příjmení: **Quang Milan Nguyen**
Osobní číslo: **K17076**
Studijní program: **B8206 Výtvarná umění**
Studijní obor: **Multimédia a design – Grafický design**
Forma studia: **Prezenční**
Téma práce: **Vizuální identita gastro festivalu**

Zásady pro vypracování

Rozsah teoretické práce minimálně 25 stran + obrazové přílohy (dokumentace praktické části). Práci odevzdat v elektronické podobě (dle předepsané celouniverzitní šablony viz Směrnice rektora č. 33/2019) ve formátu PDF na 1 ks CD (DVD) nosiče, dále odevzdat 2 kusy výtisků práce v pevné vazbě (v jedné z nich bude vlepeno CD) a 1 výtisk graficky zpracované bakalářské práce, která má volnější grafickou podobu.

1. Teoretická část: Zmapování vizuálních identit lokálních i světových gastro festivalů
2. Praktická část: Vizuální identita nového Zlínského gastro festivalu

Rozsah bakalářské práce: viz Zásady pro vypracování
Rozsah příloh: viz Zásady pro vypracování
Forma zpracování bakalářské práce: tištěná/umělecké dílo

Seznam doporučené literatury:

DAVIES VESELÁ, Petra. *Velká kniha o kávě*. První vydání. Praha: Smart Press, 2018 ISBN 978-80-88244-05-9
KAFKA, Ondřej a Michal KOTYZA. *Corporate Identity*. 3., přeprac. vyd. Praha: Kafka design, c2014. ISBN 978-80-260-6771-9
WHEELER, Alina. *Designing brand identity: an essential guide for the entire branding team*. Fifth edition. Hoboken: Wiley, [2018], xi, 324 s. ISBN 9781118980828
ORSÁGOVÁ, Nelly. *Vizuální identita pražírny Coffee Culture*. Zlín: Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, 2017, 117 s. Dostupné také z: <http://hdl.handle.net/10563/43607>. Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně. Fakulta multimediálních komunikací, Ateliér Grafický design. Vedoucí práce Dosoudilová, Jana

Vedoucí bakalářské práce: MgA. Jakub Konvica

Datum zadání bakalářské práce: 1. listopadu 2019

Termín odevzdání bakalářské práce: 15. května 2020

doc. Mgr. Irena Armutidisová
děkanka



doc. Mgr.A. Pavel Noga, ArtD.
vedoucí ateliéru

PROHLÁŠENÍ AUTORA BAKALÁŘSKÉ / DIPLOMOVÉ PRÁCE

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;
- podle § 60 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 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;
- pokud je výstupem bakalářské/diplomové práce jakýkoliv softwarový produkt, považuji se za součást práce rovněž i zdrojové kódy, popř. soubory, ze kterých se projekt skládá. Neodevzdání této součásti může být důvodem k neobhájení práce.

Prohlašuji, že:

- jsem na bakalářské/diplomové práci pracoval samostatně a použitou literaturu jsem citoval. V případě publikace výsledků budu uveden jako spoluautor.

Ve Zlíně dne:6. 12. 2019.....

Jméno a příjmení studenta:Milan Quang Nguyen.....

.....
podpis studenta

PODĚKOVÁNÍ

V první řadě bych chtěl poděkovat Jakobovi Konvicovi za odborné vedení mé bakalářské práce, sourozencům Köglerovým, Svenovi a Káti z kavárny Kafö & Mr. Coffee za možnost pracovat na tomto projektu. Mimo to bych chtěl také poděkovat všem mým kamarádům za psychickou podporu za časů korony, která byla náročná.

PROHLÁŠENÍ

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

ABSTRAKT

Předmětem bakalářské práce jsou vizuální identity českých a světových gastro festivalů. Teoretická část bakalářské práce se zabývá kávovou historií a kavárenskou scénou, gastro festivaly, jejich historií a zároveň také slouží jako rešerše pro praktickou část, ve které je popsán proces vytváření vizuální identity pro nový gastro festival se zaměřením na kávu.

Klíčová slova: vizuální identita, vizuální styl, logo, logotyp, značka, festival, propagační předměty, tiskoviny, gastro, jídlo, káva

ABSTRACT

The subject of bachelors thesis are visual identities of Czech and world gastro festivals. The theoretical part of the thesis deals with the coffee history and the coffee scene, gastro festivals, their history and also serves as a research for the practical part, which describes the process of creating a visual identity for a new gastro festival with a focus on coffee.

Key words: visual identity, logo, logotyp, brand, festival, propagační předměty, prints, festival, gastro, food, coffee

OBSAH

ÚVOD	8
TEORETICKÁ ČÁST	9
1. KÁVA A KÁVOVÁ KULTURA	10
1. 1. Historie kávy	10
1. 1. 1. Kávové vlny	10
1. 2. Kávová kultura	12
1. 2. 1. Světová kavárenská scéna	13
1. 2. 2. Tuzemská kavárenská scéna	16
1. 2. 3. Světové pražírny a design	19
1. 2. 4. České pražírny a design	21
2. GASTRO FESTIVAL	24
2. 1. Co je gastro festival	24
2. 2. Historie gastro festivalů	24
2. 3. Vliv gastro festivalů na společnost	24
2. 4. Rešerše	25
2. 4. 1. České gastro festivaly	25
2. 4. 2. Místa spojená s gastro eventy v ČR	28
2. 4. 3. Světové gastro festivaly	30
2. 4. 4. Shrnutí	33
PRAKTICKÁ ČÁST	34
3. VIZUÁLNÍ IDENTITA PRO ZLIN COFFEE DAYS	35
3. 1. První skici a nápady	35
3. 2. Koncept vizuální identity	36
3. 2. 1. Ikonografie a logo	37
3. 2. 2. Typografie	38
3. 2. 3. Barevnost	38
3. 5. Tištěné výstupy	39
3. 6. Digitální výstupy	40
3. 7. Instalace	42
ZÁVĚR	43
SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY	44
SEZNAM OBRÁZKŮ	47

ÚVOD

Hlavním tématem mé bakalářské práce je vizuální identita pro první ročník nového gastro festivalu Zlin Coffee Days pořádaného zlínskou kavárnou Kafö a pražírnou Mr. Coffee. Cílem této bakalářské práce je pro mě vytvoření atraktivní dobře zapamatovatelné vizuální identity, která dokáže zaujmout potenciální návštěvníky festivalu.

Pro toto téma jsem se rozhodl na základě oslovení sourozenci Köglerovými z kavárny Kafö, zda-li bych pro ně nechtěl pracovat na již zmíněném festivalu. Jelikož jsem si díky Zlínu vytvořil vřelý vztah k výběrové kávě, touto bakalářskou prací bych chtěl tento vztah prohloubit a dozvědět se více o výběrové kávě, lokální kavárenské scéně a také se pokusit posunout grafickou laťku gastro festivalů ve Zlínském kraji. S tvorbou festivalových vizuálních identit mám již zkušenosti z designových festivalů Zlin Design Week a Brno Design Days ve formě spolupráce. Ty mě velice bavily, obohatily o cenné zkušenosti a také dost posunuly ve tvorbě. Zlin Coffee Days se liší tím, že se jedná převážně o samostatnou práci, čímž bakalářskou práci beru jako výzvu ve zhodnocení všech mých dosud nabraných zkušeností, které jsem po dobu studia na této fakultě získal. Nabídku sourozenců ke spolupráci na festivalu jsem proto s radostí přijal.

Jako vedoucího práce jsem oslovil Jakuba Konvicu, se kterým jsem měl čest pracovat na Brno Design Days, protože mi přišel k této práci nejvíce vhodný z lidí, které znám. Je spoluzakladatelem a autorem vizuální identity Industry, Brněnského kulturního centra, ve kterém se také nachází vyhlášená kavárna, což velice jednoduše pomohlo k výběru Jakuba jako vedoucího mé práce. Mimo to mi spolupráce s Jakubem v minulosti vyhovovala a také je mi jeho grafický styl blízký a chtěl bych se mu s touto prací přiblížit.

Teoretická práce se v první kapitole seznamuje s kávou a představuje tuzemskou kavárenskou scénu. V druhé kapitole se zabývám tím, co vůbec gastro festival je, rozebírám historii festivalů a závěrem této kapitoly se zabývá řešerší festivalů jak lokálního, republikového i celosvětového rozměru.

V praktické části představuji vizuální identitu již zmíněného festivalu Zlin Coffee Days a popisuji proces jeho tvorby od skici až po realizaci.

TEORETICKÁ ČÁST

1. KÁVA A KÁVOVÁ KULTURA

Káva je pro mnohé neodmyslitelnou a nedílnou součástí jejich života. Tento nápoj lidstvo doprovází více jak tisíc let. V této kapitole bakalářské práce se budu zaměřovat spíše na výběrovou kávu.

1.1. Historie kávy

Rostlina kávovníku původně pochází z provincie Kaffa v Etiopii. První zmínky o kávovníku sahají až do dob před naším letopočtem, ale žádné zdroje nejsou jasné. Spolehlivější informace datují historici od 6. století. Plody kávovníku byly nejdříve Afričany žvýkány.

Dle legend byl pastýř Kaldi prvním člověkem, který objevil potenciál tohoto plodu po tom, co jeho kozy snědly červené plody po kterých byly kozy povzbuzené. Dostal tak nápad plody vyvařit a zjistil, že se díky účinkům kávy dokázal déle modlit. Tajemství tohoto zázračného plodu pověděl místnímu opatovi a později si začali vařit odvar i klášterští mniši.

Jak ale vznikl nápad pražení kávy? Podle některých při požáru lehce ohořely kávovníky a díky ohni poté plody začaly hezky vonět. Toho lidé využili a začali si následně kávu pražit úmyslně. Některé zdroje uvádí, že poutníci převáželi rostliny kávovníku z Etiopie do Jemenu, kde postupně vznikaly první kávové plantáže.

První kavárny vznikaly v okolí Mekky a stávaly se kulturními a debatními centry. Káva se dostala do Evropy až koncem 16. století přes Konstantinopol (v současnosti Istanbul) a začátkem 17. století se začaly objevovat první kavárny. Evropské koloniální velmoci poté začaly rozšiřovat kávovníky na různé kolonie jako Sri Lanka, Indonésie a země Jižní Ameriky, kde se zakládaly nové plantáže.

V roce 1901 přišla kávová revoluce v podobě vynálezu espressa Luigim Bezzrou. Díky poptávce po rychlé přípravě kávy navrhl stroj s velkým bojlerem, který udržoval stálou teplotu a vysoký tlak. (Davies Veselá, ©2018)

1.1.1. Kávové vlny

Novodobá kávová historie se často rozděluje do tří vln. Tento termín vymyslela v roce 2002 Trish Rothgeb, při psaní článku pro The Flamekeeper (Coffee Kind, © 2018).

Tyto vlny popisují vztah mezi kávou a zákazníkem v průběhu posledních dvou set let.

První kávová vlna

První kávová vlna se datuje od konce 19. století až do počátku 20. století, kdy kavárny zažívaly nebývalý rozkvět. Lidé si chtěli připravovat kávu doma a trh se snažil jim to umožnit.

V roce 1900 přišel Reuben Wilmarth Hills na proces balení kávy do vakuově balených obalů, což prodloužilo životnost kávy a nemusela být obětována její kvalita. Byla vynalezena instantní káva, která se rychle rozšířila díky nenáročnosti v přípravě, tímto byla perfektní pro vojáky v první světové válce. (Orságová, ©2018)



Obr. 1 / Plechovky káv z dob první kávové vlny



Obr. 2 / Reklama na Nescafé

Druhá kávová vlna

Hlavním důvodem vzniku druhé kávové vlny byla reakce společnosti na špatnou kávu, která se vyráběla za první kávové vlny. Lidé toužili po lepší chuti, znalosti původu kávových zrn a pochopit proces výroby kávy. (Gerža, ©2017)

V roce 1972 se začal prodávat první domácí překapávač kávy, který má na svědomí Vincent Marotta. Lidé si tak začali sami vybírat kávu podle značek a podle kvality. Díky tomu byl hlavní hnací silou ve druhé kávové vlně marketing, který se snažil zákazníky ovlivnit ve výběru kávy.

Hlavním představitelem druhé kávové vlny je Starbucks, které bylo založeno v Seattlu v roce 1971. Jeho zakladatel Howard Schultz chtěl přenést do Ameriky koncept italských kaváren, které byly místem setkávání s příjemným posezením. Starbucks se zaměřilo na oblíbené nápoje, u kterých se snažilo vylepšovat jejich recepturu. V roce 1995 vzniklo frappuccino, které je spojením frappe a cappuccina. (Orságová, ©2018)



Obr. 3 / Vincent Marotta s překapávačem kávy



Obr. 4 / Zakladatelé Starbucks: Baldwin, Siegl, Bowker

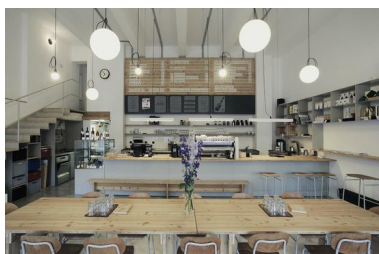


Obr. 5 / Starbucks Frappuccino

Třetí kávová vlna

Třetí kávovou vlnou je hnutí, které se snaží o produkci kvalitní výběrové kávy, u které se přistupuje v přípravě jako k umění. Spojována je s 90. léty 20. století a pokračuje do současnosti. Označení se týká celého procesu získání kávy od pěstování, až po její přípravu. Důležitým se stává samotný produkt, který se snaží zákazníka oslovit svým příběhem. Zákazník je také ochotný si připlatit za kvalitní kávu. Zakládají se různé soutěže v přípravě kávy. (Gerža, ©2017)

Vzrůstá obliba přípravy kávy alternativními způsoby jak na espresso (Hario V60, vakuum pot, AeroPress, chemex apod.). Káva pražená na tmavo upadá na popularitě, lidé začínají preferovat světleji praženou kávu, která si zachovává svou ovocnou chuť a s ní spojenou kyselost.



Obr. 6 / Česká kavárna třetí vlny
EMA Espresso bar v Praze



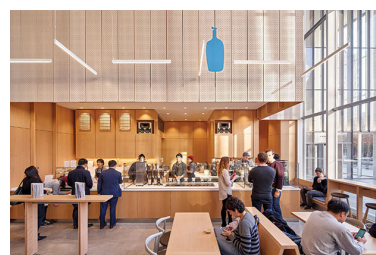
Obr. 7 / James Hoffmann připravující V60

Existuje čtvrtá kávová vlna?

S akvizicemi výběrových pražírů jako jsou Stumptown Coffee Roasters a Blue Bottle nadnárodními řetězci se začíná odborná veřejnost zajímat o to, jestli se již nenacházíme v nové kávové vlně. Každodenně vznikají nové kavárny a pražírny, které staví na konceptech třetí kávové vlny. Obecně se zvyšuje vzdělání společnosti v oblasti kávy a kvalita kávy samotné. Ve čtvrté kávové vlně se také předpokládá zvýšení životní úrovně kávových farmářů. (Orságová, ©2018)



Obr. 8 / Vlajková kavárna Stumptown
Coffee Roasters v Portlandu



Obr. 9 / Pobočka Blue Bottle ve Světovém
obchodním centru v New Yorku

1.2. Kávová kultura

Dle statistik Mezinárodní organizace pro kávu je největší spotřeba kávy v severovýchodních zemích. Na prvním místě je Finsko, kde se průměrně spotřebuje 12 kg na osobu. Ve Švédsku existuje pojem „fika“, který vystihuje čas vyčleněný na setkání s přáteli s kávou a zákusky. Z Dánska, jako

nejšťastnější země na světě, zase pochází životní styl „hygge“, který se vyznačuje pohodovým přístupem k životu. Podle tohoto životního stylu by si člověk měl vytvořit příjemnou atmosféru a nacházet výjimečnosti ve všedním životě a k tomu patří i čas vymezený na kávu.

Itálie je proslulá svým vynálezem espressa a v návaznosti na něj další druhy kávových nápojů jako macchiato, cappuccino, či caffè latte. Kavárnám se přezdívá bary a káva zde bývá spíše hořká a konzumuje se většinou se zákusky. (Pössl, ©2010)

Dle Aleše Pospíšila z European Coffee trip pro portál travelbible.cz je nejvíce rozvinutá kávová scéna v Londýně, kde je to ale je spíše o podnicích, kde má člověk menší šanci seznámit s majiteli, či baristy. To je přitom dle Aleše na kávě právě to nejzajímavější – lidi, kteří s ní pracují.

V Berlíně se vyskytuje hodně známých značek, některé jsou známé i celosvětově. Je také hodně zajímavý, ale z pohledu některých lidí možná přeceňovaný. Podle Aleše má hodně co nabídnout také Praha, která se za posledních pár let velice posunula a dostala se na evropskou špičku.

Z evropských metropolí má nejradši Amsterdam, kde si malé kavárny často praží svou kávu a majitelé jsou většinou pražiči, díky tomu má člověk větší šanci nahlédnout do zákulisí. Vzhledem k tomu, že je Amsterdam přístavní město, má také výhodu v jednodušším importu kávy do města. (Travel Bible, ©2016)

1.2.1. Světová kavárenská scéna

Jelikož se neorientuji úplně ve scéně výběrové kávy, u zjišťování významných osobností, jsem se obrátil na baristu Milana Köglera, který mi doporučil tyto uznávané odborníky.

Speciality Coffee Association

Speciality Coffee Association (v překladu Asociace pro výběrovou kávu, zkráceně SCA) je mezinárodní kávová organizace, která sdružuje kavárníky, pražiče, farmáře a firmy a také informuje o výběrové kávě. Evropská centrála SCA sídlí v Londýně a mimo to má také pobočky v různých zemích včetně České republiky. Cílem SCA je dosáhnout lepšího světa kávy zvyšováním kvality v rámci celého řetězce kávy. Asociace také pořádá různé workshopy, semináře, certifikace, exkurze na plantáže, a pořádá mezinárodní soutěže. (Davies Veselá, ©2018, s. 252)



Obr. 10 / Logo SCA

Scott Rao

Scott Rao je americký spisovatel a kávový konzultant. Celosvětově zpopularizoval přípravu kávy pomocí techniky V60. Patří mezi hlavní osobnosti současného světa výběrové kávy. Jeho knihy (Professional Barista's Handbook, The Coffee Roasters Companion a další) a aktuálně i sociální sítě patří k základním zdrojům informací všech baristů, pražičů a kávových nadšenců.

Matt Perger

Matt Perger je australský barista, který je známý hlavně popularizací EK43 mlýnku na espresso. Je několikanásobným šampionem World Brewers Cupu. Matt je jedním ze tří baristů na světě, kteří vyhráli dva šampionáty. Je zakladatelem portálu Barista Hustle, který poskytuje online výuku a prodává jedny z nejlepších příslušenství pro baristy, mezi které patří hlavně tamper na espresso. Matt je také partnerem St Ali a Sensory Lab, sítě kaváren a pražírny v Melbourne, Austrálii. Těto síti podniků se přiřazuje velký podíl na rozvoji třetí kávové vlny v Austrálii.

James Hoffman

James je uznávaným odborníkem ve světě kávy. Nejvíce je známý díky jeho Youtubovému kanálu, kde se věnuje všemu co má co dočinění s kávou. Do podvědomí kavárenské scény se dostal poprvé díky výhře v World Barista Championship v roce 2007. Rok poté v Londýně založil výběrovou pražírnu Square Mile Coffee Roasters. V roce 2014 vydal knihu The World Atlas of Coffee.

Chris Baca

Chris je majitelem vyhlášené kalifornské pražírny a sítě kaváren Cat & Cloud. Chris v současnosti mimo pražení kávy tvoří hlavně videa na Youtube a nahrává podcasty, kde často rozebírá lidi, hodnoty a byznys ve světě kávy.

Sasa Sestic

Sasa je jedním z nejinnovativnějších a nejvlivnějších producentů kávy na světě. Původem bosenský barista, který nyní žije v Austrálii, je několikanásobným šampionem v přípravě kávy. Mimo jiné je také majitelem pražírny a sítě kaváren ONA coffee. Na svědomí má také Project Origin, díky kterému se snaží eticky zlepšit podmínky kávových farem. Věří, že zlepšením života farmářů selepší také kvalita vyprodukované kávy. Mimo to také navrhl a vytvořil populární baristický nástroj, ONA OCD - Original Coffee Distributor, který při přípravě espressa eliminuje nesrovnalosti namleté kávy v portafiltru.

Maxwell Colonna Dashwood

Maxwell je britský barista a inovátor v oblasti výběrové kávy. Maxwell je průkopník v oboru, který jako první uvedl a popularizoval na trhu kapsle s výběrovou kávou, kapsle z jeho pražírny se staly velice oblíbenými mezi hotely po celém světě. Jeho kapsle jsou plně kompostovatelné, čímž nevytváří žádný odpad narozdíl od tradičních kávových kapslí. Je zakladatelem Paced group, pod kterou patří pražírna Colonna a peak water — první filtr na vodu k přípravě kávy, který dokáže regulovat tvrdost vody. Mimo jiné také napsal knihu Coffee dictionary.

Oli Bradshaw

Oliver Bradshaw, přezdíváný Oli, je marketingovým „králem“ na poli výběrové kávy. Oli stál za vzrůstem anglické pražírny Round Hill Roastery, která je v současnosti jedna z nejprodávanějších a nejžádanějších pražírny výběrových káv. Limitované edice kávy s jeho kočkou Monsieur Claude, která má i svůj vlastní Instagramový účet, se staly hitem sociálních sítí. Ve spolupráci s portálem Sprudge natočil sérii návodů na přípravu kávy „Brewing With Cat“. V současnosti pracuje na volné noze, kdy spolupracuje s výrobcem kávových mlýnků Mahlkönig, ale také s McDonalds.



Obr. 11 / Scott Rao



Obr. 12 / Matt Perger



Obr. 13 / James Hoffmann



Obr. 14 / Chris Baca



Obr. 15 / Sasa Sestic



Obr. 16 / Maxwell
Colonna-Dashwood



Obr. 17 / Oli Bradshaw

1.2.2. Tuzemská kavárenská scéna

Stejně jako u světové scény výběrové kávy jsem se Milana Köglera také zeptal na přední osobnosti z České republiky.

Lukáš Hejlík

Lukáš Hejlík je známý český divadelník a filmový herec, posledních 6 let je ale jeho hlavním projektem *Gastromapa*, která poukazuje na dobré lokální gastro podniky, kde se lidé mohou dobře najíst. Kvůli *Gastromapě* Lukáš procestoval celou Českou republiku a navštívil více jak 1500 podniků. Původně byl projekt postavený na webu, později se v roce 2019 dočkal zpracování v podobě mobilní aplikace, ale také knižní podoby shrnující 365 Lukášových nejoblíbenějších podniků. Grafickou podobu knihy navrhla Kateřina Podoláková, absolventka Ateliéru Grafický design ve Zlíně, ve spolupráci s Adamem Dvořákem, který vytvořil ilustrace.

European Coffee Trip

European Coffee Trip je společný bloggerský projekt Aleše Pospíšila a Radka Nožičky. Blog kombinuje zálibu obou autorů — kávu a cestování. European Coffee Trip vytvořilo mapového průvodce po kavárnách v Evropě. V současnosti také informuje o dění na poli kávové scény v Evropě a tvoří videa a podcasty s různými majiteli pražírny a kaváren.

Jaroslav Tuček

Jaroslav Tuček založil v roce 2010 spolu s pražičem Jaroslavem Hrstkou a ekonomkou Kamilou Sotonovou pražírnu a obchod s výběrovou kávou *Doubleshot*. *Doubleshot* byl svým způsobem revolucí v Česku, díky které se češi začali zajímat více o výběrovou kávu a česká společnost se díky tomu posunula do třetí kávové vlny.

Jaroslav Slamečka

Jaroslav je v současnosti konzultantem *Candycane coffee*. Servíroval kávu v *Kavárně Pražírna*, *Kafe Karlín*, *Onesip coffee* a dalších kavárnách. Tři roky moderoval mistrovství ČR Barista roku. Školí veřejnost v rámci workshopů a kurzů pro nadšence i profesionály. Jaroslav vede také blog, Youtubový kanál a podcasty pod názvem *365 cups of coffee*.

Petra Davies Veselá

V roce 2004 si otevřela kavárnu v Jílovém u Prahy. Účastnila se řady soutěží v přípravě kávy a dvakrát se stala mistryní České republiky v její přípravě. V průběhu let začala pomáhat s pořá-

dáním baristických soutěží a často zasedá v porotě jako degustační nebo jako hlavní porotkyně.

Měla možnost několikrát porotcovat i finálové kolo na Mistrovství světa baristů. V roce 2008 otevřela školicí centrum v Jílovém u Prahy a pořádá různá kávová školení.

Pracuje se začátečníky, domácími nadšenci, ale i s pokročilejšími baristy a s nově otevřenými kavárnami. V roce 2010 vydala úspěšnou knihu o kávě. Tato kniha ovlivnila v Česku povědomí o kvalitě kávy a rozvoji kaváren a pražírén s výběrovou kávou. O tři roky později prodala svou kavárnu a od té doby se se svým manželem Gwilymem soustředí na baristická školení.

Gwilym Davies

Gwilym začal pracovat jako barista v roce 1996 na Novém Zélandu. Poté se přestěhoval do Anglie, kde pracoval v různých londýnských kavárnách, připravoval kávu na trzích a nebo například v obchodě Present s oblečením. V roce 2009 vyhrál World Barista Championship. Krátce na to otevřel kavárnu Prufrock v Londýně.

Od roku 2013 žije s Petrou Veselou v Jílovém u Prahy, kde si společně otevřeli kávové školicí centrum. Nabízí technická a praktická školení, a také je školitelem mezinárodní kávové asociace SCA. Nabízí tak kurzy zakončené zkouškou s mezinárodním certifikátem.

V roce 2014 složil zkoušky pro mezinárodní porotce a pomáhá s organizací národních i světových soutěží. Gwilym také přišel s nápady jako například Disloyalty card nebo Menu v OZ.

Tomáš Konečný

Tomáš Konečný stojí za úspěšným konceptem franšizové sítě kaváren Kafec. Tato síť kaváren je především oblíbená díky výběrové kávě a brunchům ze surovin od lokálních dodavatelů.

Kafec funguje od roku 2010, kdy vznikl v brněnských Černých polích. V roce 2012 se Kafec přestěhoval na Veveří, kde se začal specializovat na výběrovou kávu. Roku 2016 se zakládá první pobočka Kafecu ve Zlíně. Díky svému úspěchu se začíná rozrůstat o první franšízy, které se nachází v Plzni a Uherském Hradišti. Od roku 2018 si Kafec praží vlastní kávu, KafecZrno, kterou také prodává v balené podobě k domácí přípravě.

Petra Střelecká

Petra si vytvořila vztah ke kávě v Anglii, kam se původně přestěhovala za svým přítelem Adamem Obrátem. Tam si našla práci v Prufrock Coffee, kde se seznámila s Gwilymem. V roce 2013 se s Adamem vrátili do Česka, kde si v Brně společně založili kavárnu Industria v bývalé

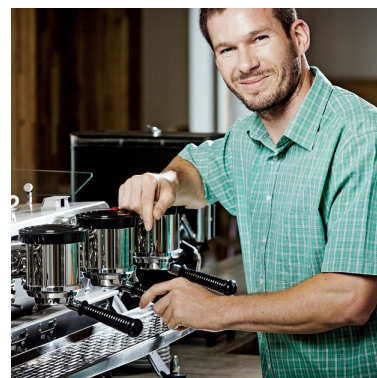
mrazírně masa. Petra vyhrála třikrát Czech Brewers Cup, a to v roce 2014, 2015 a 2017. Na World Brewers Cup v roce 2017 se jako jediná žena na světě probojovala do finále, kde se umístila na šestém místě. V The Coffee Masters 2018 skončila pátá.



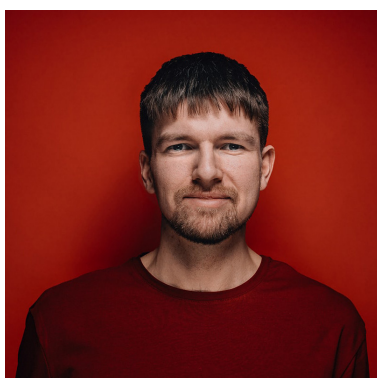
Obr. 18 / Lukáš Hejlík



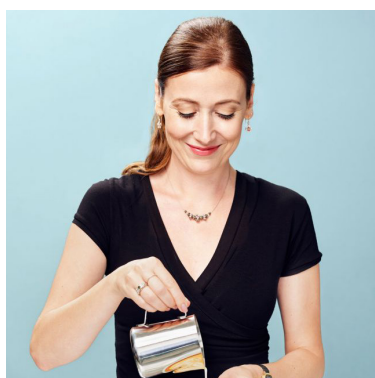
Obr. 19 / European Coffee Trip



Obr. 20 / Jaroslav Tuček



Obr. 21 / Jaroslav Slamečka



Obr. 22 / Petra Davies Veselá



Obr. 23 / Gwilym Davies



Obr. 24 / Tomáš Konečný

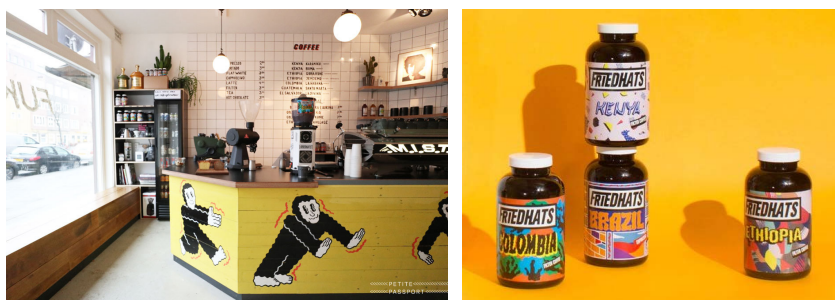


Obr. 25 / Petra Střelecká

1.2.3. Světové pražírny a design

Friedhats

Vyhlášená amsterodamská pražírna Friedhats vybočuje svým psychedelickým designem od většiny pražírén s osobitými ilustracemi od Iva Jansse, které mimo obalů také zdobí kavárnu FUKU, která patří pod Friedhats. Pražírna kávu balí do neobvyklých plastových obalů, a to hlavně kvůli ekologii. Díky tomuto balení nabízí možnost doplňování, kávy bez nutnosti zakoupení nového obalu. Ten je vyráběn z plastu, který je snadno recyklovatelný.



Obr. 26 / Kavárna FUKU

Obr. 27 / Obaly Friedhats

Minor Figures

Minor Figures je londýnská pražírna a výrobce baristického ovesného mléka a nitro cold brew. Vizuální identita produktů Minor Figures je založená na ilustracích Andrewa Rae. Ilustrace se staly tak oblíbenými, že jsou nyní k dispozici také jako merch pro fanoušky značky.



Obr. 28 / Obaly produktů Minor Figures

MOK

MOK je belgická pražírna, která dvakrát vyhrála první místo v belgickém Cup tasters a druhé místo nejlepší pražírny výběrové kávy v Evropě a Blízkém východě roku 2019.



Obr. 29-30 / Obaly pražírny MOK

Minimalistickou vizuální identitu vytvořil Matthias Deckx. Logotyp se skládá ze základních geometrických tvarů, které jsou také zároveň ve složení monogramem pražírny. Je doplněn o písmo Akkurat od písmolijny Lineto.

Little Wolf

Little Wolf je malá pražírna a kavárna v Ipswich, Massachusetts. Jméno pražírny vychází ze vzhledu psa zakladatele, který vypadá jako malý vlk. Nashvillské studio Perky Bros je autorem povedené vizuální identity. Logo je vysázené fontem Larish Alte, který je doprovázen milými ilustracemi vlka.



Obr. 31-33 / Vizuální identita pražírny Little Wolf

Talormade

Norské studio Bielke & Yang má na svědomí vizuální identitu kavárny, koblihárny a pražírny Talormade, která sídlí v Oslu. Tato neotřelá a hravá vizuální identita založená na rebelantství a feminitě se promítá v celé značce od architektury, přes obaly a povedený web, až po online komunikaci.



Obr. 34-36 / Vizulní identita Talormade

Round Hill Roastery

Již zmíněná pražírna Round Hill se nachází na jiho-západě anglie a byla založena v roce 2012 Eddiem Twitchettom. V srpnu 2020 prošla pražírna redesignem, autor není zatím znám. Mimo standardní kolekci pražírna vydává kávy s motivy kočky Oliho Bradshawa, Monsieur Claudem. Řada s Claudem se skládá z ilustrací od Martina Kingdoma.



Obr. 37 / Nové obaly Round Hill



Obr. 38 / Řada Monsieur Claude

1.2.4. České pražírny a design

Díky rozmachu třetí kávové vlny vzniká v České republice mnoho nových pražírny, které se snaží zaujmout místo na trhu. Jedním z čím dál důležitějších faktorů při výběru výběrové kávy z velké nabídky je u zákazníka také design obalu. Proto zde přikládám pražírny s dobrým designem vizuální identity, nebo obalu.

the space coffee

The space je brněnská pražírna založená Viktorem Sedlákem. Tato pražírna se rychle stala známou na české kávové scéně díky kvalitní propagaci a designu. Autorem vizuální identity je Zdeněk Tuka z brněnského Ateliéru Židlický, který dle CZECHDESIGNu skvěle promítá v jednotném vzhledu minimalismus, který je součástí filozofie pražírny.



Obr. 39-41 / Obaly pražírny the space

Alf & Bet

Alf & Bet je spojením výběrové pražírny a pekárny, která patří do rodiny spolu s Café Lounge a Ema espresso barem. Pavel Fuksa vytvořil několik barevných variant, a rozlišuje druhy podle výrazných liter F pro filtrovanou kávu a E pro kávu na způsob espressa. Při nákupu se plní dózy zákazníkem vybranou kávou přímo v pražírně. Tyto dózy jsou určeny k opakovanému využití.



Obr. 42 / Obaly pražírny Alf & Bet

Coffee Culture

Nelly Orságová, absolventka Ateliéru Grafický design ve Zlíně, v rámci své diplomové práce vypracovala vizuální identitu Ostravské pražírny Coffee Culture. Káva je balena do kovových plechovek používaných pro skladování nátěrových barev. Obaly jsou doprovázeny piktogramy procesu výroby kávy, díky tomu mají vzdělávací význam a charakter.



Obr. 43-44 / Obal pražírny Coffee Culture

Father's Coffee Roastery

Ilustrace Ireny Varechové, která je absolventkou Ateliéru Prostorová tvorba ve Zlíně, zobrazují reálnou situaci z života pražírny, kdy otec praží, matka ochutnává a děti si hrají. Ilustrace připomíná stylizaci dětské kresby.



Obr. 45 / Obal Father's Coffee

Brick City Coffee

Zlínská pražírna Brick City Coffee sídlí v samotném industriálním centru Zlína — areálu Svitů. Studio ArtBureau, které je autorem původního obalu se inspirovalo ikonickým architektonickým prvkem Zlína, a to oranžovou cihlou. Sám jsem měl tu čest spolupracovat na limitované edici obalu s ilustrovanými motivy baťových domků pro Zlínskou radnici.



Obr. 46 / Obal BCC od ArtBureau Obr. 47 / Můj návrh BCC pro Zlínskou radnici

Original Coffee

Original Coffee byla pražská kavárna a pražírna, která měla obaly s osobitými ilustracemi od různých autorů jako Tomski & Polanski, Patrik Antczak, Nika Vacková, Lucie Lučanská, Radek Doskočil, Jakub Bachorík, Nikola Logosová, Jindřich Janíček, Michaela Režová, nebo Vojtěch Hrubant. Pražírna zanikla v roce 2019 pod změnou majitele, kavárna se přejmenovala na Café5.



Obr. 48 / Obaly Original Coffee

2. GASTRO FESTIVAL

2.1. Co je gastro festival

Hlavní tématem gastro festivalu je jídlo. Tyto festivaly sloužily v minulosti hlavně jako prostředek ke sjednocení komunit prostřednictvím oslav úrody a vzdávání díky za hojnou vegetační sezónu. Moderní gastro festivaly se liší tím, že spíše představují buď nové gastronomické trendy, nebo se snaží vyzdvihnout různé lokální, či světové kuchyně a kuchaře.

2.2. Historie gastro festivalů a eventů

Jídlo bylo ze začátku čistou nezbytností k tomu, aby mohl člověk přežít. Postupem času a evolučním vývojem člověka a společnosti se lidstvo naučilo domestikovat zvířata, kultivovat půdu a pěstovat suroviny. Postupně lidstvo začalo rozšiřovat své obzory, nalézat nové země a ostrovy, díky kterým objevoval další nové rostliny a zvířata a se rozvíjel obchod. Nyní čelíme nekonečnému množství produktů, možností a dodavatelů. Lidé si mohou najít na trhu to, co potřebují, ať upřednostňují cenu, nebo kvalitu.

Dožínky, neboli oslavy sklizně, byly jedny z prvních oslav jídla. Lidé tak vzdávali úctu bohovi a děkovali za úrodu žní, kterou sklidili. Podobnými událostmi jsou také vinobraní, sklizeň chmele, neboli dočesná, či sklizeň brambor. Dalšími oslavami jsou na českém území také hody (v Čechách známé jako posvícení a ve Slezsku jako krmáš), které jsou vzpomínkovou oslavou na posvěcení kostela. Hody jsou doprovázeny často zábavou ve formě zábavních parků.



Obr. 49 / Dožínky od Wierusz-Kowalského



Obr. 50 / Pálavské vinobraní

2.3. Vliv gastro festivalů na společnost

Gastro festivaly se v současnosti více a více stávají turistickou atrakcí. Festivaly se mnohdy snaží návštěvníky nalákat na známé osobnosti a známé podniky pohybující se na gastro scéně. Jejich existence většinou vytváří zájem o lokální produkty od místních dodavatelů a farmářů.

2.4. Rešerše

Důležitou součástí vytváření vizuální identity je rešerše již existujících festivalů, díky které je možné zjistit, jaké mají různé festivaly společné znaky a čím se odlišují mezi sebou, jak vizuálně komunikují a jak reflektovat tyto poznatky ve své vlastní práci. V rámci tématu se v kapitole zabývám rešerší vizuálních identit festivalů jak v okolí Zlínského kraje, tak i celorepublikově významných a mezinárodních. Snažím se hlavně prezentovat vydařené vizuální identity, kterými bych se chtěl inspirovat, ale také porovnávám konkurenční festivaly.

2.4.1. České gastro festivaly

Kávafest

Bezpochyby největším konkurentem festivalu, na kterém pracuji, je již zavedený Zlínský kávový festival Kávafest. Tento festival vznikl spojením sil několika kaváren ve Zlínském kraji s cílem podpoření myšlenky kávové kultury v regionu. Kávafest se obvykle koná první týden v říjnu, a to kvůli mezinárodnímu dnu kávy, který se slaví 1. října. Pořadatelé Kávafestu také pořádají ve zlínském Kongresovém centru Den kávy, kde návštěvníci mohou degustovat a nakoupit kávu vystavovatelů, vzdělávat se formou přednášek a workshopů.

Kávafest používá od svého vzniku stejnou vizuální identitu, kterou nijak neaktualizuje podle ročníků. Logo se skládá z fontu Bungee od Davida Jonathana Rosse, které je dostupné na Google fonts, a ilustrací šálku ristretta se srdcem.



Obr. 51 / Kávafest

Prague Coffee Festival

Prague Coffee Festival, který organizuje spolek Coffee embassy, vznikl v roce 2012 v týmu pražírny mamacoffee s myšlenkou podpoření české kávové kultury a umožnění setkání těch, které káva zajímá. Ať již jde o profesionální baristy, kavárníky, ty kteří s kávou teprve začínají i ty, kteří se s kávou již seznámili, ale chtějí se o ní dozvědět více a poznat ji ve všech jejích chutích, vůních a podobách.



Obr. 52 / Plakát Prague Coffee Festivalu 2019 Obr. 53 / Pražská Tržnice Obr. 54 / Stánek pražírny Candycane

Prague Coffee Festival se svým programem snaží uchopit téma kávy v širším kontextu, tak aby si každý přišel na své. Návštěvníci se tak mohou těšit na přednášky, degustace vzorků kávy z lokálních i zahraničních pražír, ukázky pražení, prezentaci kaváren i jednotlivých baristů, workshopy alternativních kávových metod, ale i bohatý kulturní program pro dospělé i pro děti.

Autorkou ilustrací, které jsou součástí vizuální identity, je Veronika Vacková. Tereza Tydlitátová má na svědomí animace videí.

Káva Spojuje

Káva Spojuje je jedním z největších festivalů kávy v České republice, který se každoročně koná v Brně. Od svého vzniku v roce 2010 do roku 2020 se festival jmenoval Týden Kávy, ale po změně majitele festivalu se změnil i název. Z předchozí vizuální identity si zanechává symbol spojení lžice a kávového zrnka.



Obr. 55 / Logo festivalu Týden kávy/Káva Spojuje

The Filter

The Filter je další brněnský kávový festival, který se od festivalu Káva spojuje liší hlavně cílením na výběrovou kávu. Festival se snaží vytvořit prostor pro setkání laiků s kávovými profesionály pomocí diskuzí, ochutnávek výběrových káv, workshopů, či cuppingů.

Vizuální identitu festivalu má na starosti Brněnský designér Dominik Šmuhář. Hlavním motivem vizuální identity, která je zavedená od roku 2019 je ilustrace jazyku se znázorněným chuťovým centrem. Logo festivalu tvoří dva protínající se filtry. První dva festivaly neměly vizuální identitu, byly založené čistě na fotkách podpořených fontem se základními informacemi o akci.



Obr. 56 / The Filter

Barista roku

Barista roku je jednou z nejdůležitějších akcí na české kavárenské scéně, která se každoročně koná v Pragovce. Jedná se o národní šampionáty v přípravách kávy, kde každý rok vystoupí v sobotu v každé kategorii 12 baristů, a to v soutěžích Barista roku, Brewers Cup a Barista Junior. V neděli se poté koná velké finále soutěží.

Mimo to se návštěvníci mohou setkat s gastronomií či prezentací prestižních pražírén z České republiky a zahraničí, kde si mohou vyzkoušet cuppingy či degustovat kávy z espresso a brew barů.



Obr. 57 / Logo z roku 2018 Obr. 58 / Plakát pro rok 2019 Obr. 59 / Soutěž Barista roku 2019

Ve vizuální identitě vytvořené Studiem Stojkov dominuje od roku 2019 králičí ilustrace Jana Lorincze, vytvořená malbou akrylem na lepenku. Komunikace festivalu však není sjednocena. Web je stále prezentován se starou vizuální identitou a informacemi z roku 2018, kde je identita festivalu prezentována jednou fotkou s logem znázorňující stupínek vítězů s fontem Trade Gothic LT Std Bold Ext.

Pálavské Vinobraní

V Jihomoravském městě Mikulov se každoročně pořádají tradiční slavnosti vína – Pálavské vinobraní, které se pravidelně koná druhý zářijový víkend po dobu tří dnů. V roce 2018 byl festival vybrán deníkem Guardian jako jeden z 20 nejlepších tradičních festivalů v Evropě.

Vizuální identitu, kterou festival používá od roku 2018, vytvořilo Pražské studio superlative. works a autorem je Petr Štěpán. Identita je řešena čistě typograficky s písmem Domaine Sans, které je hravě zdvojnásobeno vytvářející dojem vidění pod vlivem alkoholu.



Obr. 60-62 / Vizuální identita Pálavského vinobraní

Tento festival trochu vybočuje svým obsahem od ostatních festivalů, ale rozhodl jsem se ho v rešerši přiložit kvůli zdařilé vizuální identitě, která dle mého názoru v rámci regionu nastavuje vysokou laťku.

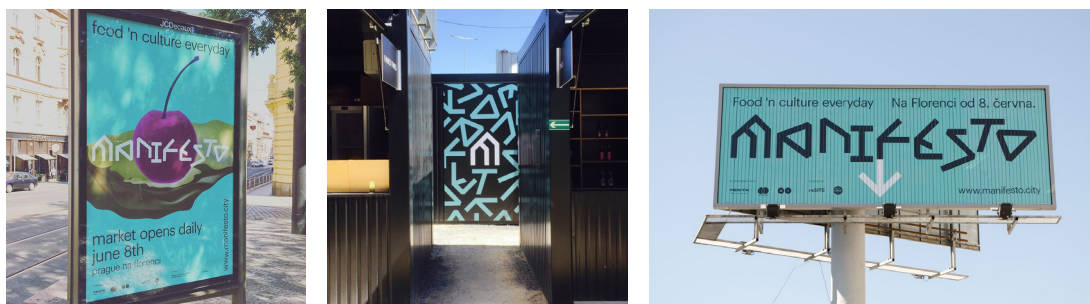
2.4.2. Místa spojená s gastro eventy

Přestože se zde nemluví přímo o gastro festivalech, v České republice se nachází několik kulturně významných míst, kde se konají různé gastro eventy, které stojí v této bakalářské práci za zmínku. Tyto eventy většinou sdílí grafickou identitu daného místa, pokud je pořadatelem vlastník.

Manifesto Market

Manifesto Market je projekt neziskové organizace reSITE, který transformuje opuštěné lokality v designové gastro tržnice s cílem pozvednutí kulturního života v okolí. Je zde možné najít různé stánky s gastronomií z celého světa a probíhají zde různé eventy jako Food'n Beats, BEERfest, Friday Nightmarket, či různé parties. Manifesto dává důraz na udržitelnost a design. Stánky jsou tvořeny z vizovických KOMA modulů, energie je napájena z obnovitelných zdrojů, venkovní nábytek pochází z bílovecké mmcité Davida Karáska a osvětlení bylo vytvořeno na zakázku upcyclingem ze starých sudů od prosecca kreativním Brněnským duem NAHAKU. Celý areál je cashless, což znamená, že zde můžete platit pouze kartou. V této chvíli v Praze existují dva Manifesto Markety, a to na Florenci a na Smíchově.

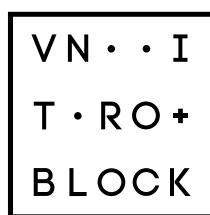
Martin Svoboda, který si přezdívá FunkFu je autorem vizuálního stylu Manifesto Marketu. Logotyp je tvořen z experimentálního tvaru liter, které v aplikacích používá tak, že vytváří nečitelný vzor.



Obr. 63-65 / Vizuální identita Manifesto marketu

Vnitroblok

Vnitroblok je multifunkční kulturní objekt v pražských Holešovicích. Vnitroblok vznikl v roce 2016 díky Lukášovi Žďárskému a Jakubovi Zajícovi, kteří přetvořili bývalý tovární sklad v kulturní středisko. V areálu Vnitrobloku je možné nalézt kavárnu, kino, taneční studio, eventovou a divadelní halu, galerii, či designové obchody.



Obr. 66 / Logo Vnitrobloku

Logo Vnitrobloku bylo vytvořeno v rámci spolupráce mezi Kateřinou Prokopovou z Dudes & Barbies a lifestylovým magazínem SOFFA.

Industra

Industra je bývalá masna v industriálním areálu na jihu Brna. Ta byla přetransformována v multifunkční kulturní objekt, kde se podle slov zakladatelů „setkává umění, design, technologie a skvělá káva“. Prostor se skládá z kavárny s designshopem, galerií, „labem“ - sdíleným místem pro společnou tvorbu a velkou pronajimatelnou místností, kde se konají přednášky, divadlo, či jakýkoliv event. O vizuální identitu Industry a jejich akcích se stará NEON STUDIO, které se skládá z Jakuba Konvici, Lucie Horákové a Adama Vínovského. Ve vizuálním stylu Industry se používá písmo Replica od písmolijny Lineto.



Obr. 67 / Logo Industry

Mezi eventy pořádané Industrou patří cuppingy, Wave Coffee festival, Industra Food Fest a různé markety, bazary jak oblečení, tak i kávového vybavení a příslušenství.

Wave Coffee Conference

Jedná se o unikátní konferenci o kávě pro kavárníky, pražiče, baristy a další profesionály se zájmem o výběrovou kávu, která kromě kávy samotné vzdělává v oblasti marketingu, motivace a kávového byznysu. Konference se počas své existence zatím konala čtyřikrát.



Obr. 68-69 / Wave Coffee Conference 2018

Vizuální identita Wave Coffee Conference je dle autora Jakuba Konvicy, řešená jednoduše, a to z důvodu toho, že je akce tak úzce zaměřená na lidi, kteří již mají co dočinění s přípravou výběrové kávy. Konference je barevně řešena tyrkysovou barvou s použitím jiného elegantního písma pro každý ročník. Poslední ročník je vysázen fontem Tiempos Fine od Klim Type Foundry.

Industra Food Fest

Vizuální identita Industra Food Festu vychází z identity Industry, která je doplněna o 3D rendery napichovátek s motivy zvířat na zeleném pozadí ve spolupráci s Nelou Klímovou. Festival se uskutečnil třikrát a to jednou v 2015, a dvakrát v roce 2016.



Obr. 70 / Industra Food Fest 2015

2.4.3. Světové gastro festivaly

World Coffee Events

World Coffee Events (WCE) je eventová organizace se sídlem v Dublinu. WCE byla původně založena v roce 2011 Evropskou asociací výběrové kávy a Americkou asociací, které se v roce 2017 sjednotily.

Současně WCE každoročně pořádá 7 kávových šampionátů: the World Barista Championship, the World Cup Tasters Championship, the World Latte Art Championship, the World Coffee in Good Spirits Championship, the World Brewers Cup, the World Coffee Roasting Championship, a the Cezve/Ibrik Championship.



Obr. 71 / Mezinárodní šampionát v Melbourne 2020

World Aeropress Championship

World AeroPress Championship je mezinárodní soutěž v přípravě kávy pomocí techniky AeroPressu. Této soutěži předchází nezávisle organizovaná národní kola v 60 zemích. Soutěžící mají za úkol v několika kolech připravit a prezentovat panelu složenému ze tří porotců kávu uvařenou pomocí AeroPressu do 8 minut.

Soutěž vznikla v norském Oslu v roce 2008, kdy se několik přátel rozhodlo přijít na nejlepší recept přípravy kávy pomocí nově vzniklého AeroPressu.

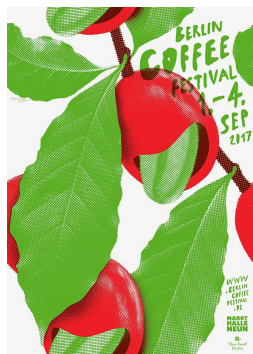
Ústředním motivem světového šampionátu v AeroPressu je maskot Plungie, který je stylizovanou modrou verzí AeroPressu. Jeho autorem je australský grafický designer a ilustrátor Max Blackmore.



Obr. 72 / Logo World Aeropress Championship Obr. 73 / Maskot World AeroPress Championship

Berlin Coffee Festival

Berlínský kávový festival se každoročně koná na podzim okolo Mezinárodního dne kávy, který se oslavuje 1. října. Koná se v Berlínské tržnici Markthalle Neun, která festival také organizuje. V rámci festivalu jsou organizovány workshopy, cuppingy, soutěže, či párty.



Obr. 74 / Plakát Berlin Coffee Festivalu



Obr. 75 / Berlin Coffee Festival

Daniel Wiesmann je autorem vizuální identity festivalu Berlin Coffee Festival, která byla oceněna v soutěži „100 beste Plakat“ umístěním se mezi 100 nejlepšími plakáty v německy mluvících zemích. Vizuální identita je tvořena rastrovaným kávovníkem s kávovými bobky s vyplazujícím jazykem. Identita si udržuje barevnost kombinací zelené a červené barvy.

The Coffee Festivals

Společnost Allegra Events, založená roku 2008, organizuje kávové festivaly po celém světě. Mezi vybraná města patří Londýn, Amsterdam, Milán, New York, Los Angeles, São Paulo a Kapské město. Londýnský festival, který se pořádá od roku 2010, je největším kávovým festivalem na světě.



Obr. 76 / Logo londýnského festivalu



Obr. 77 / Milan Coffee Festival

Všechny festivaly sdílejí společnou vizuální identitu, která používá Clarendon, písmem o, které je zaměněno kávovým zrnkem a s tmavým pozadím, které obsahuje grunge efekt.

Coffee Masters

Soutěž Coffee Masters se pořádá dvakrát do roka, a to v rámci londýnského a newyorského kávového festivalu. Jedná se o multi-disciplinární typ baristické soutěže.

Autorem loga soutěže je Benjamín Sepúlveda. Logo je stylově odvozeno od loga kávových festivalů v Londýně a New Yorku.



Obr. 78 / Loga Coffee Masters

Restaurant day

Restaurant day, který se zrodil v Helsinkách roku 2011, je celosvětovým festivalem, který organizují gurmáni a lokálně nadšení amatérští kuchaři. Jedná se o lokální typ festivalu, kdy jeho organizaci, která není nijak centralizovaná, či nějak organizovaná na komerční úrovni, pořádají lidé v rámci sousedských komunit.

Ve Zlíně Restaurant day funguje také, a to převážně dvakrát do roka. Pořádá se tradičně na zahradách kavárny Slunečnice, která se nachází ve druhém Morýsově domě na Třídě Tomáše Bati.

Po vizuální stránce jediné, co celou síť eventů vizuálně spojuje je logo, kterým je verzálkové dekorativní písmeno R ve zploštělém šestiúhelníku. Vizuální identita není nijak definován a závisí tak na místním pořadateli, jak bude event vypadat.



Obr. 79 / Logo Restaurant day

2.4.4. Shrnutí

Festivaly, které jsou spojené s výběrovou kávou jsou v převážné většině lépe zpracované než ty kávové, napomáhá tomu fakt, že jsou pražiči výběrových káv otevřenější ke spolupráci s designéry, kdy se většinou tyto sociální kruhy protínají.

PRAKTICKÁ ČÁST

3. VIZUÁLNÍ IDENTITA PRO ZLIN COFFEE DAYS

V praktické části své bakalářské práce mapuji proces tvorby vizuální identity gastro festivalu Zlin Coffee Days.

3.1. První skici a nápady

Na počátku jsem přemýšlel nad celým konceptem a kterými cestami se vydat. Uvažoval jsem, jaká možnost vizuálního stylu se zdála nejadekvátnější k prvnímu ročníku nového gastro festivalu s cílem vytvořit snadno zapamatovatelnou atraktivní identitu, která se dostane do povědomí lidí. Zkoušel jsem různé cesty, kterými udat směr vizuální identity, kdy jsem se snažil vytvořit různé abstraktní, ilustrativní a typografické návrhy.



Obr. 80 / První skici

Vyzpovídal jsem pořadatele, zeptal se jich na cíl akce, její obsah, typy návštěvníků, které očekávají a na to, co ode mne požadují. S novým festivalem chtějí přizvat mezinárodně uznávané odborníky výběrové kávy do Zlína. Ti ale nejsou hlavní cílovou skupinou festivalu, tou jsou ze zkušenosti pořádání jiných akcí ve Zlíně převážně obyvatelé města Zlín a Zlínského kraje.

Festival ze začátku neměl název, od kterého bych se mohl odrazit, tak jsem vzal iniciativu do svých vlastních rukou. Festival bylo potřeba pojmenovat tak, aby byl dostatečně odlišný od názvu konkurenčního festivalu Kávafest. Proto jsem se rozhodl pojmenovat festival anglicky. Tomuto rozhodnutí nahrávaly také plány přivítání mezinárodních hostů. U názvu jsem se inspiroval designovými festivaly Zlin Design Week a Brno Design Days, na kterých jsem pracoval. Rozhodl jsem se proto pro pracovní název Zlin Coffee Days, který byl nakonec i přijat organizátory. Od festivalu se v budoucnu očekává jeho rozšíření a také delší trvání samotné akce. Díky použití slova „Days“, tak není vázán na určitý počet dní.

Své návrhy jsem si buď to skicoval na papír, nebo zkoušel různě komponovat v programu Adobe Illustrator. Jednou z možností, kterou se vydat bylo řešení vizuální identity pomocí typografie. Zde jsem narazil na problém, kdy se koncept tvářil příliš chladně a formálně pro laickou veřej-

nost, která je hlavní cílovou skupinou celého festivalu. Nakonec jsem se snažil inspirovat kávovým zrnkem a jeho tvarem.



Obr. 81 / První digitální návrhy



Obr. 82 / První verze současného konceptu

3.2. Koncept vizuální identity

Vizuální identita je založená na souboru ilustrovaných symbolů z kavárenského prostředí. Patří mezi ně emotikony stylizovaného kávového zrnka, či různá příslušenství k přípravě kávy, jako jsou například chemex, V60, či Aeropress. Je doprovázena claimy.

ZLÍNEČEK KAFÍČKO POHODIČKA	JEDNO KAPUČO PROSÍM!	CO JE DNESKA NA MLÝNKU?	ESKO S TONIKEM ASAP!	ZVLÁDNETE TO BEZ PODŠÁLKU?
S KAFÍČKEM DO NOVÉHO DNE!	FLETA S SEBOU!	POJĎ NA KAFČO!	UDĚLÁTE MI BEČÍK S LEDEM?	JEŠTĚ PRESSO!
CUKRÁTKA!	CVAKAČKU MÁTE?	JDEM NA KÁVES!	TADY NEBO S SEBOU?	TADY NEBO S SEBOU?
YOU AIN'T READY FOR THIS ROASTERY	ROASTED TO BE TASTED	LIVIN' LA VIDA MOKA!	UNDER AEROPRESSURE	CUKR KÁVA LIMONÁDA ČAJ RUM BUM

Obr. 83 / Claimy

Claimy, které jsou založené na různých hláškách, které jsem zachytil v kavárenském prostředí u konverzací mezi baristy a zákazníky. Vycházím jak z mých interakcí, tak i toho, jaké opakující se fráze používají mí kamarádi, tak i cizí lidé. Mimo jiné se mezi claimy také snažím o krátké humorné věty, či rýmy. Tyto claimy jsou doprovázeny symboly a v textu fungují na stejném principu jako emoji.

S příchodem pandemie a následné státní karantény se přípravy festivalu úplně zastavily a naděje okolo konání festivalu v roce 2020 kompletně zmizely. Kvůli tomu se stává festival spíše fikcí,

proto jsem se rozhodl, že festival pojmu jako fiktivní s tím, že ho ale pořád budu konzultovat se sourozenci Köglerovými.

3.2.1. Ikonografie a logo

Jako hlavní motiv vizuální identity jsem si navrhl stylizované kávové zrnko, které je maskotem eventů. Ze začátku vypadalo zrnko ve skicách příliš „fazolovitě“, kvůli přehnané stylizaci tvaru, kterou jsem do ilustrace zakomponoval kvůli tomu, že se mi zprvu zdálo příliš statické. Tu jsem následně upravil zpětně na oválnitý tvar, kvůli reakci přátel z blízkého kruhu, kdy nešlo vyčíst ze stylizace, že se nejedná o kávové zrnko. Nakonec jsem upustil od maximálně zjednodušeného oválného tvaru tím, že přidal charakteristický vroubek, díky kterému jde nyní bez problému záměny rozeznat zrnko jako kávové. Symbol je zaintegrován plně do konceptu, který je založený na vlastním emoji font packu v podobném duchu, jako je známý font Webdings, který by bylo v budoucnosti možné volně stáhnout. Tím bych chtěl vytvořit propagační nástroj, pomocí kterého by bylo možné dostat festival do povědomí lidí.



Obr. 84 / Vývoj stylizace kávového zrnka

Díky vytvořenému symbolu zrnka vznikl nápad inspirovat se emoji a vytvořit ikonografický systém, který mimo různé exprese emocí zrnka také pojímá možné typy kávových šálek a nástroje k její přípravě.



Obr. 85 / Ikonografický systém

Logotyp festivalu je vysázený písmem FK Screamer s použitím symbolu ilustrovaného usmívajícího se zrnka. Existuje ve čtyřech verzích, a to s plným názvem na tři řádky, na jeden řádek a zkratkou ZCD. Verze na jeden řádek je hlavní verzí loga, verze na tři řádky má hlavně využití u formátů orientovaných na šířku. Zkratka ZCD je určena hlavně pro menší formáty a neformální prostředí, kde již člověk ví o existenci festivalu.



Obr. 86 / Logo Zlin Coffee Days

3.2.2. Typografie

Hlavním písmem celého festivalu je FK Screamer od Brněnského typografa Květoslava Bartoše, který je také absolventem Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně, Ateliéru Digitální design. Tento fakt mi pomohl se zvolením tohoto písma. Tento font jsem si vybral kvůli jeho údernosti díky širokému duktusu a výšce, čímž na sebe udává pozornost. Původně jsem chtěl u claimů požívat Slanted řez, ten jsem se ale nakonec rozhodl vyřadit kvůli nutnosti dokoupení další licence na tento písmový řez.

FK SCREAMER
ABCDEFGHIJKLMOPQRSTUVWXYZ
1234567890

Obr. 87 / Font FK Screamer

Rubik
 ABCDEFGHIJKLMOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 1234567890

Obr. 88 / Font Rubik

Jako doplňkové písmo jsem nejprve zvolil groteskové San Francisco od Apple, které společnost používá jako korporátní písmo v rámci svých operačních systémů. Narazil jsem ale na licenční problémy, kdy se font smí používat pouze v aplikacích a návrzích aplikací a programů pro produkty společnosti Apple. Funkční a esteticky podobnou open source alternativou se naskytla rodina písma Roboto od společnosti Google, které je zase naopak použito v operačním systému Android. Nakonec jsem se ale rozhodl pro groteskové písmo Rubik od Philippa Huberta and Sebastiana Fischera. Písmová rodina Rubik je volně dostupná na Google fonts. Písmo jsem zvolil kvůli jeho mírnému zaoblení hran, které se hodí k ilustrovaným symbolům.

3.2.3. Barevnost

V otázce barevnosti celé vizuální identity jsem si hned ze začátku stanovil, že se chci vyvarovat hnědé barvě, a to z důvodu prvoplánové asociace s kávou. Druhým důvodem byl také cíl, předejít možné vizuální záměně s již existujícím Kávafestem, který je zmíněn v rešerši.

V mých úvahách padla možnost použití oranžové barvy, která je ikonickou barvou pro Zlín tím, že je reflektována místní architekturou ve formě cihel. Druhou cestou bylo využití barev

kávovníku, přímo specificky nepražených zelených kávových zrn a červených kávovníkových třešní. V návaznosti na soubor stylizovaných symbolů jsem i zkusil realistické barvy, ale kvůli tomu, že je většina příslušenství spojených s kávou vytvořena z nerezového kovu, a samotná káva je hnědé barvy, nepřipadalo mi vhodné zvolit tuto cestu, kvůli tomu, že by festival s touto barevnou kombinací vypadal pochmurně. Ze začátku jsem pracoval s oranžovou barvou, ta se nakonec jevila vizuálně retro. Proto jsem se nakonec rozhodl pro žlutou barvu, která vyzařuje pozitivní náladu.

3.3. Tištěné výstupy

Hlavním výstupem mé bakalářské práce je manuál vizuální identity festivalu. Ten definuje pravidla, kterými se vizuální identita řídí. Užitečný je hlavně v případě, že se na projektu bude, v rámci výpomoci, podílet více grafiků. Pro účely obhajoby bakalářské práce jsem se rozhodl udělat fyzickou verzi, přestože je v reálném využití, z osobní zkušenosti s jinými projekty, dostávající elektronická verze.



Obr. 89-90 / Manuál vizuální identity

U plakátů, které jsou jedním z nejdůležitějších jsou hlavní dominantou claimy. Ty mají totiž buď svou familiaritou, či humorem zaujmout člověka. V dolní části se nacházejí všechny relevantní informace o konání festivalu, jako je název, datum, místo konání, partneři, či web. Ve stejném duchu je tvořen také billboard, kde je hlavním rozdílem počet informací, které jsou redukovány o místo konání. Zvýšená je i velikost loga a kvůli formátu billboardu jsem se rozhodl pro verzi loga na tři řádky, která využívá místa na formátu efektivněji.



Obr. 91 / Plakáty



Obr. 92 / Billboard

U merche jsem se rozhodl vytvořit návrhy kšiltovky, triček, plátěných tašek. U triček a tašek jsem vytvořil dvě verze na výběr. Jeden s potiskem symbolů kávových zrněk a druhý s claimem.



Obr. 93 / Merch

Mezi aplikace, které se mohou vyskytnout na festivalu, jsem navrhl vzhled informačního stánku, obalů na zrnkovou a dusíkem chlazenou kávu, vlastního AeroPressu a kávových kelímků.



Obr. 94 / Stánek Obr. 95 / Kelímek Obr. 96 / AeroPress



Obr. 97 / Nitro coffee Obr. 98 / Jmenovka Obr. 99 / Kávové obaly

V rámci aplikací jsem se rozhodl neřešit podobu vstupenek, a to z toho důvodu, že většina současných festivalů používá zprostředkovací služby, jako je například GoOut nebo smsticket, které mají již svůj vlastní vzhled vstupenek s QR kódem, který je po vizuální stránce dominantní částí.

U tiskovin jsem si vybral k tisku vysoce hlazený nenatíraný papír Antalis Olin Smooth Cream, který se mi hodí k vizuální identitě kvůli jeho žlutému tónování. Z jeho barvy je odvozeno pozadí v digitálním prostředí.

3.4. Digitální výstupy

Mezi hlavní digitální výstupy patří sociální sítě. V rámci českého prostředí jsou nejvíce využívány sociální sítě Facebook a Instagram, kde se bude vyskytovat hlavní komunikace a propagace.

Zde je potřeba vytvoření profilové fotky, které jsou většinou stejné a počítat s co nejjednodušší formou — symbolem kávového zrnka umístěného na střed čtverce, či kruhu. V případě Facebooku je potřeba vytvoření úvodní fotky pro stránku festivalu a eventu. Mimo to jsem vytvořil pár vzorových příspěvků. Ty jsou ve formátu 1:1, protože tento poměr pokryje univerzálně napříč různými platformami největší plochu displaye. Obsahem příspěvků jsou hlavně informace o konání festivalu, jako je například místo konání, program, přestavení řečníků a organizátorů, či různé novinky ze světa kávy, nebo různé video návody, které by udržovaly aktivitu sociálních sítí i po proběhnutí festivalu.



Obr. 100 / Příspěvky na sociální sítě

V Adobe After Effects jsem vytvořil animovanou video prezentaci shrnující celou vizuální identitu. Výsledek bude promítán na obhajobách a následně prezentován na sociálních sítích Behance a Instagram, kde se nachází mé portfolio.

Webové stránky jsem se poprvé snažil navrhnout v prototypovém programu. Rozhodoval jsem se, který program využít. Na výběr jsem měl Sketch, Adobe XD a Figma. Nakonec jsem se rozhodl využít Adobe XD kvůli přímé integraci s ostatními programy a cloudovým úložištěm z předplatného Adobe Creative Cloud.



Obr. 101 / Web



Obr. 102 / Cvakačka

Ilustrovaná zrnka by byla také využita ve webové aplikaci Cvakačka od zlínského Creepy studia. Cvakačka je digitální verzi věrnostní kartičky, která zaznamenává počet objednaných káv. Creepy studio již spolupracuje s kavárnou Kafö a využívá sezónních motivů, jako jsou například

Vánoce, koronavirová pandemie, či letní sezóna. Ilustrované emotikony by se tak zařadily mezi sezónní motivy Cvakačky.

3.5. Instalace

Bakalářská práce bude vystavena v galerii G18, která sídlí v budově U18 Univerzity Tomáše Bati. Rád bych si v rámci instalace vybral místo u zdi, a to z důvodu využití projektoru, který je v galerii k dispozici. Rád bych ho využil na promítání video prezentace, která by rychle shrnovala celou vizuální identitu. Mimo prezentaci bych ho rád také využil na videomapping na plakát, tašku a tričko, kde bych rád promítal variace návrhů potisků.

ZÁVĚR

V první kapitole jsem se hlavně poučil o historii kávy, existenci kávových vln, předních osobností a pražírén české a světové kavárenské scény výběrové kávy. Některé přední osobnosti jsem začal sledovat na sociálních sítích a díky radám, které zmiňovali, jsem se rozhodl koupit si V60, Aeropress a novou konvici, se kterými jsem se naučil připravovat lepší kávu.

V druhé kapitole jsem rozebral, co gastro festival je, a vypracoval jsem si rešerši převážně kávových festivalů, a to jak domácích, tak i světových. Hlavním poznatkem z rešerše je obecně lepší zpracování vizuálních identit festivalů s výběrovou kávou, kdy je důsledkem užší spolupráce pražírén s designery.

V praktické části jsem zmapoval proces tvorby vizuální identity pro první ročník Zlin Coffee Festivalu. Koncept jsem postavil na hravých symbolech stylizovaných kávových zrněk a kávových příslušenství spolu s humornými claimy. Vytvořil jsem manuál vizuální identity, který definuje jak identita funguje a ukazuje návrhy propagačních materiálů.

Hlavní věc, kterou jsem si odnesl z práce na tomto projektu, bylo pochopení mé mysli a sebereflexe po čas koronavirové krize. Objevil jsem pravé priority ve svém životě a tím je rodina a přátelé. Díky karanténě jsem zjistil, že jsou hlavním pohonem mé kreativity a štěstí. Myslím si, že nejobtížnější částí této bakalářské práce byla pro mě teoretická část, a to z důvodu toho, že psaní není moje silná stránka. Další věc, na které bych měl zpracovat je time management, protože kdybych si rozvrhl svůj čas lépe, mohla být bakalářská práce více rozpracována. Každopádně to byla velká zkušenost a doufám, že se brzy zase začne plánování festivalu příští rok.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

DAVIES VESELÁ, Petra. Velká kniha o kávě. První vydání. Praha: Smart Press, 2018 ISBN 978-80-88244-05-9

GERŽA, Jakub. Co je to První, Druhá a Třetí kávová vlna? Lázeňská káva [online]. Luhačovice: Lázeňská káva, 2017 [cit. 2020-07-31]. Dostupné z: <https://www.lazenskakava.cz/co-je-to-prvni-druha-a-treti-kavova-vlna/>

ORSÁGOVÁ, Nelly. Vizuální identita pražirny Coffee Culture. Zlín: Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, 2017, 117 s. Dostupné také z: <http://hdl.handle.net/10563/43607>. Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně. Fakulta multimediálních komunikací, Ateliér Grafický design. Vedoucí práce Dosoudilová, Jana.

COFFEE KIND, ©2013. The Three Waves of Coffee: Genesis of the term. [online]. Charleston, August 19, 2013 [cit. 2020-07-31]. Dostupné z: <https://coffeekind.com/blogs/the-reading-room/the-three-waves-of-coffee>

BRICE, Jessica. Countries That Consume The Most Coffee 2020. University Magazine [online]. Windsor: University Magazine, 2020 [cit. 2020-07-31]. Dostupné z: <https://www.universitymagazine.ca/countries-that-consume-the-most-coffee-2020/>

PÖSSL, Martin. Velká kniha o kávě. První vydání. Praha: Grada, 2009 ISBN 978-80-247-2822-3

RAO, Scott. Scott Rao. Scott Rao [online]. Sydney: Scott Rao, 2020 [cit. 2020-07-31]. Dostupné z: <https://www.scottrao.com/about>

PERGER, Matt. I'm Matt Perger. Barista Hustle [online]. Melbourne: Proper Ventures, 2020 [cit. 2020-07-31]. Dostupné z: <https://www.baristahustle.com/matt-perger/>

HOFFMANN, James. About James Hoffmann. James Hoffmann [online]. Londýn: Squarespace, 2020 [cit. 2020-07-31]. Dostupné z: <https://www.jameshoffmann.co.uk/>

BACA, Chris. About. Chris Baca [online]. Santa Cruz: Chris Baca, 2020 [cit. 2020-07-31]. Dostupné z: <https://realchrisbaca.com/about>

Story about. Sasa Sestic [online]. Fyshwick: Sasa Sestic, 2020 [cit. 2020-07-31]. Dostupné z: <http://sasasestic.com.au/about/>

CLELAND, Michael. Maxwell Colonna Dashwood — Colonna Coffee. Assembly Coffee [online]. Londýn: Assembly Coffee, 2016 [cit. 2020-07-31]. Dostupné z: <https://assemblycoffee.co.uk/blogs/insights/maxwell-colonna-dashwood-colonna-coffee>

BRADSHAW, Oliver. Oliver Bradshaw [online]. Mountain View: Minor Figures, 2020 [cit. 2020-07-31]. Dostupné z: <https://www.linkedin.com/in/oliver-bradshaw-52317a114/>

Aleš Pospíšil: „V kavárnách člověk může pochytit atmosféru, získat zázemí a potkat lidi” (1. část). Travel Bible [online]. Praha: Travellers, 2016 [cit. 2020-07-31]. Dostupné z: <https://travelbible.cz/ales-pospisl-1/>

Aleš Pospíšil: Jak funguje European Coffee Trip? (2. část rozhovoru). Travel Bible [online]. Praha: Travellers, 2016 [cit. 2020-07-31]. Dostupné z: <https://travelbible.cz/ales-pospisl-2/>

HEJLÍK, Lukáš. 365 Gastromapa Lukáše Hejlíka. První vydání. Praha: Došel karamel, 2019 ISBN: 978-80-906969-6-8

KADLECOVÁ, Kateřina. Barista a kavárník Jaroslav Tuček: S instantní kávou mě neprovokujte! Reflex [online]. Praha: CZECH NEWS CENTER, 2015 [cit. 2020-07-31]. Dostupné z: <https://www.reflex.cz/clanek/rozhovory/65651/barista-a-kavarnik-jaroslav-tucek-s-instantni-kavou-me-neprovokujte.html>

ELŠÍKOVÁ, Klára. Chcete si otevřít kavárnu? Šéf Doubleshotu vám radí, co musíte vědět. Forbes [online]. Praha: MediaRey, 2019 [cit. 2020-07-31]. Dostupné z: <https://www.forbes.cz/chcete-si-otevrit-kavarnu-tohle-byste-meli-vedet-podle-zakladatele-doubleshotu/>

O nás. Candycane coffee [online]. Praha: Candycane coffee, 2020 [cit. 2020-07-31]. Dostupné z: <https://www.candycane.coffee/o-nas/>

Kávové kurzy. Kávové kurzy [online]. Jílové u Prahy: Davies Veselá, 2020 [cit. 2020-07-31]. Dostupné z: <https://www.kavovekurzy.cz/>

O kavárně Kafec. Kafec [online]. Brno: Kafec, 2020 [cit. 2020-07-31]. Dostupné z: <https://www.kafec.cz/o-kavarnе-kafec>

BINDER, Shawn. Talormade Serves A Fresh Pot Of Girl Power. The Dieline [online]. Los Angeles: Dieline Media, 2020 [cit. 2020-07-31]. Dostupné z: <https://thedieline.com/blog/2020/3/24/talormade-serves-a-fresh-pot-of-girl-power?>

NAKLÁDALOVÁ, Tereza. Vybrali jsme 5 pražírén, které oslní výtečnou kávou i povedeným vizuálním stylem. CZECHDESIGN [online]. Praha: CZECHDESIGN, 2020 [cit. 2020-07-31]. Dostupné z: <https://www.czechdesign.cz/temata-a-rubriky/vybrali-jsme-5-praziren-ktere-oslni-vytecnou-kavou-i-povedenym-vizualnim-stylem>

ROKOSOVÁ, Klára. Obaly na kávu, které se povedly. Sází na stylizované ilustrace nebo vybízí k opětovnému použití. CZECHDESIGN [online]. Praha: CZECHDESIGN, 2020 [cit. 2020-07-31]. Dostupné z: <https://www.czechdesign.cz/temata-a-rubriky/obaly-na-kavu-ktere-se-povedly-sazi-na-stylizovane-ilustrace-nebo-vybizi-k-opetovnemu-pouziti>

History of the food festival. Food Festival Finder [online]. Bristol: Food Festival Finder, 2017 [cit. 2020-07-31]. Dostupné z: <https://www.foodfestivalfinder.co.uk/blogs/201701/history-food-festival>

Dožínky. In: Wikipedia: the free encyclopedia [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2020 [cit. 2020-08-01]. Dostupné z: <https://cs.wikipedia.org/wiki/Do%C5%BE%C3%ADnky>

Posvícení. In: Wikipedia: the free encyclopedia [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2020 [cit. 2020-08-01]. Dostupné z: <https://cs.wikipedia.org/wiki/Posv%C3%ADcen%C3%AD>

Kávafest. Kávafest [online]. Zlín: Kávafest, 2020 [cit. 2020-07-31]. Dostupné z: <http://www.kavafest.cz/>

LÖRINCZ, Jan. Barista roku 2019 – Pragovka. JanaJan [online]. Nedašov: Lörinč, 2019 [cit. 2020-07-31]. Dostupné z: <http://janajan.cz/barista-cup/>

BARISTA CUP 2019 PRAGOVKA. Facebook [online]. Menlo Park: Facebook, 2019 [cit. 2020-07-31]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/stojkovstudio/photos/a.1646370462271850/2233386773570213/>

Děkujeme všem, co se podíleli na vizuální podobě Prague Coffee Festivalu 2015!. Facebook [online]. Menlo Park: Prague Coffee Festival, 2015 [cit. 2020-07-31]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/PragueCoffeeFestival/photos/a.317175035048292/834783103287480/>

Týden kávy slaví 10 let a mění se na Káva Spojuje. Káva Spojuje [online]. Brno: Káva Spojuje, 2020 [cit. 2020-07-31]. Dostupné z: <https://kavaspojuje.cz/tyden-kavy-slavi-10-let-a-meni-se-na-kava-spojuje/>

Pálavské vinobraní. superlative.works [online]. Praha: superlative.works, 2018 [cit. 2020-07-31]. Dostupné z: <https://superlative.works/cs/palavske-vinobrani/>

Manifesto Market Smíchov. Archiweb [online]. Brno: Archiweb, 2019 [cit. 2020-07-31]. Dostupné z: <https://www.archiweb.cz/b/manifesto-market-smichov>

Vnitroblok. Prázdné domy [online]. Letohrad: Prázdné domy, 2020 [cit. 2020-08-01]. Dostupné z: <https://prazdnedomy.cz/domy/objekty/detail/5561-vnitroblok>

PRÁŠILOVÁ, Nikola. Zdravý punk ve Vnitrobloku. CZECHDESIGN [online]. Praha: CZECHDESIGN, 2020 [cit. 2020-08-01]. Dostupné z: <https://www.czechdesign.cz/temata-a-rubriky/zdravy-punk-ve-vnitrobloku>

Industra [online] Brno: Industra, 2020 [cit. 2020-08-01]. Dostupné z: <https://www.industra.space/>

Wave Coffee Conference [online] Brno: Industra, 2020 [cit. 2020-08-01]. Dostupné z: <https://www.industracoffee.cz/konference/>

INDUSTRA Food Fest 2016, Facebook [online]. Menlo Park: Facebook, 2019 [cit. 2020-07-31]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/neonstudiobrno/videos/2409709082650772/>

CREIGHTON, David. 20 great traditional festivals in Europe. The Guardian [online]. Londýn: Guardian News, 2018 [cit. 2020-07-31]. Dostupné z: <https://www.theguardian.com/travel/2018/jun/02/20-great-traditional-festivals-europe-france-spain-greece-sweden>

World Aeropress Championship [online]. Melbourne: Bureaux Collective, 2020 [cit. 2020-08-01]. Dostupné z: <https://aero.press/pages/about>

100 Beste Plakate [online]. Berlín: 100 Beste Plakate, 2020 [cit. 2020-08-01]. Dostupné z: <https://100-beste-plakate.de/>

DUNN, Gabriel. 8 Super Danke Moments From The Berlin Coffee Festival. Sprudge [online]. Portland: Sprudge, 2016 [cit. 2020-07-31]. Dostupné z: <https://sprudge.com/8-super-danke-moments-berlin-coffee-festival-107904.html>

Melbourne World Coffee Championships 2020 [online]. Melbourne: Specialty Coffee Association, 2020 [cit. 2020-08-01]. Dostupné z: <https://melbourne.wcc.coffee/>

Restaurant day [online]. Ivančice: O děti postaráno, 2020 [cit. 2020-07-31]. Dostupné z: <https://restaurantday.cz/>

Coffee Masters [online]. Londýn: Allegra Events, 2020 [cit. 2020-08-01]. Dostupné z: <https://coffeemasters.org/>

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obr. 1 / Plechovky káv z dob první kávové vlny. In: Bristol Nicaragua [online]. Zlín: Bristol Nicaragua, 2016 [cit. 2020-07-31]. Dostupné z: <https://www.bristolnicaragua.com/what-the-heck-is-third-wave-coffee>

Obr. 2 / Reklama na Nescafé. In: We The Italians [online]. Řím: We The Italians, 2015 [cit. 2020-07-31]. Dostupné z: <https://www.wetheitalians.com/>

Obr. 3 / Vincent Marotta s překapávačem kávy [online]. Chandler: Craft Beverage Jobs, 2016 [cit. 2020-07-31]. Dostupné z: <https://www.craftbeveragejobs.com/the-history-of-first-second-and-third-wave-coffee-22315/>

Obr. 4 / Zakladatelé Starbucks: Baldwin, Siegl, Bowker [online]. Chandler: Craft Beverage Jobs, 2016 [cit. 2020-07-31]. Dostupné z: <https://www.craftbeveragejobs.com/the-history-of-first-second-and-third-wave-coffee-22315/>

Obr. 5 / Starbucks Frappuccino. In: Twitter [online]. San Francisco: Eight Ounce Coffee, 2020 [cit. 2020-07-31]. Dostupné z: <https://twitter.com/frappuccino>

Obr. 6 / Česká kavárna třetí vlny EMA Espresso bar v Praze. In: EMA Espresso bar [online]. Praha: Alf & Bet, 2020 [cit. 2020-07-31]. Dostupné z: <https://www.emaespressobar.cz/>

Obr. 7 / James Hoffmann připravující V60. In: Youtube [online]. Mountain View: Google, 2019 [cit. 2020-07-31]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=AI4ynXzkSQo>

Obr. 8 / Vlajková kavárna Stumptown Coffee Roasters v Portlandu. In: Facebook [online]. Menlo Park: Facebook, 2020 [cit. 2020-07-31]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/stumptowncoffee/>

Obr. 9 / Pobočka Blue Bottle ve Světovém obchodním centru v New Yorku. In: Architectural Record [online]. Troy: BNP Media, 2019 [cit. 2020-07-31]. Dostupné z: <https://www.architecturalrecord.com/articles/14105-blue-bottle-coffee-by-bohlin-cywinski-jackson>

Obr. 10 / Logo SCA. In: Specialty Coffee Association [online]. Bicknacre: Specialty Coffee Association, 2020 [cit. 2020-07-31]. Dostupné z: <https://sca.coffee/>

Obr. 11 / Scott Rao. In: Scott Rao [online]. Sydney: Scott Rao, 2020 [cit. 2020-07-31] Dostupné z: <https://www.scottrao.com/about>

Obr. 12 / Matt Perger. In: Sprudge [online]. Portland: Sprudge, 2014 [cit. 2020-07-31]. Dostupné z: <https://sprudge.com/world-coffee-in-good-spirits-matt-perger-56455.html>

Obr. 13 / James Hoffmann. In: Youtube [online]. Mountain View: Youtube, 2020 [cit. 2020-07-31]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/channel/UCMb0O2CdPBNI-QqPk5T3gsQ>

Obr. 14 / Chris Baca. In: The Little Black Coffee Cup [online]. Toronto: The Little Black Coffee Cup, 2018 [cit. 2020-07-31]. Dostupné z: <https://www.thelittleblackcoffeecup.com/trust/chrisbaca>

Obr. 15 / Sasa Sestic. In: The Daily Telegraph [online]. Surry Hills: The Daily Telegraph, 2016 [cit. 2020-07-31].

Dostupné z: <https://www.dailytelegraph.com.au/lifestyle/food/sydney-taste/this-former-olympic-handball-champion-is-now-on-a-quest-for-the-perfect-coffee-bean/news-story/f554613f0b922154dc87a938066c495a>

Obr. 16 / Maxwell Colonna-Dashwood. In: Sprudge [online]. Portland: Sprudge, 2015 [cit. 2020-07-31]. Dostupné z: <https://sprudge.com/englands-most-decorated-coffee-champion-is-now-roasting-81936.html>

Obr. 17 / Oli Bradshaw. In: Instagram [online]. Menlo Park: Facebook, 2016 [cit. 2020-07-31]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/p/BDOIgreH9cY/>

Obr. 18 / Lukáš Hejlík. In: Facebook [online]. Menlo Park: Facebook, 2016 [cit. 2020-07-31]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/gastromapalh/>

Obr. 19 / European Coffee Trip. In: ZVUT [online]. Brno: Vysoké učení technické v Brně, 2017 [cit. 2020-07-31]. Dostupné z: https://zvut.cz/tema/tema-f38144/kava-ma-byt-prijemny-zazitek-mleko-ci-cukr-nevadi-rika-ales-pospasil-z-european-coffee-trip-d150644?aid_redir=1

Obr. 20 / Jaroslav Tuček. In: Reflex [online]. Praha: CZECH NEWS CENTER, 2015 [cit. 2020-07-31]. Dostupné z: <https://www.reflex.cz/clanek/rozhovory/65651/barista-a-kavarnik-jaroslav-tucek-s-instantni-kavou-me-neprovo-kujte.html>

Obr. 21 / Jaroslav Slamečka. In: Candycane coffee [online]. Praha: Candycane coffee, 2020 [cit. 2020-07-31]. Dostupné z: <https://www.candycane.coffee/o-nas/>

Obr. 22 / Petra Davies Veselá. In: Facebook [online]. Menlo Park: Facebook, 2016 [cit. 2020-07-31]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/KavoveKurzy/photos/a.549216258548245/1403393433130519/>

Obr. 23 / Gwilim Davies. In: Facebook [online]. Menlo Park: Facebook, 2016 [cit. 2020-07-31]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/KavoveKurzy/>

Obr. 24 / Tomáš Konečný. In: Kafec [online]. Brno: Kafec, 2020 [cit. 2020-07-31]. Dostupné z: <https://www.kafec.cz/co-je-to-vyberova-kava-a-proc-bez-ni-nejde-zit>

Obr. 25 / Petra Střelecká. Industra [online] Brno: Industra, 2020 [cit. 2020-08-01]. Dostupné z: <https://www.industracoffee.cz/o-industre>

Obr. 26 / Kavárna FUKU. In: Petite Passport [online]. Amsterdam: Egge, 2019 [cit. 2020-07-31]. Dostupné z: <https://petitepassport.com/2019/02/friedhats-fuku-cafe-amsterdam/>

Obr. 27 / Obaly Friedhats. In: Twitter [online]. San Francisco: Twitter, 2018 [cit. 2020-07-31]. Dostupné z: https://twitter.com/8oz_coffee/status/1010223023218020352

Obr. 28 / Obaly produktů Minor Figures. In: LinkedIn [online]. Mountain View: Microsoft, 2020 [cit. 2020-07-31]. Dostupné z: <https://www.linkedin.com/company/minor-figures/>

Obr. 29 / Obaly pražírny MOK. In: Behance [online]. New York: Adobe, 2016 [cit. 2020-07-31]. Dostupné z: <https://www.behance.net/gallery/36425661/MOK-Visual-Identity>

Obr. 30/ Obaly pražírny MOK. In: Instagram [online]. Menlo Park: Facebook, 2020 [cit. 2020-07-31]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/p/CCGEgxAgVLh/>

Obr. 31-33 / Vizuální identita pražírny Little Wolf. In: Brand New [online]. Bloomington: Vit, 2017 [cit. 2020-07-31]. Dostupné z: https://www.underconsideration.com/brandnew/archives/new_logo_and_identity_for_little_wolf_by_perky_bros.php

Obr. 34-36 / Vizulní identita Talormade. In: Instagram [online]. Menlo Park: Facebook, 2020 [cit. 2020-07-31]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/talormade/>

Obr. 37/ Nové obaly Round Hill. In: Instagram [online]. Menlo Park: Facebook, 2020 [cit. 2020-07-31]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/thespace.coffee/>

Obr. 38/ Řada Monsieur Claude. In: Instagram [online]. Menlo Park: Facebook, 2020 [cit. 2020-07-31]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/thespace.coffee/>

Obr. 39-41/ Obaly pražírny the space. In: Instagram [online]. Menlo Park: Facebook, 2020 [cit. 2020-07-31]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/thespace.coffee/>

Obr. 42 / Obaly pražírny Alf & Bet. In: CZECHDESIGN [online]. Praha: Fuksa, 2019 [cit. 2020-07-31]. Dostupné z: <https://www.czechdesign.cz/temata-a-rubriky/obaly-na-kavu-ktere-se-povedly-sazi-na-stylizovane-ilustrace-nebo-vybizi-k-opetovnemu-pouziti>

Obr. 43-44 / Obal pražírny Coffee Culture. In: CZECHDESIGN [online]. Praha: Orságová, 2019 [cit. 2020-07-31]. Dostupné z: <https://www.czechdesign.cz/temata-a-rubriky/obaly-na-kavu-ktere-se-povedly-sazi-na-stylizovane-ilustrace-nebo-vybizi-k-opetovnemu-pouziti>

Obr. 45 / Obal pražírny Father's Coffee Roastery. In: CZECHDESIGN [online]. Praha: Father's Coffee Roastery, 2019 [cit. 2020-07-31]. Dostupné z: <https://www.czechdesign.cz/temata-a-rubriky/obaly-na-kavu-ktere-se-povedly-sazi-na-stylizovane-ilustrace-nebo-vybizi-k-opetovnemu-pouziti>

Obr. 46 / Obal BCC od ArtBureau. In: Instagram [online]. Menlo Park: Facebook, 2020 [cit. 2020-07-31]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/p/BaHzVMWHq0u/>

Obr. 47 / Můj návrh BCC pro Zlínskou radnici, archiv autora

Obr. 48 / Obaly Original Coffee. In: CZECHDESIGN [online]. Praha: Original Coffee, 2018 [cit. 2020-07-31]. Dostupné z: <https://www.czechdesign.cz/temata-a-rubriky/vybrali-jsme-5-praziren-ktere-oslni-vytecnu-kavou-i-povedenym-vizualnim-stylem>

Obr. 49 / Dožínky od Wierusz-Kowalského. In: Wikipedia: the free encyclopedia [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2020 [cit. 2020-08-01]. Dostupné z: https://cs.m.wikipedia.org/wiki/Soubor:Wierusz-Kowalski_Do%C5%BCynki_1910.jpg

Obr. 50 / Pálavské vinobraní. In: KAM po Česku [online]. Praha: KAM po Česku, 2015 [cit. 2020-08-01]. <https://www.kampocesku.cz/clanek/17922/palavske-vinobrani>

Obr. 51 / Kávafest. In: Kávafest [online]. Zlín: Kávafest, 2019 [cit. 2020-07-31]. Dostupné z: <http://www.kavafest.cz/o-festivalu/384-kavafest-2>

Obr. 52 / Plakát Prague Coffee Festivalu 2019. In: Gastro House [online]. Praha: HOUSE Media Group, 2019 [cit. 2020-07-31]. Dostupné z: <https://www.gastrohouse.cz/praha-jiz-po-osme-laka-milovniky-kavy-na-prague-coffee-festival>

Obr. 53 / Pražská Tržnice. In: Facebook [online]. Menlo Park: Facebook, 2020 [cit. 2020-07-31]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/PragueCoffeeFestival/photos/a.2363478560417919/2363494617082980>

Obr. 54 / Stánek pražírny Candycane. In: Facebook [online]. Menlo Park: Facebook, 2020 [cit. 2020-07-31]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/PragueCoffeeFestival/photos/a.2363478560417919/2363495463749562>

Obr. 55 / Logo festivalu Týden kávy/Káva Spojuje. In: Káva Spojuje [online]. Brno: Káva Spojuje, 2020 [cit. 2020-07-31]. Dostupné z: <https://kavaspojuje.cz/tyden-kavy-slavi-10-let-a-meni-se-na-kava-spojuje/>

Obr. 56 / The Filter. In: Facebook [online]. Menlo Park: Facebook, 2020 [cit. 2020-08-01]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/events/2377962415642073/>

Obr. 57 / Logo Barista roku 2018. In: Facebook [online]. Menlo Park: Facebook, 2018 [cit. 2020-08-01]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/baristaroku/photos/a.1539662429624344/2043673019223280>

Obr. 58 / Plakát Barista roku 2019. In: Facebook [online]. Menlo Park: Facebook, 2019 [cit. 2020-08-01]. <https://www.facebook.com/stojkovstudio/photos/a.1646370462271850/2233386773570213/>

Obr. 59 / Soutěž Barista roku 2019. In: Artbars.com [online]. Praha: ArtBars, 2019 [cit. 2020-07-31]. Dostupné z: <https://www.atbars.com/2019/02/24/kdo-je-nejlepsim-baristou-roku-2019/>

Obr. 60-62 / Vizuální identita Pálavského vinobraní. In: superlative.works [online]. Praha: superlative.works, 2018 [cit. 2020-07-31]. Dostupné z: <https://superlative.works/cs/palavske-vinobrani/>

Obr. 63-65 / Vizuální identita Manifesto marketu. In: This Is Martins [online]. Praha: This Is Martins, 2020 [cit. 2020-08-01]. Dostupné z: <http://thisismartins.com/#branding-manifesto/>

Obr. 66 / Logo Vnitrobloku. In: CZECHDESIGN [online]. Praha: CZECHDESIGN, 2020 [cit. 2020-08-01]. Dostupné z: <https://www.czechdesign.cz/temata-a-rubriky/zdravy-punk-ve-vnitrobloku>

Obr. 67 / Logo Industry. In: Facebook [online]. Menlo Park: Facebook, 2020 [cit. 2020-08-01]. <https://www.facebook.com/Industrabrno/photos/a.115214108648788/1361999207303599/>

Obr. 68-69 / Wave Coffee Conference 2018. Facebook [online]. Menlo Park: Facebook, 2019 [cit. 2020-07-31]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/events/1098349466981903/>

Obr. 70 / Industra Food Fest 2015. In: Facebook [online]. Menlo Park: Facebook, 2019 [cit. 2020-07-31]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/neonstudiobrno/videos/2409709082650772/>

Obr. 71 / Mezinárodní šampionát v Melbourne 2020. In: Melbourne World Coffee Championships 2020 [online]. Melbourne: Specialty Coffee Association, 2020 [cit. 2020-08-01]. Dostupné z: <https://melbourne.wcc.coffee/>

Obr. 72 / Logo World Aeropress Championship. In: World Aeropress Championship [online]. Melbourne: Bureaux Collective, 2020 [cit. 2020-08-01]. Dostupné z: <https://aero.press/pages/about>

Obr. 73 / Maskot World AeroPress Championship. In: World Aeropress Championship [online]. Melbourne: Bureaux Collective, 2020 [cit. 2020-08-01]. Dostupné z: <https://aero.press/products/aeropress-plungie-edition>

Obr. 74 / Plakát Berlin Coffee Festivalu. In: Daniel Wiesmann [online]. Berlin: Daniel Wiesmann, 2019 [cit. 2020-07-31]. Dostupné z: http://www.danielwiesmann.de/plakat_berlin_coffee_festival_2017-2?lang=en

Obr. 75 / Berlin Coffee Festival. In: Sprudge [online]. Portland: Sprudge, 2016 [cit. 2020-07-31]. Dostupné z: <https://sprudge.com/8-super-danke-moments-berlin-coffee-festival-107904.html>

Obr. 76 / Logo londýnského festivalu. In: Sprudge [online]. Portland: Sprudge, 2016 [cit. 2020-07-31]. Dostupné z: <https://sprudge.com/8-super-danke-moments-berlin-coffee-festival-107904.html>

Obr. 77 / Milan Coffee Festival. In: Sprudge [online]. Portland: Sprudge, 2018 [cit. 2020-07-31]. Dostupné z: <https://sprudge.com/the-very-best-of-the-2018-milan-coffee-festival-138779.html>

Obr. 78 / Loga Coffee Masters. In: Béhance [online]. New York: Adobe, 2015 [cit. 2020-07-31]. Dostupné z: <https://www.behance.net/gallery/25927799/The-London-Coffee-Festival-2015-COFFEE-MASTERS>

Obr. 79 / Logo Restaurant day. In: Restaurant day [online]. Ivančice: O děti postaráno, 2020 [cit. 2020-07-31]. Dostupné z: <https://restaurantday.cz/>

Obr. 80 / První skici, archiv autora

Obr. 81 / První digitální návrhy, archiv autora

Obr. 82 / První verze současného konceptu, archiv autora

Obr. 83 / Claimy, archiv autora

Obr. 84 / Vývoj stylizace kávového zrnka, archiv autora

Obr. 85 / Ikonografický systém, archiv autora

Obr. 86 / Logo Zlin Coffee Days, archiv autora

Obr. 87 / Font FK Screamer, ©Květoslav Bartoš

Obr. 88 / Font Rubik, ©Hubert and Fischer

Obr. 89-90 / Manuál vizuální identity, archiv autora

Obr. 91 / Plakáty, archiv autora

Obr. 92 / Billboard, archiv autora

Obr. 93 / Merch, archiv autora

Obr. 94 / Stánek, archiv autora

Obr. 95 / Kelímek, archiv autora

Obr. 96 / Aeropress, archiv autora

Obr. 97 / Nitro coffee, archiv autora

Obr. 98 / Jmenovka, archiv autora

Obr. 99 / Kávové obaly, archiv autora

Obr. 100 / Příspěvky na sociální síť, archiv autora

Obr. 101 / Web, archiv autora

Obr. 102 / Cvakačka, archiv autora