

NIKOLA

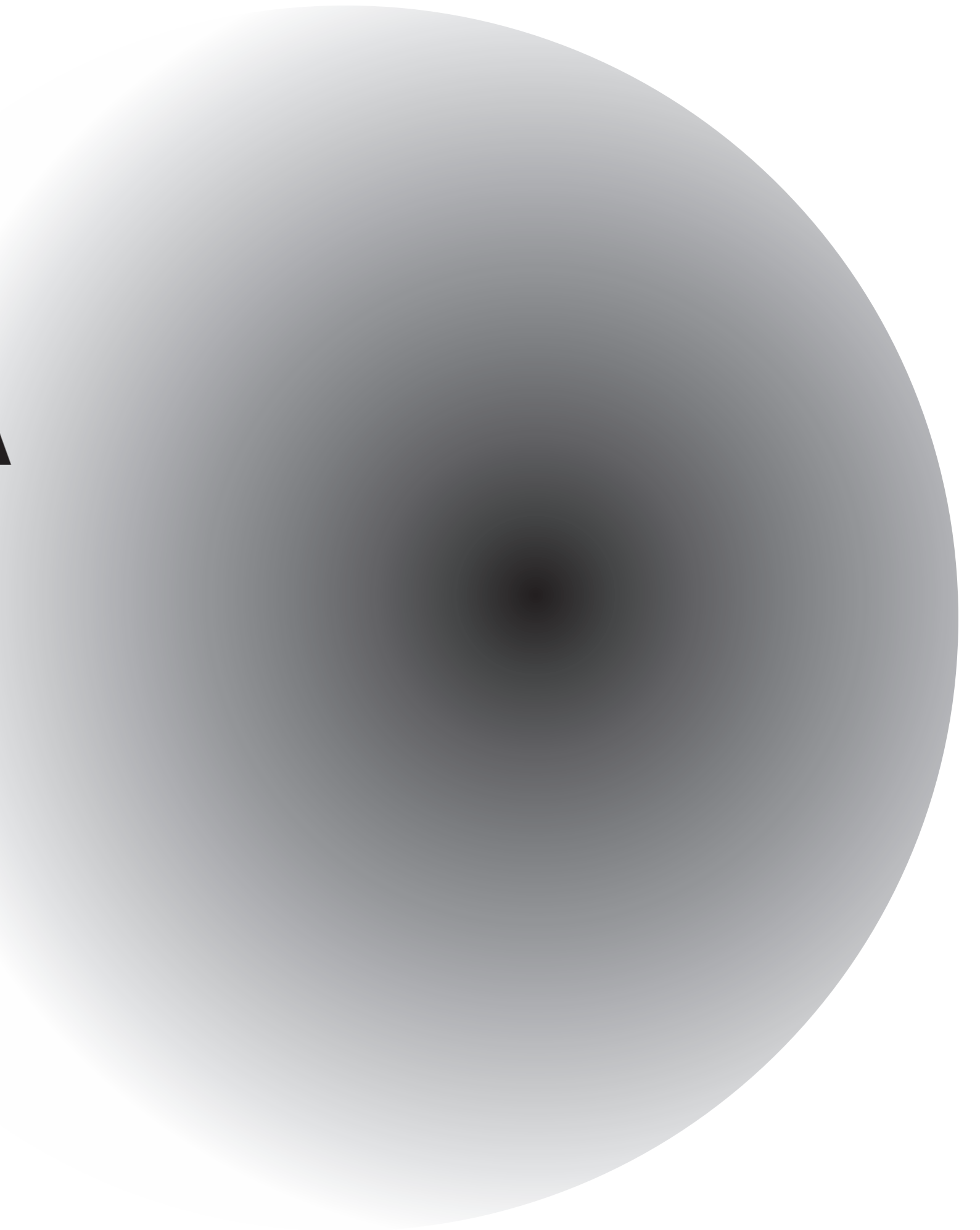
MIKULECKÁ

DIPLOMOVÁ

PRÁČE

PORTFOLIO

PIVA



DIPLOMOVÁ PRÁCE  
PIVNÍ STOJAN S PIVNÍMI TÁCKY  
NIKOLA MIKULECKÁ  
ATELIER JAROŠ / BEDNÁŘ  
VEDOUcí BAKALÁŘSKÉ PRÁCE MGA.JAN JAROŠ  
ÚSTAV PRŮMYSLOVÉHO DESIGNU / FA ČVUT  
2018 / 2019, LETNÍ SEMESTR

# ANOTACE

ČESKÉ VYSOKÉ UČENÍ TECHNICKÉ V PRAZE  
FAKULTA ARCHITEKTURY

Autor: ..... Nikola Mikulecká .....

Akademický rok, semestr: ..... 2018/2019. letní .....

Název diplomové práce:

..... Porcelánový set: Výčepní stojan s pivními tácky.....(ČJ)

..... Porcelain set: Draft beer tower and coasters .....(AJ)

Jazyk práce:..... Český .....

Vedoucí práce:..... MgA. Jan Jaroš .....

Oponent:..... MgA. Daniel Gonzalez .....

Ústav číslo, název:..... B 8208 Průmyslový design .....

Prohlášení autora:

Prohlašuji, že jsem předloženou diplomovou práci vypracovala samostatně a že jsem uvedla veškeré použité informační zdroje v souladu s „Metodickým pokynem o etické přípravě vysokoškolských závěrečných prací.“

V Praze dne:..... 22. 5. 2019 .....

.....  
podpis autora diplomové práce

Klíčová slova: Výčep, porcelán, pivo, pohostinství gastronomie, hospoda, tradice, pípa, nádobí.

Anotace (česká): Výčepní stojan v setu s pivními tácky v novém kabátu zbaveném přebujelého dekoru rozmáhajícím se v současném pohostinském prostředí. Čistý design, a jednoduchý styl, stále však v úzkém kontaktu s historickou podstatou pivní estetiky. Porcelán jako materiál propojující oba požadavky. Stojan je určen pro restaurace, hospody, bary, pivnice i kavárny.

Anotace (anglická): A draft beer tower accompanied by a set of coasters in an enhanced new look, freed from an overflowing decor, which is ruling contemporary hospitality industry. The draft beer tower provides with a clean, contemporary and modest design, although rooted in the historical essence of beer aesthetics. Porcelain, used as a material, is linking both requirements. The draft beer tower is designed to be used in restaurants, pubs, bars, and cafes.

# OBSAH

1	ÚVOD
2-15	REŠERŠE
16-17	ANALÝZA REŠERŠE
18-23	NÁVRHY
24-25	MODEL
26-33	VIZUALIZACE
34-35	VÝROBA
36-43	VÝKRESOVÁ DOKUMENTACE
44-45	SYNTÉZA
45-50	FOTOGRAFIE
51	ZÁVĚR
52-53	ZDROJE



# ÚVOD

Má práce je redesignem výčepní stolice.

Redesignu původně úžasných a potencionálně svěžích věcí a disciplín neprávem zatuchajících ve vodách subkulturních rybníčků jsem se věnovala v předchozích školních pracech. (Ať už jde o celokovový houbařský nůž, nebo třeba čajovou konvici, která patří nejen do čajoven). Podívat se na zoubek pivu - největšímu českému a zároveň tak trochu na jednu stranu vkusu pokulhávajícímu fenoménu, bylo přirozené vyústění mého směřování.

Internetová encyklopedie tvrdí, že pípa, (jak se dnes lidově stále označuje kohout u výčepní stolice) byl, cituji: kuželový dutý čep s kohoutem, který se přímo narážel do sudu. Uběhly desítky let a vzhled tohoto skvělého zařízení pochopitelně musel prodělat nějaké změny, aby se mohl z mobilního zařízení stát nehybným výčepním stojanem, ale situace, ve které se nachází nyní, je přinejmenším nešťastná. Zneužívání pojmů jako tradice nebo naopak inovace nebylo nikdy tak zavádějící jako dnes a jako v případě výčepního zařízení.

Výčepní stojan neboli výčepní stolice je bezpochyby nejdůležitějším bodem výčepu a dost často je tak i nahlížen. V šablonovitých a prefabrikovaných franšízách od velkých českých pivovarů nesoucích názvy různých rohatých zvířat nebo potrefených ptáků snad nebude nějaký větší problém a nevýrazné nerezové nebo takzvané “nostalgie” stojany asi plní svůj základní účel – nasycit poptávku podvečerního konzumenta „sýrového prkénka“ a reprezentačního hokeje. Potud je vše v pořádku a falešná zdobnost či fádni jednoduchost je pro výše zmíněnou sociální bublinu víc než dostačující a snad i vyčerpávající. Co ale ostatní? Co když si chcete dát „pivko“ bez televize? Co když je touha vybavit výčepem podnik, který je pojetím interiéru a celkovou filosofií vzdálen estetice barokních hydrantů a vztyčených hadů těsně před útokem? Co když je možné nepodlehnout sebeutvrzujícímu střednímu proudu? Co když je touha, ale zatím nebyla možnost?

REŠŠĚ

E

RŠŠĚ



Firma Lindr která už od roku 1992 nese jméno svého zakladatele, je nejprodávanější český producent výčepní techniky. Sám o sobě výrobce tvrdí, že se mu dostává úspěchu na evropském i světovém trhu. Z pouhého vizuálního průzkumu českých hospod nelze tohle tvrzení potvrdit ani vyvrátit neboť se, oproti tomu co také firma o sobě na svých stránkách píše, jedná o velmi neosobité a jak je vidno níže, zaměnitelné zařízení. To má ovšem s největší pravděpodobností zásadní význam při jeho tak časté volbě u zařizování podniků čepujících pivo. Výhradní použití nerezové oceli v kombinaci s jistou střízlivostí může „pasovat“ do některých interiérů, jenž pracovně nazveme „hospůdka pozdního kapitalismu.“

# LINDR



Světový producent sídlící v Dánsku zaplavující svým lesklým a překombinovaným designem prostory snad v každém sportbaru, upoutá hlavně svou bezskrupulozní snahou nabídnout prodejcům piva až komické možnosti, reklamní plochy. O dokonalé pokrytí trhu se stará druhá, keramicko nerezová větev v nabídce firmy. O jejím estetickém směřování hodně prozradí i namátkou dohledané obchodní názvy jednotlivých stojanů jako jsou Baroko či Rembrandt. Na webových stránkách si můžeme celý večer listovat nekonečnou řadou certifikátů dokazujících kvalitu a udržitelnost výrobků, což je jistě chvályhodné, ale v dnešním světě, doufejme, stále více samozřejmé. Přes veškerou snahu jde o zářný příklad, že ne vše co je vyrobeno ve skandinávii, musí zaručeně znamenat výjimečný design.

# MICRO MATIC





14



15



16



17



18

# MICRO MATIC



19



20



21



22



23



24

Tento exportní gigant, pokrývající pohostinský trh ve více než sto zemích na světě, nezapře své italské kořeny. V česku jak jinak než velmi oblíbená značka má ve svém katalogu opravdu přepestrou nabídku různě pokrouceného kovového i keramického materiálu překrývající se stylově s nabídkou ostatních výrobců výčepní techniky a pochopitelně něco „originálního“ navíc. Deklarovanou spoluprací s předními italskými designéry u některých vybraných produktů nelze označit za posun dobrým či špatným směrem v pikareskním směřování firemní produkce.

# CELLI





Svou jednoduchostí v nerezových variacích spíše sympatická španělská značka vzniklá v devadesátých letech. Firma se specializuje hlavně, jak už to z názvu vyplývá, na výrobu dávkovacích trubic k výčepním zařízením potažmo dalšího nepohledového zařízení jako jsou teploty, tlak a množství piva hlídající sofistikované systémy.

V katalogu firmy lze s trochou snahy najít několik málo funkčně jednoduchých výčepních stojanů vycházejících z esetiky měděných kotlů, ale většina nabídky sklouzává k přetechizovanému poutově-steampunkovému designu a rozhodně není univerzální volbou do mnoha interiérů. Pokud se tedy člověk prolistuje potažmo proklíká přes množství barevných hadiček a pivních věží jak vypreparovaných z Nautilu kapitána Nema, narazí ještě na nabídku montovatelných kohoutů, které se dají také pochválit za svou jednoduchost a střídmost v detailu.



Když už se nějaký výrobce rozhodne pro použití porcelánu při výrobě výčepního stojanu, je velká pravděpodobnost, že tento výrobek bude k nerozeznání od výše zmíněného Baroka firmy Micro matic. Jen minimálně se měnící tvar připomínající velkého šachového pijóna z pouličních šachů v turistických resortech středomoří, střídá varianty s jedním, dvěma a třemi kohouty a nepřebornou variací barev a vzorů jimž s přehledem dominují mramorové imitace a různé kovové lesky. K vidění jsou v podnicích operujících v zóně kýče napříč celým spektrem od „plzenských“ pivnic až po čínské restaurace. Nepřekvapí, že „nebarokní“ s keramikou pracující italskými křivkami a leskem překypující překombinované stojany, zajišťuje opět jako čestná výjimka firma Celli. O své místo na slunci zabojoval druhý největší čínský a tedy jeden z největších výrobců piva na světě, čínská značka Tsingtao se svým vlastním charakteristickým východoasijským plazím tvarem.

# TUBING FOOD

# PORCELÁN



36



37



38

Pokud bychom měli zhodnotit stojany s více pípami jako samostatnou skupinu dalo by se s přihmouřeným okem říci, že je situace v českých hospodách o něco málo lepší. Možná i proto, že pravověrné těžkotonážní pivnice operující pouze s komoditami: mnoho piva a místo k sezení, svým charakterem lépe snesou přítomnost tak oblíbeného nerezového designu a celé to k sobě jaksí lépe pasuje. Ale důvod k radosti se dostavuje spíše opatrně. Český kůň v závodu, firma Lindr v případě mnoho-kohoutových (8 a více) stojanů dokaže svým valcovitým řešením vystihnout atmosféru již zmíněné pivovarské franšízy s žoviálně servilní obsluhou, což je také míněno spíše jako pochvala, ale zároveň se zde opět jen demonstruje dojem jakéhosi nepatřičně utilitárního a nenápaditého dejá vu v českých hospodách a restauracích.

Může se zmínit, že některé podniky nabízející více druhů piv, namísto vícekohoutové stolice občas zvolí zajímavější variantu multiplikace soliterních stojanů a dokáží tak osobitě bojovat s okleštěnou nabídkou trhu při zařizování interiéru. Což nás přivádí k poslední skupině.



39



40



41

VÝČEPNÍ STOLICE  
VÍCEKOHOUTOVÉ

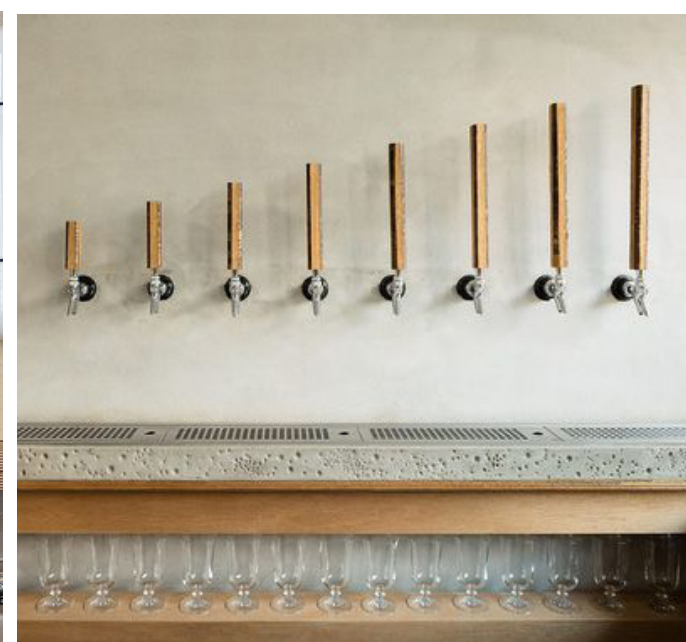




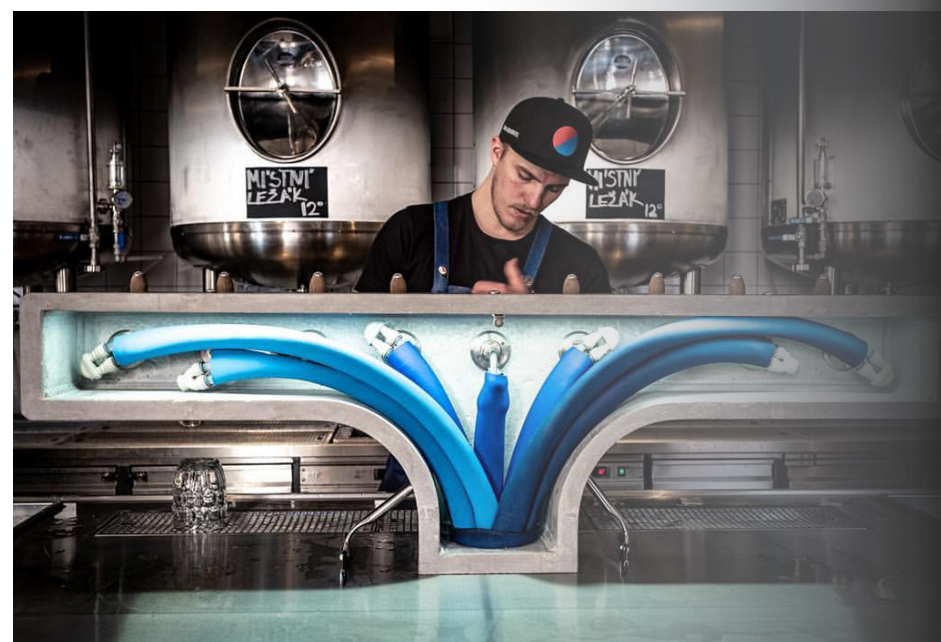
42



43



44



45

# NETRADIČNÍ ŘEŠENÍ

Důkazem, že často nelze vybrat žádnou z variant od tradičních výrobců, budiž v moderních interiérech mnohem častější volba stojanů na míru vyráběných a tedy velmi drahých, všelijak kombinovaných nebo, což je vlastně až ironické, částečně neviditelných nebo úplně chybějících. Ze zdi čouhající samotný kohout či více bez výčepního stojanu (aby ten náhodou nerušil jinak designový interiér) je pochopitelným a zároveň nejsmutnějším důsledkem současné situace na trhu s výčepním zařízením.



46



47



48





49



50



51

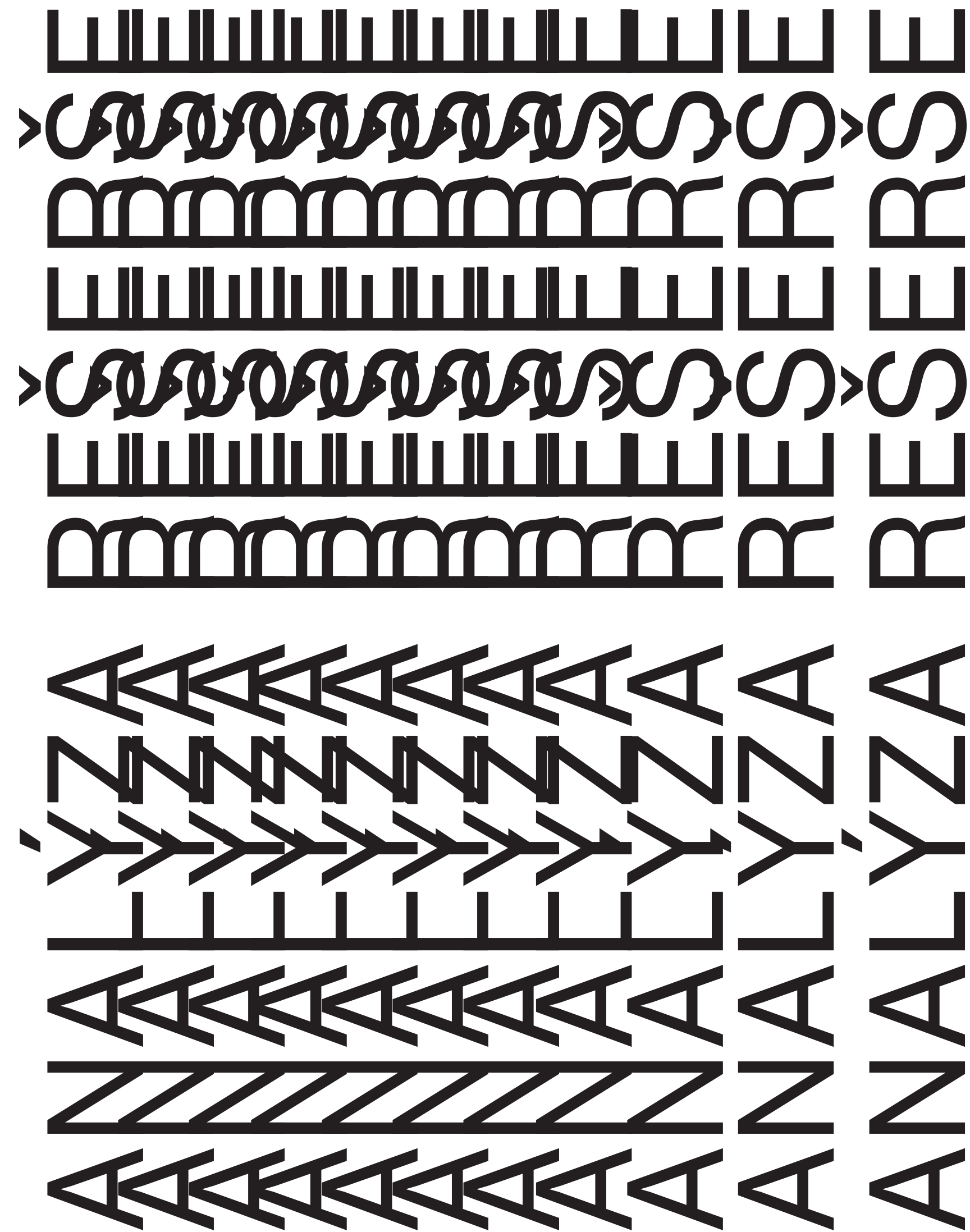
# PIVNÍ TÁCKY



Drtivá většina pivních táček na současném trhu je bohužel papírová a pokud nějaká, často na turisticky nostalgickou notu hrající, pivnice používá porcelán. Jedná se o základní kruhový táček od firmy Sahn gastro tzv. „sluničko“, kde se jen mění případný potisk uprostřed táčku. Pravděpodobně z legitimních důvodů snadnější výroby lze zároveň tento unifikovaný dekor nebo jeho příbuzné paprscité variace nalézt na většině historických porcelánových táčcích. Proti těmto výrobkům nelze nic namítnout a bude jenom dobře pokud se v rámci udržitelnosti budou rozšiřovat do více a více hospod po celém světě. Výjimečně jsou také k vidění limitované edice většinou od velkých českých pivovarů jako reklama a upomínka ke zvláštním příležitostem či výročím. O těch platí stejná ekologická poznámka.





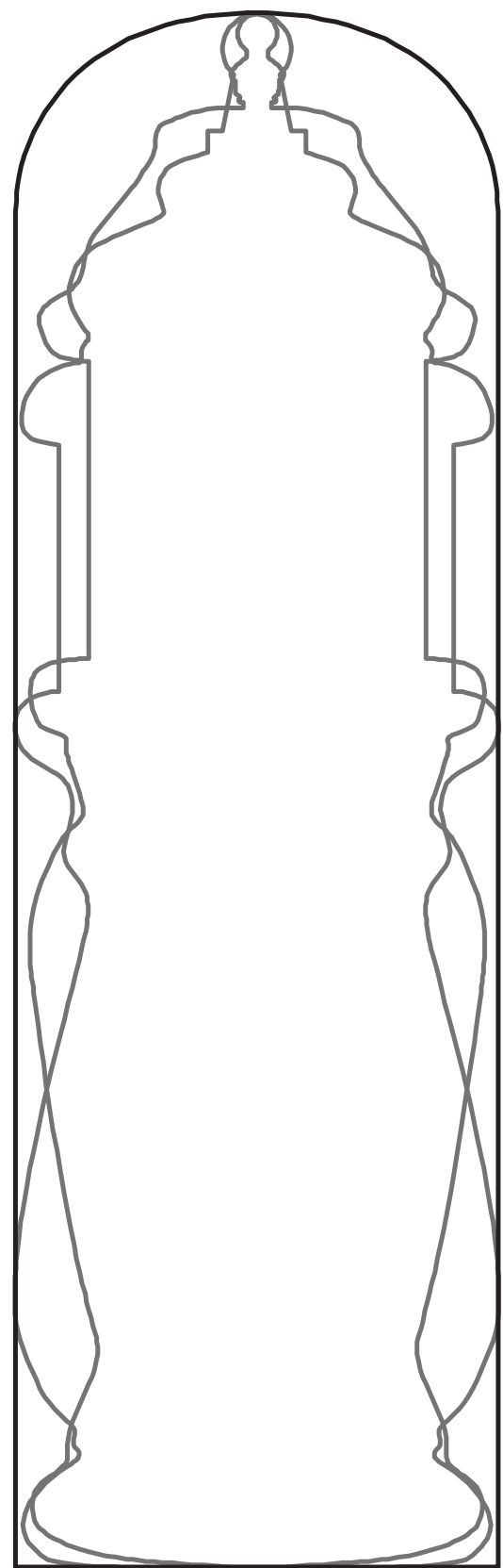
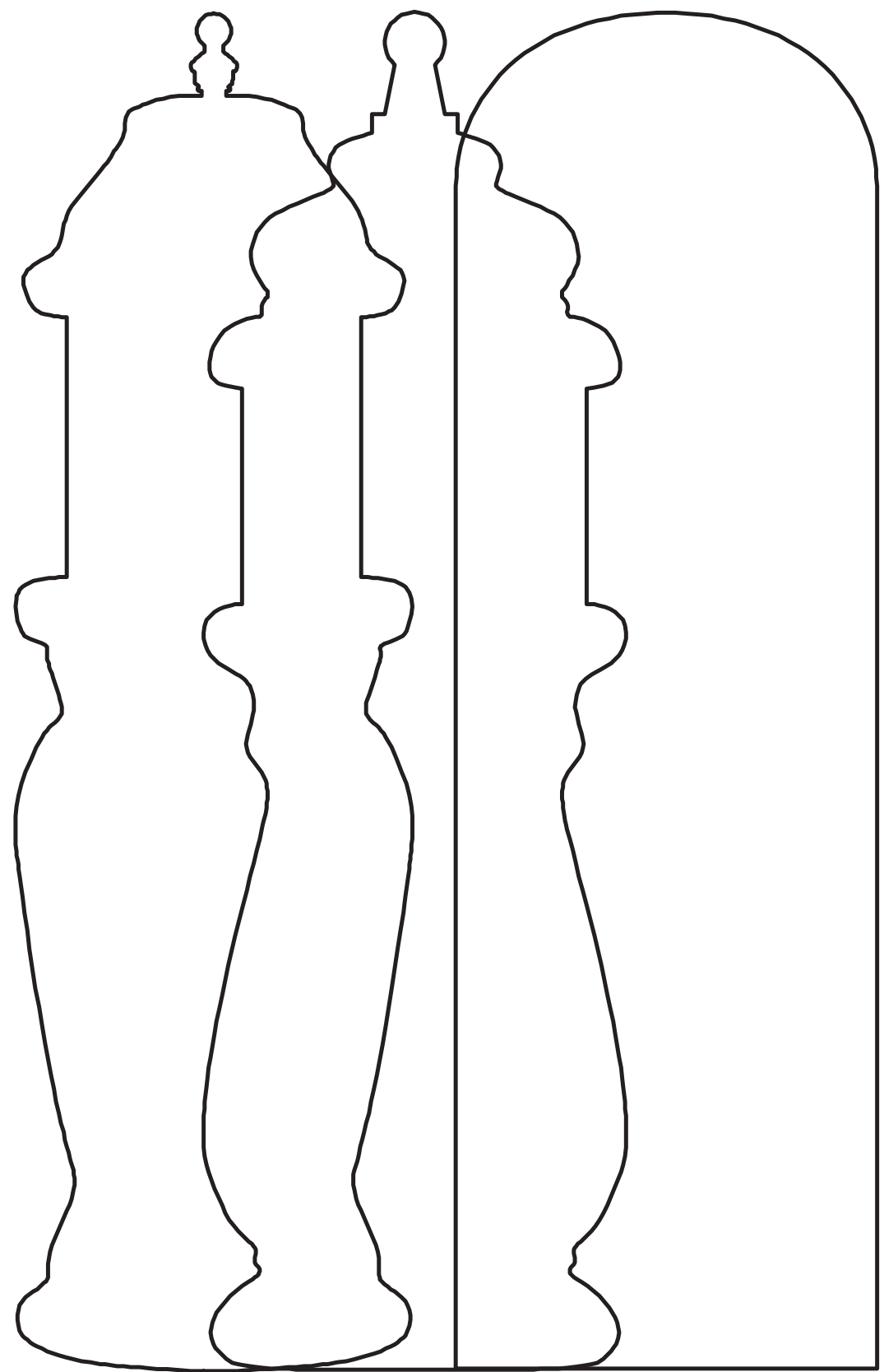


# ANALÝZA REŠERŠE

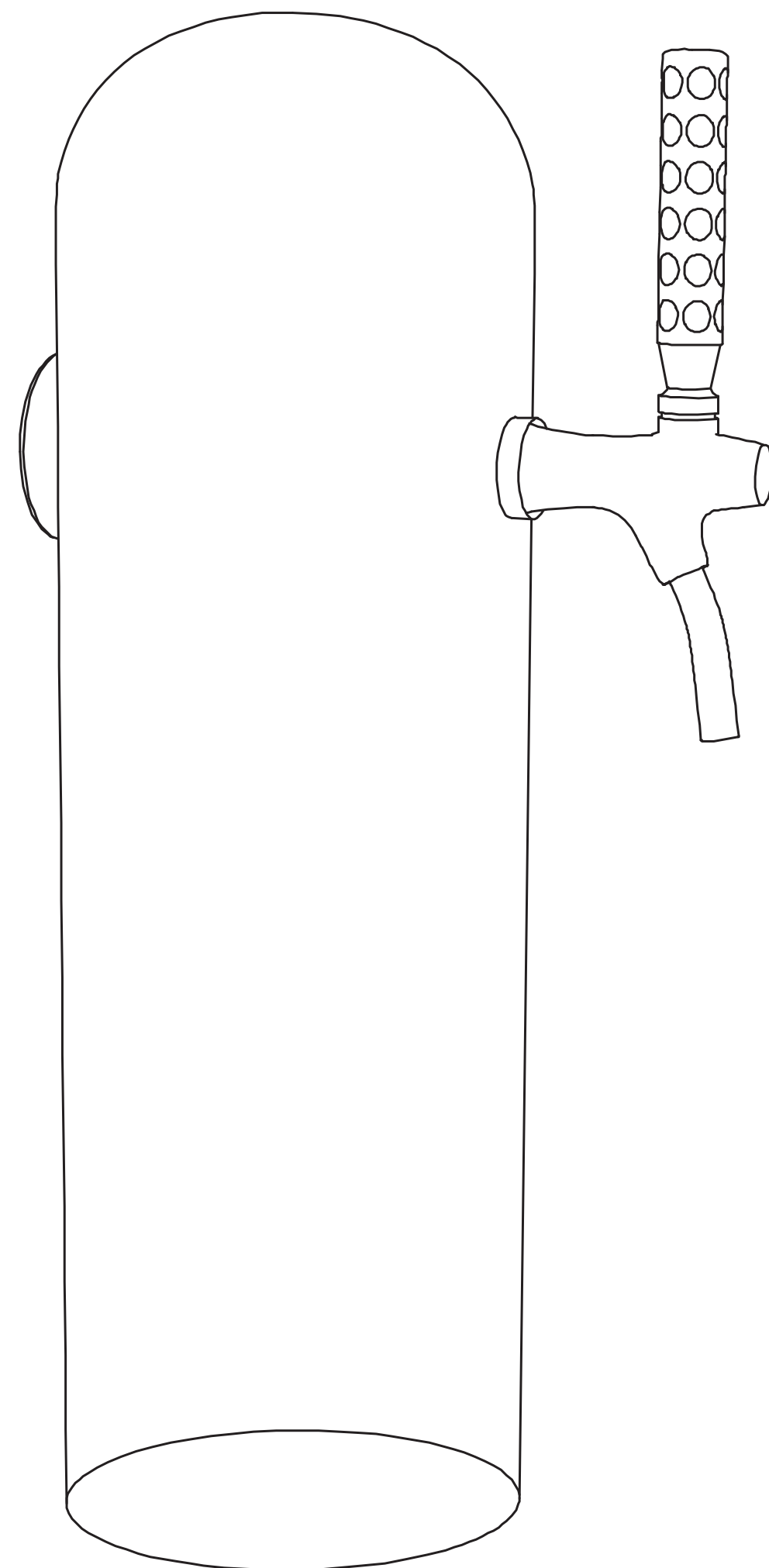
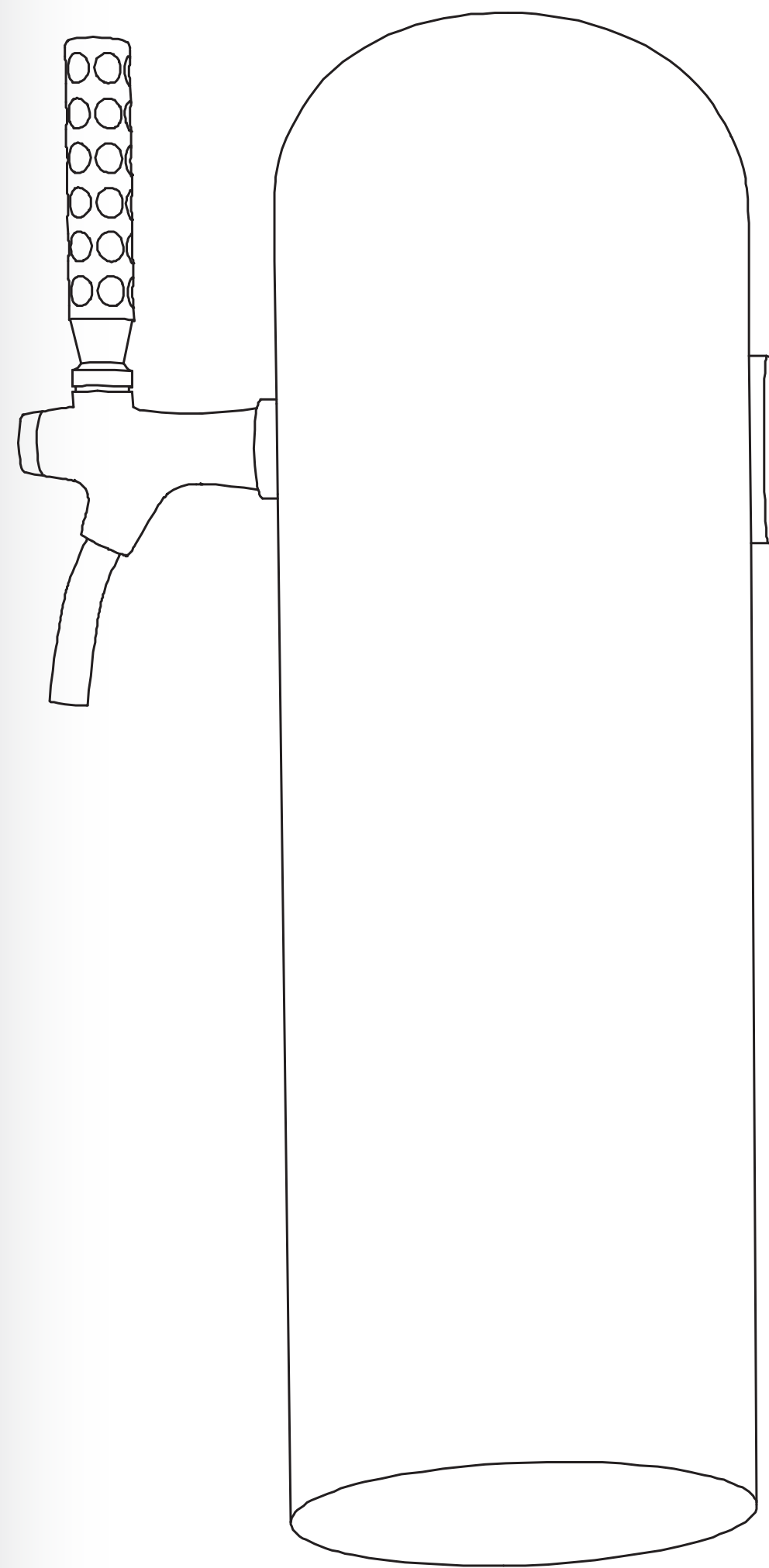
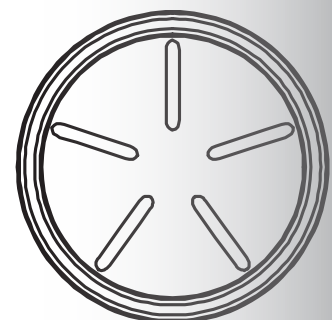
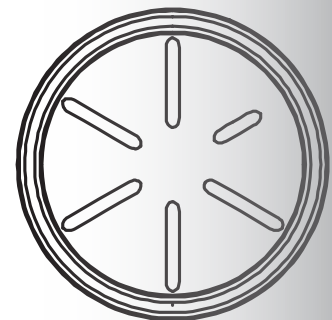
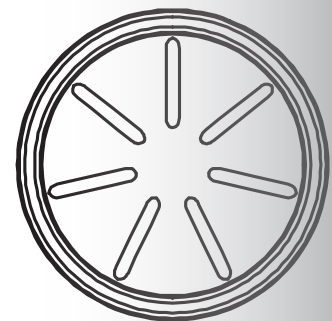
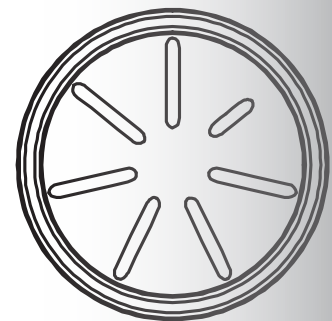
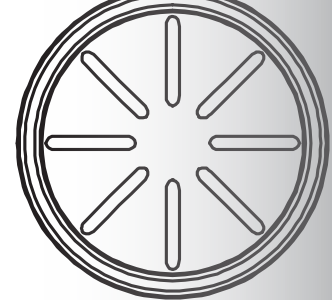
Průzkum současného stavu, respektive nabídky trhu, respektive má nespokojenost s tím se vine jako příslovečná červená nit celou mou prací od úvodu až po závěr a je tedy zřejmé, že tahle neutěšená situace byla hlavní motivací při mé závěrečné práci. Rešerše často bývá inspirací, ale tady se bohužel jedná převážně o vymezení se. Pokud chceme z celé věci vyvodit nějaké, důsledky, dá se říci, že:

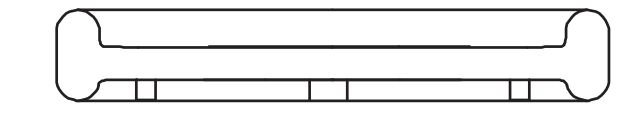
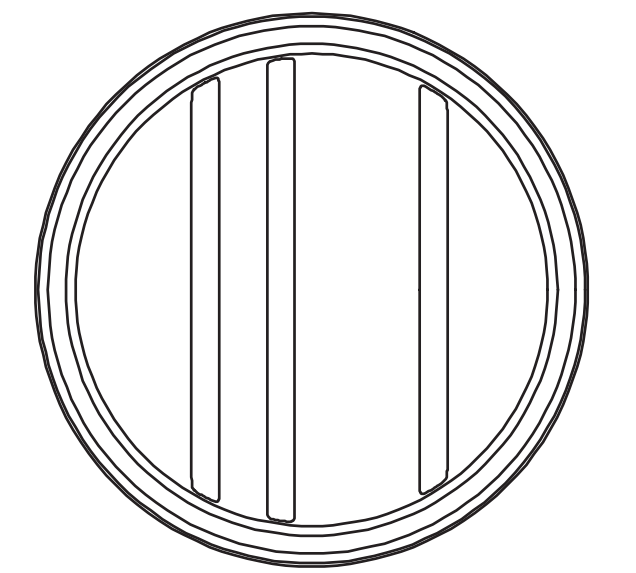
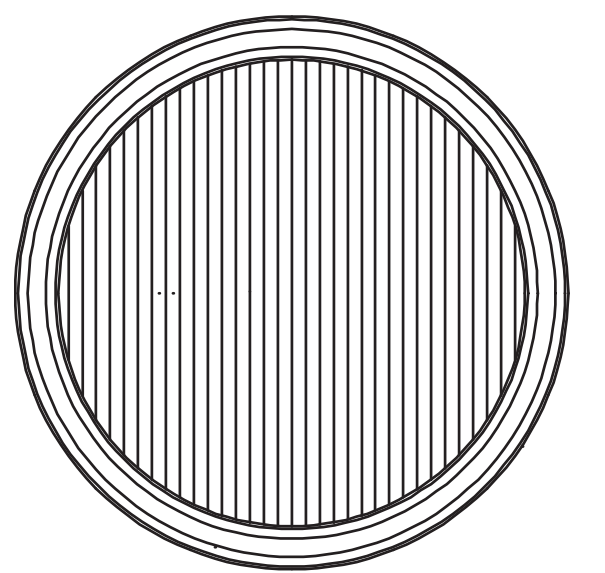
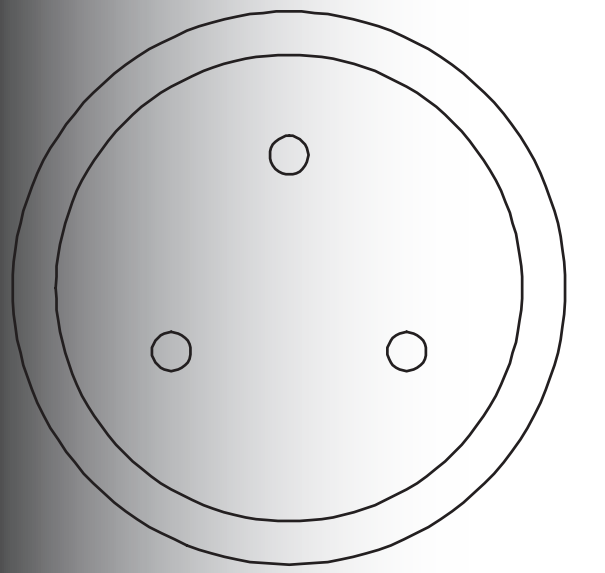
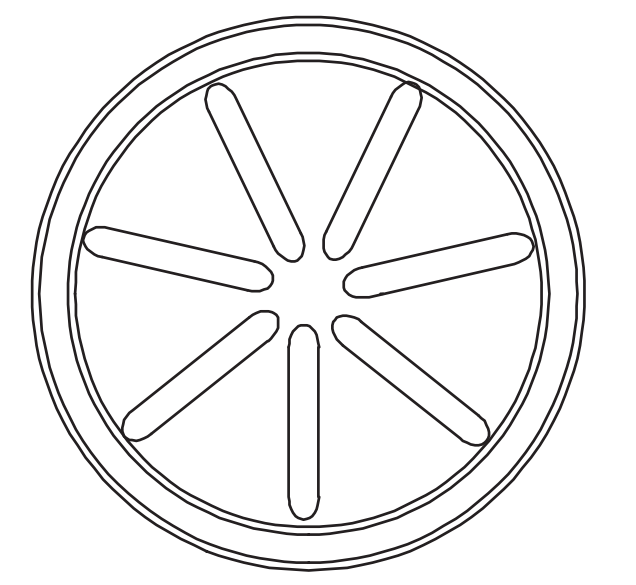
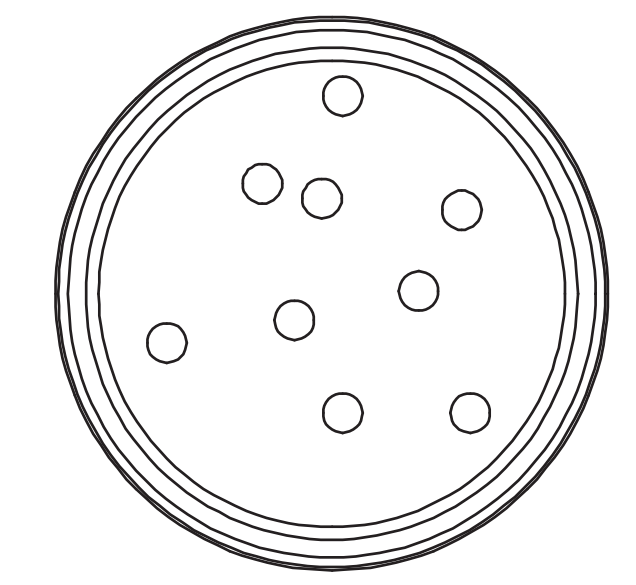
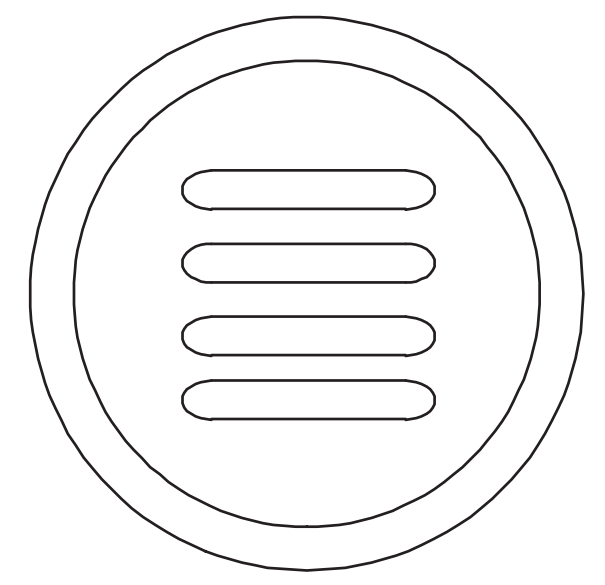
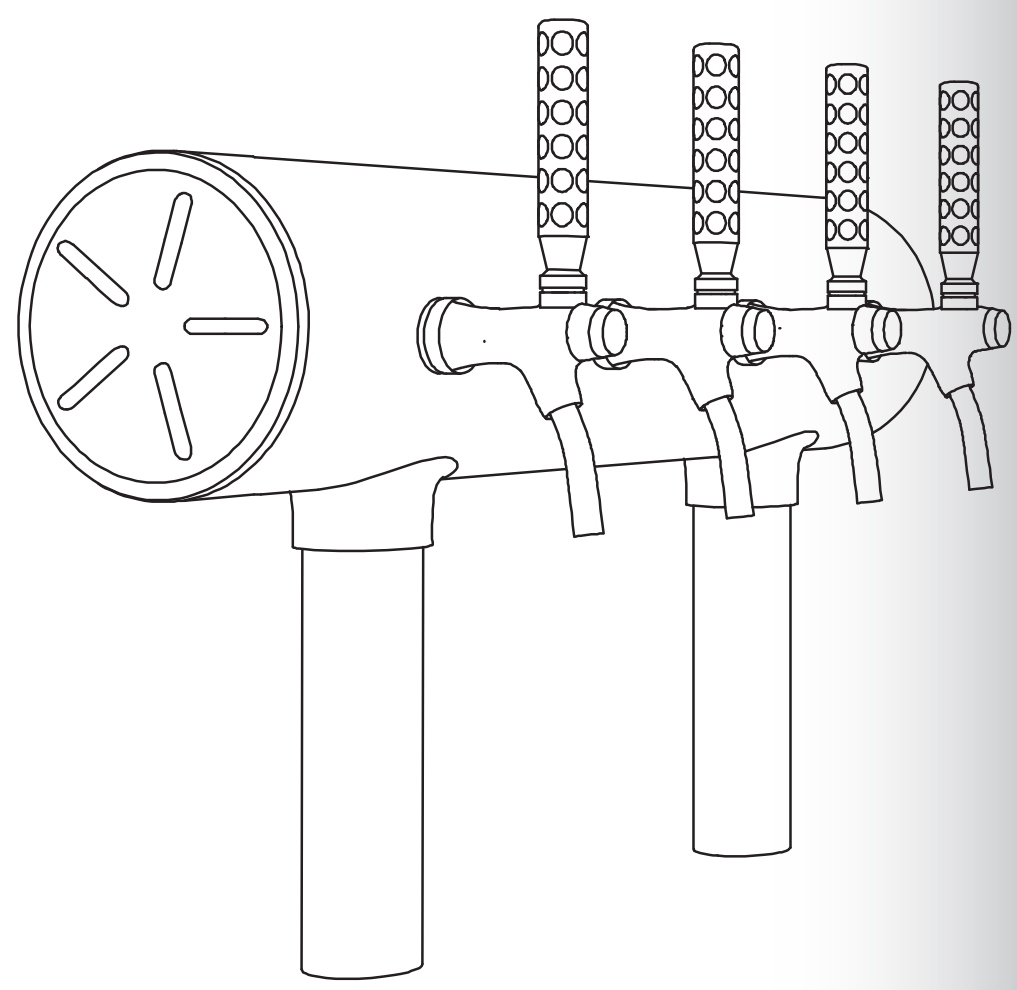
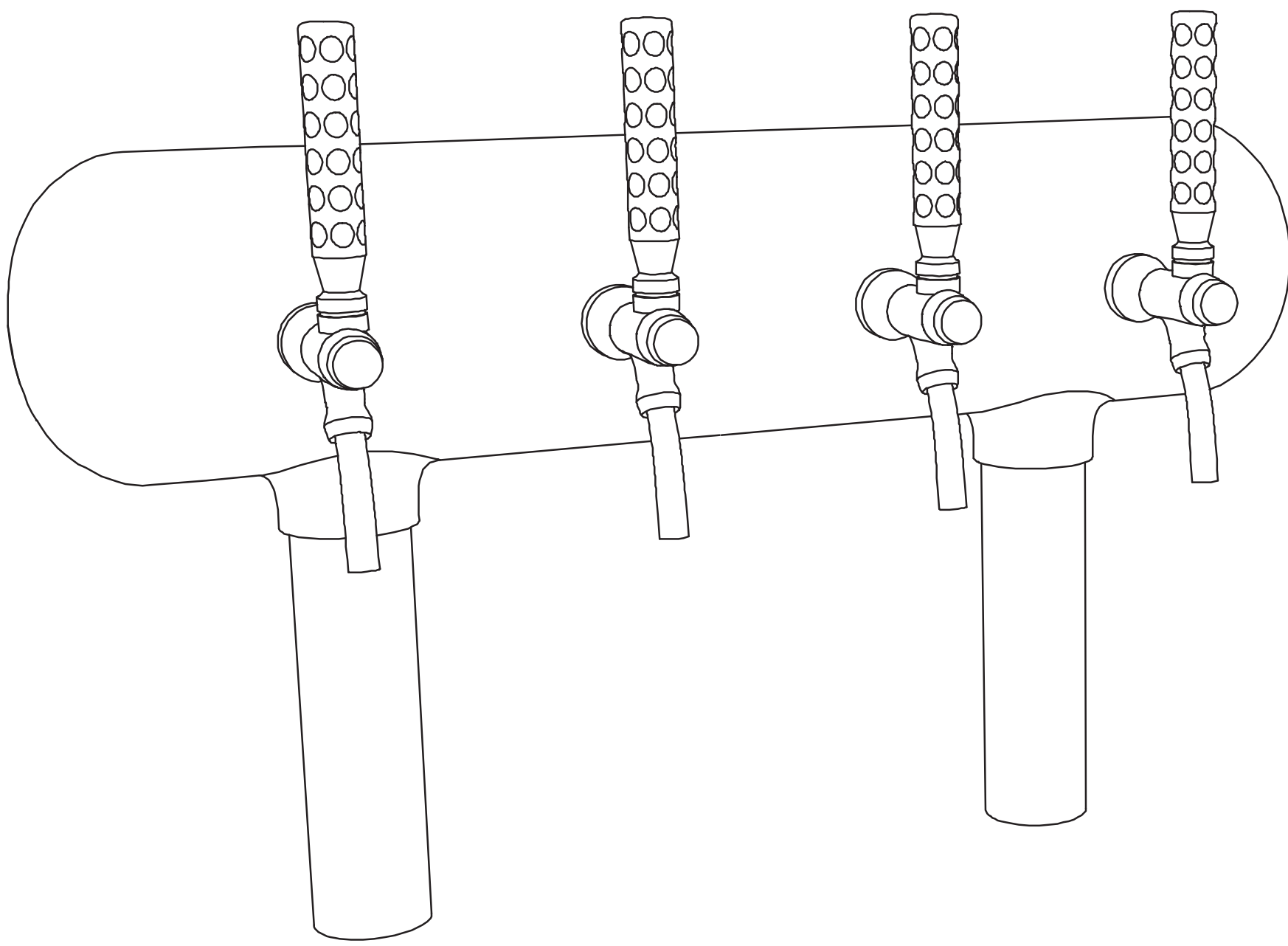
Ať už se dnes v podniku nabízí jeden druh piva nebo je potřeba vícekohoutových stojanů, několik málo výrobců hravě pokrývá celý trh a svou omezenou nabídkou nutí provozovatele pohostinských zařízení ke stylově celoplošné jednodlosti a zaměnitelnosti. Pokud se takový provozovatel rozhodne nepodřídit a nesplynout s masou sportovně televizních barů a rustikálních a falešně prvorepublikových heligonkových pivnic jsou tito naopak nuceni k nepatřičným interiérovým kompromisům či nákupu přehnaně nákladnému „custom made“ zařízení.

Kultura pití piva je u nás a zdá se, že i z velké části ve světě nepochopitelně monopolní a je dost možné, že danou jednostranně orientovanou situaci zajišťuje invenčně pohodlný, neustále se opakující marketingový model, který kvalitu piva ztotožňuje s buclatým hostinským v zástěře a nezdědky kdy makro detailem orosené nerezové pípy typu kobra. Není potřeba upírat některým typům hospod a pivnic jejich právoplatnou potřebu oslovit vizuálně přehlceného a dezorientovaného městského člověka vyhraněným a opakujícím se stylem a falešně okázalým materiálem a designem k jasně definovanému typu odpočinku, ale je nešťastné, jak pro ostatní, tak pro pivo, dovolit této sociální bublině, nechat si uzurpovat sobě samotné kulturu pití piva jen pro sebe.

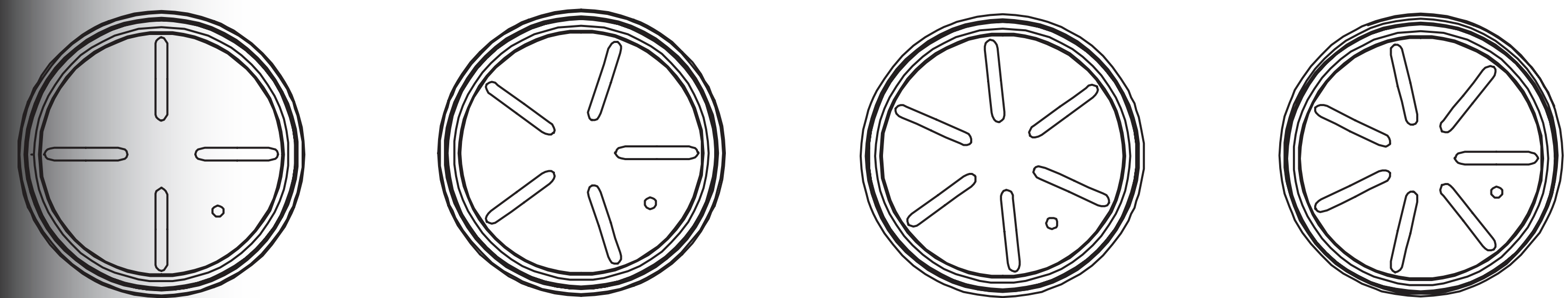
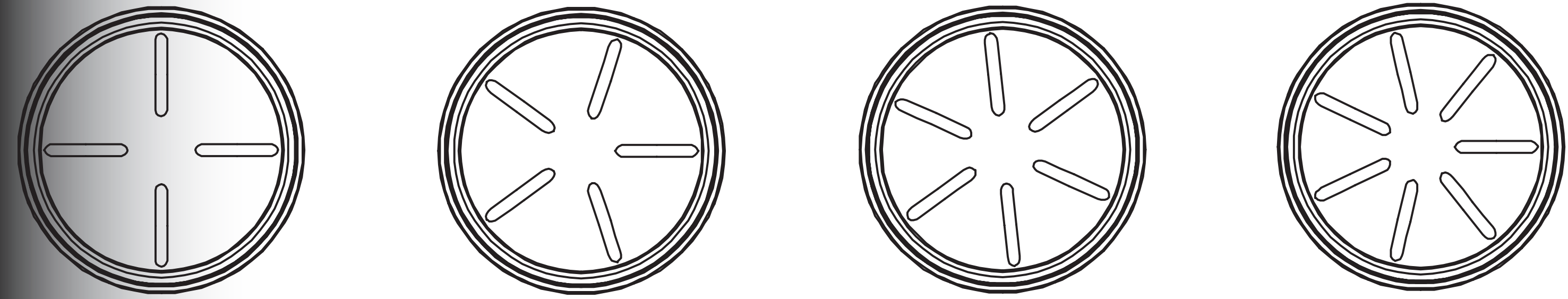
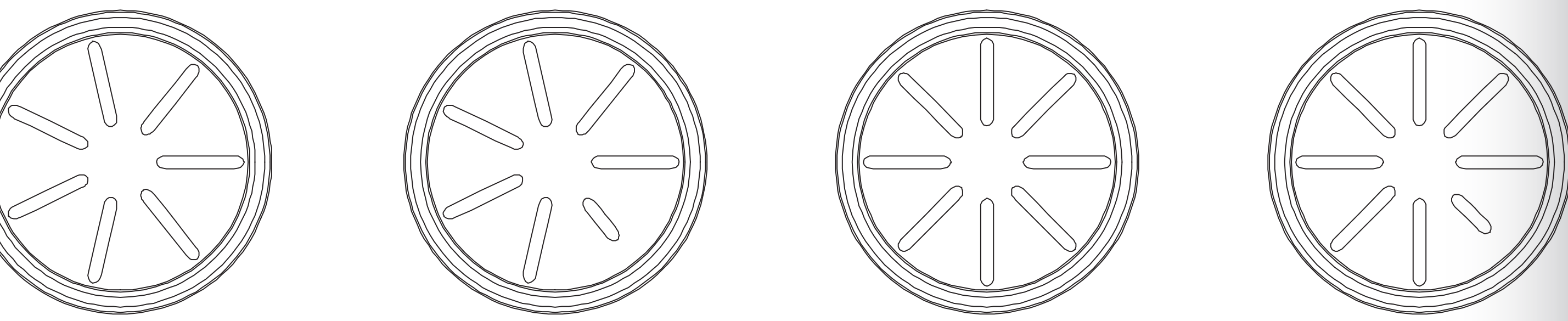
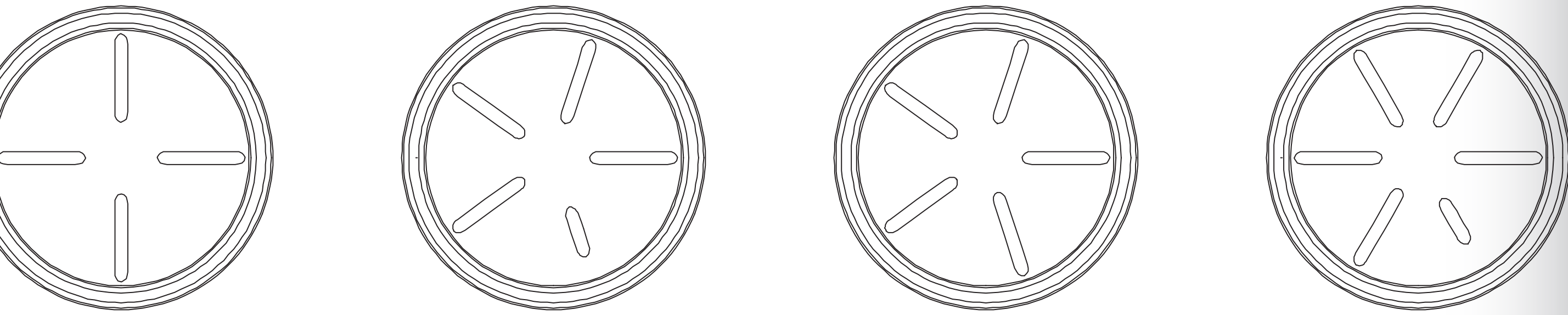


# NÁVRHY











# MODEL



















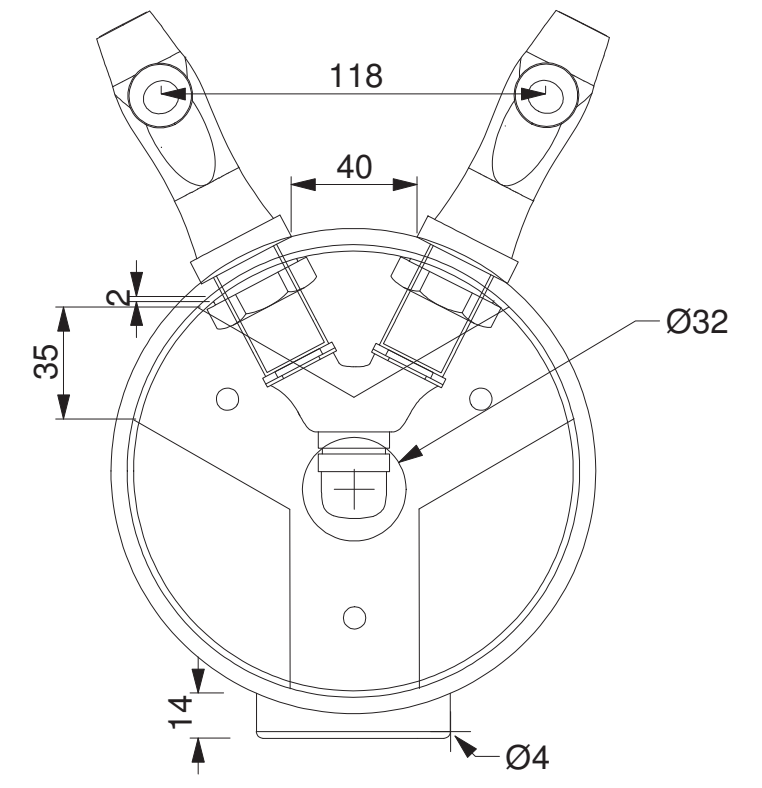
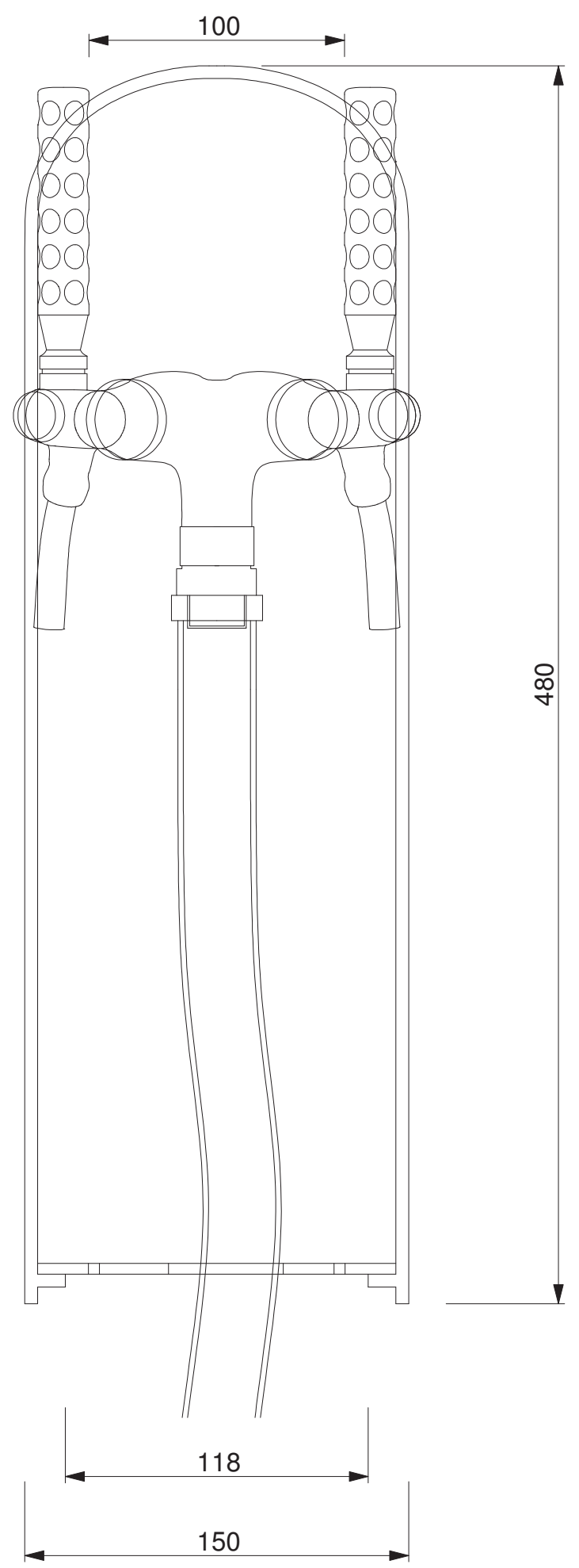
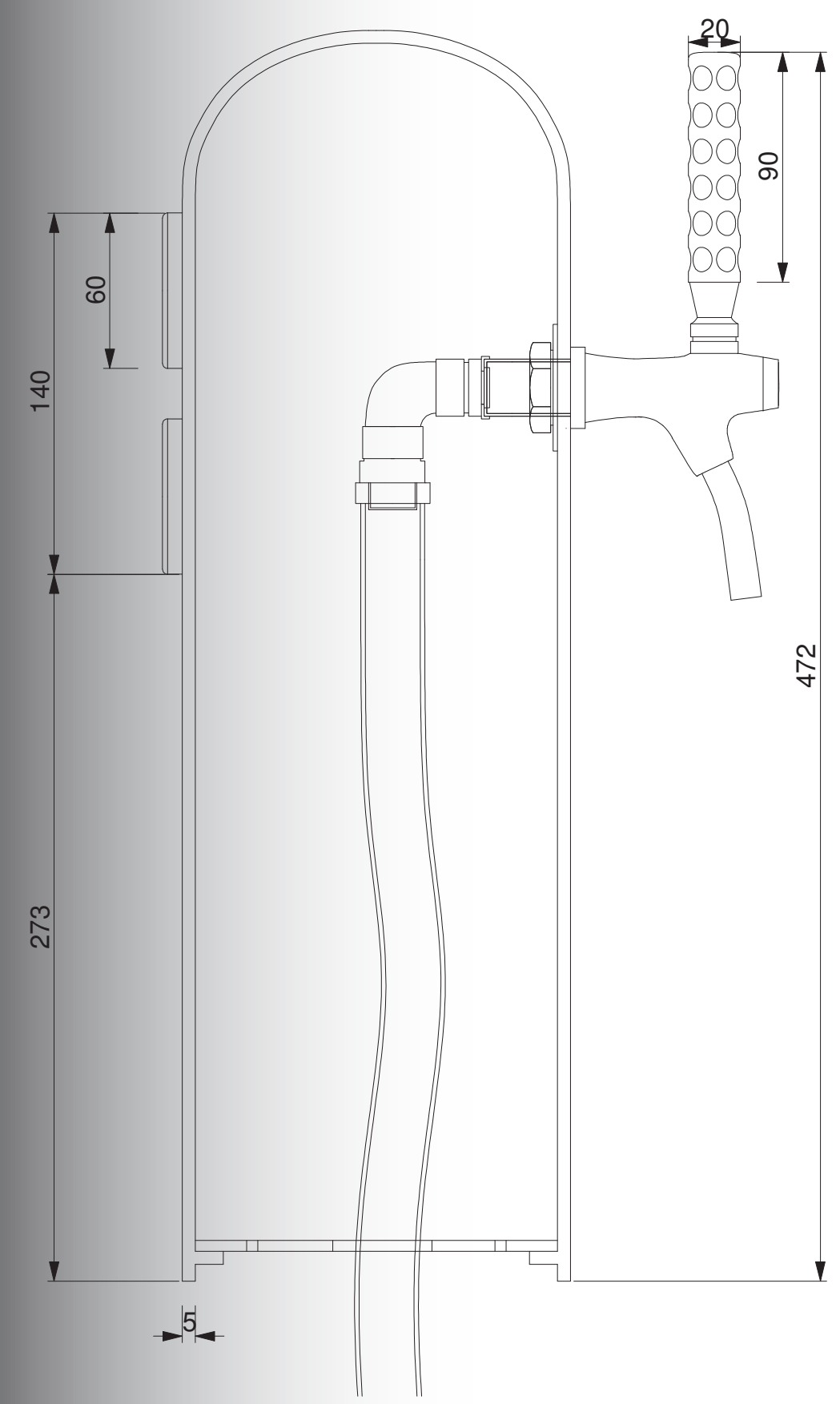
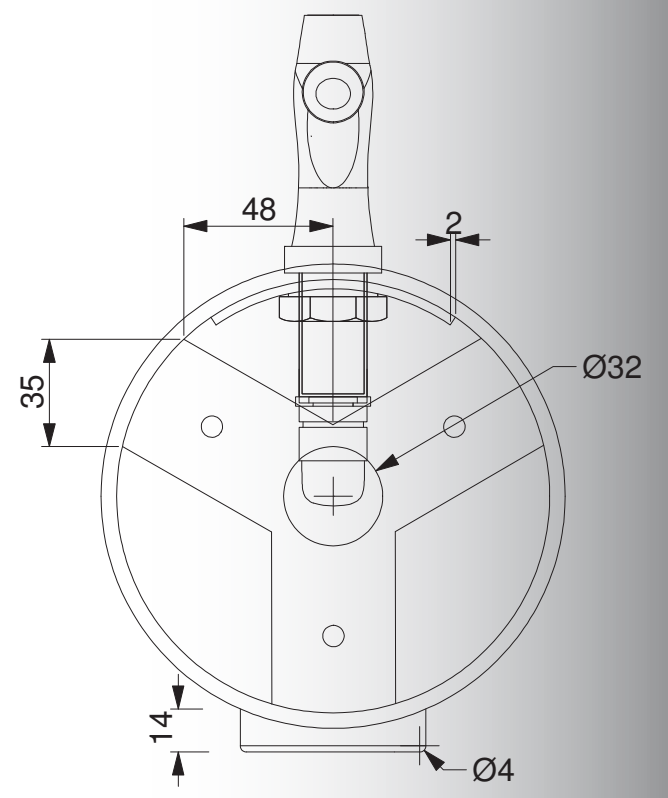
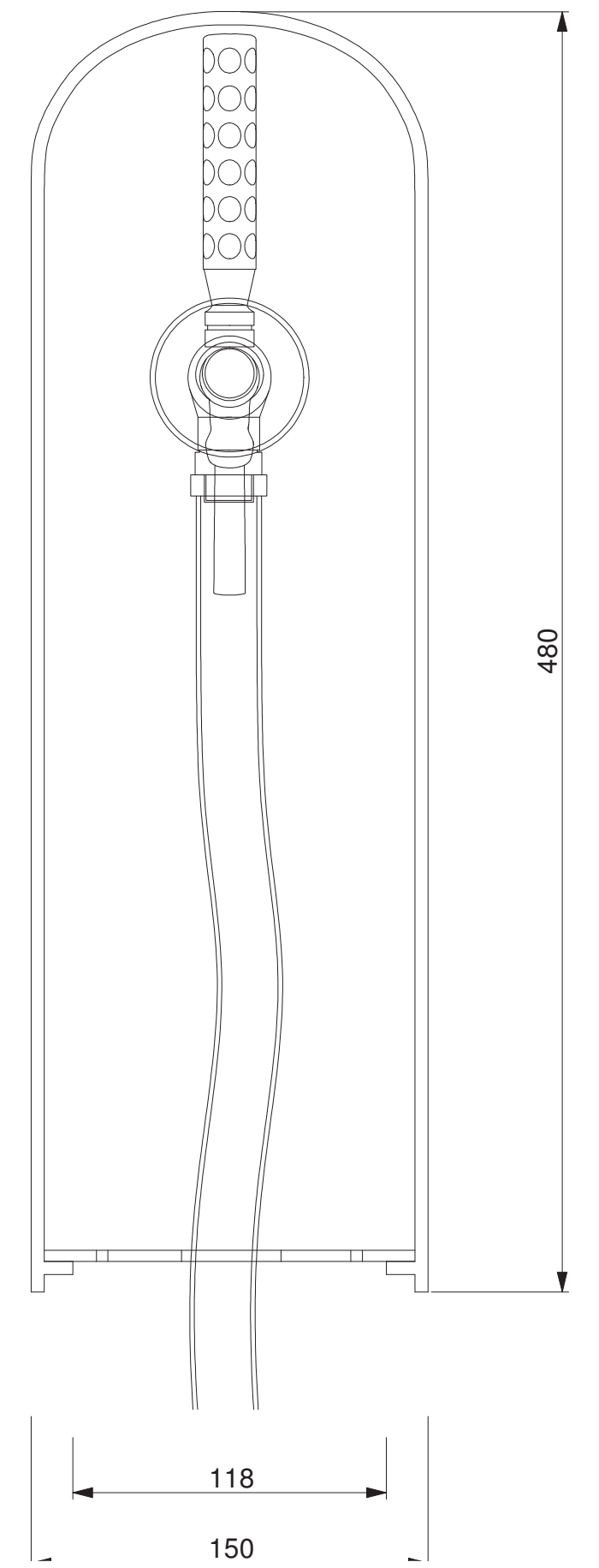
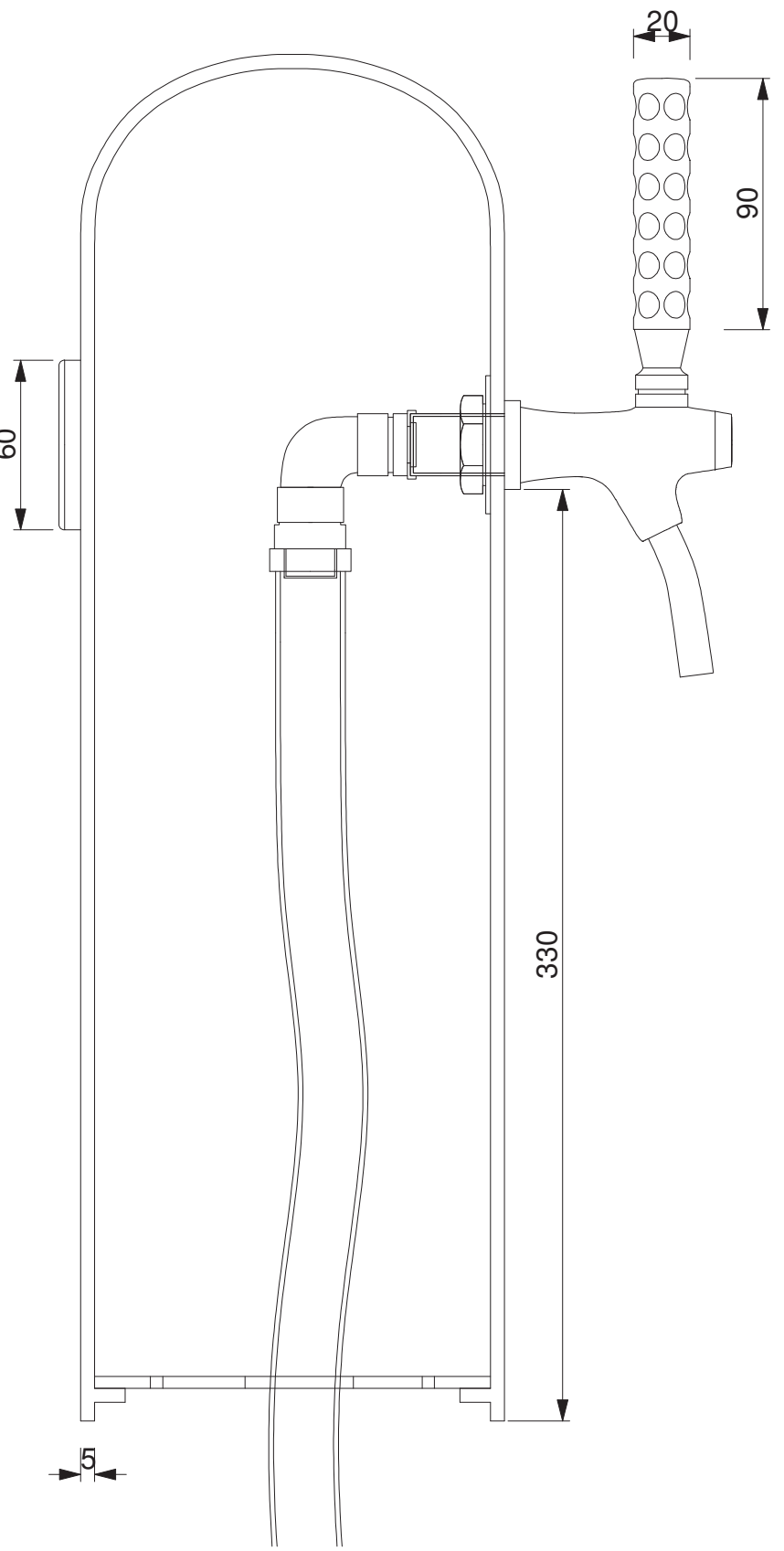


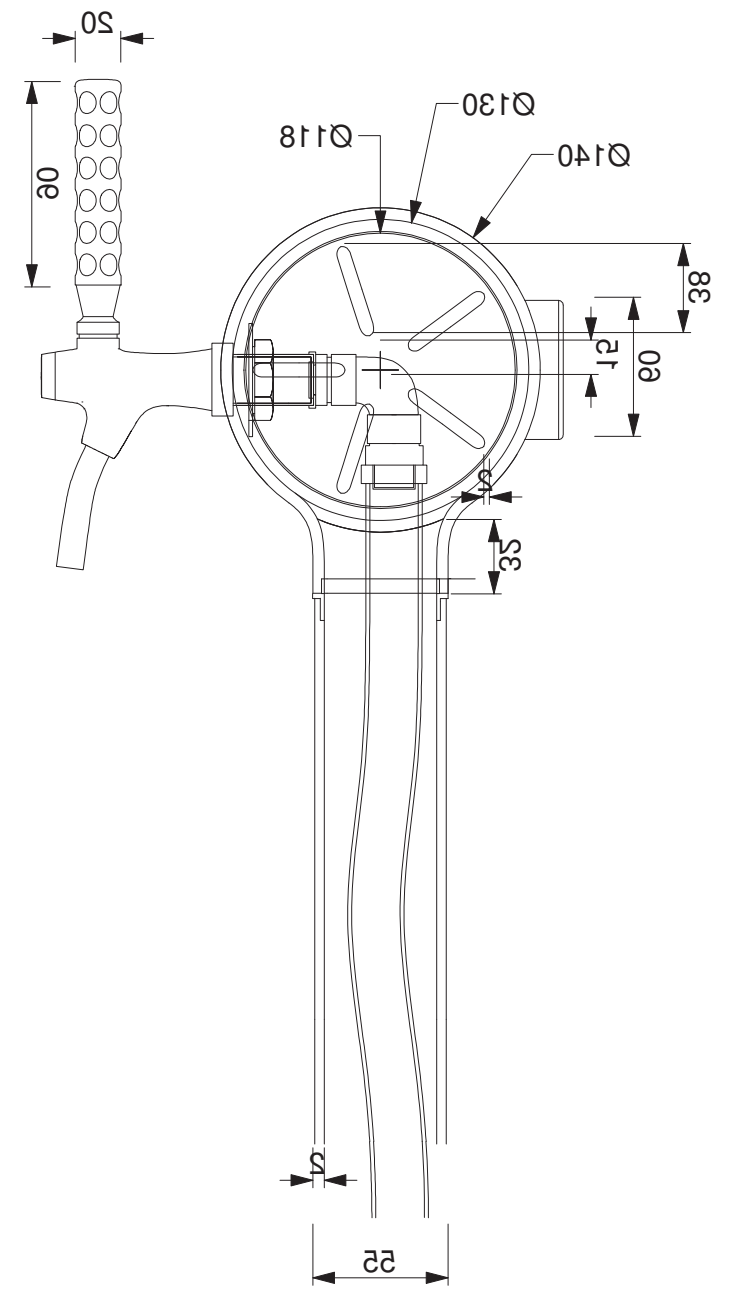
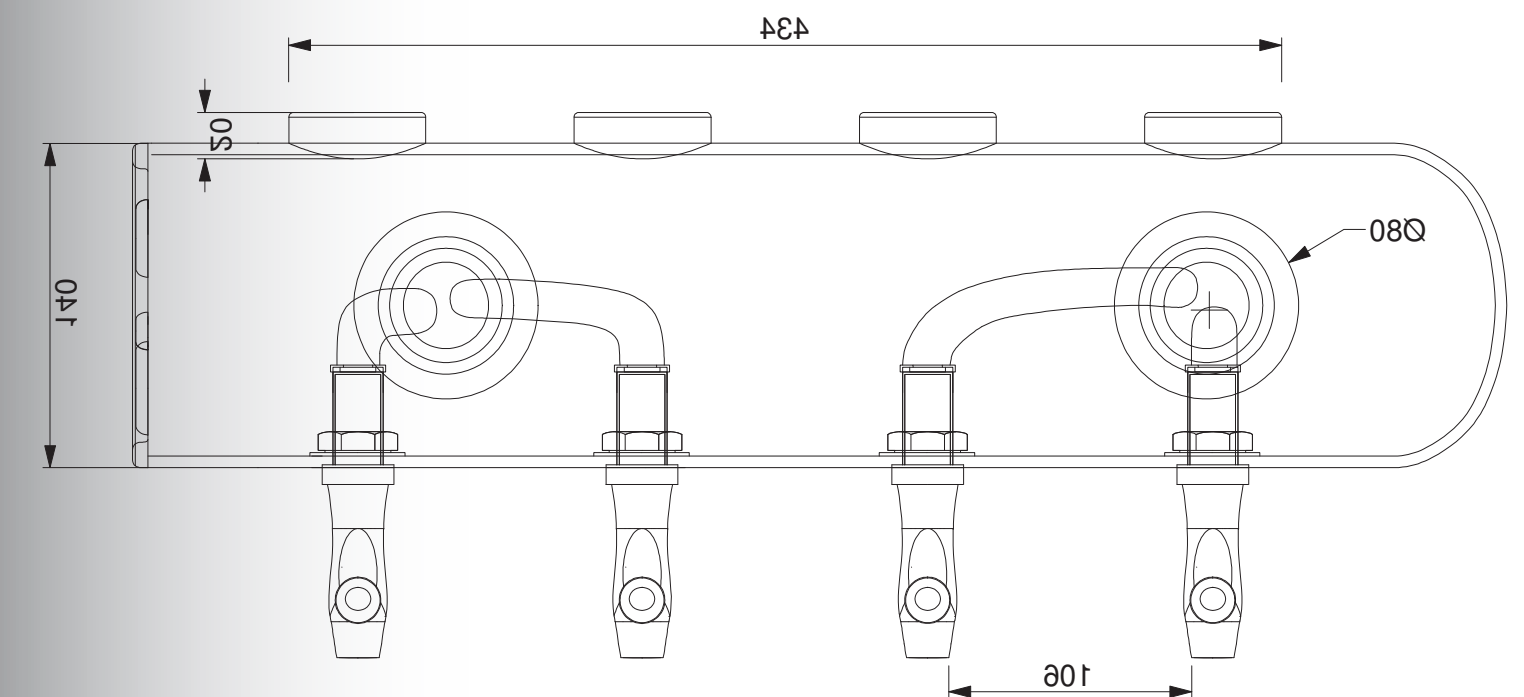
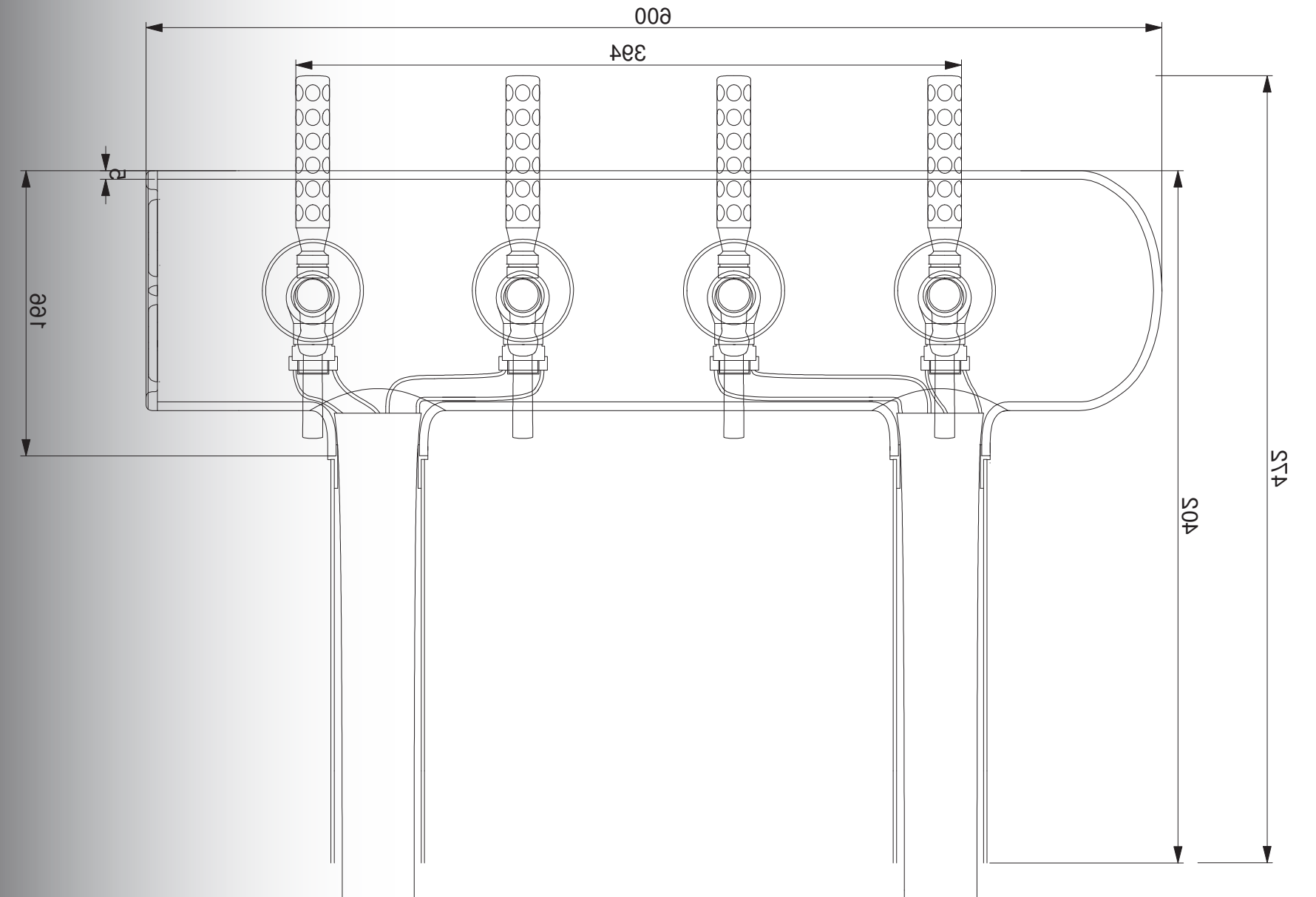
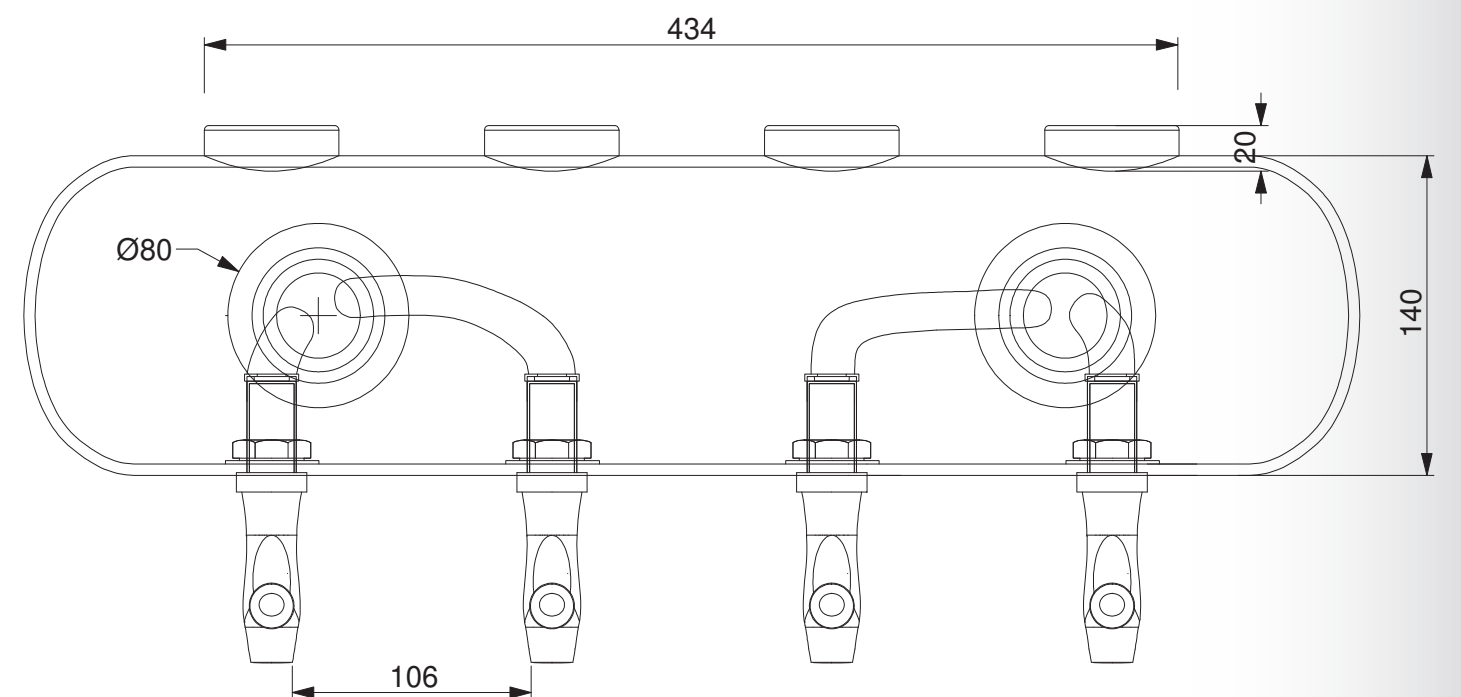
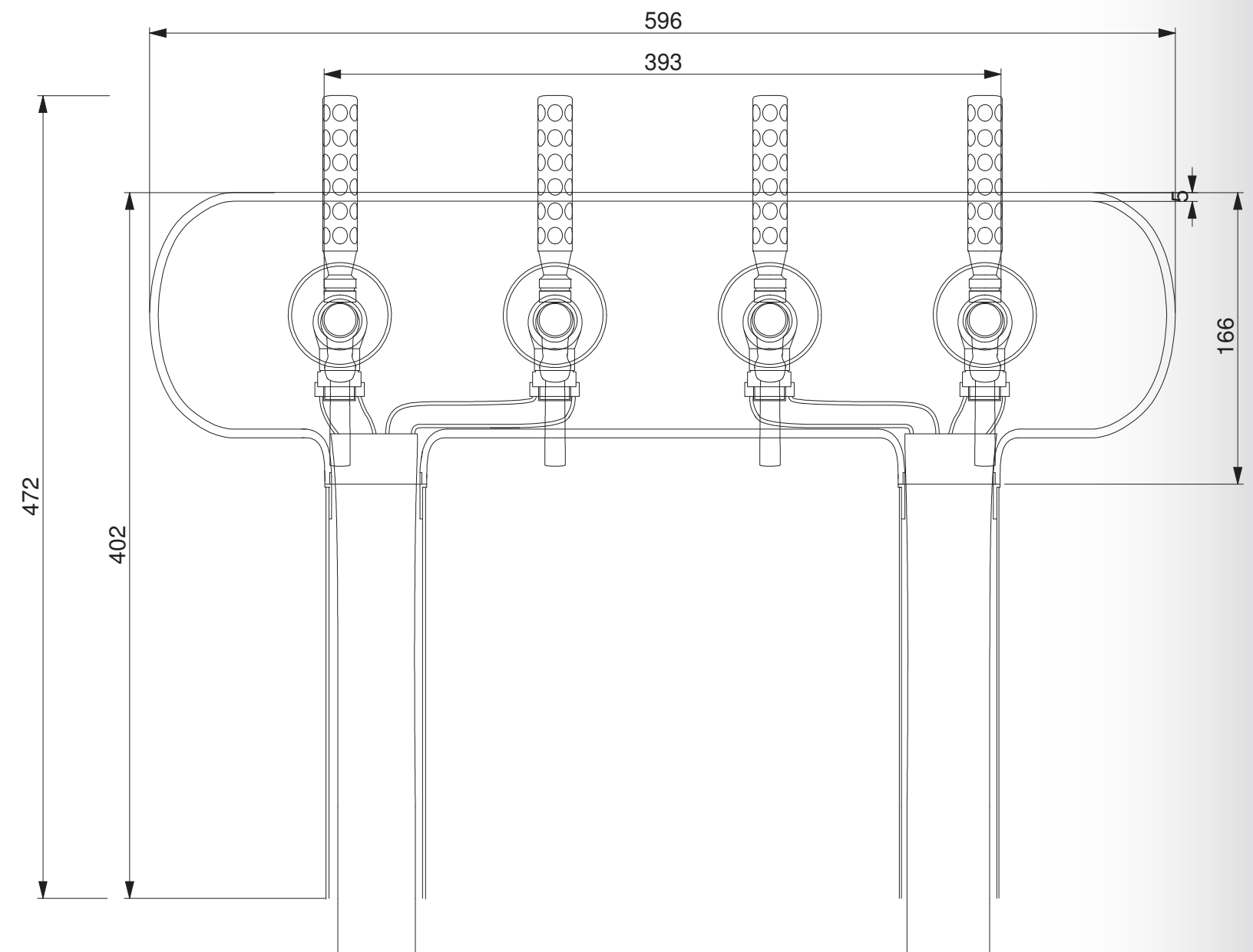
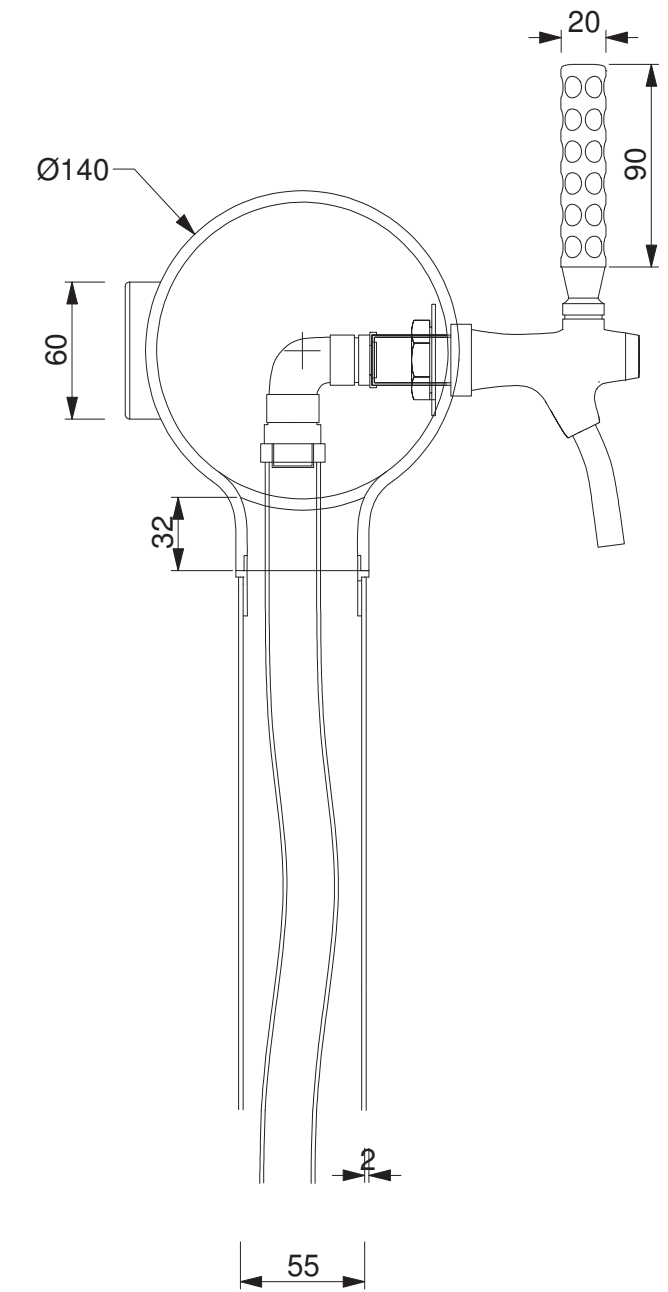


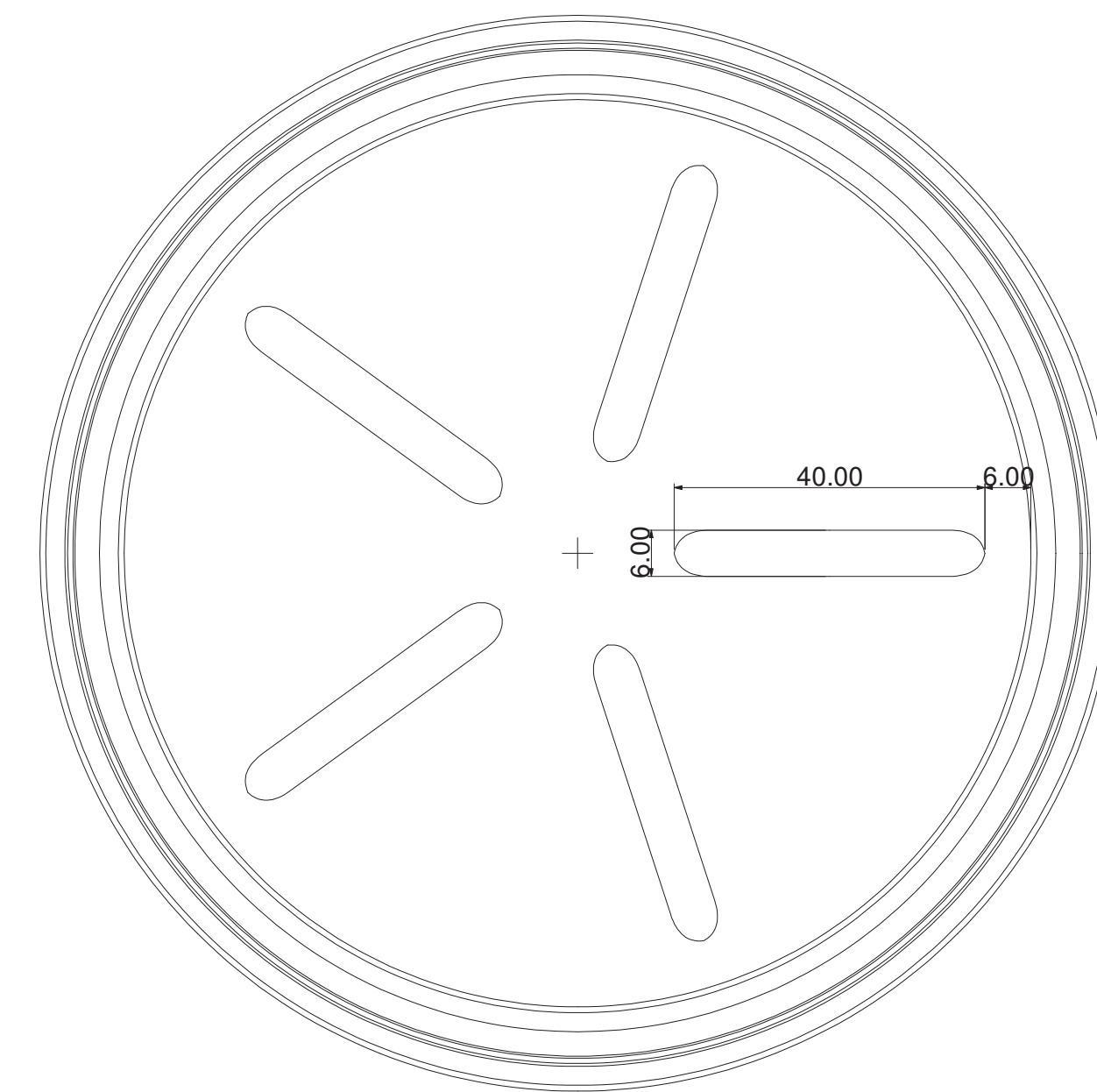
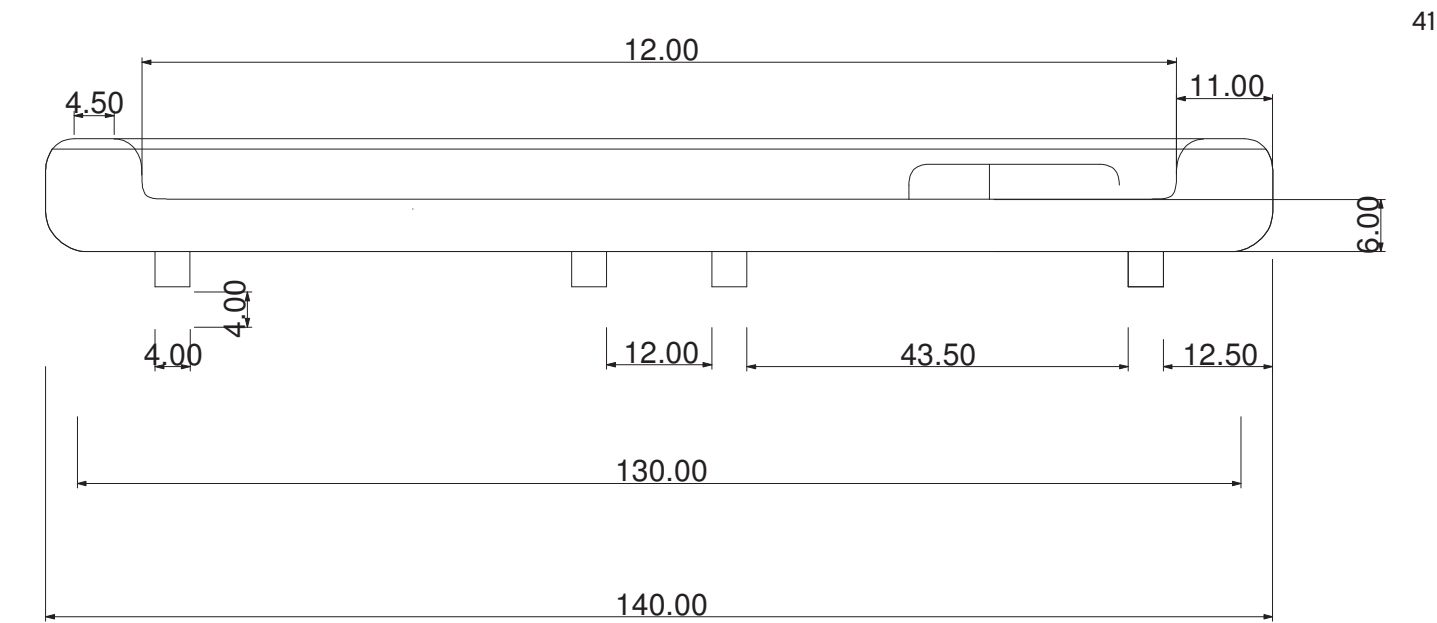
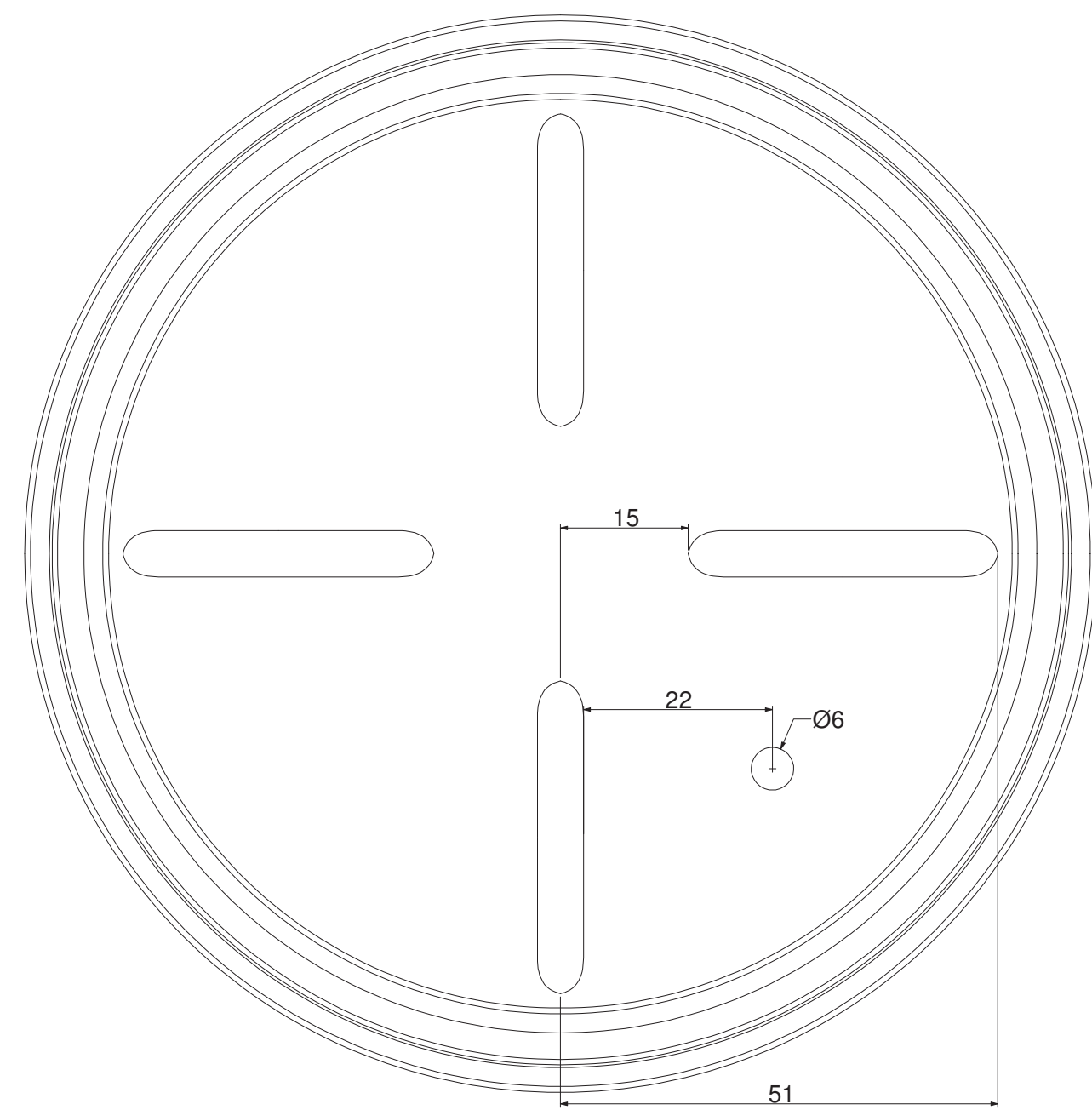
# VÝROBA



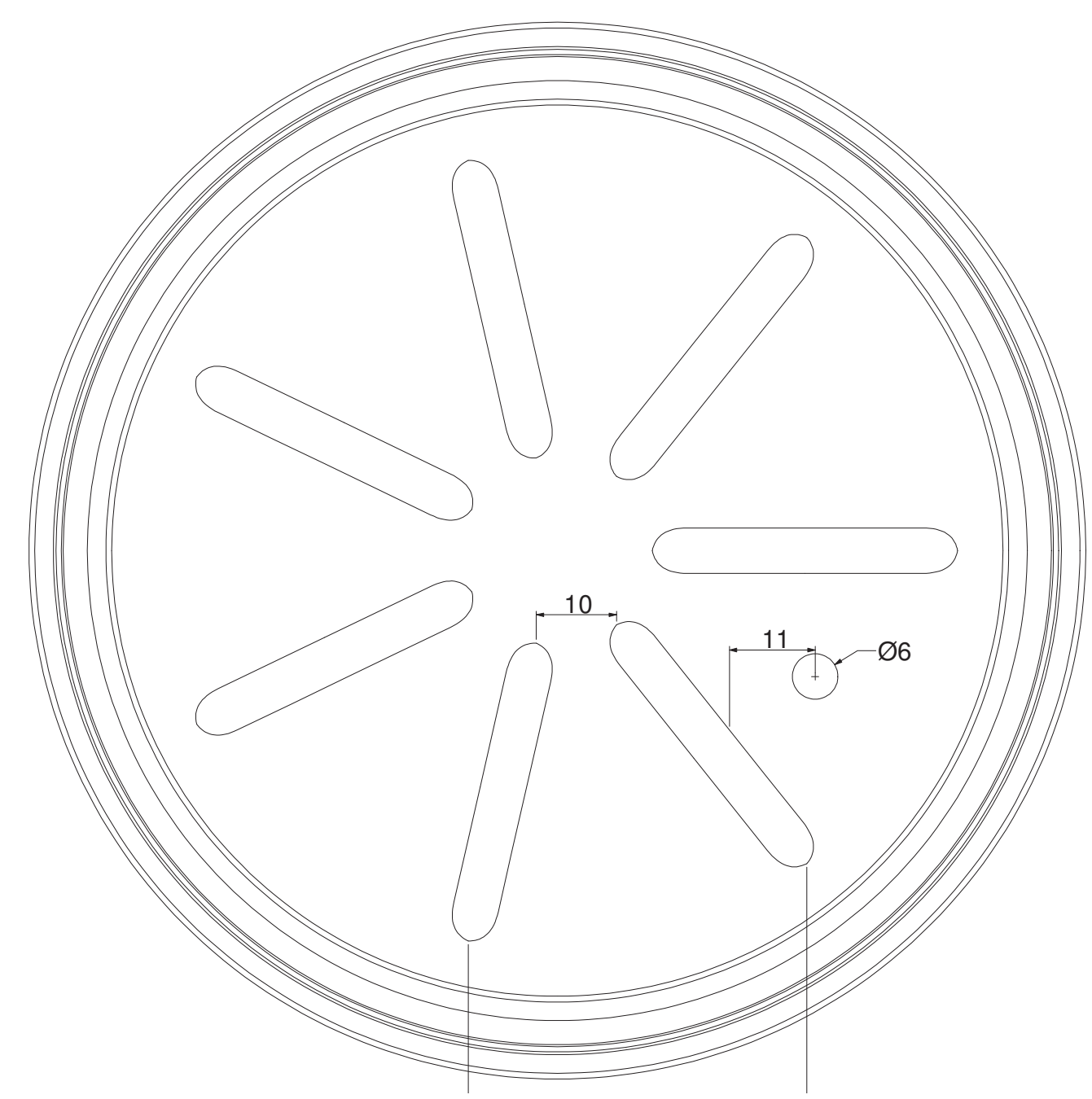
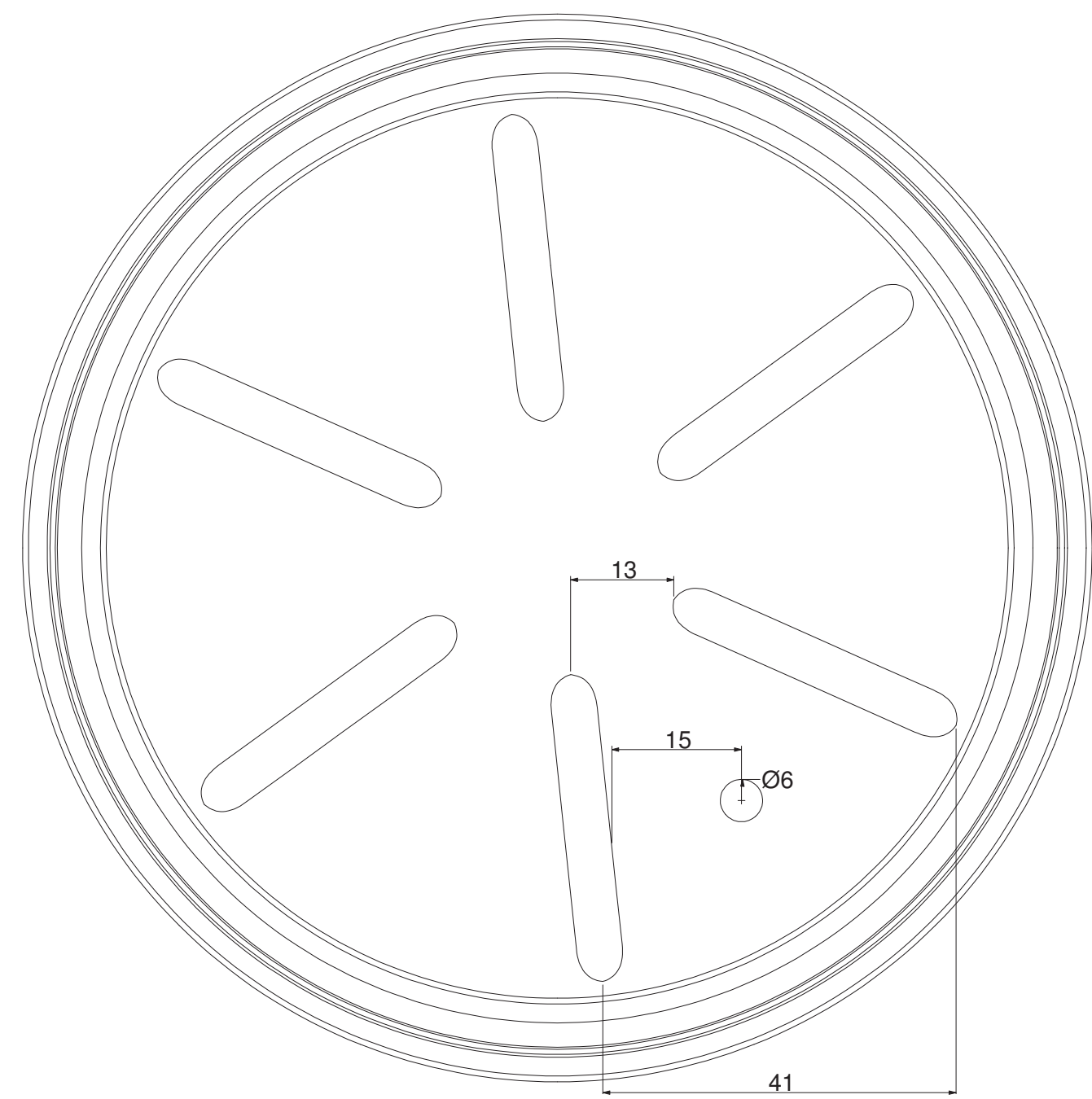












Konečný set:

Výčepní stojan s pivními tácky z porcelánu.

Při práci jsem měla na paměti pojmy jako tradice, univerzálnost, elegance, sebevědomí. A když sebevědomí, tak sebevědomí povýšit či posunout se s ohledem na zmíněnou tradici. Všechny tyto pojmy se musely otřást a projít zkouškou než se staly promyšlenou součástí výsledné práce. Celý set je tedy navržený tak, aby pasoval do svébytných a velkorysých interiérů, ale i do klasických hospod.

Můj výčepní stojan má tři důležité vlastnosti. Je z porcelánu. Je čistý. A je jednoduchý. Kombinací těchto tří znaků lze v interiéru dosáhnout pozoruhodné kombinace univerzálnosti. Jednoduchost a čistota, tyhle nerozlučné sestry funkcionalismu neztratily za více než sto let svou moc a myslím, že se ani nemusí zmiňovat, proč zrovna v případě redesignu výčepu hrají stále zásadní roli. Porcelán, je jakožto materiál pojitkem předešlých dvou vlastností. Přes svou vizuální prostotu resp. díky ní je vzhledově ušlechtilý, svou barevností a leskem lze velmi snadno kombinovat s jiným vybavením a materiály. Dokaže spojit křivky do jedné, tak že působí uceleně a vznešeně. A to vše aniž by k sobě přitahoval přehnanou pozornost. A v neposlední řadě vypadá tato pálená kaolínová keramika, mnohem dražší, než ve skutečnosti je. Do výčepu se porcelán samozřejmě hodí nejen z estetických, ale i hygienických důvodů, neboť je snadno omyvatelný. Navíc je víc než kterýkoliv jiný materiál používaný při výrobě výčepních stojanů právě tradiční.

Jednoduché tělo stojanu jsem podtrhla detaily, které celý objekt pozdvihují. Prvním z nich je madlo ke kohoutu, které jsem propojila s tradiční pivní kulturou v Česku. Je ve dvou variantách dekorované klasickým opakujícím se vzorem z klasických českých pullitrů. Tyto zdánlivé, pouze zdobné útvary zprostředkovávají také dobrou ergonomii a vyloženě při čepování piva nutí si madlo podmanit jen lehkým dotykem prstů. Madlo je vysoké 90 mm a jeho průměr je 25 mm. Kohout jsem použila prefabrikovaný, jeho design a funkce mi přijdou naprosto dostačující. Důležitým bodem je pak nenucené místo pro logo pivní značky, které prochází přímo do tvaru. Má 60 mm v průměru. Na něj se dá dotvořit požadované logo například (v ideálním případě, kdy podnik nemění značku) síťotiskem.ww

U vícekohoutové výčepní stolice nabízím k nahlédnutí pouze vizualizaci. Navrhla jsem ji však ve stejném designu jako pípu solitérní, jen jsem stojan otočila o devadesát stupňů. V téhle poloze stojan nabízí ještě symetrickou variantu. Dvě nohy jsem zvolila pro odlehčení celého objektu. Rozměry návrhu poskytují prostor pro 4 respektive 5 kohoutů.

Navrhla i zrealizovala jsem však výčepní stojan se dvěma kohouty, který má stejné tělo jako jednokohoutový a odlívá se ze stejné formy, s tím rozdílem, že má dvě místa pro loga a jsou umístěna pod sebou.



Další částí setu je kolekce pivních tácků. Můj porcelánový „podtácek“, jak se zvyklo trochu nespřímně říkat, nezkouší být nějakou novinkou, ale spíše podporuje příliš (v rámci udržitelnosti) marginální tendence vybavit podniky nejednorázovým vybavením, přičemž esteticky samozřejmě doplňuje pivní stojan. Kolekci tvoří 8 různých, avšak propojených plastických dekorů, na kterých se snažím odkazovat k tradičním táckům v minulosti zdobeným, nazvěme to, slunečním motivem. Tady jsem si dovolila rozehrát nevinou symbolistickou hru s počtem paprsků. Hledala jsem inspiraci ve stupňovitosti piva. Jde o v Evropě běžně podávaných pět druhů, od 8 stupňových piv po 16 stupňové speciály, nejčastěji čepovaných do 500 ml sklenic. Dekor je tedy vždy půlkou dané úrovně kvašení. Například nejoblíbenější 12° ležák má 6 čárek dekoru atd. Každý tácek má průměr 125 mm. Typicky konstrukční prvek – dva soustředné kruhy neboli nožičky umístěné ze spodu, které většinou slouží k tomu, aby se porcelán nepropadal, je zde posunutý a využitý k tomu, aby se dal tácek snadno naklopit a zvednout ze stolu. V neposlední řadě, díky nožičce a k ní přizpůsobenému rubu, do sebe tácky mírně zapadají a lze je bezpečně štosovat do přiměřené výšky.

Mým posledním, ale neméně důležitým odkazem k trochu pozapomenuté tradici porcelánových tácků je obnažený biskvit na vrchní části jejich okrajů. Starší ročníky si jistě pamatují tácky, na které se tužkou zapisovalo množství vypitých půllitrů a právě kvůli tomuto stylovému a zajisté v mnoha případech praktickému zvyku jsem před uložením do pece setřela glazuru na horním okraji tácku.

Stojan spolu s tácky jsem realizovala v porcelánce Dubí.

Je potřeba podotknout důležitou poznámku o volbě materiálu. Ač jsem nakonec byla spokojená s výsledkem, při zavedení stojanu do výroby bych silně zvažovala návrh přepočítat a odlít z příbuzného diturvitu. Porcelán je při požadovaných rozměrech přece jenom trochu choulostivý a má tendence se více deformovat. Dá se bez nadsázky říct, že povedené stojany z porcelánu jsou díky náročnější výrobě luxusnější variantou návrhu. Pokud by i přesto přetrvával požadavek vyrobit stojan z porcelánu, doporučuji vyrobit formu (oproti mému zvolenému postupu) ze dvou kusů.













# ZÁVĚR

Pití piva má v našich zeměpisných šířkách neoddiskutovatelně velkou tradici a její špatné uchopení zavedlo výčepní zařízení i hospody, podle mého názoru, do mrtvého ramene svého jinak nezastavitelného proudu. Co když jde ale pojem tradice brát jinak, než jako pozlaceným kovem obložený vlnitý stojan, který je jakýmsi cyklistyckým ekvivalentem plastového velocipédu? Při nejmenším se nemusí vnímat jako imitace starého, ale třeba jako z minulosti si beroucí to co dobře funguje a inspiruje nás. Tradice má být přenositelná, sama sebe inovující, aby se nestala

skomírajícím skanzenem a už vůbec ne jeho nápodobou. Může si zachovat své více tradiční větve a může umožnit čerstvé variace, které budou poctivě šířit věhlas toho, z čeho se přirozeně a citlivě vyvinuly. A právě univerzálnost mé výčepní stolice by mohla být řešením. Domnívám se, že u nás existuje celá řada rozmanitých podniků, jenž jsou schopny skrz neopakovatelnou Hrabalovskou poetiku ukázkově spojit humanistickou prostotu, zemitost a jednoduchost s velmi estetickým, a filozofickým, co pití piva nabízí, kterým by jednoduchost bílé porcelánové stolice více než slušela. A pak je tady zbytek - velké množství snaživých prostorů, které potřebují a touží posunout se, pozdvihnout, projasnit, zjednodušit a vyčistit a nedostává se jim důstojného vybavení.

Pivo je úžasný v českých končinách nebývale zručně vyráběný nápoj a zaslouží si naši plnou pozornost, nejen bezduchou konzumací. Se změnou se dá začít třeba tam, kde se začíná, když si chce dát člověk jedno točené - u pivního stojanu.



# ZDROJE

1 - 5  
7 - 18  
19 - 24  
25 - 29  
30  
31  
32  
33  
34  
35  
36  
37  
38 - 39  
40  
41  
42  
43  
44  
45  
46  
47  
48  
49  
50  
51  
52  
53  
54  
55 - 56  
57  
58  
59

<http://www.lindr.cz/chlazení-na-pivo/vycepni-stojany-lindr>  
<https://www.micro-matic.com/en/products/beverage-dispense-equipment/fonts-taps>  
<http://www.celli.com/Prodotti/Categorie/Colonne/4>  
<https://www.tubingfood.es/columnas/>  
<http://www.lindr.cz/chlazení-na-pivo/jamaica>  
<http://www.celli.com/Prodotti/SAIL/1210x8>  
<https://www.ava.cz/produkty/vycepni-stojany/vycepni-stojan-chris.htm>  
<https://beer-co.ca/ceramic-beer-tower-silva-with-logo-stella-artois/>  
<http://www.pilsena.lt/en/product-catalog/>  
<http://goodythai.com/product/singha-tail-metal-illuminated-beer-font/>  
<http://www.lindr.cz/chlazení-na-pivo/jamaica>  
<http://www.celli.com/Prodotti/ALASKA-ZEROTECH/1141x4>  
<https://www.micro-matic.com/en/products/beverage-dispense-equipment/fonts-taps>  
<http://www.celli.com/Prodotti/Categorie/Colonne/4>  
<http://www.lindr.cz/chlazení-na-pivo/lindr-naked-cold-bridge>  
<https://cz.pinterest.com/pin/242068548695533389/?lp=true>  
<https://www.beerproject.be/taproom/pigalle/>  
<https://tank-tokyo.jp/before9/>  
<http://www.czechdesign.cz/temata-a-rubriky/kde-pivo-voni-designem-5-prazskych-minipivovaru-ktere-sazi-na-vkus-a-originalni-interier>  
<https://www.archilovers.com/projects/219390/birrificio-italiano.html>  
<https://www.kingdomandsparrow.co.uk/portfolio/double-barrelled-craft-beer-branding/>  
<https://lidkoeb.dk/>  
<http://www.kamnapivo.sk/webtron/vianocna-ponuka-z-prazdroja.html>  
<https://www.pivnimajak.cz/pu-skleneny-podtacek>  
<https://www.pivnimajak.cz/pu-podtacek-porcelanovy-pecet>  
<https://www.cesky.porcelan.cz/en/products/cups-saucers-goblets-bowls-white/beer-tray-10243-00000/16293>  
<https://www.simira.cz/keramika/pivni-podtacek-keramika-pivo-podtacek-248196>  
<https://aukro.cz/stare-keramicke-podtacky-pod-pivo-6941513106>  
<http://archiv.gdvk.cz/projects/blazko-pivni-podtacky>  
<http://www.aktualita.cz/keramika/figurky.html>  
<https://pivnitacky.mypage.cz/menu/sbirka-collection/porcelanove-tacky>  
<http://www.zateckypivovar.cz/obchod-detail/keramicky-podtacek-s-logem>

# PODĚKOVÁNÍ

## DĚKUJI :

MgA. Jan Jaroš  
ak. mal. Miroslav Bednář  
Doc. ak. soch. Pavel Jarkovský  
MgA. Daniel Gonzalez  
pan a paní Zelenkovi  
Jakub Klouzek  
Jan Zeman

## DÁLE PAK:

Český porcelán, a. s. Dubí  
Kavárna co hledá jméno

PRAHA  
2019