

Západočeská univerzita v Plzni
Fakulta designu a umění Ladislava Sutnara

Diplomová práce

GRAFICKÉ ŘEŠENÍ PRODUKTU

Obalový design kávy

Gabriela Pešková

Plzeň 2016

Západočeská univerzita v Plzni

Fakulta designu a umění Ladislava Sutnara

Katedra výtvarného umění

Studijní program Design

Studijní obor Ilustrace a grafický design

Specializace Grafický design

Diplomová práce

GRAFICKÉ ŘEŠENÍ PRODUKTU

Obalový design kávy

Gabriela Pešková

Vedoucí práce: Doc. MgA. Kristýna Fišerová
Katedra výtvarného umění
Fakulta designu a umění Ladislava Sutnara
Západočeské univerzity v Plzni

Plzeň 2016

Prohlašuji, že jsem práci zpracoval(a) samostatně a použil(a) jen
uvedených pramenů a literatury.

Plzeň, duben 2016

.....

podpis autora

OBSAH

1	MÉ DOSAVADNÍ DÍLO V KONTEXTU SPECIALIZACE.....	1
2	TÉMA A DŮVOD JEHO VOLBY.....	3
3	CÍL PRÁCE.....	4
4	PROCES PŘÍPRAVY.....	5
	a) Výběr produktu.....	5
	b) Původ kávy.....	6
	c) Druhy kávy.....	7
5	PROCES TVORBY.....	8
	a) Název.....	8
	b) Vzory.....	9
	c) Výběr materiálů.....	10
	d) Rozšíření balení.....	11
	e) Rituál.....	12
6	TECHNOLOGICKÁ SPECIFIKA.....	13
	a) Digitální specifika.....	13
	b) Fyzické materiály.....	13
7	POPIS DÍLA.....	15
	a) Balení.....	15
	b) Logo a aplikace.....	16

	c) Další součásti práce.....	17
8	PŘÍNOS PRÁCE PRO DANÝ OBOR.....	19
9	SILNÉ STRÁNKY.....	20
10	SLABÉ STRÁNKY.....	21
11	SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ.....	22
	a) Knižní a periodická literatura.....	22
	b) Internetové zdroje.....	23
12	RESUMÉ.....	24
13	SEZNAM PŘÍLOH.....	25

1.MÉ DOSAVADNÍ DÍLO V KONTEXTU SPECIALIZACE

Na této škole studuji již celých šest let. Začínala jsem zde jako student specializace Multimédia, ovšem po dostudování bakalářského studia jsem v tomto oboru pokračovat nechtěla. Vždy jsem se zajímala o fotografii, počítačovou grafiku a následně i grafický design, ovšem přání studovat ho, se mi splnilo až s úspěšným přijetím na magisterské studium.

Jelikož jsem na rozdíl od většiny spolužáků nestudovala umění ani design na střední škole, cítila jsem v začátcích, že toho mám spoustu co dohánět. V oblasti grafického designu jsem si jistá příliš nebyla a dělala jsem tak pouze menší práce a zakázky. Z těch významnějších mohu jmenovat například návrhy grafických designů s tematikou seriálů na trička pro internetový obchod Tričkárna. Dále jsem krátce vypomáhala v grafickém studiu Strategy marketing & média se sídlem v Kladně. V této firmě jsem také získala první zkušenosti s tvorbou jednotného vizuálu pro malý podnik se zaměřením na občerstvení. Jednou z dosud největších zakázek byla výroba katalogu sklenic na víno a jejich nafocení pro firmu Gastro Glass. Zde jsem získala první větší zkušenosti s tvorbou katalogu i vyšším nákladem. Velká část katalogů poté putovala i do Velké Británie. Také jsem dodávala grafiku na jejich internetové stránky a nebo reklamní bannery.

Za poslední tři roky jsem se toho hodně naučila a v takovém rozsahu, v jakém by se mi v případě samostudia nemohlo podařit. Stále mám toho spoustu co učit a tento proces nikdy neskončí. Ovšem díky vedení pana Ing. Arch. Zdeňka Zieglera a paní doc. MgA. Kristýně Fišerové cítím, že jsem ušla dlouhou cestu a jsem si v základech mnohem jistější, než jsem byla na začátku.

Mimo jiné jsem zjistila, že grafický design není jen o tom, kdo to lépe umí s programem v počítači, ale často i o šikovnosti, ruční práci, materiálu, na který aplikujeme a v nemalé míře o zcela novém smýšlení.

2. TÉMA A DŮVOD JEHO VOLBY

Téma mé diplomové práce je Grafické řešení produktu. Toto téma jsem si vybrala, protože jsem sama ještě neměla příležitost vytvořit ucelený vizuál pro konkrétní produkt nebo produkty. Chtěla jsem si ho zkusit vytvořit a zjistit tak, co vše to opravdu obnáší, abych byla připravena na podobné téma do budoucna v praxi. Láká mě obalový design a chtěla jsem si vyzkoušet nejen grafickou část, ale i přípravu tiskových dat pro aplikaci na různé materiály a produkty.

Již od počátku jsem uvažovala nad tématem v oboru potravin nebo občerstvení. Vždy mě lákalo vytvořit designy na obaly v tomto oboru. Samotnou mě vždy potěší, když vidím potraviny v designově krásném obalu. Znamená to totiž, že výrobce také myslí na to, jak svůj výrobek prezentovat a takové obaly vždy vyniknou. Začala jsem tak uvažovat, který produkt by se nejvíce hodil pro účely mé diplomové práce. Hledala jsem produkt, ke kterému bych měla kladný vztah a sama ho často používala nebo konzumovala. Aby měl potenciál k různým aplikacím mého designu a aby mě práce s ním na diplomové práci bavila. Uvažovala jsem ale také například o kosmetických přípravcích nebo o designu obalů pro hygienické přípravky.

Nakonec mé rozhodnutí padlo na kávu, kterou piji pravidelně a dokáže mě vždy povzbudit, kdy je potřeba. Kávu беру také jako gurmánský požitek a ochutnávání odlišných druhů káv z různých koutů světa mi není cizí. Věděla jsem, že káva semnou bude i u tvorby mé diplomové práce, tak proč se rovnou nezaměřit na ni?

3. CÍL PRÁCE

Cílem mé diplomové práce je vytvořit vizuálně ucelené obaly na kávu a další doplňující produkty. Chci vytvořit jednoduchý, ale přitom snadno zapamatovatelný design kávy, který bude alespoň podprahově odkazovat na své kořeny, ale přitom bude stále působit čistě a moderně. Chci svůj design také propojit s materiály, na který je aplikovaný a dát tak najevo, že není důležité jen digitálně vytvořit design, ale také vědět, na co ho aplikujeme. Proto jsem zvolila pro svou práci ekologicky šetrné materiály.

Když se zeptám někoho, odkud si myslí, že je káva, absolutní většina lidí mi jako odpověď vyjmenuje Saudskou Arábii nebo Brazílii. Jen málokdo si vzpomene na zemi v západní části Afriky - Etiopii. Proto chci také svou práci upozornit na tuto pravlast kávy.

Na této diplomové práci jsem si stanovila také tak trochu osobní cíle. Chtěla jsem získat nové zkušenosti tvorbou produktového vizuálu, který jsem v takovém rozsahu ještě neměla šanci udělat a získat zkušenosti s realizací svého návrhu a se vším, co to obnáší.

4. PROCES PŘÍPRAVY

a) Výběr produktu

Dlouho jsem uvažovala, který konkrétní produkt vybrat, na kterém bych založila svou diplomovou práci. Snažila jsem se vybrat produkt, který je mi blízký, ke kterému mám kladný vztah a jeho grafické řešení mě bude bavit. Mimo kávy jsem tak uvažovala ještě například nad vínem či kosmetikou. Nakonec zvítězilo téma kávy, kterou piji každý den a dokáže mě povzbudit do každého nového dne.

Poté, co jsem se finálně rozhodla pro téma kávy, jsem začala se skicováním a návrhy prvních logotypů. V průběhu tvorby jsem také prohlížela inspirační zdroje na internetu a vyhledávala zajímavé kavárenské podniky i v Praze, které jsem mohla osobně navštívit a prohlédnout si jejich vizuální pojetí a produkty.

Od začátku jsem se snažila logo propojit s kavárenskou a kávovou tematikou. Možná až příliš. Snažila jsem se o vytvoření symbolu, který by zastupoval celou značku a který bych mohla použít na většině produktových aplikací. Vypsala jsem si i seznam možných názvů pro mou značku a vždy se pokusila některý z nich určitým způsobem znázornit. Doufala jsem, že se mi tímto způsobem vybere ten pravý, který mi sedne nejlépe a ten poté rozpracuji. Bohužel se tento způsob neukázal jako příliš efektivní a já cítila, že nejen nemám nic, co by mě osobně více zaujalo, ale ani jsem se nedokázala pro nic pevně rozhodnout.

Rozhodla jsem se tedy zapomenout na doposud vytvořené názvy i na návrhy log a začala jsem hledat něco, co by mému vizuálu dalo smysl a zodpovědělo tak otázku: „Čím by mohla být má káva výjimečná?“

Začala jsem více studovat kávu jako takovou, její proces od rostliny po sklizeň, zpracování a její finální způsoby přípravy.¹ Vyhledávala jsem si různé druhy káv, z různých plantáží a zemí a její odlišné způsoby pražení.

b) Původ kávy

Nakonec mě nejvíce zaujala káva z Etiopie. Tato země na západně Africe prakticky žije z exportu kávových zrn, přesto ovšem zastupuje pouze 3% celosvětového trhu v produkci kávy.² To se ovšem již možná pomalu mění, díky uzavření smlouvy s globálním kavárenským řetězcem Starbucks. V Etiopii se také ne nadarmo říká kávě „černé zlato“.³

Zaujala mě také historie kávy, která mě opět zavedla do již zmíněné Etiopie. Právě tam podle nalezených zdrojů člověk poprvé objevil kávovník a význam jeho plodů. Odtud byl posléze převezen na Arabský poloostrov, kde byl kávovník nadále kultivován. Název kávy pochází z odvození názvu Etiopské provincie Kaffa, kde byl kávovník původně objeven.¹ Rozhodla jsem se tedy pominout všeobecně nejznámější místa pěstování kávy, jako například Brazílie nebo Indonésie a zaměřit se na „pravlast kávy“ – Etiopii.

¹ SVĚT KÁVY.CZ: Sklizeň a zpracování
http://www.svetkavy.cz/info_sklizen_a_zpracovani.php

² WIKIPEDIA: Coffee production in Ethiopia
https://en.wikipedia.org/wiki/Coffee_production_in_Ethiopia

³ WIKIPEDIA: Ethiopia (Exports)
<https://en.wikipedia.org/wiki/Ethiopia>

c) Druhy kávy

Začala jsem tedy o této Africké zemi zjišťovat, co se dalo. Národní barvy, vzory, jazyk a vztah domorodých lidí ke kávě. Druhy kávy, které se zde pěstují, jejich chuť a procesy zpracování. Začala jsem si pohrávat s myšlenkou vytvoření malé série obalů s více druhy kávy.

V Etiopii se káva pojmenovává podle údolí nebo regionu, ve kterém se pěstuje. Dále se mohou druhy ještě lišit následným zpracováním. Pro svou práci jsem si vybrala konkrétně kávu Sidamo, Yirgacheffe a Djimmah. Djimmah je například zajímavá tím, že se sklízí v regionu Kaffa, který je pokládán za kolébku objevení kávy a sklízí se zde převážně z divoce pěstovaných kávovníků.⁴

⁴ESPRESSO AND COFFEE GUIDE: Ethiopian Coffee
<http://www.espressocoffeeguide.com/gourmet-coffee/arabian-and-african-coffees/ethiopian-coffee/>

5. PROCES TVORBY

Na základně vybraných druhů jsem vytvořila jsem tři základní tvary (čtverec, kosočtverec a kruh), kdy měl každý znak zastupovat odlišný druh. Během procesu jsem uvažovala i nad čtvrtým tvarem a tedy čtyřmi druhy kávy, z toho jsem nakonec upustila. Jako základní barvu pro tvorbu jsem od začátku používala černou, ovšem se vznikem tří tvarů jsem si začala pohrávat i s barevností. Vyhledala jsem si barvy, které symbolizují Etiopii a pokusila se je na svou práci aplikovat. Bohužel se ukázalo, že tato barevnost není úplně nejšťastnější cestou, kterou jít a odlišné barvy by pak mohly odpoutávat pozornost od afrických kořenů. Zůstala jsem tedy u černé, která je jednou ze čtyř základních barev barevného modelu CMYK.⁵

a) Název

Během tohoto procesu vizuální tvorby jsem začala také s novým hledáním názvu pro mou značku kávy. Aby název dobře rezonoval s Etiopským původem, rozhodla jsem se ho hledat ve slovnících a učebnicích amharštiny, která je oficiálně uznávaným úředním jazykem Etiopie. Zde bylo velmi těžké najít slovník, který by měl větší databázi slov a zároveň měl slova přepsaná z amharského písma do latinského. Komplikací bylo také dále to, že většina slov se v amharštině skládá z různých kusů slov s hojným použitím apostrofů. Najít tedy slovo, které by alespoň trochu mělo nějaký význam a zároveň bylo zajímavé a krátké, byla výzva. Očividnou možností bylo přeložit slovo „káva“ do

⁵WIKIPEDIA: Black
<https://en.wikipedia.org/wiki/Black>

amharštiny – Buna.⁶ Zde jsem ovšem zjistila, že již takový název obchodu s kávou v České Republice existuje. Po delším hledání jsem se tak nakonec rozhodovala mezi dvěmi možnostmi. Slovem „YENE“, které znamená, že je něco mé, pouze moje. Další možností bylo slovo „ZARE“, ve volném překladu znamená, že se něco odehrává teď, nyní nebo dnes. Pokusila jsem se upravit oba názvy abych mohla přímo vidět, jak oba fungují či nefungují s mým konceptem. Po konzultaci jsem se nakonec rozhodla pro slovo „ZARE“ z toho důvodu, že nemá opakující se litery a působí tak zajímavěji a živěji než „YENE“.

Když jsem měla konečně jasno v názvu, začala jsem logo postupně formovat. Snažila jsem se najít font, který by mě inspiroval a mohla ho pak dále stylizovat. Cílem bylo vytvořit a upravit název tak, aby byl moderní a přitom stále odkazoval stylizací na afriku. Nakonec jsem vybrala dva fonty. Fontem Neptune jsem napsala celý název, ovšem počáteční literu „Z“ jsem vyměnila za literu z fontu Tomahack. Dále jsem v písmu provedla ještě výřezy a pokusila se ho aplikovat.

b) Vzory

Stále jsem ovšem nebyla spokojená s myšlenkou tří základních tvarů pro kávu. Chtěla jsem si udržet tři různé stylizace, které by do sebe zapadaly, ale zároveň se mi mé momentální řešení příliš nelíbilo. Vrátila jsem se tedy pro inspiraci na internet a zpátky k vyhledávání informací a obrázků z Etiopie. Všimla jsem základních vzorů, které se často opakovali na fotografiích Etiopského lidového umění nebo ošacení. Rozhodla jsem se proto zkusit vycházet z těchto vzorů a najít takové,

⁶MURSI ONLINE
<http://www.mursi.org/pdf/dictionary.pdf>

které se budou vzájemně doplňovat. Dále mě zaujala Etiopská tradice skarifikace, kdy se domorodé ženy i muži schválně řezají, aby se jim vytvořily na kůži jizvy v požadovaných vzorech. Tyto jizvy mohou znamenat u mužů například vítězství nad nepřítelem a u žen jsou považovány za smyslné a atraktivní.⁷Díky tomuto tématu jsem následně přesla na domorodé malby na tělo a zde jsem našla další vhodný vzor, který jsem potřebovala. Z počátku jsem spojila dohromady čtyři vzory, které byly umístěny v kruhu. Následně kruh zmizel, vzory se osvobodily a nejméně atraktivní vzor jsem odstranila. Zůstaly tak tři - vzor vlnek, pravidelně pokřivených čar a koleček, která jsou složená z menších plných koleček (tento poslední vzor byl inspirován právě vzory z malby na tělo). Čtverec a kosočtverec jako základní tvar zmizely a zůstala pouze kružnice, kterou jsem černě vyplnila a umístila do ní již stylizovaný název ZARE.

Vzniklo mi tak základní logo, jímž je právě logotyp ZARE umístěný v černé kružnici a tři vzory, které se následně přidají na produkty.

Nejdříve jsem je aplikovala jako nepřetržitý pravidelný vzor, který je téměř po celém výrobku. Poté jsem více ubrala a zkusila najít rovnováhu mezi čistým prostorem a silným vzorem. Vzor taky nezačíná ani nekončí ostře, ale svým způsobem se „rozpadá“ do ztracena.

c) Výběr materiálů

Během navrhování designu pro produkty jsem se začala také dívat po materiálech, které bych mohla ve své práci použít. Již dříve jsem se

⁷NATIONAL GEOGRAPHIC NEWS: Scarification: Ancient Body Art Leaving New Marks
http://news.nationalgeographic.com/news/2004/07/0728_040728_tvtabooscars_2.html

rozhodla, že papíry, kartóny a další materiály by měly být co nejvíce ekologicky šetrné nebo z recyklovaného materiálu. Absolutní většina produktů je vytvořena z papíru nebo kartónu a tak jsem si při výběrání dávala pozor i na složení. Na vybraný materiál jsem poté pomocí tiskárny v grafickém studiu aplikovala své designy.

Pro hlavní tři balení pro kávu jsem zvolila světlejší odstín hnědé. Provedla jsem zkušební tisk i na světlejší papír v přírodní bílé, nakonec se ovšem hnědý odstín ukázal jako vhodnější. Na arch o velikosti SRA3 jsem nechala vytisknout připravený design vložený do šablony, kterou jsem poté vystříhla a složila, aby z ní vznikl požadovaný tvar balení. Šablony pro složení obalů jsem vytvořila pomocí zdarma dostupných internetových publikací.⁸

d) Rozšíření balení

Pražírny nebo menší kavárny mívají sezóně v nabídce speciální druhy káv, kterých může být někdy pouze omezené množství a jsou to tzv. „speciální edice“. Rozhodla jsem se rozšířit svou nabídku o speciální obaly pro tyto edice káv. Chtěla jsem, aby se od sáčků na ostatní kávu lišily na první pohled ale přitom spolu stále ladily. Podařilo se mi pořídit speciální aluminiové sáčky pro možnost delší domácí úschovy kávy s papírovým vnějším obalem ve třech různých velikostech. Zákatník si tak může koupit větší množství domů do zásoby a nebo pokud si není nákupem jistý, může si naopak koupit nejmenší balení a ochutnat. Na tyto obaly jsem aplikovala logo vyřezané plotrem ze zlaté fólie a sáčky uzavřela lepícím proužkem ze stejného materiálu.

⁸ISUU: Packaging dielines
<https://issuu.com/andreykrylov2/docs/packaging-dielines-free-book-design>

Pokud by bylo potřeba, nebo si to majitel přál, může se dodělat speciální etiketa, na kterou se vypíše druh kávy, který se uvnitř ukrývá. Já jsem zde tuto etiketu nahradila malým lístečkem s detaily o kávě.

e) Rituál

„Dělají ji velice silnou a velice dobrou. Navíc tradičně na tři nálevy. Kávu podávají na slámě, což má symbolizovat vděčnost. Vždy ji připravuje žena a mužové jen přihlíží. Žena nejprve kávu upraží, rozdrťí a nalije do speciální nádoby, kterou potom zalije horkou vodou. Do hrníčků, vyskládaných na připraveném tácu pak žena z vrchu lije kávu, aby vyniklo aroma. Káva se pak rozdává od nejstarších po nejmladší. K rituálu se běžně podává kukuřice v podobě popcornu, který žena připravuje v době přípravy kávy a běžně se přidává i cukr, někde dokonce i sůl.“⁹

Proto můžete najít v jednom z průhledných pytlíčků s pochutinami, označené samolepkou s logem, také popcorn. Myslím si, že to je zajímavost, která by v práci inspirované Etiopií a jejím hnědým zlatem neměla chybět.

⁹COFFEE TO HOME: Etiopie
<http://coffeetohome.cz/etiopie-kolebka-kavy/>

6. TECHNOLOGICKÁ SPECIFIKA

a) Digitální specifika

Digitální grafiku a všechny grafické návrhy jsem zpracovala pomocí počítačového programu Adobe Illustrator CC. Jako základní fonty pro následnou úpravu loga ZARE jsem zvolila font Neptune a font Tomahack. Z fontu Tomahack jsem použila pouze počáteční písmeno „Z“, pro zbytek nápisu jsem použila font Neptune. Následně jsem font ještě doupravila, aby odpovídal mé představě.

Fotografie pro portfolio a plakáty jsem nafotila digitální zrcadlovkou Canon 450D se základním objektivem 18-55mm a následně upravila v programech Adobe Lightroom CC 2015 a Adobe Photoshop CC.

b) Fyzické materiály

Pro realizaci produktu jsem se snažila vybírat pouze papíry z recyklovaného papíru či s příměsí recyklovaných vláken. Všechny papíry, které jsem použila do své diplomové práce jsem zakoupila ve společnosti Grandpapír.

Pro hlavní trojici sáčků na kávu jsem použila kartón FLORA Malto s gramáží 240g. Silnější gramáž jsem zvolila hlavně z důvodu větší pevnosti sáčku. Pro pásy na ubrousky, či na výrobky, jsem použila kartóny FLORA Tabaco a FLORA Noce o stejné gramáži, tedy 240g. Všechny papíry i kartóny FLORA jsou vyrobeny z 50% recyklovaných vláken, 40% EFC buničiny a 10% bavlny.

Pro potisk vzoru na papírové kelímky jsem použila kartón MOHAWK VIA FELT 220g v barvě přírodní bílé. Tento ražený kartón je s příměsí

přírodních vláken. Pro tisk krátkých textů o kávě jsem použila papír KEAYKOLOUR MISTRAL 170g v barvě sníh. Tento papír je 100% z recyklovaného papíru.

Pro většinu materiálů jsem zvolila čistě černý potisk. Loga na sáčcích pro kávu jsou vytvořena pomocí řezacího plotru. Zde jsem použila černou lesklou a zlatou fólii. Hlavní tři sáčky s potiskem jsem skládala svépomocí z kartónu FLORA Malto. Sáčky se zlatým logem jsou speciální aluminiové sáčky s uzavíratelným ziplockem. Tyto sáčky jsou vzduchově i světelně neprodyšné a jsou tak vhodné pro dlouhodobější skladování kávy.

Papírové kelímky pro tzv. „Kávu s sebou“ jsou vyrobeny z bioplastů firmou Vegware. Výhodou těchto kelímků je fakt, že jsou v přírodě rychle a snadno rozložitelné a proto nepředstavují zátěž na životní prostředí. Pro svou diplomovou práci jsem zvolila dvě velikosti těchto kelímků – 250 a 350ml.

Dále práce obsahuje papírové kulaté samolepky na matném papíru o průměru 40mm a 35mm a dlouhé obdelníkové samolepky na balení s označením druhu kávy o rozměrech 15mmx200mm.

7. POPIS DÍLA

a) Balení

Má diplomová práce se skládá ze tří základních balení kávy. Jedná se o samostatně navržené obaly pro tři různé druhy kávy – Sidamo, Djimmah a Yirgacheffe. Každý druh kávy se váže k vlastnímu vzoru, který ho symbolizuje. Sidamo symbolizuje vzor vln, Djimmah vzor klikatých čar a Yirgacheffe pak drobné dekorované kruhy. Na každém obalu je na levém boku označení síly kávy v podobě pěti kruhů, kdy pět plných kruhů znamená, že je káva velmi silná. Na pravém boku je pak označení „COFFEE“, aby bylo pozat, co uvnitř balení je, ale přitom aby nápis nenarušoval design na přední straně. Na přední i zadní straně se objevuje vzor, který se vztahuje k danému typu kávy a u každého druhu také mění svou pozici. Vrchní část obalu je uzavřena pruhem samolepky, na které je uveden druh kávy uvnitř a také funguje jako pečeť, kdy bude na odlepené či roztržené samolepce vidět, že balení bylo již otevřeno. Na spodní straně se nachází malá samolepka, která ukazuje zákazníkovi jak kávu správně dávkovat a maximální teplotu vody, aby si kávu nespálil. Obaly jsou vytvořeny z kartónu s 50% příměsí recyklovaných vláken. Tyto obaly jsou myšleny hlavně jako dočasný obal pro nákup kávy na váhu.

V pytlíčcích se pak ukrývá překvapení pro zákazníka v podobě kulaté černé samolepky o průměru 35mm. Na každé je napsána „rada“ ve stylu papírků ukrývajících se v čínských sušenkách. Například „What’s better than coffee? Another coffee.“ (v překladu „Co je lepší než káva? Další káva.“), „Your fortune is sweet as latte (v překladu „Tvůj osud je sladký jako latté“) nebo „For success today, drink your coffee first“ (v překladu

„Aby jsi byl dnes úspěšný, vypij nejdříve svou kávu“). Smyslem těchto samolepek je pobavit a zaujmout zákazníka. Každá samolepka je jiná a tak zákazník také může kupovat kávu a přitom tzv. sbírat odlišné samolepky. Samolepek jsem reálně vytvořila 10 různých druhů, ovšem v případné realizace se fantazii meze nekladou a druhů tak může být vytvořeno mnohem více.

b) Logo a aplikace

Název „ZARE“ pochází z oficiálního národního jazyka Etiopie, amharštiny. Jeho význam se dá volně přeložit jako „nyní, teď“ a ve vztahu ke kávě je myšlen jako pobídka – Užít si teď šálek kávy, užít si tento moment.

Nápis „ZARE“ je kombinace dvou fontů, konkrétně fontu Neptune a Tomahack a poté ještě stylizováno, aby působilo moderně a přitom odkazovalo na africké ostré vzory. Nápis je pak aplikován do černého kruhu, který ho zceluje a jako samostatné logo se pak může použít na cokoli.

Od tohoto základního designu se poté odvíjí design a aplikace na další produkty. Konkrétně logo se například objevuje i ve zlaté variaci a to na speciálních aluminiových sáčcích, které lze opakovaně uzavírat a používat tak k delšímu skladování kávy. Tato zlatá loga jsou zde použita jako označení speciální kávy. Například odlišně pražené, nebo sušené kávy, která tím tak získá jinou chuť, než klasicky zpracovaný stejný druh. Tyto kávy mohou být pak nabízeny jako speciální nebo dočasná nabídka, která má zákazníkovi nabídnout něco nového. Logo je aplikováno na několika velikostech pytlíku, aby měl zákazník možnost zakoupit jak větší balení domů, tak menší pouze na ochutnání.

Samotné vzory jsou aplikovány na papírových kelímcích, které jsou snadno ekologicky rozložitelné a nepřitěžují tak životnímu prostředí. Kelímky samotné nenesou logo viditelně, to je ovšem aplikováno na kartónovém rukávku, který se na kelímky dává, aby si zákazník nespálil dlaň. Lze ovšem také v případě potřeby logo aplikovat přímo na kelímek a to pomocí papírové samolepky.

Vzory i s logem jsou aplikovány na páscích, které drží ubrousky a nebo na páscích pro označení různých krabiček a výrobků s pochutinami. Dále jsem použila tento dekor i na látkové prostírání a reklamní plakety o průměrech 25 a 37mm. Logo ve formě samolepky pak může být aplikováno prakticky na cokoli, například na papírové tašky či sáčky.

c) Další součásti práce

Součástí mé práce jsou také tři velkoformátové plakáty. První ve formátu B1 je složený z obrázků různých nástrojů pro přípravu kávy. Přes ty jsou pak aplikovány zvětšeniny samolepek s „pravdami“ o kávě.

Druhý plakát ve formátu B2 obsahuje čtyři fotografie mé práce a má působit jako plakát čistě prezentační. Třetí je také ve formátu B2 a jedná se o jednoduchou kombinaci fotografie a designu. Tento plakát má působit pouze intuitivně a navodit správnou atmosféru.

Jako vedlejší produkt jsem také vytvořila několik různých návrhů na potisk porcelánových hrníčků a potiskla látkové prostírání se vzorem a logem ZARE.

Celý vizuál je primárně laděn do černé barvy spolu s přírodním odstínem papíru a kartónů, na kterých je aplikován. Všechny nápisy jsou v anglickém jazyce, protože jsem chtěla svou značku kávy udělat atraktivní i pro zahraničí.

8. PŘÍNOS PRÁCE PRO DANÝ OBOR

S jistotou bohužel nyní nedokážu říci, zda se má práce stane přínosem pro obor grafického designu. To se pravděpodobně ukáže až s odstupem času. Se svou prací jsem spokojena, i když připouštím a jsem si vědoma, že by se mohla s dostatkem času ještě posunout dále. Pokud ovšem má práce zaujme, nebo dokonce inspiruje někoho dalšího, považuji to alespoň za částečný přínos.

Přínosem může být pro potravinářské obaly, které jsou často jinak v obchodech a v restauracích s prodejnou fádňi a obyčejé. Má práce dokládá, že každý výrobek nemusí křičet barvami, aby zaujal koncového zákazníka.

9. SILNÉ STRÁNKY

Mezi silné stránky mé diplomové práce počítám logo, které je díky své stylizaci zapamatovatelné a snadno aplikovatelné téměř na cokoliv. Od balení kávy, po obal pochutiny nebo kartónového rukávku na horký kelímek.

Díky černé barvě si vizualizace zachovává jednotnost a nehrozí případná barevná roztříštěnost. Černý design se také dobře doplňuje s přírodními materiály, na které je aplikován.

Další silnou stránkou jsou již výše zmíněné materiály. Snažila jsem se, aby drtivá většina materiálů použitých v mé práci byly ekologicky snadno rozložitelné, z použitých recyklovaných vláken a nebo bioplastu. Snažila jsem se tedy nejen o realizaci svého vizuálního stylu jako takového, ale kladla jsem důraz i na výběr materiálů.

10. SLABÉ STRÁNKY

Jako slabou stránku mé práce vnímám hlavně nedostatek času ve finále, kdy sama cítím, že by se v opačném případě má práce dala ještě posunout dále. Strávila jsem příliš dlouhou dobu hledáním správného názvu a prvního loga, než abych se sama sebe zeptala, čím bude zrovna můj produkt – káva výjimečná.

11. SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ

A) Knižní a periodická literatura

1. HELLER, J. 1000 Obalový design. Slovart, 2008. ISBN 978-80-7391-191-1
2. POULIN, R. Jazyk grafického designu. Slovart, 2012. ISBN 978-80-7391-552-0
3. BANN, D. Polygrafická příručka. Slovart, 2008. ISBN 978-80-7391-029-7
4. GAVIN A., PAUL H. Typografie – Grafický design. Computer Press, 2010. ISBN 978-80-251-2967-8
5. DENISON, E. Print and Production Finishes for Packaging. 1. vyd. Rotovision, 2008. ISBN 978-2-940361-97-7
6. AIREY, D. Logo. 1. vyd. Computer Press, 2010. ISBN 978-80-251-3151-0
7. SAMARA, T. Grafický design – Základní pravidla a způsoby jejich porušování. 2. vyd. Slovart, 2016. ISBN 978-80-7529-046-5
8. AMBROSE, G. HARRIS, P. Formát – Grafický design. 1. vyd. Computer Press, 2011. ISBN 978-80-251-2966-1

9. VESELÁ, P. Kniha o kávě. 4. vyd. Smart Press, 2010. ISBN 978-80-87049-34-1

10. AUGUSTÍN, J. U kávy o kávě a kávovinách. Jota, 2016. ISBN 978-80-7462-850-4

B) Internetové zdroje

1. *Coffee production in Ethiopia*[online], poslední aktualizace 6. března 2016 02:09, Wikipedia, The Free Encyclopedia. Dostupné z <https://en.wikipedia.org/wiki/Coffee_production_in_Ethiopia>

2. *From up north*[online]. Dostupné z <<http://www.fromupnorth.com>>

3. *The dieline*[online]. Dostupné z <<http://www.thedieline.com>>

4. *Packaging of the world*[online]. Dostupné z <<http://www.packagingoftheworld.com/>>

5. *Etiopie*[online]. Dostupné z <<http://www.etiopie.cz/>>

6. *Objektiv – Etiopie: káva*, In: iVysílání [online]. Zveřejněno 13.3.2005. Dostupné z <<http://www.ceskatelevize.cz/ivysilani/1096911352-objektiv/205411030400313/obsah/96314-etioapie-kava>>

12. RESUMÉ

The theme of my master's thesis is Graphical solution of a product. My assignment is to create complete visual stylization of a product, to create a scale model and to make three posters to present my work. I decided to make my thesis about coffee and similar products. I based my work on the country of origin of the coffee – Ethiopia. I was inspired by the traditional patterns, that are on the traditional clothes and on handmade art. Native tribes are still running a tradition of ritual body painting and I was able to find pattern for my design in there too. There are three patterns in total, which I am using on coffee packaging and other products.

Final font in the logo is consisting of two different fonts – Mohawack and Neptune and then it's stylized into the final form. I also carefully chose materials, on which will be my design placed. Most of the materials I used are eco friendly, made from bioplastic or from recycled materials.

There are 3 different packages in total for 3 different kinds of coffee beans. There are also stickers on top of each one which are serving as a seal. Beside of coffee beans, you can find stickers with philosophical lines about coffee inside of the package. I also designed separate packages for special types of coffee, three types of to-go cups and I made a design for porcelain coffee cups. Instead of a typical label, I use round sticker, that can be used on most of the products. There are also three posters to represent my work.

13. SEZNAM PŘÍLOH

Příloha 1

Ukázka malby na tělo člena domorodého kmene z Etiopie

Příloha 2

Výroba zdobného oblečení s tradičním vzorem a Etiopský kobereček

Příloha 3

První návrhy loga a názvu

Příloha 4

Možné názvy pro kávu a loga

Příloha 5

První varianta loga se vzory

Příloha 6

Zkouška barevnosti a odstínů loga

Příloha 7

Oddělené vzory a varianty loga

Příloha 8

Konečná podoba loga

Příloha 9

Návrh balení pro kávu Sidamo

Příloha 10

První návrhy na papírové kelímky

Příloha 11

Návrhy a realizace potisku na hrníčky

Příloha 12

Realizovaný obal na kávu Sidamo

Příloha 13

Fotografie papírových kelímků a hotových výrobků



Příloha 1:

Ukázka malby na tělo člena domorodého kmene z Etiopie

<http://www.regards-passion.com/galerie/index.asp>



Příloha 2:

Výroba zdobného oblečení s tradičním vzorem a kobereček

<http://www.lemlem.com/pages/the-handmade-process>

http://www.ibike.org/africaguide/textile/images/IMG_0215.jpg

Jiný kafe

Dobré kafe.



DOBŘÉ KAFE

DOBŘÉ RÁNO
DOBŘÉ ODPOLEDNE
DOBŘÉ KAFE

na kafe.

na kafe.

jiny kafe

NA KAFE

na kafe.

na kafe.

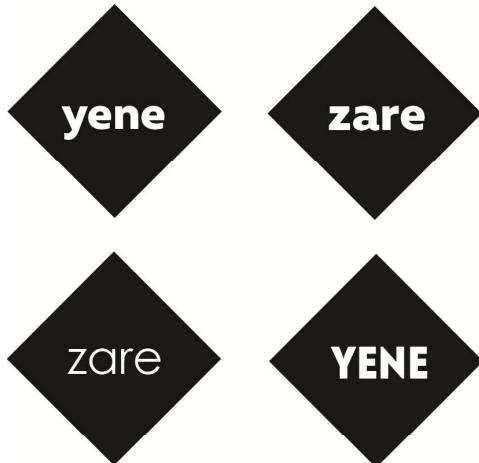
na/kafe.

KAFČO

Příloha 3:

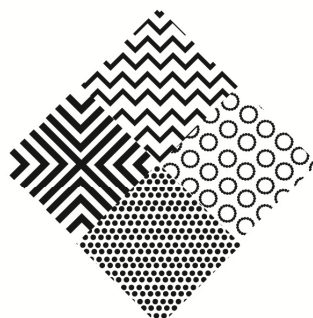
První návrhy loga a názvu

buna / káva
 yene / moje
 gunyu / tvoje
 hasab / nápad, myšlenka
 gize, sehat / čas
 zare / dnes
 sene / hrnek
 manka / lžička
 tekure / černá
 tsehay / slunce
 kokeb / hvězda



Příloha 4:

Možné názvy pro kávu a loga



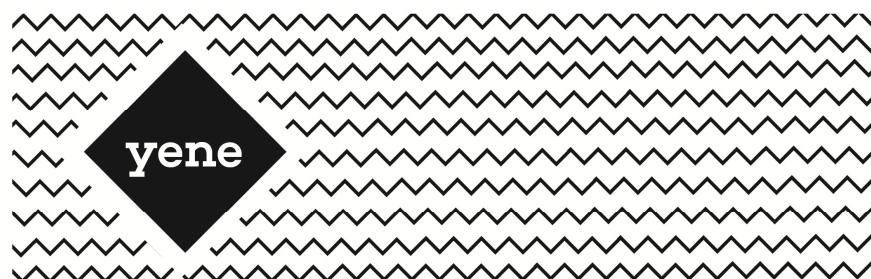
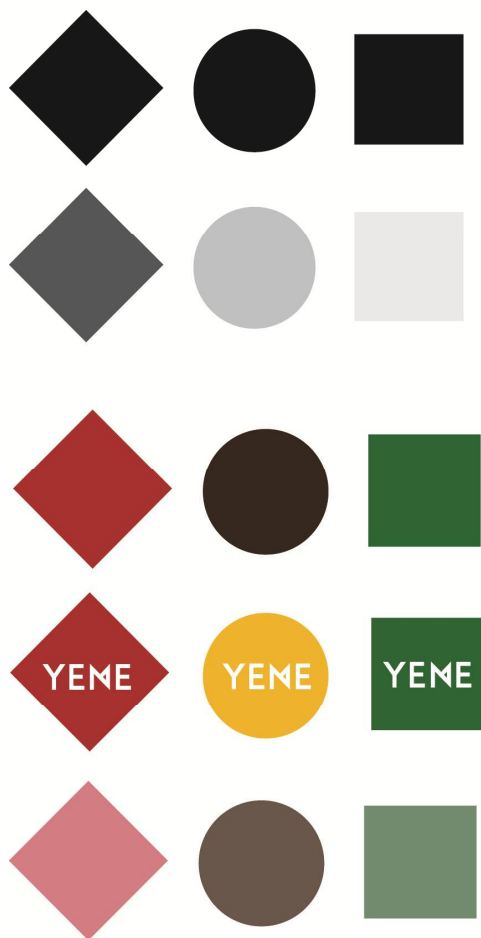
ty.



yene
coffee

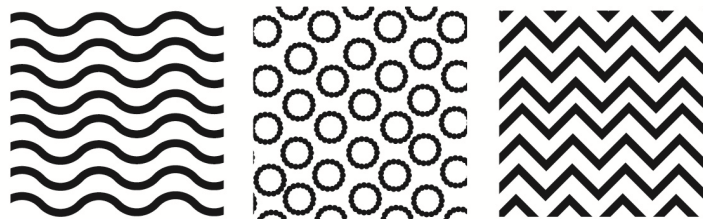
Příloha 5:

První varianta loga se vzory



Příloha 6:

Zkouška barevnosti a odstínů loga



Příloha 7:

Oddělené vzory a varianty loga



ZARD

Příloha 8:

Konečná podoba loga



Příloha 9:

Návrh balení pro kávu Sidamo



Příloha 10:

První návrhy na papírové kelímky



Příloha 11:

Návrhy a realizace potisku na hrníčky, foto vlastní



Příloha 12:

Realizovaný obal na kávu Sidamo, foto vlastní



Příloha 13:

Fotografie papírových kelímků a hotových výrobků, foto vlastní