

# Produktový obal

Pavλίna Jařková

---

Bakalářská práce  
2012



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně  
Fakulta multimediálních komunikací

---

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně

Fakulta multimediálních komunikací

Ústav reklamní fotografie a grafiky

akademický rok: 2011/2012

## ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Pavína JAŠKOVÁ**  
Osobní číslo: **K08272**  
Studijní program: **B 8206 Výtvarná umění**  
Studijní obor: **Multimedia a design – Grafický design**

Téma práce: **Produktový obal**

Zásady pro vypracování:

Rozsah teoretické práce minimálně 25 stran + přílohy, odevzdat v elektronické podobě (dle předepsané celouniverzitní šablony viz Směrnice rektora č. 15/2010) ve formátu PDF na 1 ks CD (DVD) nosiče, dále odevzdat 2 kusy výtisků elektronické podoby práce a 1 výtisk graficky zpracované bakalářské práce, která má volnější grafickou podobu.

1. Teoretická část:

Produktový obal

2. Praktická část:

Série produktových obalů pro české národní produkty

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

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

Seznam odborné literatury:

doporučené zdroje:

veškeré knihovnické a jiné fondy s literaturou na území ČR, SK, EU, webové stránky vztahující se k tématu, odborné časopisy a další literatura po konzultaci s vedoucím práce.

Vedoucí bakalářské práce: dr ak. soch. Rostislav Illík  
Ústav reklamní fotografie a grafiky  
Datum zadání bakalářské práce: 15. února 2012  
Termín odevzdání bakalářské práce: 18. května 2012

Ve Zlíně dne 1. března 2012

doc. MgA. Jana Janíková, ArtD.

*děkanka*



doc. MgA. Jaroslav Prokop

*ředitel ústavu*

## PROHLÁŠENÍ AUTORA BAKALÁŘSKÉ/DIPLOMOVÉ PRÁCE

Beru na vědomí, že

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

Ve Zlíně .....15. 3. 2012.....

Pavína Jašková



.....  
Jméno, příjmení, podpis

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

## **ABSTRAKT**

Cílem této práce je porozumět a ujasnit si výjimečné postavení současných nejmodernějších obalů výrobků na trhu a pokusit se posunout design balení zase o krok blíže budoucnosti. Analýzou *historie se čtenář projde vývojem až k současným známým trendům v papírové obalové technice a snadněji si tak utvoří představu o budoucích možnostech v balení*. Vznik a proces výroby papíru prozradí, proč jsou neustále zdokonalovány technologie výroby. *Významným poznatkem v této práci je pozorování, jakou roli dnes hraje obal pro výrobek, proč je na prvním místě spíše jednoduchost a jak by měl vlastně dobrý obal vypadat*.

Klíčová slova: obalový design, papírový obal, obalové trendy, vývoj obalu, obal, recyklace papíru, produktový obal, obaly, balení

## **ABSTRACT**

The aim of this work is to understand and clarify the unique position of the current state of the art packaging products on the market and try to move the package design one step closer to the future. By analyzing the history of the reader why the development of well-known to contemporary trends in paper and packaging technology so easily form a picture of future possibilities in the package. Establishment and paper-making process reveals why they are continually improved production technology. An important finding in this work is to observe what is the role of packaging for the product, why in the first place rather simplicity and how it should look really good package.

Keywords: packaging design, packaging paper, packaging trends, packaging development, packaging, paper recycling, product packaging

Bakalářská práce je věnována každému archu čistého papíru a každému nově vznikajícímu obalu, třeba i tomu nejobyčejnějšímu ...

*„Všechny věci jsou krásné.“ (Na našem papíře)*

Europapier

Za cenné rady, usměrnění, trpělivost, vstřícný přístup a čas, který mi byl věnován na realizaci, a to nejen této práce, ale především po celou dobu mého studia velice děkuji vedoucímu mé bakalářské práce panu dr. ak. soch. Rostislavu Illíkovi.

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

# OBSAH

<b>ÚVOD.....</b>	<b>10</b>
<b>I TEORETICKÁ PRÁCE.....</b>	<b>11</b>
<b>1 OBAL.....</b>	<b>12</b>
1.1 PRODUKTOVÝ OBAL.....	12
1.2 OBALOVÝ DESIGN.....	12
1.2.1 Obalový designér .....	13
<b>2 HISTORIE OBALŮ.....</b>	<b>14</b>
2.1 JAK SE BALILO OD PRAVĚKU?.....	14
2.2 PŘEV RATNÝ VYNÁLEZ Z ČÍNY.....	15
2.3 P APÍR DO EVROPY.....	15
2.4 PRVNÍ P APÍROVÉ OBALY .....	16
2.4.1 Raymond Loewy.....	18
2.4.2 Zdeněk Rykr.....	18
2.5 TETRA PAK.....	19
<b>3 JAK ČECHY PŘIŠLY K P APÍRU.....</b>	<b>21</b>
3.1 KDE SE VZAL KARTON?.....	21
3.2 P APÍROVINA JAKO MÓDA 18. STOLETÍ.....	22
3.3 ČECHY V EVROPSKÉ ŠPIČCE VÝROBCŮ P APÍRU.....	23
3.4 NEJSTARŠÍ OBAL U NÁS.....	23
3.5 FIRMY PRACUJÍCÍ S P APÍROVÝMI OBALY SOUČASNOSTI.....	24
3.5.1 Model Obaly.....	24
3.5.2 Studio Činčera.....	24
<b>4 KVALITNÍ DESIGN.....</b>	<b>26</b>
4.1 OBAL DĚLÁ VÝROBEK.....	26
4.2 KONKURENČNÍ OBAL.....	27
4.3 CO JE SKUTEČNĚ DOBRÝ OBAL?.....	28
4.4 VÝZNAM P APÍROVÝCH OBALOVÝCH PROSTŘEDKŮ.....	29
4.5 SOUTĚŽ MLADÝ OBAL.....	30
4.6 SPECIÁLNÍ P APÍRY.....	31
4.7 NOVINKY NA TRHU A TRENDY.....	32
4.8 EKOLOGIE.....	33
<b>5 OBAL V SOUČASOSTI.....</b>	<b>34</b>
5.1 NEVĚNUJETE POZORNOST ÚDAJŮM NA OBALU?.....	34
5.2 POUČENÍ PRO SPOTŘEBITELE OBALU.....	35



5.3	STOP KLAMNÝM INFORMACÍM.....	36
5.4	NEVHODNÝ OBAL?.....	36
5.5	OCHRANNÁ ZNÁMKA OBALU.....	37
5.6	ZÁKONNÁ ZNÁMKA OBALU.....	37
<b>II PRAKTICKÁ ČÁST.....</b>		<b>39</b>
<b>6</b>	<b>SÉRIE PRODUKTOVÝCH OBALŮ PRO ČESKÉ NÁRODNÍ PRODUKTY..</b>	<b>40</b>
6.1	PRVNÍ ROZHODNUTÍ.....	40
6.2	KONKURENCE NA TRHU.....	41
6.3	LOGO.....	41
6.4	OBALOVÁ KONSTRUKCE.....	42
6.5	VIZUÁLNÍ PODOBA.....	42
6.6	INSTALACE .....	43
<b>7</b>	<b>ZÁVĚR .....</b>	<b>46</b>
<b>SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....</b>		<b>47</b>
<b>SEZNAM OBRÁZKŮ.....</b>		<b>49</b>

## ÚVOD

Už jste si někdy koupili něco jen proto, že na vás zapůsobil obal? Určitě ano. Určitě byste zrovna, jako já, našli doma na polici parfém, který jste dosud ještě neotevřeli, a to nemluvím o dárkových koších plněné různými přísadami do koupele a nebo víno, zabalené v perfektní krabici – nádherně zdobené kaligrafií, které nechceme otevřít jen proto, že se bojíme narušit jejich tak krásný vzhled?... už určitě tušíte, o čem bude řeč. [1]

Častokrát si sama koupím výrobek jen proto, že má krásný obal. A to někdy ani nedbám ohledu na obsah. Prostě se mi zrovna ta věc natolik zalíbí, a pokud na ni mám dostatek financí, koupím ji.

Jaká je ale celková spojitost obalu s výrobkem? Proč jsou stále krásnější a žádanější? Jak mohou některé z nich oklamat, a kdy může být obal dokonce i nevhodný? No a jak by měl vlastně takový ideální obal vlastně vypadat?...

V rychle se rozvíjejícím světě spotřebního marketingu už obal nemá jen ochrannou funkci, stále více se však dbá na menší objemy, je nastolen ekologičtější přístup, kde se držíme hesla „méně je více“, zdokonaluje se harmonie mezi výrobkem a obalem a důležitostí se stává fakt, že obal nejen prodává, ale také nesmí stát v cestě za obdivem výrobku samotného.

Tématem mé bakalářské práce je zaměření na papírový obalový design s důrazem na jeho význam. Při svém studiu problematiky jsem vycházela často z útržkových informací časopisů, knih či dalších drobných materiálů. Zdrojem mi byly samozřejmě taktéž internetové stránky a dodatečně i několik slovních informací, které mi pomohly dát nastudovaný materiál do kontextu. Cílem této práce je ukázat podíl grafického designu na konečném vzhledu obalu, roli značky ve vizuálním působení výrobku na zákazníka a nastíním i metodiku postupu práce a kritéria k docílení obalu.

Připomenu proto zprvu stručnou minulost, neboť je to právě ona, jež určuje vývoj a dnešní vzhled všech těch krásných obalů kolem nás. Papír, sklo, plasty, kov aj. dnes tvoří naprostou většinu obalů. Já jsem se však zaměřila pouze na papír, a to z jednoho prostého důvodu, neboť téma obalového designu je tak široké, každá jeho oblast je svým způsobem specifická, proto zmapovat komplexně tuto problematiku není v rámci této práce možné. Navíc i samotné téma papírový obal by bylo na knihu, proto se jím budu zabývat spíše v obecnější rovině. Doufám, že i přesto tato část bude pro vás čtenáře jak přínosná, tak i zajímavá.

## **I. TEORETICKÁ ČÁST**

## 1 OBAL

Obal je součástí téměř každého kvalitního výrobku. Má svůj význam v přepravě, logistice, skladování, distribuci, čímž umožňuje realizaci výsledků výrobního procesu. Úroveň této techniky aktivně ovlivňuje úspěch v zahraničním obchodě. Proto se o významu obalové techniky pro národní hospodářství každého státu už v současnosti nepochybuje. Čím je průmysl v krajině vyspělejší, tím je pak kladen větší nárok na objem a úroveň obalů, což vyžaduje stále rychlejší tempo rozvoje. Je to přirozený následek racionalizačních tendencí a nových forem obchodu. S tímto procesem pak vznikají stále větší požadavky na obalové materiály. Obal velmi pohotově reaguje na všechny možnosti, které mu nabízí výzkum a vývoj nových materiálů. Vytváří obraz životní úrovně určité krajiny a jeho grafická, výtvarná úprava nejen vhodně informuje a propagačně ovlivňuje kupujícího, ale mnohdy je i ukazatelem vyspělosti národní kultury. [1]

### 1.1 PRODUKTOVÝ OBAL

Produktový obal je takový obal, který má za úkol chránit výrobek před nepříznivými vlivy či situacemi, povznést jeho kvalitu, upoutat na sebe pozornost zákazníka a dostat se tak do jeho povědomí, čímž si zajistí určité postavení a konkurenceschopnost na trhu, a rovněž by měl obsahovat důležité informace o svém obsahu a původu. Určitým produktům také výrazně prodlužuje jejich trvanlivost. Mezi obalem a obsahem by měla fungovat vzájemná interakce, což se týká například obalů, které jsou určeny pro mikrovlnný ohřev, či balení v modifikované atmosféře.

### 1.2 OBALOVÝ DESIGN

*„Pod pojmem obalový design rozumějme výtvarně-technickou nebo technicko-výtvarnou činnost, jejím cílem je uspořádat funkční, technické a další účelové parametry obalového prostředku a ztvárnit je podle estetických hledisek takovým způsobem, aby splnil racionálně ekonomický a komerční záměr s vysokou výtvarnou úrovní a aby účinně psychologicky a esteticky působil.“ [2]*

Obalový design je jednou z mnoha kategorií grafického designu, aplikovanou na různé druhy materiálů, jehož hlavním účelem je nejen výrobek chránit, ale zviditelnit ho.

V současnosti to tedy znamená, že výrobek musí v kratičkém okamžiku zaujmout a získat si kupujícího, mnohdy jen v pár sekundách. A právě takový design je zásadním předpokladem k tomu, aby se výrobek dostal do nákupního koše zákazníka. [3]

### 1.2.1 Obalový designér

Designér, který se specializuje na obalový design, musí dobře znát nejen vlastnosti jednotlivých materiálů, ale mít i znalosti o lidském vnímání a stereotypech výběru, musí mít kvalifikaci, schopnosti a vzdělání, být seznámen s marketingovými postupy, technikami i pravidly a důležité je, aby uměl dobře ovládat znalosti tržního hospodářství a pravidla, které jsou specifická pro obchod a průmysl. [4]

V současnosti tito odborníci navrhují nejrůznější novodobé konstrukce a tvary obalů tak, aby byla zaručena snadná manipulace s otvíráním, vyprázdněním nebo dávkováním, či možnost konzumace přímo z obalu a opětovné použití obalu. Stále více vyrábí taková konstrukce, která má schopnost sdružovat menší balení, dbá se však zároveň i na to, aby hmotnost balení byla co nejnižší. Lidská síla sice není limitujícím faktorem, ale důvodem je především uskladňování. Designéři výrobců využívají stále se zdokonalujících materiálů, myslí na nízkou cenu výsledného produktu a přemýšlí o vzájemné interakci mezi obalem a obsahem, mají znalosti z psychologie, typografie, pracují s myšlenkou jak kombinovat funkci s grafickým vzhledem a potřebují k tomu všemu ještě prostorovou představivost.

Údaje na obalu musí být přesné a podle stanovených zákonů i označené. Obal komunikuje se zákazníkem, vždy je tedy zapotřebí, aby mu sděloval co možná nejvíce vhodných, srozumitelných, nekódovaných, ale pravdivých informací o obsahu, měl by totiž naplnit jistá očekávání kupujícího. To znamená, že designér musí myslet na cílovou skupinu produktu, nebudeme přeci nabízet ženský parfém pánům.

Důležité je, abychom se z obalu dozvěděli co je uvnitř, k čemu je to určené, komu, kdo to vyrobil, místo výroby, datum výroby a spotřeby, složení obsahu, apod ... I tady fungují určitá pravidla, která se musí dodržovat. Například nařízení a předpisy vztahující se k problematice balení potravin, mezi ně patří obecné požadavky na obaly potravin, zdravotní požadavky, předpisy o likvidaci obalového odpadu, technická normalizace a ostatní předpisy. [1]

## 2 HISTORIE OBALŮ

Obal je prostředek nebo soubor prostředků, který zabezpečuje ochranu výrobků před poškozením, zabraňuje škodám, které by mohly výrobky způsobit, umožňuje jim oběh a usnadňuje jejich spotřebu. [4]

### 2.1 JAK SE BALILO OD PRAVĚKU?

Už pravěcí lidé věděli, že když nesní celého mamuta, tak si nějak musejí uchovat zbytky potravy, aby snadněji přežili v drsných podmínkách, kdy nebylo vůbec jednoduché sehnat potravu. Proto maso i ovoce zkoušeli nejrůznějšími způsoby upravovat. Potraviny sušili nebo udili, veškerou potravu i nejrůznější koření skladovali v kožených vacích nebo proutěných koších, dlabali tykve, a dokonce využívali i zvířecí orgány. Chránit potravu museli rovněž před hmyzem a nečistotami. S postupným objevem a znalostmi keramiky se toto skladování zjednodušilo a trvanlivost potravin se tak prodlužovala. Pro nápoje se často využívalo dřevěných sudů, zachovaných dodnes, jejichž dřevo dodává nezaměnitelnou chuť právě vínu. Už kolem roku 2700 př.n.l. totiž bylo známo kvašení. Naši předkové využívali keramických nádob pro zpracování nejen hroznů, ale také mléka, másla a sýru. Časem se vyvíjeli i další materiály, jako například zpracování a použití kovů, sklo a papír. [2],[5]



*Obr. 1 – Prehistorická nádoba, její stáří se odhaduje na více než 15 000 let*

## 2.2 PŘEV RATNÝ VYNÁLEZ Z ČÍNY

Vůbec první dochovaná zmínka o vzniku papíru, na který se zaznamenávaly informace, pochází z Číny, kdy za objevitele čerpání papíru z rostlinných surovin na síto je doposud označován mistr orby císařského dvora číňan **Cchai Lun**, pocházející z provincie Hunan v jižní Číně, který jej dle legendy prezentoval čínskému císaři v roce 105 n.l. Tento dvorní úředník, tedy významná osoba, údajně zkoušel nahradit neskladné a málo trvanlivé destičky v císařské knihovně jiným vhodnějším materiálem pro psaní. Použil vláken lýka a kůry morušovníku, bambusových výhonků, rýžové slámy, zbytky konopí i rybářských sítí, a tyto složky dlouhým máčením posléze rozmělnil. Vzniklá kaše ředěná vodou se načerpala na formu, jenž byla vytvořena rámem s jemnou rohoží. Po odkapání přebytečné vody se z takto vytvořeného síta získala tenká vrstva hmoty, jenž se dalším ztlačením, sušením a lisováním zbavila ještě posledních zbytků vody a tuto fázi je tedy možné označit jako proces získávání vhodného materiálu pro psaní. Hotový papír se závěrem ještě klížil, aby si uchoval své vlastnosti a trvanlivost. Protože byl tento vynález nejen skladný, lehoučký narozdíl od destiček, a bylo také možné na něj psát, začala jeho éra všeobecného užívání po celé Číně. V následujících stoletích byla technologie výroby papíru mnohokrát vylepšována a upravována, avšak podstatný nápad zůstal dodnes nezměněn. [6]

## 2.3 PAPIR DO EVROPY

Obrovský vynález nezůstal světu samozřejmě utajen nadlouho, neboť rozšiřování na území obrovského čínského impéria začínalo pronikat taky za hranice říše. I přes veškerá opatření a péči Číňanů se o něm jako první dozvěděla Korea, snad někdy okolo 500 n.l. Nicméně v 7. století to byli Japonci a o jedno století později se v průběhu čínsko-arabské války postupně odhalilo tajemství (díky zajatým Číňanům, pracujících při výrobě papíru) sousedním Arabům, kteří tolik vynikali učeností v přírodních extraktních vědách. Odtud už to byl nezvratný proces, a tak se celá záležitost mohla přenést až do křesťanského Středomoří a západní Evropy. Nejprve se touto novinkou v Evropě nasytilo jižní Španělsko, kde v městě Jativě počali vyrábět papír již v 11. století. Pozdější město San Felipe umožnilo urychleně rozšířit papír dále na území dnešní Francie (1189), Itálie (1260) a Německa (1388). V Americe se papír začal vyrábět až v letech 1690. [7]

## 2.4 PRVNÍ PAPIROVÉ OBALY

Papíru jako obalového materiálu k balení potravin se začalo poprvé využívat v Číně v dobách kolem 100 až 200 let před naším letopočtem. Postupně se dostala tato technika do Evropy a až v roce 1550 němečtí výrobci papíru začali balit své lepší papírové produkty kvalitativně druhořadým a také různými vzory potištěným papírem. Byly to papíry na jedno použití. Již v té době se můžeme setkat s prvními obrázkovými etiketami, kterými byly značeny balíky s benátským sukmem. [8]

V Anglii a také Americe byla od roku 1810 zahájena výroba první komerčně vyrobené kartonové a lepenkové krabice, kdy si američan Albert L. Jones nechal roku 1871 patentovat „vlnité médium“ jako ochranu lahví během skladování při přepravě. [9] Z těchto dob už známe i první krabičky na šperky, později také na pilulky a medikamenty, či pro bonbóny. Průmyslová revoluce a s ní spojený nástup kapitalismu přinesly hojný nárůst výroby obalů. Ty už nemusely výrobek pouze chránit, ale obsahovaly navíc informace a začínaly tak lákat zákazníka. Nejednalo se pouze o název výrobku, ale také značku výrobce. [8]

První tištěné etikety a vůbec první potištěné papírové obaly pochází z roku 1840 a o čtyři roky později se už v Anglickém Bristolu rozmáhá komerční výroba plochých papírových pytlů a sáčků. Samozřejmě, že s novými nápady přichází i nové technologie zpracování, a proto jsou v polovině devatenáctého století vynalezeny první stroje na výrobu, vysekávání a skládání papírových pytlů a lepenkových krabic. Francis Wolle vynalezl první stroj na výrobu pytlů v roce 1852 v USA. [10]

Důležitým objevem je vlnitá lepenka, která se objevila kolem roku 1850 a vystřídala asi od roku 1900 dřevěné přepravní bedny pro obchodní použití.

V roce 1860 byly importy do Anglie často zfalšované, jejich zhoršená kvalita a znečištěné produkty po přepravě byly zamaskovány a následně prodány. Obchodníci proto zavedli značku jejich zboží s identifikací pro upozornění svým zákazníkům. První oficiální značka pochází z roku 1866 od bratrů Smithových, kteří aplikovali značku na jejich sklenice od bonbónů proti kašli. Tak vznikla nová myšlenka o použití obalu jako značky produktu ve prospěch zákazníka. [10]

Během 70. let devatenáctého století si brooklynský tiskař Robert Gair při jedné z kontrol potisku sáčků na semena všiml, že tisková deska prosekla obal. Přišel tak s nápadem, jak



během jednoho okamžiku vyseknout obal i s ohybovými linkami. Zrodil se tak vysekávací lis, který má za důsledek vznik skládačkového kartónu. Takto snadná výroba skládaček započala prudký rozvoj obalového průmyslu, protože nabízela množství nejrůznějších konstrukčních variant, při rozložení bylo zabráno jen minimum prostoru a k tomu to byla ještě cenově nejlevnější varianta obalu. Tento karton se využíval jako obal na vločky a obiloviny a jako první jej použili Bratři Kellogové ve své firmě v Battle Creek v Michiganu, která se zabývala výrobou potravin z obilovin. Zde krabice vkládali ještě do voskového papíru, za tepla svařili a na závěr vnější obal dekorativně potiskli značkou firmy. [10]

Lidé se zabývali otázkou balení potravin již dávno a to kvůli skladování a přepravě zásob. Balení bylo podporováno především vývojem dělby práce a s tím i zvyšující se směnou zboží, hlavně u takových produktů, které byly dopravovány do větších vzdáleností, například sůl, koření apod. Pokrok nastal v období rozvíjejícího se obchodu v souvislosti se zámořskými cestami na počátku novověku. [11]

K rozšíření použití papíru a lepenky k průmyslovým účelům a také k balení přispěl vynález chemického zpracování dřeva roku 1857. Chemie celulózy zaznamenala ve druhé polovině 19. století velké úspěchy, z níž byla velice důležitá výroba celofánu.

Především u potravin vznikají čím dál náročnější požadavky na ochranu výrobku. V této době se totiž dostává spotřebiteli do rukou výrobek v menších dávkách balený již přímo v továrně. Za vznikem stojí především doba nástupu supermarketů. již někdy na začátku šedesátých let se poprvé objevuje dnes již dobře známá a užívaná myšlenka – obal musí prodávat. [5]

Historicky nejstarší obaly z přelomu 19. a 20. století, lákající ke koupi svojí originalitou. Za vůbec první této doby a tedy nejstarší obaly vůbec jsou považovány výrobky firmy Felix Potin a Deutsche Schokolade, německé starobylé firmy Theodor Hildebrand. [12]



Obr. 2, 3 – Obal německé čokoládovny Theodor Hildebrand,  
obal francouzské firmy Felix Potin

Od počátku 20. století přicházejí na svět nové materiály, konstrukční a strojové možnosti, zároveň je zvýšena potřeba rychlých reakcí při zásobování trhu, zvláště potravinami. V důsledku objevu a širšího použití plastů se papír a příbuzné produkty poněkud stáhly z použití. Avšak ne na dlouho, jelikož designéři začali zohledňovat ekologické aspekty balení a ochrany výrobku.

#### 2.4.1 Raymond Loewy

Například tvůrcem obalu a celkové reklamy Lucky Strike byl americký průmyslový designer Raymond Loewy (1893–1986). Navrhoval nejrůznější předměty i kompletní návrhy firemních vizuálních stylů. Využíval průzkumu trhu a svoji práci těmto analýzám pak přizpůsobil. [13] Mnoha obalům různého zboží dal novou, atraktivnější podobu, čímž zvýšil jejich odbyt. Největší zakázky, například pro BP, Shell či NASA, získal Loewy v šedesátých a v sedmdesátých letech, kdy byl již celosvětově uznáván za předního designéra dvacátého století. [8]



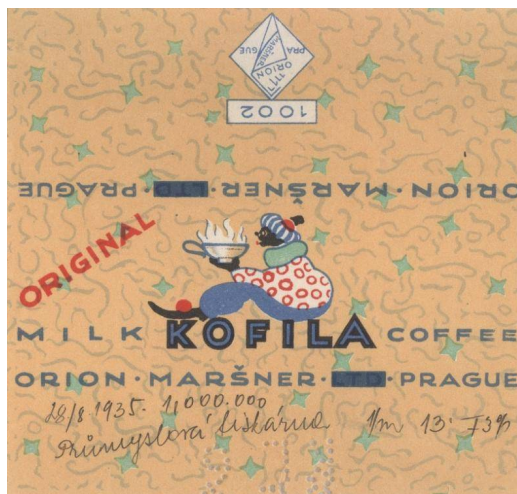
*Obr.4 – Raymond Loewy, krabička na cigarety  
značky Lucky Strike*

Kdybychom měli sledovat vývoj jednotlivých typů obalů a způsobů balení, tak bychom se museli probírat nesčetným množstvím patentů a drobných zlepšení. V konkurečním boji to však mnohdy vedlo k tomu, že se věnovala značná pozornost působivému vzhledu. Proto zde uvádím i několik příkladů z našich krajín pro srovnání.

#### 2.4.2 Zdeněk Rykr

Zdenek Rykr (1900-1940), malíř, grafik, designér, cestovatel a jedna z nejzajímavějších osobností českého meziválečného umění. Působil také jako žurnalista, ilustrátor, scénograf. Pracoval hned pro několik firem, ale zdaleka nejvýznamnější byla spolupráce s firmou Orion, kde navrhl známé logo v psacím písmu s hvězdou, které se stále drží dodnes.

Kromě toho vytvořil i obaly, plakáty a reklamní poutače. Velice se proslavil také návrhem obalu Kofily, čokoládové a kávové tyčinky, kde v roce 1923 vyobrazuje figurku sedícího mouřenína čichajícího k vonícímu šálku kávy. [14]



Obr.5 – Obal na Kofilu, Zdeněk Rykr

## 2.5 TETRA PAK

Mnohem později po druhé světové válce vznikají obaly Tetra Pak, založené na technologii vrstvení kartonu, hliníkové fólie a polyethylenu. Kombinací papíru a plastu (později i hliníku) vzniká nápojový karton pro uchovávání nápojů, do nichž třeba dnes balíme mléko, ovocné šťávy nebo víno. Na švédských pultech se první krabicové kartony objevili roku 1952 a zmíněný hliník byl přidán o 10 let později jako „trvanlivá“ verze obalu.

Tento slavný systém vynalezl v roce 1943 švédský rodák Dr. Ruben Rausing, který objevil obal na mléko, k jehož výrobě použil minimálního množství materiálu a obal stále splňoval maximální možnou úroveň hygieny. V roce 1951 založil ve švédském Lundu společnost Tetra Pak. Její unikátní novinky a inovace tak změnily způsob balení a distribuce potravin na celém světě. Tento nový balicí systém, který vzbuzuje velkou pozornost, zahajuje svůj boj se skleněnými lahvemi na mléko tím, že svůj karton potahuje polyetylenovou vrstvou. Tato vrstva zabraňuje prosakování tekutin a obal lze samozřejmě recyklovat. Roku 1962 je v USA započat prodej čtyřstěnné kartonové krabice. [15]



*Obr.6 – Firma Tetra Pak, obal na nápoj z kartonu,  
zakladatel Dr. Ruben Rausing*

Zvláště v 70. letech dvacátého století byly papírové materiály téměř vytlačeny. Avšak se zhoršujícím se životním prostředím a vlivným konzumním způsobem života se začalo dbát na recyklaci. Například se obaly plnily vícekrát, důraz se kladl na co nejnižší množství materiálu a také se velice dbalo na hygienu.

### 3 JAK ČECHY PŘIŠLY K PAPIŘU

Do našich krajín českých se papír s otevřenou náručí dostává za dob vlády našeho velmocného panovníka Karla IV. a jeho založení Univerzity Karlovy. Roku 1499 se objevuje první významná historická papírna na Zbraslavi, přezdívaná jako “Bílé řemeslo“, jejíž zřízení je doloženo výpisem z registru královského kancléře z doby krále Vladislava II. Jagelonského. [7] Jde o výpis z konceptu listiny ze dne 24. května 1499, dané v Budíně, podle níž král povoluje mlynáři opata cisterciáckého kláštera ve Zbraslavi Jana, aby “týž mlynář šatuov starých, kteréž k děláni papíru příslušejí, jinam ze země voziti a prodávati nedopůštěl, než sám, aby je kupoval a papier z nich pro obecný užitek země České dělal.“ [16]

To nastartovalo obrovský rozmach založení dalších papíren a kolem 16. století se české země mohly pyšnit až 30 papírnami. Tak například hned v roce 1505 v oblasti dnešní Olomouce byla založena první ruční papírna na Moravě. O něco později vyrostla jedna z nejstarších historických papíren na světě, vyrábějící nepřetržitě ruční papír až do dnešních dnů. Tuto papírnu ve Velkých Losinách dal vybudovat v místech bývalého obilního mlýna Jan mladší ze Žerotína. [7]

#### 3.1 KDE SE VZAL KARTON?

Papír chápeme jako tenkou stejnoměrnou vrstvu vláken, který sloužil k psaní po staletí. Avšak od 2. poloviny 14. století se z arabského světa začala do Evropy šířit velká vášeň ke karetním hrám a ta otevřela papíru cestu k dalším podobám a funkcím. Odtud již známe pojem karton neboli lepenka. Pro zajímavost, prvního kartáře v Čechách, zvaného Jakub, zmiňují v Praze archivní prameny již kolem roku 1517 a nejstarší dochované karty u nás pak byly vyrobeny o padesát let později. [17]

Bez lepenky se v 18. století neobešli ani kožešníci, kloboučníci, krejčí či obuvníci. Užívali ji i skláři pro výplň zad rámových zrcadel. Hospodářsky a technicky pokroková Francie proslula výrobou velmi kvalitní skládané hladké lepenky. Speciálnímu hnědému typu ze slámy a dřevoviny se začalo říkat *rouenský karton*, jehož domovem bylo město Rouen.

Mezi velkou nevýhodou vlnité lepenky, pokud není povrchově upravena, patří její nízká odolnost vůči vodě a plošné zatížení, které může vést k deformaci zvlněné vrstvy.

### 3.2 PAPIROVINA JAKO MÓDA 18. STOLETÍ

V roce 1817 se v Anglii začalo s výrobou prvních kartonových krabic určených k přepravě zboží. Od druhé poloviny 18. století se staly velmi populární výrobky z papíroviny, zvané *papírmašé*. Jejím domovem byla opět Francie, odkud se toto řemeslo rozšířilo do Německa a poté do Čech. Byl to zvláštní způsob zpracování vlhké papíroviny, ze které vznikla s přidavkem fermeže, kaolínu nebo klišu hmota, která se vtlačovala do sádrových, dřevěných nebo kovových forem a po výjmutí se dala vyschnout. Po úpravě lakováním nebo pomalováním se z ní vyrobily trojrozměrné předměty jako sošky, pouzdra apod. Doma si můžete papírmaši namíchat třeba z většího kusu toaletního papíru, rozmočeného v trošce vody a do hustoty řídké pasty přidáte trochu sádry a obyčejný bílý kliš, jaký se používá v kancelářích k lepení papíru. [17]

Velmi módní byly lakované krabičky na tabák. Krabičky z papíroviny se vyráběly postupným nalepováním jednotlivých listů papíru na dřevěné formy a po důkladném vysoušení zpravidla v peci se papírové skořepiny nejrůznějších tvarů ořezávaly, brousily a zdobily malováním a lakem.

Ve Francii se v té době vyráběly z papíroviny dokonce celé toaletní stolky. Aby papírovina byla co nejtvrdší, přidalo se křída, hlínky i popela. Jiným druhem papíroviny pak byla kaše z rozcupovaných papírových zbytků a pomocí forem vznikala řada užitečných věcí, zeměpisných glóbů, karnevalové škrabošky či nejrůznější drobné plastiky dětských panenek i ozdoby tabákových dýmek. K lakování se kromě jantaru užívala smola smíchaná s voskem. Lepenku napuštěnou fermeží bylo možné i soustružit. Vyráběly se dezertní talířky, tácky, misky apod. [17]

Slavnou tradici výroby lakované papíroviny v Čechách zahájila v 18. století dílna Jana Schöffla u Jablonce nad Nisou v roce 1778. Jeho tabatěrky, cukřenky, skříňky na šperky a další si našly cestu až na trhy do Švýcarska, Itálie Španělska a Ruska a úspěch sklízely i na výstavách ve Filadelfii a Londýně. [17]

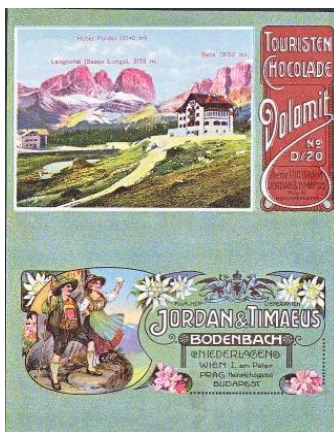
### 3.3 ČECHY V EVROPSKÉ ŠPIČCE VÝROBCŮ PAPÍRU

Do 19. století mají papírny na našem území svá významná postavení, vzrůstají a obohacují se o nové technologie jako je strojní výroba, která tak definitivně nahradí řemeslo. Jednou z nejmladších historických papíren a poslední ruční papírna v Čechách byla Prášily na Šumavě (Stubenbach), založena roku 1820, avšak bohužel už v následujícím století dne 25. 5. 1933 vyhořela. [17]

Rozvoj ruční papírenské výroby a od 19. století i průmyslové papírenské produkce zařadil Čechy k evropské špičce papírenských výrobců. První stroj na výrobu byl sestaven roku 1829 v Praze-Bubenči. Později roku 1872, kdy hovoříme o přechodu z řemeslné na strojní výrobu začali čeští průmyslníci spoluzakládat tzv. Svaz výrobců papíru v Rakousko-Uhersku, neboť Čechy byly tehdy dominantní zemí z hlediska papírenské produkce.

### 3.4 NEJSTARŠÍ OBAL U NÁS

Nejstarším obalem pocházejícím z území dnešní České republiky ve sbírce je obal děčínské pobočky německé čokoládovny Jordan & Timaeus z Touristen Chocolate. Na obalu jsou uvedeny sklady firmy v Praze, Vídni a Budapešti a firma používá titul c. a k. dvorní dodavatelé.



Obr. 7 – Jordan & Timaeus, obal děčínské pobočky německé čokoládovny z Touristen Chocolate.

### 3.5 FIRMY PRACUJÍCÍ S PAPIROVÝMI OBALY SOUČASNOSTI

V tomto odstavci uvádím několik nejvýznamnějších firem ze současných dob a českého prostředí, které se zabývají produkcí obalů a co se kvality designu týče, jsou na špičkové úrovni. Tyto firmy jsou oceňovány v soutěžích a píše se o nich v odborných časopisech.

#### 3.5.1 Model Obaly

Jedním z předních výrobců kartónových a ofsetem potištěných obalů v České republice. Své výrobní závody a obchodní zastoupení má v osmi evropských zemích. Nabízí kompletní sortiment obalů z vlnitých, kaširovaných a hladkých lepenek. V této firmě se kreativními nápady nešetří, neboť firma zvládá vytvářet i náročnější požadavky trhu a logistiky. Tato firma je součástí mezinárodní společnosti Model Holding AG. [18]



Obr. 8 – Ukázka výrobků firmy Model obaly

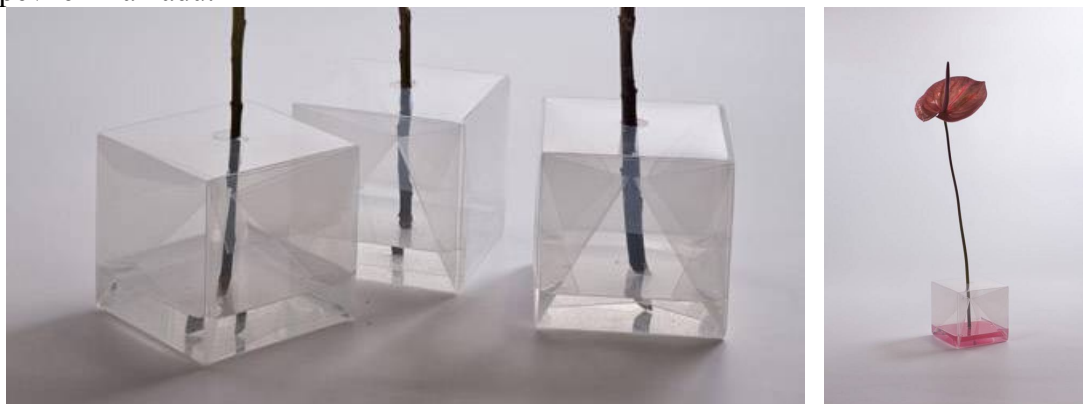
#### 3.5.2 Studio Činčera

Firma stojí na jednom muži, Janu Činčerovi, který je velice významnou osobou českého obalového designu. Je porotcem národní soutěže Obal roku, Mladý obal. Osobně jsem se s tímto velikánem mohla setkat při mé účasti právě v soutěži Mladý obal v roce 2010. Je to sympatický člověk a své práci opravdu skvěle rozumí.

*„Hledím, aby hotové obaly cosi vyzařovaly i když to nemusí být úplně zjevné“ [19]*



Obaly pod rukami Činčary jsou estetické a užitečné. Rád pracuje na obalech určené pro kosmetiku. Podle něj je zapotřebí, aby obal mohl být snadno otevřen i zavřen a stál na pevném základu.



*Obr. 9, 10 – Ukázka práce Jana Činčery*

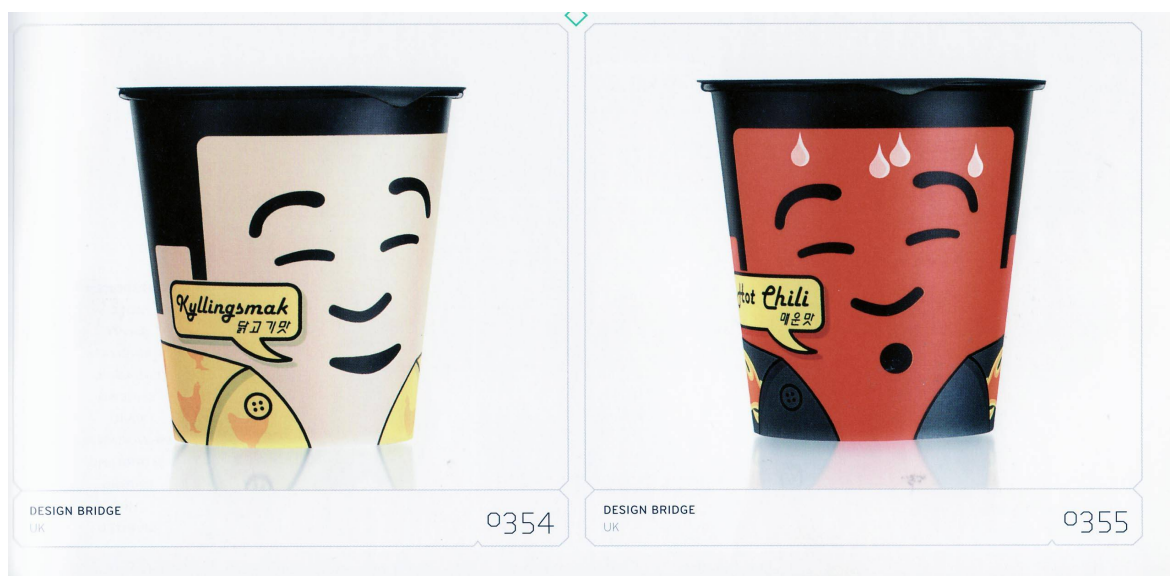
Z dalších předních obalových firem u nás jsou dále významné Duropack Bupak Obaly a.s., která produkuje mnoho nejrůznějších obalů, všechny však mají společný materiál – vlnitou lepenku. Huhtamaki Česká republika, a.s. je předním světovým výrobcem a dodavatelem obalů z nasávané kartonáže pro potravinářský i spotřební průmysl. SCA Packaging Česká republika, s.r.o. se věnuje ekologickým obalům. Ještě jsou tu THIMM Obaly, tato firma nabízí celé obalové systémy a logistická řešení. Agentura Cocoon řeší především perfektní grafický design obalu, dobré zpracování a techniku tisku, hlubostisk či flexotisk. Jerie Packaging, s.r.o., toto studio poskytuje jak kompletní obalový servis, tak řeší navíc dárkové obaly. Špičkový grafický design obalů řeší jak firma Kantorš Creative Club, tak i Unity GDG a agentura Visage a.s., která se věnuje i vývoji nových obalů. [8]

V USA mají svoje místo obaly s tradičním „solidním“ designem, ale také odvážný design a novinky. Ty evropské se liší jen nepatrně. Jsou totiž možná čistější a jednodušší, protože rozdíly mezi evropskou a americkou kulturou se stále zmenšují. [8]

## 4 KVALITNÍ DESIGN

„Kvalitní design obalů reprezentuje zabalené zboží, individualizuje, rozlišuje a kategorizuje zboží v obchodě. Náročné požadavky splňuje tehdy, jestliže se organicky spojí racionálně ekonomický a komerční záměr s vysokou výtvarnou úrovní, účinnou psychologickou a estetickou působností i s podmínkami pro dosažení žádoucí kvality.“ [1]

### 4.1 OBAL DĚLÁ VÝROBEK



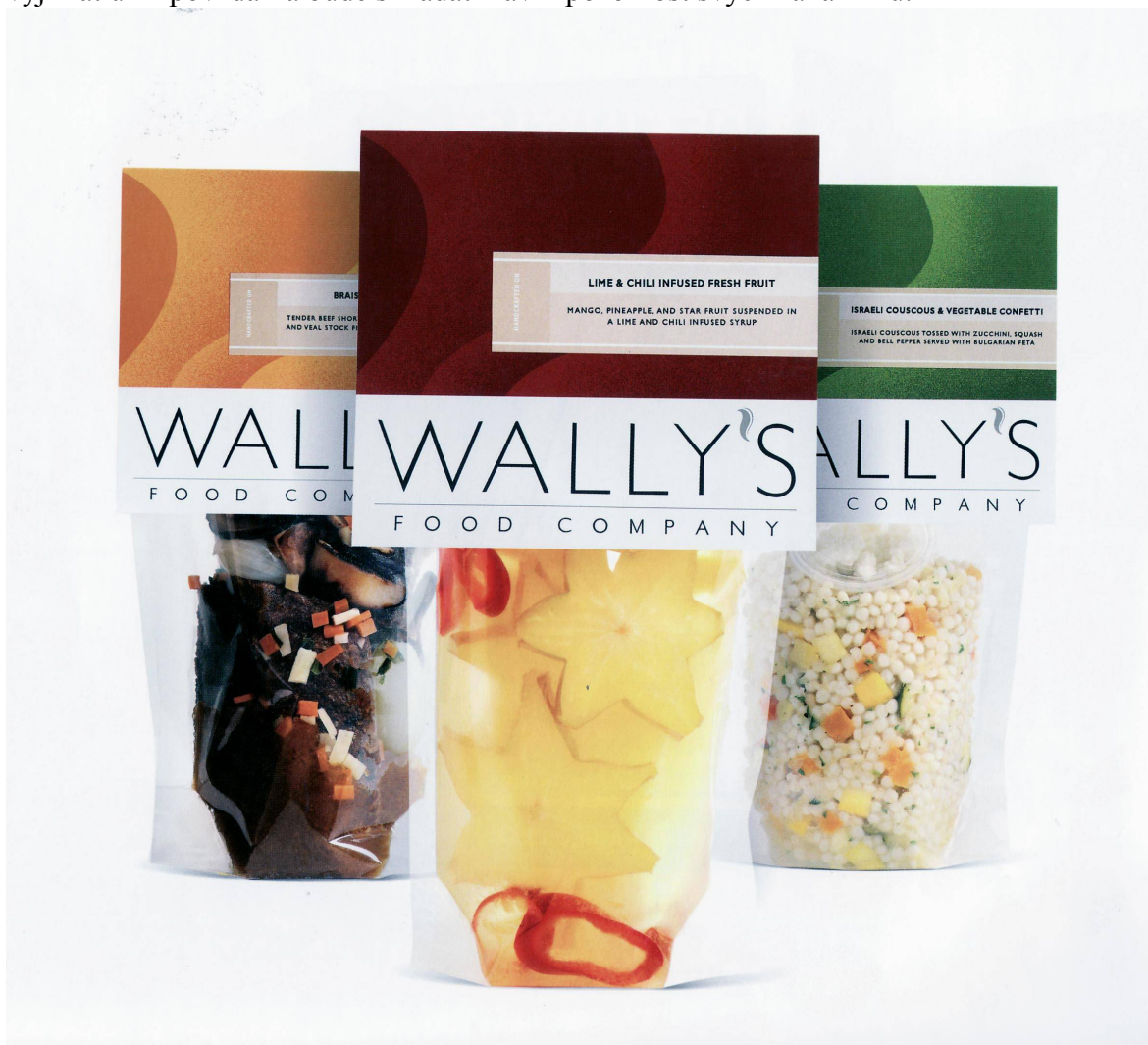
Obr. 11, 12 – Obaly na čínské nudle, Design Bridge, Ukrajina

Obalový design je disciplína, jenž spojuje konstrukční a tvarové řešení ještě s grafickou a tiskovou aplikací. Zrovna tak jako šaty dělají člověka – obal dělá výrobek. Ten by měl vlastnit jak vhodnou konstrukci, tak vlastnosti úspěšného prodeje a nejlépe pak, aby obsahoval snadno zapamatovatelný celkový vzhled v mysli svých kupujících.

K výrobě takovýchto požadavků je v současnosti zapotřebí nejen kvality, ale také co nejméně nákladných materiálů a dostatečných technologií a přednostně se řeší problém dnešní doby – ekologie. Řeší se tedy nejen kvalita konstrukce a potisknutelného designu, ale v první řadě recyklace. A právě takový kvalitní obal je dnes považován za přední důvod častého prodeje výrobků. Co k tomu ale vedlo?

## 4.2 KONKURENČNÍ OBAL

Stačil malý náznak prvních vyrobených obalů a od počátků 20. století a už každý tušil, jaké výhody se mu naskytují, využije-li obal tak, jak je využíván dnes. Posuďte sami... Není nic jednoduššího než pustit fantazii designérům a trochu více investovat do propagace. Tito lidé dokáží vynaložit veliké úsilí k vytvoření nových nápadů a zároveň tak dokonale zviditelňují výrobce. Ten jim na druhou stranu tímto způsobem nabízí možnost, jak prezentovat sama sebe na poli dnešní obrovské konkurence. A jsou-li to výborní kreativci, pak už půjde všechno jenom snadněji. Krása obalů se bude na pultech prodejen a obchodů vyjímat už z povzdálí a bude si žádat hlavní pozornost svých zákazníků.

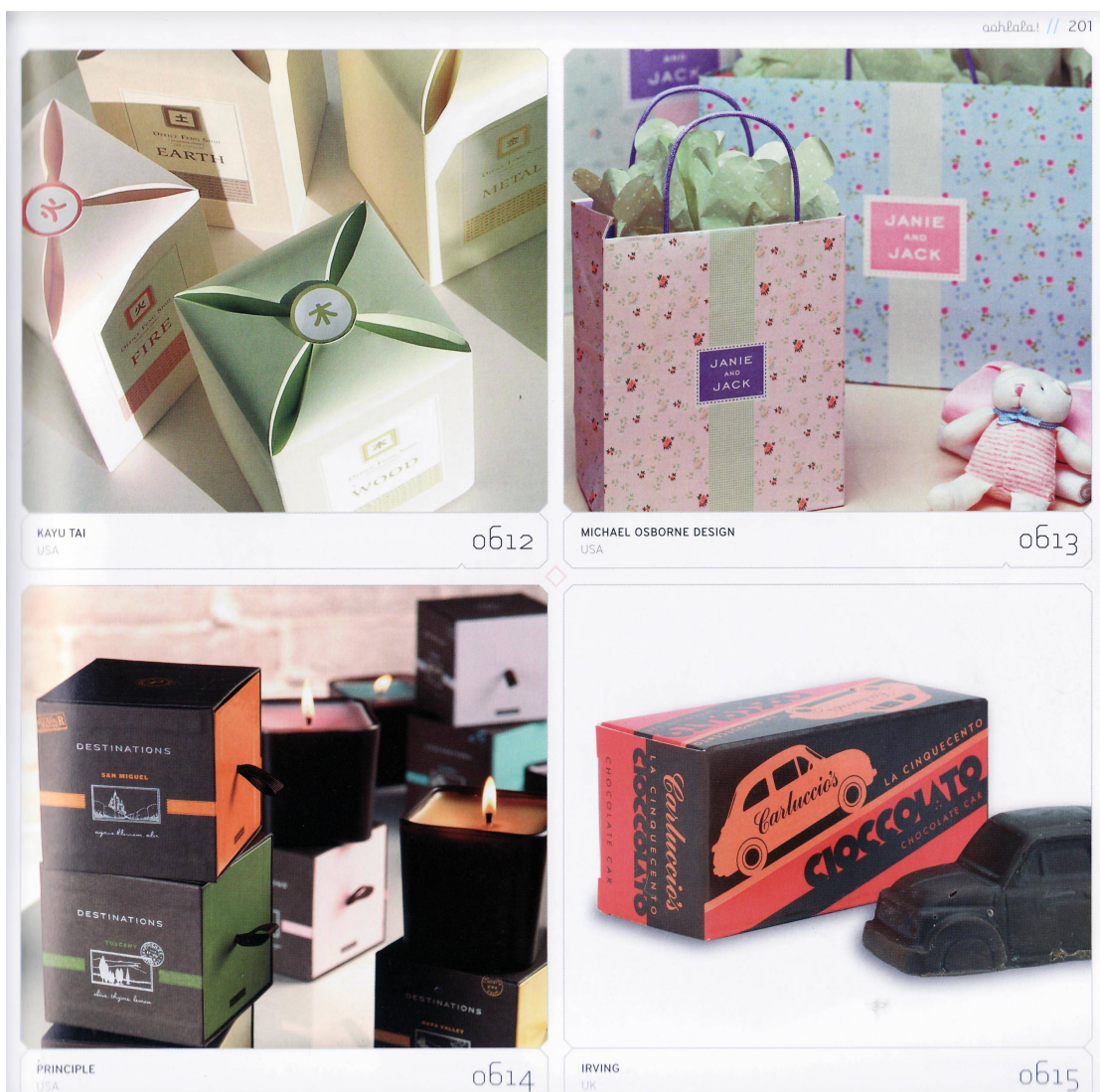


Obr. 13 – Ukázka moderních obalů na potraviny, Filip Backer design, USA

Doufám si tvrdit, že tato snaha upoutat a zaujmout má v dnešním přesyceném světě svoje přednostní místo. Jak jinak přinutíte zhyčkanou populaci, aby se měla chuť dívat a hlavně koupit?

Nástupem komerčního a konkurenčního prostředí začal významný rozvoj výroby obalu. Obaly neslouží již jen jako ochrana výrobku před poškozením či jako forma udržení delší trvanlivosti potraviny, ale začíná postupně vábit a nabádat ke koupi výrobku svým designovým vzhledem. Působí na zákazníky jak vizuálně, tak informativně. Balení už kromě názvu výrobku doplňují i další informace jako jsou nejen obsah a složení, ale zároveň je tak umožněna i prezentace samotného výrobce obalu.

### 4.3 CO JE SKUTEČNĚ DOBRÝ OBAL?



Obr. 14 – Ukázka nejmodernějších papírových obalů z knihy 1000 Package design

Potraviny budeme potřebovat chránit vždy, avšak rozdíl je ve stále zvětšujícím se množství, s vysokými požadavky na hygienu a recyklaci, se změnami životního prostředí a ekonomika zde hraje rovněž významnou úlohu. Dnešní balení se velmi vyvíjí a stává se tak praktičtější a ekonomičtější, a to i s ohledem na výchozí suroviny a následnou recyklaci. Důvodem je jak vývoj nových materiálů, tak i změna způsobu nakupování. Můžeme se pak často ptát: „Co je skutečně dobrý obal?“. Odpověď by mohla znít třeba takto: "Základním požadavkem je ochrana obsahu, ulehčení manipulace a předávání informací.“

Taková klasická kritéria pro kvalitní a dobrý obal je ochrana výrobku a jeho zajištění veškerých bezpečnostních požadavků, musí být ztotožněn se svým produktem a musí mít správnou funkci, měl by se odlišovat od jiných, pokud není cílem se naopak co nejvíce přiblížit již existujícímu provedení, být nápadný, přispět tak k prezentaci a marketingu, který si klade za cíl, aby obal doslova bil do očí, jenže pak postrádá svoji dnešní funkci prodávat obsah. Obal musí vyniknout mezi tisíci jinými v typickém supermarketu nebo hypermarketu. Je důležité, aby poskytoval nezbytné informace, zviditelnil obsah, byl cenově dostupný, přizpůsobivý k vytvoření různých velikostí a tvarů, musí splňovat požadavky jako je např. trvanlivost, původ výrobce, označení nebezpečnosti zboží, nárok na obalový materiál aj. [3]

#### 4.4 VÝZNAM PAPIROVÝCH OBALOVÝCH PROSTŘEDKŮ

Papír a lepenka zauímají v obalové technice nejdůležitější postavení. To je dáno jejich výbornými mechanicko-fyzikálními vlastnostmi, jako je pevnost v tahu, průraz, tuhost, elasticita, snadné zpracování a spojování, lehkost, dobrý potisk apod.,

Papírové obaly jsou poměrně levné, protože základní materiál – papír, kartón nebo lepenka se vyrábí z přírodních, stále se obnovujících surovin. Přírodní původ zaručuje i přirozenou likvidaci použitého obalu, pokud ovšem nebyl vrácen do sběru a určen tak k jeho dalšímu zpracování. To je jeho velká přednost, neboť dobře organizovaný sběr umožňuje až polovinu produkce vrátit zpět jako surovinu.

Dnes již známe velké množství tvarů, velikostí a objemů obalů. I když každý z nás máme různé požadavky na obal, tak dnes není problém co nejlíže se těmto požadavkům přiblížit. Takovou specifickou skupinou jsou třeba děti. S vlastním procesem tvorby obalu pro děti mám osobně vlastní zkušenosti. Neboť jsem se v roce 2010 zúčastnila soutěže Mladý obal.



Obr. 15 – Vlastní návrhy obalů na sladkost, Mladý obal 2010

## 4.5 SOUTĚŽ MLADÝ OBAL

Je to soutěž v obalovém designu, určená mladým tvůrcům do 30 let. Byla založena v roce 1996 a vydobyla si mezinárodní reputaci a výrazné postavení mezi soutěžemi pro mladé designéry. Každým rokem se do ní přihlásí několik set účastníků z několika desítek zemí světa. Mladý obal je zaměřen na výrobky především z papíru. Do soutěže jsou přijímány návrhy z vlnité a hladké lepenky a jiných papírových materiálů, které nacházejí široké uplatnění v obalovém designu. Soutěž vznikla a nadále funguje díky iniciativě společnosti Model Obaly, předního výrobce obalů, pro kterého je podpora mladých talentů v tomto oboru zásadní. Od roku 2009 soutěž organizuje CZECHDESIGN.CZ.“ [20]

Tématem pro rok 2010 byl obal na sladkost. Navrhla jsem jednoduchou konstrukci z papíru, která svým otvíráním připomíná otvírání úst. Podpořila jsem tuto funkci barevným, veselým potiskem a vyrobila tak obal na bonbóny, které by jistě přitáhly dětskou pozornost. Snadné otvírání vtipně pracuje s grafikou. Vyrobila jsem hned několik maket v různých barevných mutacích a sérii doplňují barevné šňůrky k zavěšení na krk.

## 4.6 SPECIÁLNÍ PAPIŘY

Na současném papírenském trhu se objevují krásné produkty, které dělají radost nejen grafikům a obalovým designérům. Mohou za to speciální grafické papíry, barvené ve hmotě, nebo se jejich povrch upravuje přímo při výrobě. Dále jsou to papíry ražené válcem, metalické i dvouvrstvé atd. V podstatě se jedná o veškeré papíry, které se používají pro náročnější, nevšední polygrafické projekty a prezentace firem, stejně jako pro luxusnější řady packagingu či málonákladovou ruční výrobu designových obalů.

*„Každý obal má svůj postup výroby a každý nelze vyrobit stejným způsobem. Podle suroviny, ze které obal vyrábíme, volíme technologický postup jeho výroby. Jinak budeme vyrábět papírový obal na mouku a jinak skleněnou láhev.“ [4]*



Obr. 16 – ukázka výrobků z nejnovějších druhů lepenek

Takovými speciálními papíry mohou být všechny papíry, které jsou speciálně upravované tak, aby docílili požadavků svého zákazníka. Výroba papíru v dnešní době je opravdu na vysoké pozici, co se týče inovací a nových technologií, pak je to něco úžasného, neboť práce například se strukturovaným papírem na povrchu listu je mnohem zábavnější, protože mnohdy ještě více podtrhuje grafiku, funkci i obsah obalu a celkový dojem z produktu je až překvapivě působivý. Já jsem si pro svou praktickou část této bakalářské práce zrovna takovéto strukturované papíry vyzkoušela a opravdu jsem z nich pokaždé nadšená. Nejen že mají dobré vlastnosti, ale perfektně vypadají a jsou příjemné na dotek. Některé papíry dokonce i voní a jiné se dají třeba i sníst. Další jsou zase transparentní s různými nádechy barev, nebo se papír leskne jako zrcadlo ... Novinek je zkrátka nespočet na dnešním trhu.

#### 4.7 NOVINKY NA TRHU A TRENDY

V posledním roce byly uvedeny na trh papíry v módních odstínech, kdy jejich barevnost byla konzultována s módními návrháři, anebo jsou to papíry vzniklé díky pokroku technologií. Přednostně však záleží na designérovi, zda bude výsledný efekt zajímavý či nikoli. Mezi takovéto papíry s povrchovými úpravami patří akrylátové nátěry, fólie a další. Vývoj jde stále kupředu a z pohledu povrchové úpravy je vidět snahu o docílení co nejzajímavějších efektů.

K nově uvedeným papírům a kartonům patří například metalický papír s celoplošným děrováním, nebo papír napodobující přesvědčivě strukturu dřeva. A nebo papír věrně napodobující strukturu staré textilní tapety.

Třeba taková firma Papierfabric Schollershammer se specializuje na pauzovací papíry a papíry pro výtvarníky. Pauzovací papír je opravdu specialita, neboť u nás se jím zabývá pouze firma Apropo. Ta pod značkou Smart Line nabízí kopírovací papíry, plotrové a kopírovací role, tabulační papír, etikety a kreativní papíry. Mají zde exkluzivní metalické papíry s názvem Galaxy Metallic, Papír Stone, který má voděodolný povrch, anebo Top Style, což je řada kreativních papírů a obálek pro laserové i inkoustové tiskárny.

Papír má v dnešním světě stále své pevné místo a denně se s ním setkáváme třeba při čtení novin, knih, časopisů, u potravin a dokonce jak dříve plasty poněkud málo vytlačily papír z užívání k výrobě obalů, tak dnes naopak papír válcuje plasty.



Klasický papír má být vystřídán elektronickým papírem. Změny v technologii nastali díky nedostatku surovin. Elektronický papír vypadá jako nadějná technologie v hledání alternativy. Pokročilá podoba elektronického papíru by měla být odolná, ohebná, dá se rolovat, omývat apod. Elektronický papír se vlastně chová jako klasický a při čtení mu nevadí ani sluneční světlo. Elektronický papír dnes nahrazuje LCD displeje ve čtečkách, na kreditních kartách nebo v mobilních telefonech. Uvažuje se o tapetách, které mění barvu stěn podle nálady uživatele, ale papírenští experti na výrobu mohou ještě klidně spát. K razantnímu zlepšení je ještě dlouhá doba. [21]

## 4.8 EKOLOGIE

Ekologie v poslední době dosti ovlivňuje trh nejen speciálních papírů. Výrobci papíru dnes nabízejí celou řadu ekologických papírů. U recyklovaných papírů je obecné povědomí, že jsou ekologické, neboť byly vyrobeny již z použité suroviny. Ale není to tak zcela pravda, protože se musí chemicky odstranit jejich původní plnidla. Kdo ví, jestli energie a chemie vanaložená na tuto výrobu není větší zátěž pro přírodu, než klasická standardní výroba. Navíc již jednou zpracovaná surovina ztrácí potřebné vlastnosti.

Recyklace papíru a kartonu je přitom stále nejjednodušší a má i nejdelší tradici. Papír je zároveň jeden z nejefektivněji recyklovatelných materiálů. Vývoj technologií ovlivnil kvalitu spíše než jeho skladování. I když je recyklování papíru tak efektivní, stále je však nutné, aby se nejprve sesbíral. Pak se namočí, vyčistí v rotovacím tzv. kónickém bubnu a dále je na řadě odstranění inkoustu. Dále už jen stačí vyrobit nový papír.

## 5 OBAL V SOUČASOSTI

Protože se doprava a distribuční sítě v poslední době značně vyvinuly, stali jsme se závislí na obalech, aby bylo zboží přepraveno bezpečně z místa výroby, přes prodejní místo, až na cílové místo, kde je výrobek potřeba. Obal tak dostal nové vlastnosti, je to nejen jakási *ochranná kůže*, ale také přenosný reklamní poutač, informační zařízení či dokonce součást výrobku sama.

Obal v dnešní době, který poskytuje výrobku maximální ochranu a je zároveň nejnákladnější však neznamena, že je vhodným řešením. Spíše se hledá maximální ekonomický efekt s nízkými náklady. Můžeme si vystačit i s poměrně jednoduchými materiály i konstrukcemi.

Působivý obal může být upřednostněn při celkovém výběru mezi mnoha jinými výrobky a značkami. Kvalitní grafika neznamena obrovský cenový nárůst, tak jako je tomu třeba u materiálu, ale může ponechat celkový produkt v přijatelné cenové relaci. Třeba takové papírové obaly, tak ty se vysloveně nabízejí jako levná varianta. V současnosti si již můžeme vybrat s mnoha různých a kvalitních druhů papírů. Já jsem si v procesu výroby své praktické části bakalářské práce vyzkoušela hned několik strukturovaných papírů a mohu dodat, že se s nimi dá efektivně pracovat i experimentovat. Potisk na každém druhu papíru totiž vypadá pokaždé odlišně. Proto vhodně zvolený typ papíru může vést k daleko lepšímu celkovému dojmu z výrobku, a to nejen na pohled, ale i na dotek, chuť nebo třeba vůni. Obal, působící na více smyslových vjemů zákazníka je tak snadno upřednostněn před ostatními. Co se týče vizuální podoby listu papíru, tak existuje již mnoho speciálně upravených povrchů, některé imitují třeba kůži, jiný kovový materiál, další zase mohou vytvářet lesky a jiné vizuální efekty, apod. Pokud je takovýto obal ještě opatřen lákavou vůní, je příjemný na dotek při manipulaci anebo se do něj lze rovnou zakousnout, pak má vyhráno. Rovněž v rámci nízké ceny a ekologické kompatibility je papírový obal ideálním komunikačním, propagačním a ochranným prostředkem.

### 5.1 NEVĚNUJETE POZORNOST ÚDAJŮM NA OBALU?

Velkou zajímavostí však zůstává fakt, že stále více přibývá lidí, kteří nečtou informace na obalech. Z analýzy trhu *SB 3/2010* bylo zjištěno, že od roku 2005 vzrostl význačně počet lidí, kteří nevěnují pozornost údajům na obalech potravin. Jako nejčastější důvod pro toto své jednání spotřebitelé uvádějí, že informace na obalech jsou nečitelné, anebo že je to

vůbec nezajímá, no a někteří dokonce tvrdí, že tyto údaje na potravinách nepovažují za pravdivé, tak proč by je vlastně měli číst.

Tyto poznatky vyplynuly ze sociologického výzkumu pro Státní zemědělskou a potravinářskou inspekci na sklonku loňského roku 2010, které provedla agentura Focus, Marketing & Social Research, a tak potvrzují současný trend v oblasti dozoru potravin. „*Případy porušení bezpečnosti potravin jsou dnes již výjimečné, mnohem častěji se ale potýkáme s případy klamání spotřebitele,*“ uvedl zastupující ústřední ředitel potravinářské inspekce Martin Klanica. Výrobci se snaží vymýšlet stále nové způsoby, jak upoutat pozornost zákazníka, a proto se i na obalech potravin objevují mnohá nová tvrzení přisuzující potravinám zvláštní vlastnosti.

Základním vodítkem pro určování kvality potraviny však stále zůstává její složení. Je proto nezbytné, aby se její spotřebitelé naučili číst. Dosud se tak však neděje. Pokud už spotřebitelé údaje na obalech čtou, zajímají se především o data použitelnosti či trvanlivosti, zemi původu, podmínky uchování a informace o výrobcí.

## 5.2 POUČENÍ PRO SPOTŘEBITELE OBALU

Podle nových výsledků nejrůznějších sociologických výzkumů se základní bezpečnostní návyky ještě více upevnily: rychle se kazící potraviny lidé konzumují v krátké době po nákupu, správně je skladují v lednici, při manipulaci s nimi dodržují osobní hygienu a používají k tomu čisté náčiní, a to zvláště při manipulaci se syrovým masem. Zatímco dříve většina lidí konzumovala ovoce a zeleninu i po odkrojení plesnivé či nahnílé části, dnes už je takovýchto konzumentů velmi málo. Naopak více lidí se přiznalo, že znovu zmrazují jednou rozmražené potraviny nebo nechávají nakoupené potraviny delší dobu v autě, než je doma správně uloží.

*„Výzkumy také potvrzují, že lidé čím dál více preferují jednorázové velké nákupy ve velkoformátových prodejnách, přičemž o 10 % narostla obliba diskontů. Cena potravin stále hraje významnou roli při výběru. Celkem 66 % lidí vyhledává akční slevy a zlevněné potraviny občas nakoupí 77 % dotázaných. Ačkoliv lidé podle svých odpovědí preferují čerstvé nebalené potraviny, rádi nakoupí ve velkém do zásoby, je-li to za výhodnou cenu. Stejně jako v roce 2005 čeští spotřebitelé lépe hodnotí bezpečnost a kvalitu českých potravin než těch zahraničních, mírně také vzrostl počet lidí, kteří odpověděli, že bezpečnost a kvalita potravin se v porovnání se stavem před deseti lety zvýšila.“* uvedla Martina Šmídtová, tisková mluvčí SZPI.

### **5.3 STOP KLAMNÝM INFORMACÍM**

Evropský úřad pro bezpečnost potravin sestavuje v současnosti důkladné vyhodnocení tisíců údajných funkčních potravinových produktů za účelem zdůvěřhodnění tvrzení uvedených na jejich obalech. Jakmile svou práci dokončí, budou muset být všechny tyto údaje přísně vědecky podloženy. A to není vše: produktům, které nedostojí zdravotním požadavkům na obsah tuku, soli a cukru, bude zakázáno uvádět dílčí tvrzení ohledně zdravotní prospěšnosti i v případě, že budou vědecky podložena.

### **5.4 NEVHODNÝ OBAL?**

Obal má podporovat svůj obsah, ale zároveň jej nesmí přebíjet. Zkrátka vždy by se měl pro výrobek vytvořit takový obal, aby byl jednoduchý a jeho kreativita přiměřená. Někdy vizuálně křičící obal, ať už konstrukčně nebo graficky, od sebe naopak pozornost odvádí, anebo vyvolává pochybnosti. Nezáleží přeci na tom, jak složité konstrukce vymyslíme, ale jestli je to vůbec zapotřebí. Vždyť v dnešní uspěchané době stejně nezbývá času nazbyt a proto jednoduchost a jasnost jeho funkce a vizuálního sdělení je na prvním místě. Vždy by se mělo dodržovat určitého smyslu věci a obaly by měly získat určitou duši, něco ze sebe vyzařovat. Nebo promlouvat se zákazníkem. Ve většině případů se stále více oceňuje jemnost a decentnost. Aby šlo o vzájemnou souhru a porozumění mezi těmito subjekty. Vždyť každý obal může být krásný, třeba i ten nejobyčejnější může být někdy velkou výhrou ...

## 5.5 OCHRANNÁ ZNÁMKA OBALU

Kromě vhodné grafické úpravy včetně dobře zvolenému typu písma přispívá často k atraktivnosti vzhledu i zavedená *ochranná známka* bez níž se dnes neobejde žádný výrobek. Podle toho poznáme z jakého podniku produkt pochází a v čem se liší od jiných. Ochranné známky jsou chráněny zákonem mají být pro výrobní podnik závazkem stálého dodržování vysoké kvality. Taková známka je tvořena krátkým textem či slovem snadno zapamatovatelným, nebo obrazem či symbolem, popřípadě kombinací textu a obrazu.

## 5.6 ZÁKONNÁ ZNÁMKA OBALU

Vedle ochranné známky existuje ještě známka zákonná. Je to známka originality vnější úpravy výrobku. Jde o tzv. *průmyslové vzory*, o nichž pojednává zákon a příslušné dílčí vyhlášky Úřadu pro vynálezy a objevy. Já sama jsem této ochranné známky využila díky pomoci, kterou mi dala Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně v dobách mého studia a v situaci, kdy jsem získala druhé místo v soutěži Mladý obal 2010.

Průmyslový vzor, pod tímto pojmenováním označujeme vzhled výrobku nebo jeho části, spočívající zejména ve znacích linií, obrysu, barev, tvaru, struktury nebo materiálů výrobku samotného nebo jeho zdobení, tedy v podstatě se jedná o znaky, zjistitelné lidskými smysly, jako je zrak a hmat. Přitom není důležité, zda je vzhled výrobku schopen nějak ovlivnit volbu konečného uživatele.

Ochrana průmyslových vzorů (jako výsledků tvůrčí činnosti v oblasti průmyslového designu) je upravena samostatným právním předpisem č. 207/2000 Sb., který je plně v souladu se Směrnicí Evropského parlamentu a Rady ze dne 13. října 1998 č. 98/71/CE o právní ochraně průmyslových vzorů. Zákon vymezuje průmyslový vzor stanovením podmínek zápisné způsobilosti průmyslového vzoru do rejstříku. [16]

OHIM je agentura Evropské unie odpovědná za registraci ochranných známek a průmyslových vzorů, jenž jsou platné ve všech členských zemích EU. Já jsem se o ní dozvěděla právě z důvodu úspěchu v soutěži Mladý obal, abych si tak ochránila svůj výrobek. Registrací je chráněna vizuální podoba výrobku, proti plagiátorství.



Obr. 18 – Ukázka potvrzení o zápisu do rejstříku průmyslových vzorů

## **II. PRAKTICKÁ ČÁST**

## 6 SÉRIE PRODUKTOVÝCH OBALŮ PRO ČESKÉ NÁRODNÍ PRODUKTY

První mé pokusy a zkušenosti s tvorbou obalů mám již od dob svého narození. Již jako malá jsem si skládala z papíru nejrůznější tvary a mačkanice, připomínající cosi prapodivného. Avšak s postupem času a především díky dosavadnímu studiu jsem získala několik zkušeností a informací o tom, co a jak vytvářet.

Zjistila jsem, že je mi tato forma blízká a chci se jí zabývat častěji. Povzbudila mne k tomu soutěž Mladý obal v roce 2010, kde jsem úspěšně získala 2. místo v celorepublikové soutěži a přesněji v kategorii studenti vysokých škol a mladí designéři do 30. let. To odstartovalo moji chuť více se zabývat tímto tématem. Proto jsem si zvolila jako svoji praktickou část bakalářské práce téma Produktový obal a vyzkoušela si tak vlastní kreativitu a zručnost, představivost a znalosti z poznatků teoretické části.

### 6.1 PRVNÍ ROZHODNUTÍ

V prvopočátcích jsem hned narazila na první problém zvolit si cílový zdroj. Přemýšlela jsem jaké současné známé výrobky v republice máme, jaké by pro moji práci mohly mít pozitivní dopad a vůbec pro kterého výrobce se rozhodnout. Najednou jsem se ocitla trochu stísněná, když jsem se pročetla v hromadách českých produktů. V jednom jsem ale jasno měla hned od začátku. A to volbu papírového materiálu. S ostatním materiálem jako je např. sklo, plasty a kov nemám zkušenosti ani dostatek znalostí.

Tím, že jsem si ujasnila volbu materiálu se mi výrazně zúžil výběr v produktech. A dalším takovým pomocníkem se stala volba účelu. V tom jsem najednou měla rovněž jasno, když jsem si vybavila produkty potravin. Koneckonců mám zkušenosti s obalem na bonbóny, tak proč v potravinách nepokračovat. Dva takto zvolené body už určily další můj směr a proto jsem se dále mohla rozhodovat, jakými druhy potravin se chci zabývat.

Nakonec jsem tedy měla jasno. Firma Kostelecké uzeniny byla jasnou volbou. Jejich sortiment produktů je dosti široký, vysoce kvalitní, má dochovalou tradici a historii a dosáhlo významu jak u nás tak ve světě.



## 6.2 KONKURENCE NA TRHU

Kritérium pro mé obaly je, navrhnout je tak, aby mohly komunikovat i v zahraničí, jelikož jsem měla celou dobu na mysli, že by vyrobené obaly mohly ovlivnit český turismus a posílit jak ekonomiku, tak i dobře prezentovat naši vlast. Ve světě vzniká každým dnem nespočet nových nápadů, proto inspirace bylo dostatek. Jak jsem se tak proplétala mezi těmi hromady vynikajících a propracovaných děl současnosti, dostala jsem trochu strach, jestli to opravdu mohu zvládnout.

Vytvořit obal tak, aby mohl vynikat mezi ostatními se najednou zdálo nemožné.

A Mnohokrát jsem se přistihla jak se mé nápady rozpouštějí před očima, právě třeba z důvodu, že již byly vytvořeny jiným designérem. Avšak pak jsem se zamyslela nad logem Kosteleckých uzenin a při mém bádání jsem dospěla k názoru, že tomuto výrobku mohu nejen navrhnout pěkný design ale i vypomoci jeho dekodování, neboť často bývá diskutovaným tématem v zahraničí.



Obr. 22 – Ukázka současné značky Kosteckých uzenin, Premium

## 6.3 LOGO

Moje myšlenka obalu se zrodila při rozboru značky Kosteckých uzenin, když jsem se v jednom z mnoha článků na internetu dozvíдалa, co a jak si pod touto značkou představují cizinci. Nebyla jsem příliš překvapená, znám tuto značku již z dřívějších let a pamatuji si, že i mne tenkrát úplně nepřesvědčila. Proto jsem se rozhodla, že ji trochu vypomohu právě vtipným obalem, který bude k tomuto symbolu promlouvat podrobnějšími detaily.

Znak je v tomto případě spojením textu s piktogramem muže, okusujícího párek, avšak často bývá dekódován právě jako nějaká pomůcka se sexuální podtextem. Možná je to dnes jen vtipný záměr, ale ať už je to myšleno jakkoli, redesign se od dob vzniku příliš neměnil a já logo v žádném případě měnit nehodlám.

## 6.4 OBALOVÁ KONSTRUKCE

Prošla jsem si nejrůznějšími obchody s papírnictvím a uměleckými potřebami a přišla jsem na papír, vyrobený v Egyptě, opatřený strukturovaným povrchem ve tvaru kůry. Je to luxusní karton a vhodný materiál pro mé balení. Co se týče konstrukce, pak otvírání jsem řešila vůbec jako první. Nápad spočívá v zasouvání jednoho kusu kartonu do druhého, za účelem uzavření obalu, avšak přitom zároveň komunikuje s grafickým potiskem a dává informaci divákovi o způsobu zpracování obsahu. Je to vtipná myšlenka, kdy se uzemina vytištěná na části obalu zasouvá do druhé, potištěné části postavičkou otvírající ústa.

Zavírání bočních stěn je vyřešeno formou zasunutých kusů materiálu do sebe, takže odpadá celému obalu lepení. Skládačkový obal bez lepení je dnes ceněný z hlediska recyklace a ekologie. Svůj návrh jsem opatřila vlastnoručním grafickým rukopisem a dbala i na to, aby byl obal co možná v nejnižší své hmotnosti. Využila jsem i průhledných fólií, určených k nahlédnutí na kvalitu obsahu. To považuji za velmi důležitý faktor komunikace produktu s kupujícím, neboť sama z vlastních zkušeností vím, že i já nechávám strhnout svji pozornost právě na takto opatřené produkty.

## 6.5 VIZUÁLNÍ PODOBA

Nesnažila jsem se o to, aby obal bil do očí, ale naopak jsem potřebovala zachytit decentnost a kvalitu, čistotu i jednoduchost a jemnost grafiky a docílit tak klidného estetického dojmu. Grafický potisk jsem zvolila v odstínech oranžové barvy, doplnila ho o spoustu informací jak obsahových, tak výrobních a přidala i identifikaci, určující odkud výrobek vzešel. Jedná se o symbol vlajky České republiky, záměrně umístěnou do rožků krabiček tak, aby komunikovaly s obalem i s divákem.

## 6.6 INSTALACE

Výrobené obaly budou chránit produkty, které jsem si zvolila podle vlastního uvážení a vybrala z velkého množství masných výrobků. Jsou to dárkové obaly, potravinový papír nebo papírová taška i průhledné fólie, opatřené ještě papírovým obalem. Nechybí samozřejmě ani vizitka ani malá brožurka k vytvoření jednotného minimálního vizuálního stylu firmy. Obaly rovněž esteticky komunikují i s dalšími výrobky k nim určené, jako je dřevědné prkénko, nůž, cibule, apod. Zákazníka tak upoutá celkově esteticky působivá aranžovaná instalace, zaměřená na smyslové vnímání diváka. Neboť nejen obal prodává, ale také vůně, či hmat. Papír konstrukčního balení je na povrchu jemně strukturovaný a potažený navíc laminátovou fólií z důvodu ochrany před umaštěním nebo podobným znehodnocením. Zároveň mu toto lamino dodává vyšší pevnost a obsahu pomáhá přispět k jeho trvanlivosti.



Obr. 23 – Vlastní návrh dárkové krabičky na salám Vsočina



Obr. 23 – Ukázka práce, vlastní návrh krabičky na klobásky a jiné Kostelecké uzeniny



Obr. 24 – Ukázka vlastního návrh krabičky na párky, dárkové balení



Obr. 25 – Ukázka instalace vlastních vyrobených obalů

## 7 ZÁVĚR

Moje teoretická práce je částečným náhledem do obalových studií a do problematiky balení, avšak zabývala jsem se pouze papírovými materiály, nikoli jinými a ani přesto jsem nevtěsnala do tohoto prostoru, všechny ty informace, podněty či zajímavosti kolem papírového obalu co jsem měla v plánu. Nelze se věnovat každému odstavci stejnou měrou, proto je práce psaná v obecném pojetí. Ze svých studií mám dnes již daleko více znalostí a ty mi pomohly utvořit praktickou část této bakalářské práce. Díky tomu, že jsem se dočetla více o speciálních nově vznikajících papírových trendů, mohu teď přemýšlet o tom, jak asi bude takový obalový design fungovat a vypadat v budoucnosti. Jestli zůstane na světě stále ruční výroba papíru a jak to bude s novými výrobními stroji. Strojovou výrobou jsem se rovněž zabývala jen z části.

Toto téma však pro mne bylo velkým přínosem a také ponaučením. Ve výsledku mohu říci, že bylo i velice náročné na vypracování a ne zrovna úplně všechny informace jsem zvládla dohledat. Chtěla bych se však přesto nadále papírem zabývat a zkoušet jeho možnosti zpracování. Chce to mít dobrý nápad a přesnost v jeho utváření. Je potřeba myslet na to, aby obal dodržoval všechny své funkce a těch zrovna není úplně snadné vždy docílit tak, jak by bylo vhodné.

Balení je všude kolem nás a já si začínám čím dál více vážit těch krásných výrobků kolem, vždyť někdo tomu musel věnovat spoustu času a energie, financí a všeho. A rovněž se jako každý takový prohrabávám v tuctech těch odřezků a pomačkaných papírech.

**SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY**

- [15] 1000, *brožura, obalový design*, ISBN 978-80-7391-191-1
- [1] ČURDA Dušan, *Balení potravin*, vydala Alfa Bratislava 1982, 621.79. , dále Syllabus textů k přednáškám, *Balení potravin*, dostupný online:  
[http://www.vscht.cz/ktk/www\\_324/studium/B/B.pdf](http://www.vscht.cz/ktk/www_324/studium/B/B.pdf)
- [2] COUFALÍK Pavel, *Historie a současné trendy v obalové technice*, Bakalářská práce, Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, Fakulta multimediálních komunikací, Ateliér Grafický design, rok 2010
- [3] ŠUSTEKOVÁ Michaela, *Sada obalů BIO výrobků Biolife*, Bakalářská práce, Masarykova Univerzita, Fakulta informatiky, rok 2009
- [4] BAŘINKOVÁ Kateřina, *Nové trendy v obalovém průmyslu*, Bakalářská práce, Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, Fakulta technologická, rok 2010
- [5] SKRIPTA SOŠ a VOŠ obalové techniky Štětí, *Obalový design*, dostupná verze online:  
[http://www.odbornaskola.cz/skripta/publ\\_02.htm](http://www.odbornaskola.cz/skripta/publ_02.htm)
- [6] VALENTOVÁ Iveta, *Kartografický papír*, semestrální práce, ČVUT Praha, rok 2008
- [7] DÍLNA RUČNÍHO PAPIRU, *Historie výroby papíru*. Dostupné online:  
[www.rucnipapir.com](http://www.rucnipapir.com)
- [8] ZOUHAR Martin, *Obalová studia v ČR, historie a současnost*, Bakalářská práce, Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, Fakulta multimediálních komunikací, rok 2006
- [9] PĚKNÁ Šárka, *Německé muzeum obalů. Svět balení*, 2005.
- [10] SKRIPTA SOŠ a VOŠ obalové techniky Štětí, *Historie balení*, dostupná verze online:  
[http://www.odbornaskola.cz/skripta/publ\\_04.htm](http://www.odbornaskola.cz/skripta/publ_04.htm)
- [11] A. DONÁT A KOLEKTIV, *Papiernické obalové prostředky*, vydala Alfa Bratislava 1980, 621.79
- [12] Muzeum čokoládových obalů, dostupné online:  
<http://www.chocolatewrappers.info/Cz/sbirka.htm>
- [13] HAUFFE Thomas. *Design. Computer Press, Brno*, 2004, s. 105, 110-111, 137.  
ISBN 80-251-0284-X
- [14] GALERIE Výtvarného umění Cheb, *Gavucheb*, dostupná online:  
<http://www.gavu.cz/zdenek-rykr-kofila-1923-a-dalsi-prace-pro-firmu-orion/>

- [15] TETRA PAK, *historie*. Dostupné online:  
[www.tetrapak.com](http://www.tetrapak.com)
- [16] ZBRASLAV, *historie, papírna*, dostupné online:  
[http://www.zbraslavhistorie.info/papirna\\_zbraslav.php](http://www.zbraslavhistorie.info/papirna_zbraslav.php)
- [17] ČIŽMÁŘ Zdeno, *Historie vlnité lepenky*, vydal svaz výrobců vlnitých lepenek v roce 2006
- [18] MODEL OBALY, oficiální stránky dostupné online:  
<<http://www.modelgroup.com/>>.
- [19] NIKOLAJENKOVÁ Lucie, HRYCH Pavel, *Jan Činčera, Font 1999*, roč. IX, č. 46, dále i  
FONT, *První grafický časopis*, č.105, s.38, 39
- [20] Mladý obal, online: [www.mlady-obal.cz](http://www.mlady-obal.cz)
- [21] FONT, *První grafický časopis*, č. 99, s.30, 31,

*Dálší inspirativní literatura:*

FONT, *časopis, reklamní grafika a dtp, číslo 46, 4/99 IX. ročník*

FONT, *první grafický časopis, číslo 105, 3/09 XIX. ročník*

FONT, *první grafický časopis, číslo 87, 3/06 XVI. ročník*

EYE, *časopis, no. 70 vol. 18 winter 2008, technology speial,*

DESIGNUM, *design magazine, číslo 2/2001*

Computer arts projects, *The in-depth guide for creative professionals, Issue 113, 123*

Historie vlnité lepenky: <http://www.pilot.cz/files/lepenka.pdf>

Jiří H. Kocman, *Médium papír, Vysoké učení technické v Brně, 2004, ISBN 80-214-2626-8*

*J. Macháň – A. Donát, Zpracování lepenek, Praha 1962, 676*



## SEZNAM OBRÁZKŮ

*Obr. 1 – Prehistorická nádoba, její stáří se odhaduje na více než 15 000 let*

*Obr. 2 – Obal německé čokoládovny Theodor Hildebrand,*

*Obr. 3 – Obal francouzské firmy Felix Potin*

*Obr. 4 – Raymond Loewy, krabička na cigarety značky Lucky Strike*

*Obr. 5 – Obal na Kofilu, Zdeněk Rykr*

*Obr. 6 – Firma Tetra Pak, obal na nápoj z kartonu, zakladatel Dr. Ruben Rausing*

*Obr. 7 – Jordan & Timaeus, obal děčínské pobočky německé čokoládovny z Turisten Chocolate.*

*Obr. 8 – Ukázka výrobků firmy Model obaly*

*Obr. 9, 10 – Ukázka práce Jana Činčery*

*Obr. 11, 12 – Obaly na čínské nudle, Design Bridge, Ukrajina*

*Obr. 13 – Ukázka moderních obalů na potraviny, Filip Backer design, USA*

*Obr. 14 – Ukázka nejmodernějších papírových obalů z knihy 1000 Package design*

*Obr. 15 – Vlastní návrhy obalů na sladkost, Mladý obal 2010*

*Obr. 16 – Ukázka výrobků z nejnovějších druhů lepenek*

*Obr. 17 – Ukázka potvrzení o zápisu do rejstříku průmyslových vzorů*