

Západočeská univerzita v Plzni
Fakulta designu a umění Ladislava Sutnara

Diplomová práce

VIZUÁLNÍ IDENTITA EXISTUJÍCÍHO SUBJEKTU

GRANDPAPÍR

BcA. Kateryna Zabusova

Plzeň 2017

Západočeská univerzita v Plzni
Fakulta designu a umění Ladislava Sutnara

Katedra designu

Studijní program Design

Studijní obor Ilustrace a grafika

Specializace Grafický design

Diplomová práce

VIZUÁLNÍ IDENTITA EXISTUJÍCÍHO SUBJEKTU

GRANDPAPÍR

BcA. Kateryna Zabusova

Vedoucí práce: Doc. MgA. Kristýna Fišerová

Katedra designu

Fakulta designu a umění Ladislava Sutnara

Západočeské univerzity v Plzni

Plzeň 2017

Prohlašuji, že jsem práci zpracovala samostatně a použila jen uvedené prameny a literatury.

Plzeň, duben 2017

.....

podpis autora

OBSAH

1. Mé dosavadní dílo v kontextu specializace	1
2. Téma a důvod jeho volby	2
3. Cíl práce	3
4. Proces přípravy	4
5. Proces tvorby	6
6. Technologická specifika	11
7. Popis díla	12
7.1. Merkantilní tiskoviny	12
7.2. Propagační tiskoviny	13
7.3. Propagační předměty	13
7.4. Manuál	14
8. Přínos práce pro daný obor	15
9. Seznam použitých zdrojů	16
a. Knižní a periodická literatura	16
b. Internetové zdroje	16
10. Rezumé	17
11. Seznam příloh	18

1. Mé dosavadní dílo v kontextu specializace

Za dobu, co studuji obor grafický design, jsem měla možnost zpracovat řadu úkolů, týkajících se rozličných odvětví designu. Kromě toho, že jsem získala profesionální zručnost, se mi také postupně zformovalo pochopení toho, jakému designu dávám přednost. Při své práci se pokouším nalézt harmonii mezi logikou a vizuální estetikou. Když pracuji na projektu, ráda maximálně zjednodušuji design a věnuji svoji pozornost koncepci. Smyslem je dosáhnout jedinečného vizuálního zobrazení, a proto se snažím vyhnout prvoplánovým řešením. Také ve své tvorbě ráda experimentuji, kombinuji grafické techniky.

2. Téma a důvod jeho volby

Tématem mé diplomové práce je vizuální identita existujícího subjektu. Pro mě je vytváření stylu zajímavým a mnohostranným procesem, při kterém je třeba vzít do úvahy celou řadu faktorů. Design vyžaduje komplexní soubor dovedností, kreativitu a zručnou aplikaci teorie do praxe. Pro mě to vždy znamená možnost profesního rozvoje, která umožňuje přenést designové zručnosti na nové úrovně. Taková práce je motivující a pomáhá učení a zlepšování se, čímž se rozšiřují hranice znalostí v této sféře. Proto také věřím, že v procesu práce na tomto projektu se naučím něčemu novému a dokážu se posunout dále ve své tvůrčí práci.

Pro zpracování tématu svojí práce jsem si zvolila společnost Grandpapier. Hlavní činností této firmy je prodej papíru, kartonu a dalších materiálů, jako jsou folie, lepenky atd. Já sama v tomto obchodu nakupuji papíry a jako grafická designérka jsem si musela všimnout takového detailu jako je vizuální styl společnosti, který bohužel vypadá velmi nemoderně a má celou řadu problémů. Proto se mi vytvoření stylu pro tuto firmu zdálo vhodné jako téma pro moji diplomovou práci.

3. Cíl práce

Cílem mé práce je zpracování výrazné, dynamické a funkční vizuální identity v souladu se současnými trendy v oblasti designu, aniž by vzniklo designové klišé. Klíčovou částí práce je vytvoření loga jako konstruktivního prvku s jasným a jednoduchým sdělením, který sjednotí všechny nositele stylu a zajistí vizuální jednotu.

4. Proces přípravy

Vzhledem k tomu, že důležitou částí mé diplomové práce je vytvoření loga, nejprve jsem se seznámila s logy firem, které se zabývají výrobou a prodejem papíru a také firem, které si za základ svého loga zvolily list papíru.¹ Tuto fázi v přípravě jsem považovala za nutnou, jelikož umožňuje vytvořit si celkový pohled na to, jaké ideje byly již využity. K tomu, aby bylo možné vytvořit logo, které bude maximálně originální, je třeba se seznámit s těmi nejrozšířenějšími vzory a přesvědčit se, že já sama nekopíruji nevědomě logo jiné firmy. Jak bylo zjištěno, většina log je příkladem klišé. Ve většině případů se jedná o schématické zobrazení listu papíru s ohnutým rohem, vyobrazení písmene „P“ nebo loga, jehož sémantické vyjádření není vždy jasné. Svět designu je plný podobných log, při jejichž tvorbě byla použita stejná myšlenka. Podobné nápady vznikají, a tomu je třeba se vyhnout. Log, která by se odlišovala svým designem od valné většiny, je bohužel velmi málo.² Logo je v mnohých ohledech obrazem firmy. Je to také důvod, proč ho dobře známe nebo si ho dobře zapamatujeme a tento důvod je nejčastěji jeho jedinečnost.

¹ Příloha č. 2

² Příloha č. 3

Mým cílem se stalo vytvoření takového loga, které nebude zaměnitelné s desítkami jemu podobných. To znamenalo, že jsem musela radikálně změnit pohled na toto téma.

Dalším krokem byla analýza již existujícího vizuálního stylu. Aktuální logo bych zařadila do kategorie těch, jejichž sémantické vyjádření není jasné.³ Také má poněkud nemoderní vzhled. Samotný vizuální styl není podle mého názoru dostatečně hodnotný. Především bych chtěla poznamenat, že styl nebere do úvahy takový prvek designu jako je plakát. Společně s letákem je plakát důležitým prostředkem komunikace s cílovým publikem. Domnívám, se že plakát by se mohl stát přínosným doplňkem a zvýšil by povědomí veřejnosti o firmě. Jako klientka firmy jsem si také všimla, že chybí balicí materiál, který by byl vytvořen v jednotném vizuálním stylu společnosti. Momentálně se veškeré výrobky předávají zákazníkovi zabalené do papíru, který na sobě nemá žádnou firemní symboliku. Závěrem je třeba poznamenat také to, že co se týče firmy, jejíž sortiment tvoří více než 1100 druhů papíru, bylo by vhodné používat pro tisk merkantilních a propagačních tiskovin přímo papír, který nabízí. Tím, že by společnost tiskla materiály na různé druhy papíru z vlastní nabídky vytvořila by výrazný způsob svojí sebeprezentace. V takovém případě by některé prvky stylu bylo nutné doplnit o přesné informace týkající se používaného papíru.

³ Příloha č. 1

5. Proces tvorby

V průběhu přípravy jsem si udělala představu o designu, ke kterému se chci dobrat. Udělala jsem si představu o tom, čemu se vyhnout a na co se soustředit. Další fází bylo vypracování designu prostřednictvím skicování.

Na jedné straně musí logo prezentovat celkový pohled na sféru podnikání firmy a na straně druhé musí být unikátní a nesmí opakovat design log jiných firem tím, že se vyhne vizuálnímu klišé. Proto byl nutný neotřelý pohled na toto téma.

Ukázalo se, že splnit tento plán není jednoduchým úkolem. Při hledání řešení jsem se soustředila na hlavní inspiraci pro dané logo, a to je papír. To pomohlo definovat koncepci, ze které vycházela myšlenka, na co soustředit při vytváření loga. První návrhy nebyly originální. Snaha vytvořit logo, které by podobalo složenému listu papíru, na kterém by byl napsán název firmy, nebyla příliš úspěšná.⁴ Podle záměru logo mělo měnit tvar, což vedlo k velké deformaci písma. Z tohoto důvodu byl ten návrh zamítnut.

Díky následnému míchání a srovnávání různých prvků byla vypracována jiná strategie, jak vytvořit logo.⁵ Papír byl vyjádřen abstraktnějším symbolem, který přes svoje zjednodušení

⁴ Příloha č. 4

⁵ Příloha č. 5

provokoval asociace. Obrázek připomínal naskládání listy papíru.⁶ Avšak, jeho hlavním nedostatkem byla přítomnost malých detailů, díky nimž logo ztrácelo svoji hodnověrnost při zmenšení. Nehledě na neúspěch tohoto řešení, tato koncepce již měla potenciál, a proto byl tento náčrt použit jako základ pro další rozpracování.⁷ Snažila jsem se implementovat smysl do loga a zároveň ho nezatížit. Pokusila jsem se o maximální zjednodušení kompozice obrázku tak, aby byl uchován náznak vizuálního poselství, které logo mělo vyjadřovat. V důsledku toho zmizelo přetížení grafické značky, design se stal lehčím a jasnějším a odstranily se zbytečné detaily. Jako písmo pro logo jsem vybrala Rational v řezu Semibold. Autorem je německý designér René Bieder. Je to sans-serifové písmo s čistými a jednoduchými liniemi. Logo jsem vytvořila minuskami. Vzniklý nápis jsem graficky upravila. Získala jsem logo, které se skládá z třikrát opakovaného názvu společnosti.⁸ Každé ze slov seřazených do sloupce obsahuje kolem sebe prázdné pole a je umístěné tak, aby překrývalo předchozí. Tímto způsobem struktura loga napodobuje naskládání listy papíru. Logo je dostatečně výrazné a snadno pochopitelné, vyvolává určitou asociativní řadu, odráží sféru činnosti společnosti Grandpapír a definuje vizuální jazyk identity.

⁶ Příloha č. 6

⁷ Příloha č. 7

⁸ Příloha č. 8

Výše popsaná struktura dovolila rozvíjet logo a vytvářet grafické varianty jednoho a toho samého znaku, což ve své podstatě obohatilo samotné logo o jeho variabilitu. Každá varianta se stala plnohodnotným vzájemně zaměnitelným logem. Zjevnou výhodou tohoto loga se stala možnost implementovat herní prvek a plastickou různorodost do vizuálního stylu společnosti a vytvořit jej jako méně konstruktivní a racionální. Celkem bylo vytvořeno 10 variant.

Jako hlavní barva loga v souladu s firemním stylem byla vybrána černá. Tento výběr byl podpořen koncepcí, která byla popsána v části nazvané „Proces přípravy“. Myšlenka je v tom, že všechny firemní materiály se budou tisknout na vlastním papíru společnosti. A černá barva poskytne výrazný vizuální kontrast s papírem a bude výhodné jej doplňovat.

Po dokončení rozpracování loga jsem přistoupila k samotnému designu tiskovin. První fází byl výběr písma, které bude v souladu s logem a bude se používat v každém atributu vizuálního stylu. Jako základní typ písma byl vybrán Aktiv Grotesk. Jde o neutrální sans-serifové písmo, které působí svěžím, moderním dojmem a zajišťuje výbornou čitelnost. Písmo bylo vytvořeno britskou společností Dalton Maag. Z rodiny písmových řezů byly pro vizuální styl vybrány následující řezy: Aktiv Grotesk Regular, Aktiv Grotesk Medium, Aktiv Grotesk Bold.

Dále jsem považovala za nezbytné vytvořit stylotvorné prvky, které spolu se základními konstantami identity umožní odlišit vizuálně společnost mezi řadou konkurentů, zdůrazní integritu vizuálního projevu, přidají unikátní zvuk, význam a uměleckou originalitu.⁹ Všechny prvky byly vytvořeny tak, že se vycházelo ze stylistiky a dynamické struktury loga pomocí jednoduchých geometrických tvarů. Jako logo stylotvorné prvky přispívají k variabilitě a existují v několika variantách. Díky různorodosti a kontrastu řešení se prvky od sebe odlišují bohatstvím vizuální plastičnosti a vytvářejí zajímavou vizuální řadu. Stylotvorné prvky jsem využila především při zpracování propagačních tiskovin a předmětů.

Jako jeden z tištěných reklamních výrobků jsem zvolila leták, jelikož jeho výroba nevyžaduje žádné velké investice.¹⁰ Jeho předností je také jednoduchost výroby, pohodlí při šíření, kompaktnost a možnost pojmout dostatečné množství informací. Letáky byly vytvořeny v jednotném stylu společnosti a byly navrženy tak, že na jednu stranu se umísťuje jeden z stylotvorných prvků a druhá strana obsahuje informaci o nabídce. Jako druhý tištěný reklamní výrobek jsem zvolila plakát. Plakáty jsem navrhla tak, že se tvoří podle univerzální šablony s polem pro umístění stylotvorných prvků.¹¹

⁹ Příloha č. 9, příloha č. 10, příloha č. 11

¹⁰ Příloha č. 12

¹¹ Příloha č. 13

Také v procesu tvorby byl zpracován design merkanálních tiskovin. Tiskoviny zahrnují: vizitky, hlavičkový papír, dopisní obálku, daňový doklad.

Nejprve jsem vypracovala vizitku služebního typu.¹² Pro vizitky společnosti Grandpapír jsem zvolila velikost 85 x 55 mm. Na jednu stranu jsem umístila titul a jméno zaměstnance, funkci, kontaktní údaje, adresu, web. Také na vizitce jsem specifikovala druh použitého pro tisk papíru. Na druhou stranu jsem umístila pouze logo v černé barvě.

Při vytváření hlavičkového papíru jsem určila plochu pro umístění loga, bloku s adresou a kontakty firmy. Snažila jsem se vytvořit hlavičkového papír maximálně prostý, jelikož se jedná o oficiální dokument, a ten by měl vypadat stroze a lakonicky.¹³

Dopisní obálku jsem vypracovala v podobném stylu. Zvolila jsem formát DL (110 x 220 mm). Do levého horního rohu jsem umístila logo. Podél spodní strany jsem umístila kontaktní údaje společnosti.¹⁴

Také jsem vypracovala design daňového dokladu. V tomto dokumentu bylo nezbytné dodržet určitá odsazení. Jejich existence pomáhá vyčlenit smyslové bloky a vytvořit tak

¹² Příloha č. 14

¹³ Příloha č. 15

¹⁴ Příloha č. 16

rovnováhu dokumentu. Promyšlené mezery také umožňují lépe se v dokumentu orientovat.¹⁵

Závěrečnou fází bylo vypracování designu samolepek, balicího papíru, tašky, lepicího pásku.

¹⁵ Příloha č. 17

6. Technologická specifika

Veškeré konstanty vizuální identity společnosti Grandpapír byly vytvořeny ve vektorovém grafickém editoru Adobe Illustrator. Všechny soubory, používané při barevném tisku, byly vytvořeny v barevném režimu CMYK. Veškerá tisková produkce byla vyhotovena s pomocí digitálního tisku. Tento způsob jsem zvolila, protože je tím nejdostupnějším a nejrozšířenějším. Při tisku byl použit papír o gramáží 90–240 g/m², vybraný z nabídky společnosti Grandpapír.

7. Popis díla

7.1 Merkantilní tiskoviny

Sada merkantilních tiskovin zahrnuje: vizitky, hlavičkový papír, dopisní obálky, daňový doklad.

Vizitky jsou oboustranné a jsou vytvořené v jednotném stylu společnosti. Obsahují jak logo, tak i údaje firmy. Jsou navrženy ve formátu 85 x 55 mm a jsou vytištěné na papír o gramáži 240 g/m².

Hlavičkový papír společnosti Grandpapír obsahuje logo a údaje společnosti. Slouží jak pro vyhotovení dokumentů, tak pro obchodní korespondenci. Je vytištěný pomocí černobílého digitálního tisku na papír o gramáži 100 g/m².

Dopisní obálka má lakonickou podobu. Slouží pro zasílání nejrůznější korespondence nebo pro zasílání reklamních materiálů. Obálka je ve formátu DL (110 x 220 mm). Pro tisk byl zvolen papír o gramáži 120 g/m².

Základními prvky daňového dokladu jsou: logo, adresový blok a informační pole. Mezi všemi prvky jsou stanoveny přísné poměry. Dokument se používá při práci s klienty. Je vytištěný na papír o gramáži 90 g/m².

7.2 Propagační tiskoviny

Sada propagačních tiskovin zahrnuje: sérii letáků, sérii plakátů. Letáky jsou vyhotoveny v odpovídajícím stylu a v základní firemní barevnosti. Titulní strana je ve formátu A5. Hlavním obsahem letáků je informace o nabídce společností. Letáky mají jak reklamní, tak i informační funkci. Pro tisk letáků byly zvoleny tři druhy papírů o gramáží 120–130 g/m².

Vytvořila jsem tři plakáty. Jsou navrženy v jednotném stylu společnosti a mají propagační funkci. Kompozice každého z plakátů obsahuje jeden z stylotvorných prvků v negativním provedení. Plakáty jsou řešené tak, že textura papíru je nejvíc viditelná na místě zobrazení stylotvorného prvku, jelikož je to nepokrytá barvou plocha.

7.3 Propagační předměty

Sada propagačních předmětů zahrnuje: balicí papír, lepicí pásy, papírovou tašku, samolepky.

Balicí papír byl navržen v několika variantách. Na zabalení papíru nebo kartonu formátu B1 byl vytvořen balicí papír potištěný stylotvornými prvky. Na zabalení papíru nebo kartonu formátu

menšího než B1 byly navrženy tři varianty balicího papíru. Pro tisk byl zvolen recyklovaný papír.¹⁶

Lepicí pásky jsou obalovým materiálem a byly navrženy ve dvou variantách. Jsou potištěné logem v pozitivním a negativním provedení.¹⁷

Papírová taška s plochým uchem je potištěná logem a vyrobená z recyklovaného papíru o gramáží 160 g/m².¹⁸

Série samolepek je potištěná různými variantami stylotvorného prvků jak v pozitivním, tak i v negativním provedení.¹⁹

7.4 Manuál

Aby se zamezilo nesprávnému použití konstant vizuálního stylu společnosti Grandpapír, byl vytvořen manuál. V manuálu jsou popsány základní prvky vizuální identity a obecná pravidla jejich použití.

¹⁶ Příloha č. 18

¹⁷ Příloha č. 19

¹⁸ Příloha č. 20

¹⁹ Příloha č. 21

8. Přínos práce pro daný obor

V průběhu práce na logu jsem zjistila, že většina log podobného charakteru jsou klasickým příkladem kliše, ve kterém jsou použity jako základ prvoplánové nápady. Toto mě vedlo k hledání originálnějších řešení, což nebylo jednoduchým úkolem. Doufám, že ve výsledku se mi podařilo vytvořit důstojné logo, které je schopné se odlišovat od ostatních a zároveň se nestalo dalším z nenápadných zástupců v této oblasti.

9. Seznam použitých zdrojů

a) Knižní a periodická literatura

1. WHEELER, A. Designing Brand Identity - An Essential Guide for the Whole Branding Team. Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons, Inc., 2009. ISBN 978-0-470-40142.

2. NEWARK, Q. What is graphic design? Hove: RotoVision, 2007. ISBN 9782940361878.

3. AIREY, D. Logo Design Love: A Guide to Creating Iconic Brand Identities. Berkeley: New Riders Publishing, 2011. ISBN 13 978-0-321-66076-3.

4. SAMARA, T. Grafický design. Bratislava: Slovart, 2008. ISBN 978-80-7391-030-3.

5. LANDA, R. Graphic Design Solutions. Boston: Wadsworth, 2011. ISBN-13: 978-0-495-57281-7.

b) Internetové zdroje

Grandpapir [online]. [vyhledáno 2017-03. 03. 10].

Dostupné z: <<http://www.grandpapir.cz>>

10. Rezume

Целью моей работы являлась разработка выразительного, динамичного и функционального стиля в соответствии с современными тенденциями дизайна, избегая при этом визуальных штампов.

Я выбрала фирму Grandpapír. Основным родом деятельности фирмы является продажа бумаги. В процессе работы над логотипом для фирмы было выявлено, что большинство логотипов подобной сферы являются примером клише, в котором за основу взяты первоплановые идеи. Этот факт заставил меня искать более оригинальные решения, что не было простой задачей. В результате я получила вариабельный логотип, способный выделиться и не стать еще одним неприметным представителем в своей сфере. Очевидным преимуществом такого логотипа стала возможность вносить игровой элемент и пластическое разнообразие в визуальный стиль фирмы. Благодаря этому, был разработан достаточно выразительный и современный стиль, с четким и простым сообщением.

11. Seznam příloh

Příloha č. 1: Současný logotyp společnosti Grandpapír

Příloha č. 2: Rešerše

Příloha č. 3: Rešerše

Příloha č. 4: Skici

Příloha č. 5: Skici

Příloha č. 6: Skici

Příloha č. 7: Skici

Příloha č. 8: Vybraný návrh loga

Příloha č. 9: Základní logotyp

Příloha č. 10: Stylotvorné prvky

Příloha č. 11: Stylotvorné prvky

Příloha č. 12: Letáky

Příloha č. 13: Plakáty

Příloha č. 14: Vizitka

Příloha č. 15: Hlavičkový papír

Příloha č. 16: Obálka

Příloha č. 17: Daňový doklad

Příloha č. 18: Balící papír

Příloha č. 19: Lepící pásek

Příloha č. 20: Taška

Příloha č. 21: Samolepky

Příloha č. 1

Současný logotyp společnosti Grandpapír

Zdroj: <http://www.grandpapier.cz/>



Příloha č. 2

Rešerše



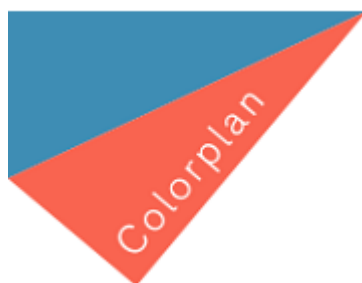
Příloha č. 3

Rešerše

Zdroj: https://www.google.com.ua/search?q=gf+smith&source=lnms&sa=X&ved=0ahUKEwjEhqvg5tfTAhVKORQKHZRQC8YQ_AUIBSgA&biw=1366&bih=625&dpr=1

https://www.google.com.ua/search?q=colorplan&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwi7z7mL59fTAhWGWhQKHZlaDcYQ_AUIBigB&biw=1366&bih=625

G . F
SMITH
1885 ONWARDS



Příloha č. 4

Skici

Vlastní tvorba



Příloha č. 5

Skici

Vlastní tvorba

G P A
R A P Í
N D R

G R P
A N A P
D Í R

PAPÍR

PAPÍR

PAPÍR

PAPÍR

GRAND
PAPÍR



GRAND
PAPÍR



G

R

PAPÍR

N

D

G

R A N

D P

A P Í

R

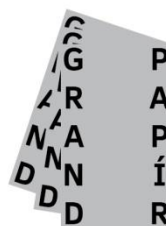
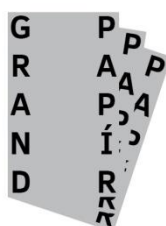
DA PÍR
DA PÍR
PAPÍR

PAPÍR

Příloha č. 6

Skici

Vlastní tvorba



Příloha č. 7

Skici

Vlastní tvorba

GRAND napír
nanír
papír

grand pa-
panír
papír

GRAND pa-
panír
papír

grand nabír
panír
papír

grand
nanír
panír
papír

grand
nabír
panír
papír

grand
napír
nanír
papír

grand
nabír
nanír
papír

Příloha č. 8

Vybraný návrh loga

Vlastní tvorba

grandpapír
grandpapír
grandpapír

grandpapír
grandpapír
grandpapír

grandpapír
grandpapír
grandpapír

grandpapír
grandpapír
grandpapír

grandpapír
grandpapír
grandpapír

grandpapír
grandpapír
grandpapír

grandpapír
grandpapír
grandpapír

grandpapír
grandpapír
grandpapír

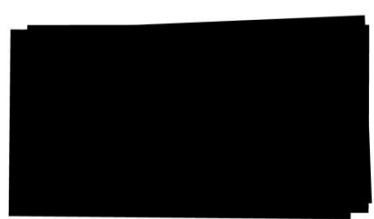
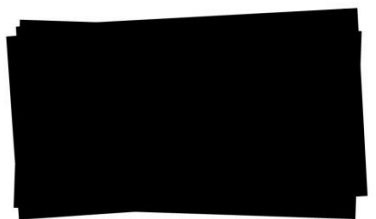
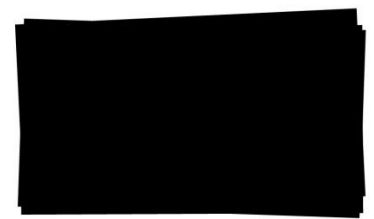
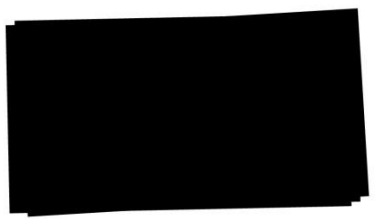
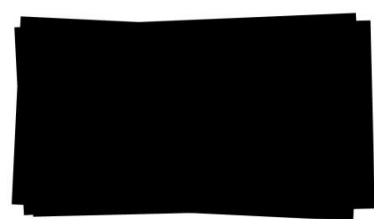
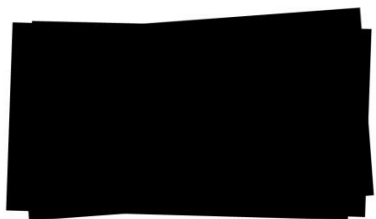
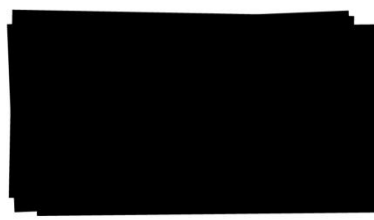
grandpapír
grandpapír
grandpapír

grandpapír
grandpapír
grandpapír

Příloha č. 9

Stylotvorné prvky

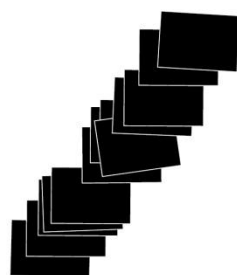
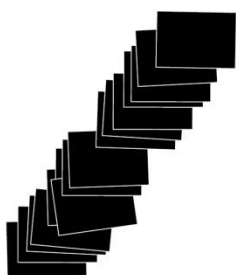
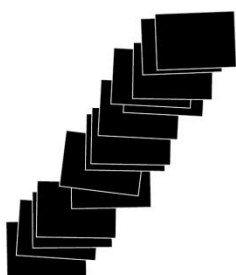
Vlastní tvorba



Příloha č. 10

Stylotvorné prvky

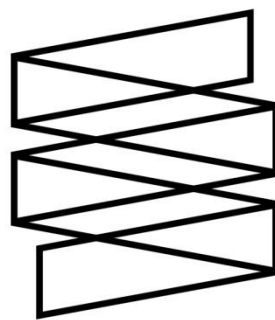
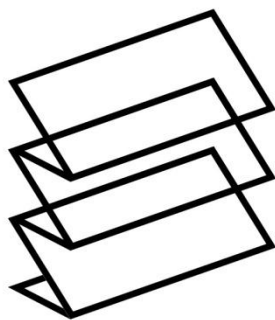
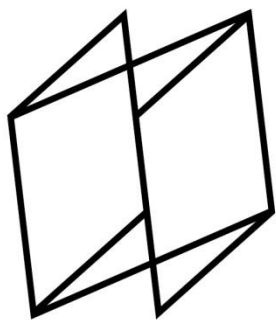
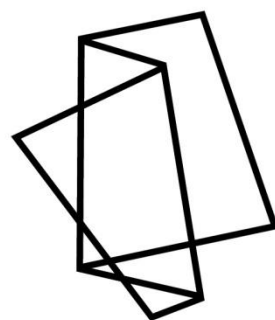
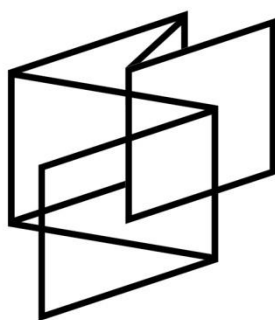
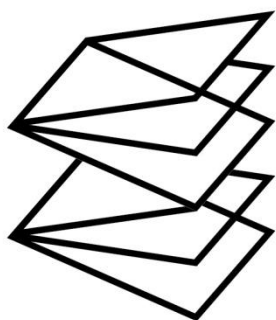
Vlastní tvorba



Příloha č. 11

Stylotvorné prvky

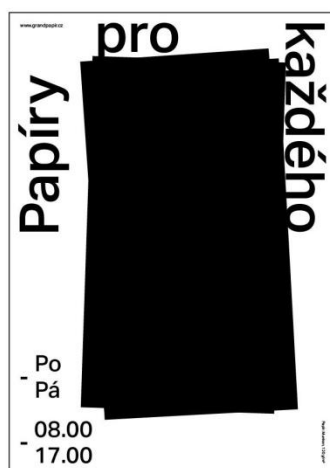
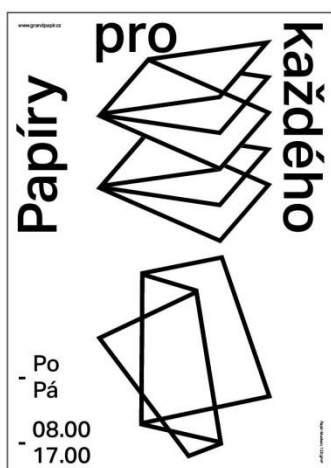
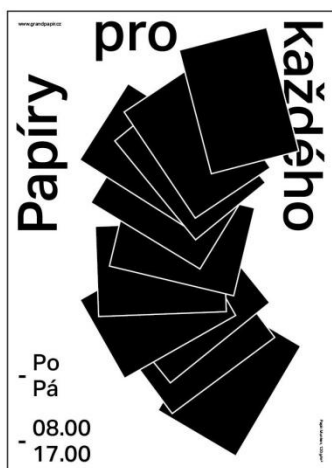
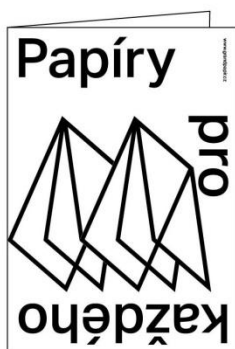
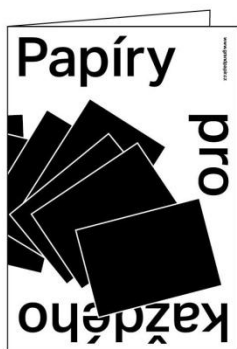
Vlastní tvorba



Příloha č. 12

Letáky

Vlastní tvorba



Nabízíme přes 1100 druhů papírů, kartónů formátu B1 (70x100 cm) různých barev, ražeb a gramáží, ale také k vybraným papírům obálky různých velikostí, barev. Pro knihaře máme širokou nabídku knihařských lepenek formátu B1 (70x100 cm), od strojních šedých kaširovaných nebo nekaširovaných, ruční lepenky bělené nebo paspartovací hlazené. Nabízíme Vám také formátování papírů a kartónů na strojní fezačce papíru ADAST MAXIMA – MS 80. Dále také nabízíme široký sortiment plotrových fólií značky AVERY a JAC, PVC desky ONGROFOAM a KÓMATEX, fezačí nože a podložky OLFA a další materiály pro signmaking.

grandpapír
andpapír
grandpapír

Produkční střediska: Plzeň 330-1100, Písek 330-1100
330 010 001 330 010 001 330 010 001 330 010 001

Nabízíme přes 1100 druhů papírů, kartónů formátu B1 (70x100 cm) různých barev, ražeb a gramáží, ale také k vybraným papírům obálky různých velikostí, barev. Pro knihaře máme širokou nabídku knihařských lepenek formátu B1 (70x100 cm), od strojních šedých kaširovaných nebo nekaširovaných, ruční lepenky bělené nebo paspartovací hlazené. Nabízíme Vám také formátování papírů a kartónů na strojní fezačce papíru ADAST MAXIMA – MS 80. Dále také nabízíme široký sortiment plotrových fólií značky AVERY a JAC, PVC desky ONGROFOAM a KÓMATEX, fezačí nože a podložky OLFA a další materiály pro signmaking.

grandpapír
andpapír
grandpapír

Produkční střediska: Plzeň 330-1100, Písek 330-1100
330 010 001 330 010 001 330 010 001 330 010 001

Nabízíme přes 1100 druhů papírů, kartónů formátu B1 (70x100 cm) různých barev, ražeb a gramáží, ale také k vybraným papírům obálky různých velikostí, barev. Pro knihaře máme širokou nabídku knihařských lepenek formátu B1 (70x100 cm), od strojních šedých kaširovaných nebo nekaširovaných, ruční lepenky bělené nebo paspartovací hlazené. Nabízíme Vám také formátování papírů a kartónů na strojní fezačce papíru ADAST MAXIMA – MS 80. Dále také nabízíme široký sortiment plotrových fólií značky AVERY a JAC, PVC desky ONGROFOAM a KÓMATEX, fezačí nože a podložky OLFA a další materiály pro signmaking.

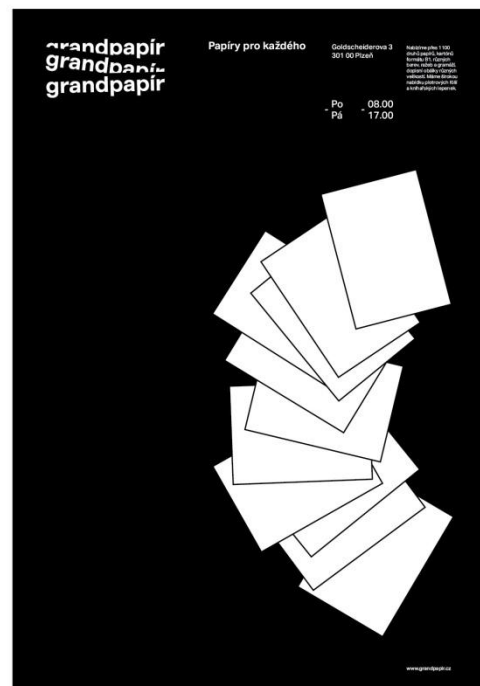
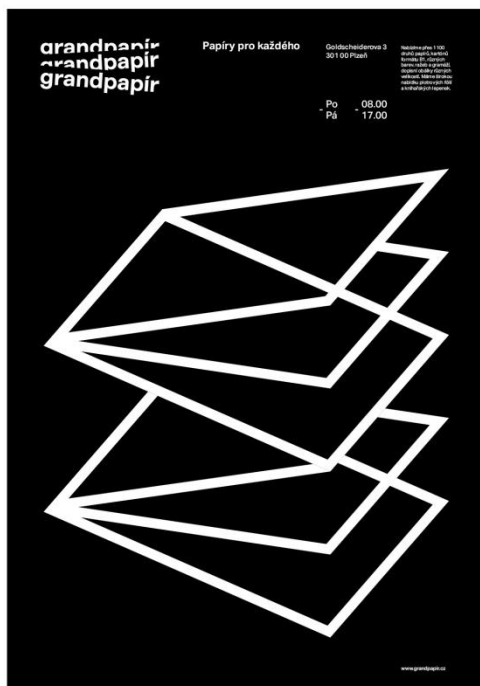
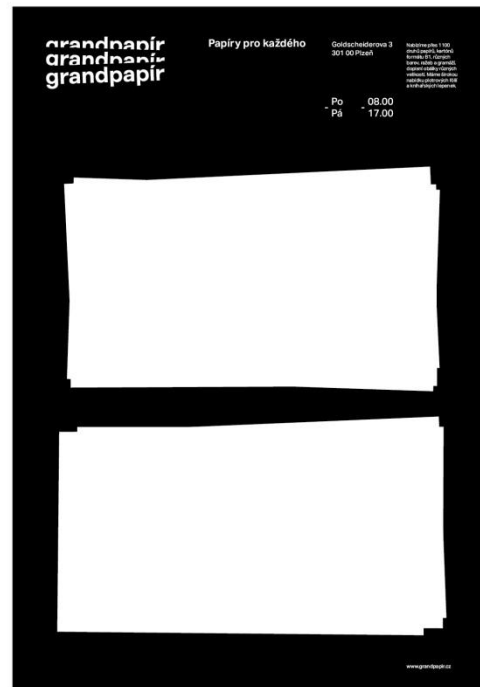
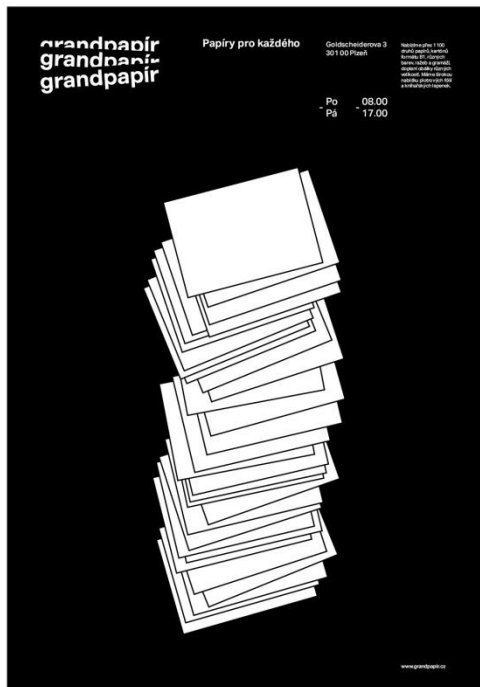
grandpapír
andpapír
grandpapír

Produkční střediska: Plzeň 330-1100, Písek 330-1100
330 010 001 330 010 001 330 010 001 330 010 001

Příloha č. 13

Plakáty

Vlastní tvorba



Příloha č. 14

Vizitka

Vlastní tvorba



Příloha č. 15

Hlavičkový papír

Vlastní tvorba

Goldscheiderova 3 301 00 Plzeň	T +420 377 242 471 grandpapir@seznam.cz	www.grandpapir.cz
-----------------------------------	--	-------------------

**grandpapír
grandpapír
grandpapír**

Titul, Jméno Příjmení
Název firmy
Ulice
000 00 Obec

Oslovení,

Class aptent taciti sociosqu ad litora torquent per conubia nostra, blandit inceptos himenaeos. Quisque in convallis ipsum, luctus euismod quam. Phasellus at facilisis enim, vitae imperdiet elit ipurus. Suspendisse in lacus gravida, mattis justo nec, consectetur est. Nam ac fringilla quam. Sed non velit eget lectus ac pretium consequat. Praesent non tincidunt dui. Etiam posuere non ligula sed vitae tristique. Quisque finibus aliquam dolor, eget euismod magna interdum condimentum. Vivamus sit amet metus tristique tortor auctor semper. Suspendisse sit amet turpis sed sapien sollicitudin facilisis. Vivamus ac bibendum lacus, nec hendrerit est Praesent pulvinar quis dui in facilisis. Nulla egestas a enim quis convallis.

Fusce luctus, nisi a egestas porttitor, risus nisi pellentesque ligula, nec venenatis quam mauris eget. Nullam non odio vel urna pulvinar commodo. Praesent eu feugiat sapien. Nunc convallis urna sit amet libero eleifend ex finibus. Nullam ac mauris risus. Sed eget vestibulum elit. Donec viverra massa. Donec quis lorem nunc. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Praesent laoreet nisi nec lorem pulvinar, ac cursus mauris scelerisque. Suspendisse semper, lorem id imperdiet tempor, ipsum diam dignissim enim, nec blandit dui felis ex. Nam gravida tempor lacus dolor semper. Integer accumsan placerat eros, in euismod sem. Cras ipsum in ex congue auctor. Nulla lacinia consequat sapien vitae lobortis.

S pozdravem

Titul, Jméno Příjmení
Funkce

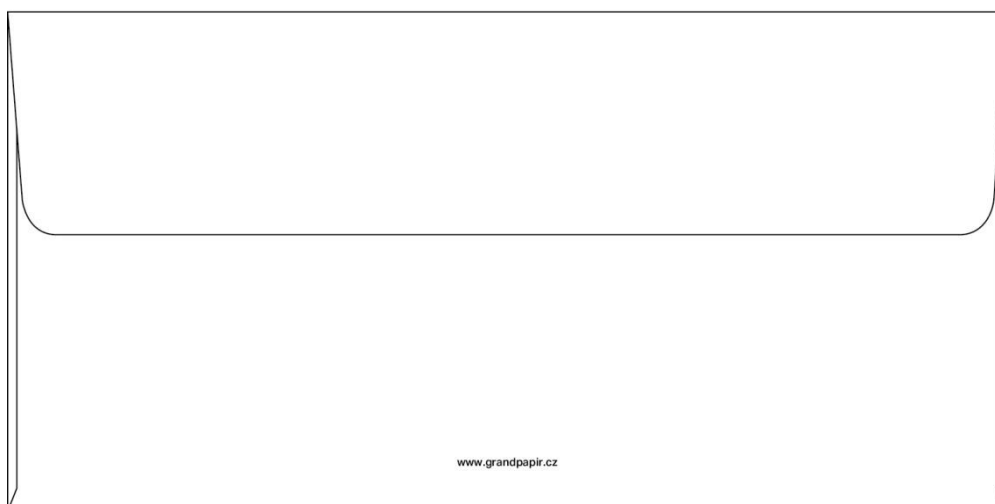
V Plzni
dne 12.03.2017

Papír: Flora, 100 g/m²

Příloha č. 16

Obálka

Vlastní tvorba



Příloha č. 17

Daňový doklad

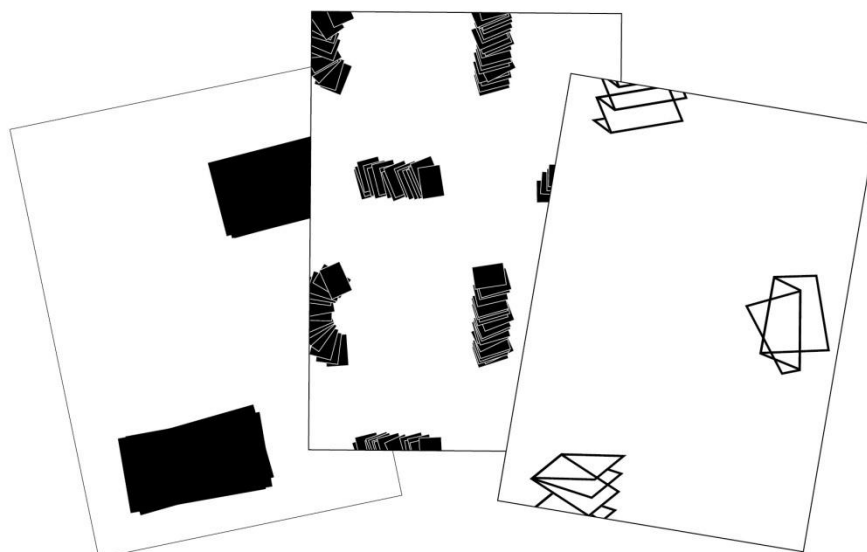
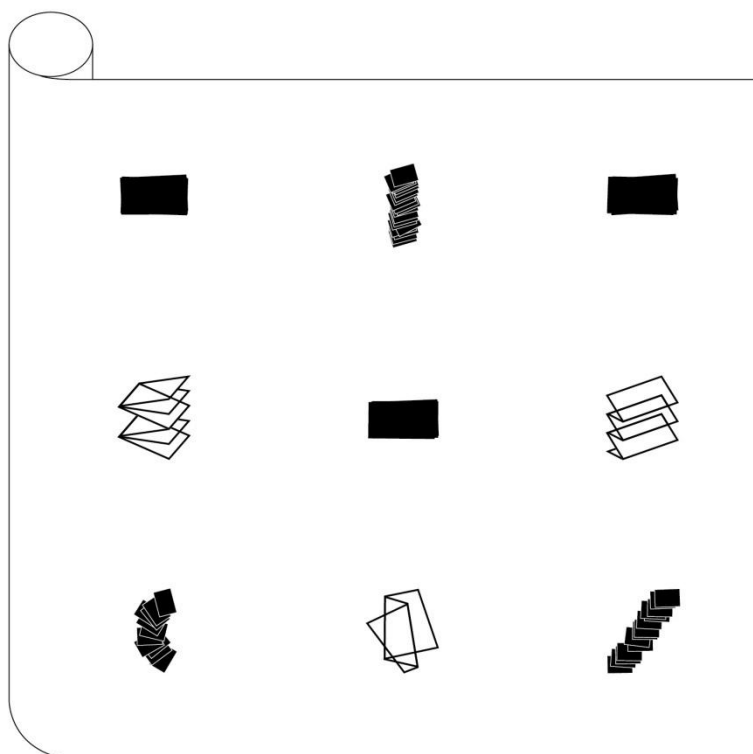
Vlastní tvorba

Goldscheiderova 3 301 00 Plzeň		T +420 377 242 471 grandpapir@seznam.cz		www.grandpapir.cz	
grandpapír grandpapír grandpapír		Dodavatel Hilken s.r.o. Goldscheiderova 3 301 00 Plzeň IČO 64835545 DIČ CZ64835545		Odběratel 4901 Pokladna IČO DIČ	
Prodej za hotové Daňový doklad číslo: 2162629					
Označení dodávky	Množství ks	Cena za j.	VČ. DPH	Daň %	Celkem Kč
DALÍ 1 70x100cm 130 gr gardenia	5	20.66	25.00	21	103.30
DALÍ 1 70x100cm 240 gr gardenia	5	37.19	45.00	21	111.57
					214.87
		Zdanitelné plnění	Daň		Celkem Kč
		Za sazbu DPH 21%	214.87	45.20	260.07
		Za sazbu DPH 15%	.	.	.
		Za sazbu DPH 0%	.	.	.
		Celkem	214.87	45.20	260.07
		Zakrouhlení			- 0.07
		Celkem k úhradě:		260.00	
Dat. zdan. plnění: 23.02.17 Dat. vystavení: 23.02.17 Vystavil: Švejda Václav Pokladna č. 10 Zapsáno u Krajského soudu v Plzni, oddíl C, vložka 7714, den zápisu 30.4.1996.					
Děkujeme Vám za nákup!					

Příloha č. 18

Balící papír

Vlastní tvorba



Příloha č. 19

Lepící pásek

Vlastní tvorba



Příloha č. 20

Taška

Vlastní tvorba



Příloha č. 21

Samolepky

Vlastní tvorba

