

26–2018

Magazín  
profesionálů  
ve světě  
lišť a rámu

# *in*FRAME

Vnímání díla  
**PRAHA – krásná a magická**  
Co nového ve vývoji?

**Aleš Smékal**  
Zpověď rámaře

Novinky  
**SHUTTER / ICON**  
Nové **CLARITY**

*Lira*

ČLEN SKUPINY • MEMBER OF  
**LARSON · JUHL**  
GROUP

Vážení zákazníci, milí čtenáři.

Vítejte na stránkách již 26. vydání magazínu určeného pro všechny milovníky rámování. Máme za sebou období prázdnin a letních měsíců, což v Liře znamená vždy dvoutýdenní plánovanou odstávku výroby a spousty odvedené práce se strojovým parkem, dílčí úpravy na dílnách nebo instalace nových strojů. Část těchto změn vystihuje velmi dobře článek o definitivní podobě distribučního centra, kde realizujeme veškeré servisy a expedujeme zboží. Toto přemístění skladů a strojů se však dělo za provozu v průběhu roku bez ovlivnění expedice zakázek. Dílna se dočkala také již druhé profesionální rezačky paspart a řady dílčích změn vyžadujících spousty úsilí a rozhodnutí.

Více detailních informací o tom, co se podařilo dosáhnout, naleznete uvnitř magazínu.

Do terénu jsme se zajeli podívat do rámařství s digitálním foto-labem pana Smékala, který je sám fotografem. Živnost rozšířil o další provozovnu, což svědčí o jeho úspěšném podnikání.

Na dvoustraně představíme nové dvě kolekce lišt SHUTTER a ICON, které obohatily nabídku Liry. Kolekce působí kontrastně jako černá a bílá. SHUTTER, jakožto zástupce moderního rámování, zejména tisků na foamboardech, a ICON představující kolekci pro tradiční rámování klasických děl. Více o lištách včetně ukázek rámování najdete uvnitř magazínu.

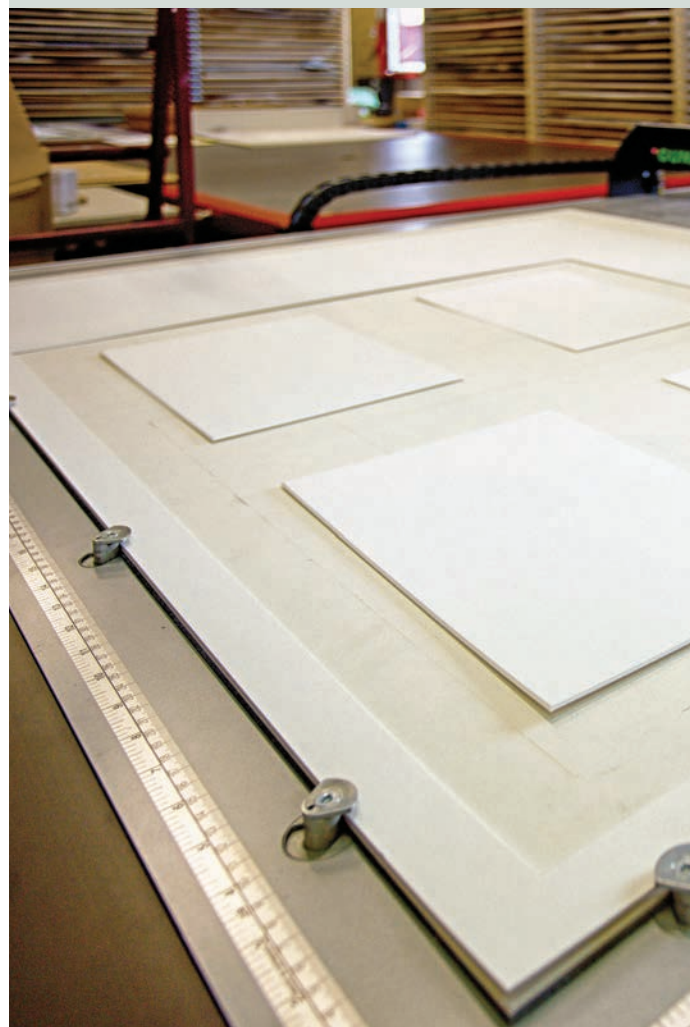
Vývoj dalších kolekcí je v plném proudu. Je to proces náročný a vyžaduje trpělivost. Lira disponuje vlastním vývojovým střediskem, kde se nyní rodí nová barevná řada, která bude prezentována na podzim tohoto roku. Vývoj nových kolekcí vyžaduje široké spektrum znalostí a odbornost, což pracovníci vývoje splňují. Jak je vývoj náročný a jaké procesy vyžaduje, jsme se zeptali našeho vedoucího technologa Romana Jakeše - odborníka, který byl v Liře vyučen v oboru rámař pozlacovač a v průběhu 20 let zde působil na rozdílných vedoucích pozicích.

Z ručního dokončování lišt jsme detailně přiblížili proces jedné z nejstarších a stále oblíbených kolekcí Prague, konkrétně lišty L045922115. Tato lišta se stala také předlohou pro náš další video spot. Tentokrát je o tom, jak se krok po kroku rodí tato lišta, velmi pracná na ruční dokončování. Skutečně zajímavý proces. Kdo nikdy neviděl, žasne, kolik práce za tím stojí.

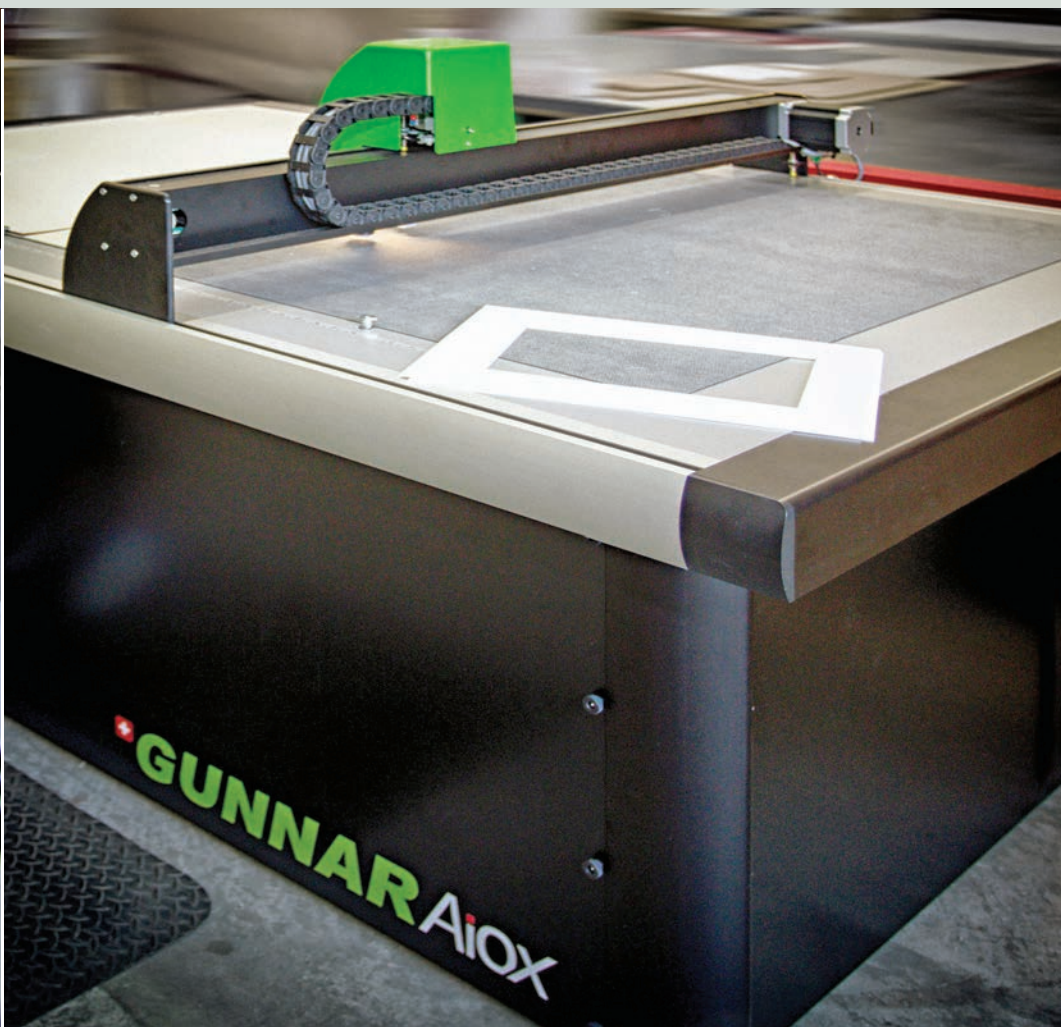
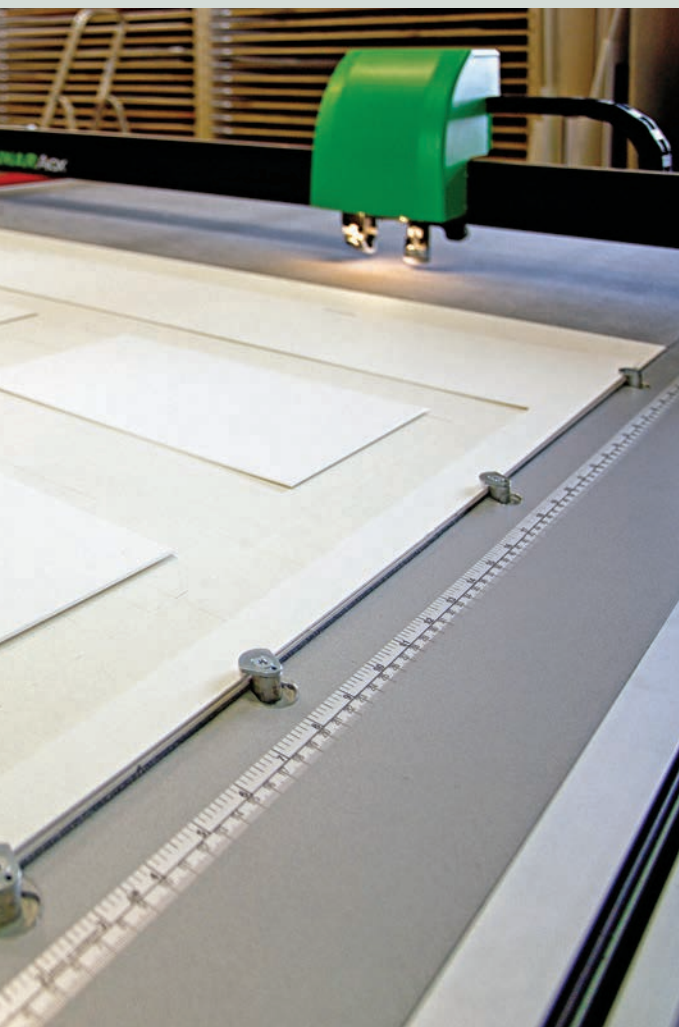
Sklo v rámování zaznamenává vzestup, a proto v každém vydání přinášíme něco o tomto rámaři vyhledávaném artiklu. V tomto čísle jsme se nechali inspirovat postřehy Jereda Davise, marketéra z Larson-Juhl, doplněné o naše poznatky. Výsledkem je článek o tom, jak nejlépe postupovat, abychom byli úspěšní při prodeji prémiového skla a zákazníkovi tak předložili tu nejlepší možnou variantu pro zpracování. Související článek k prémiovému sklu je o tom, jak proporce rámu a použité materiály ovlivňují vnímání celého díla.

Užijte si čtení a jakékoliv Vaše komentáře, příspěvky nebo náměty s radostí uvítáme.

**Jan Hůda**



# Investiční posila pro řezání paspart



V předešlých vydáních časopisu InFrame jsme vás informovali o přínosech vynaložených investic v oblasti výroby nekonečného vlysu. V letošním roce Lira opět investovala do další nejmodernější technologie, tentokrát pro distribuční centrum. Na konci června jsme instalovali nový digitální řezací stroj Gunnar AiOX CMC - Computerized Mat Cutter, model Professional XL pro řezání paspart. Stroj disponuje dvěma oddělenými, synchronizovanými řezacími hlavami, které zajišťují přesné řezání pod úhlem 45 a 90 stupňů. Nože v hlavách lze měnit bez použití jakéhokoli nástroje a proces trvá jen pár vteřin. Pasparty mohou být až 3,5 mm vysoké a kontrola hloubky řezu je automatická. Tento model umožňuje i simultánní řezání dvou paspart a jejich bezkontaktní celoplošnou fixaci, která zvyšuje přesnost řezu. Rovněž lze využít celou plochu pasparty díky ojedinělému upínacímu systému. Precizní výřez může mít maximální rozměr až 114 x 169 cm. U zařízení lze využít mnoho flexibilních a kreativních funkcí bez nutnosti ruční manipulace.

Nový stroj plánujeme používat především pro kusové zakázky s důrazem na flexibilitu a na nejvyšší kvalitu a rychlost. Klientům nabízíme výběr z 650 různých paspart. V individuálních případech lze využít i kreativních funkcí stroje s různými motivy a tvary. V této moderní technologii se snoubí kvalita s výkonem a jsme připraveni na nárůst poptávky díky vyšší výrobní kapacitě. Očekáváme rovněž snížení přesčasových hodin na paspartovně. Sofistikované zařízení obsluhují dvě zkušené pracovnice, které byly zaučeny na obsluhu přímo výrobcem – paní Lída Karfíková a Lucie Fagalová. Neváhejte se tedy na ně obrátit!

# Distribuční centrum v novém kabátě

Autor: **Ing. Dana Houžvicová**

V tomto vydání bychom vás rádi seznámili s výsledky pětíměsíčního snažení pracovníků Distribučního centra společnosti Lira a současně bychom navázali na článek o zavádění Lean metod, o kterých jsme přinesli informace v minulém čísle.

Impulsem pro úpravu uspořádání montážní haly DC Lira bylo jednání vedení společnosti s klíčovými pracovníky na prosincovém výjezdním zasedání. Následovala tvorba a odsouhlasení nového layout haly a fyzické práce se rozběhly na začátku března. Cílem projektu je lepší hospodaření centra - zvýšení produktivity práce a flexibilní využívání zdrojů.

Představte si montážní část výroby produktů na třech různých místech v továrně. Každá z nich je zásobována lištami a materiály, které buď vyrábíme v další samostatné části továrny, anebo ze skladů rovněž rozmístěných v celém areálu. Převozy materiálů a výrobků, přechody pracovníků mezi budovami, nakládka a vykládka z různých míst. Toto vše řídit znamenalo pro vedoucí DC paní Zdenku Papežovou trávit spoustu času chůzí z jednoho místa na druhé. Ujít 10 km za pracovní den nebylo výjimkou. Rovněž přenos informací byl zdoluhavý a při jeho korekci vyžadoval další pohyby. Čas při tom všem utíkal a chyběl na podstatné pracovní činnosti, tím se zvyšoval stres a únava. I bez jakékoli znalosti metod štihlé výroby je zřejmé, že tento způsob znamenal pro společnost ztráty.

Lira však koncepci Lean do svých procesů zavádí a řešení plýtvání považuje za klíčovou činnost. Lean rozeznává sedm základních typů plýtvání ve výrobních závodech, obecně známé jako muda - v japonštině označení plýtvání: přemístování, přezásobení, nadbytečné pohyby, čekání, nadvýroba, neúčinné operace a vady.

Co všechno se na DC Lira muselo od března do konce června stát, abychom od července mohli začít pracovat všichni pohromadě na jedné výrobní hale? Především jsme oddělili lišty s největší otáčkou od ostatních a umístili jsme je co nejbližší místa použití. Významný podíl na přehledném uspořádání má pan Karel Korbek, vedoucí skladu, a jeho tým skladníků a vychystávačů. Lira disponuje s bezmála 2500 druhů lišt a jejich fyzické zásoby jsou mnohatisícové. Každá lišta je označena pro snadnou identifikovatelnost, má své umístění označené i fyzickým vzorkem a každý přesun se musel řádně a bez chyb elektronicky zaznamenat. Přesuny jsme rovněž využili k fyzickým přepočtům zásob a k úpravám stavů. V Lean „myšlení“ jsme přispěli buď k úplné eliminaci anebo alespoň k omezení zbytečného přemístování, nadbytečných pohybů osob, čekání, vadám a nadbytečným operacím. Postupně, krok po kroku jsme dostali požadavků projektu v této oblasti. Avšak nejedná se o konec, ale spíše o začátek dalšího zlepšování. V oblasti kvality nám pořádek v uličkách a ve vozíčkách, včasné zpětné zakládání lišt a bezchybná identifikovatelnost pomůže postupně snižovat vady při záměnách lišt a ponížít čas na výrobu produktu.

Dalším zásadním krokem bylo rozmístění jednotlivých výrobních pracovišť v novém layout haly tak, aby jim výrobní operace protékaly bez zbytečných bariér a pohybů osob i materiálů. V novém uspořádání máme i dostatečně velké uličky pro zásobování a současně není nutné, aby jeden pracovník procházel za zády pracovníka druhého. Přesun všech výrobních zařízení, vč. pil, sponkovaček, řezaček na řezání obrazových paspart, balícího tunelu a k tomu příslušné instalace proběhly hladce díky týmu údržbářů pod vedením pana Zdeňka Nejedlého. Patří jim veliký dík, hráli klíčovou roli v celém projektu. Nyní s jejich další pomocí dotahujeme práce, které souvisejí s úpravou vhodných velikostí stolů, regálů, šuplíků, osvětlení apod. Mohlo by se zdát, že jde již jen o detaily, ale opak je pravdou - záměry, ke kterým bylo přestěhování prostředkem, mohou právě detaily buď posílit, anebo omezit. Souběžně pracujeme se všemi pracovníky DC na ergonomických úpravách pracovišť, na odstraňování bariér a na implementaci metody 5S. Zejména první tři „S“ - Sort, Set, Shine - jsme již začali uplatňovat na pracovištích sponkování, začišťování a kompletaci rámu. Také začínáme upravovat procesy a plánovat práci tak, abychom omezili hromadění zásob rozpracované výroby.

Součástí projektových prací byly i úpravy zázemí pro zaměstnance DC. Ti mají nyní k dispozici nové svačinové skříňky, vybavenou denní místnost novým nábytkem a další úpravy na šatnách, sprchách a toaletách. V této chvíli, na konci července, kdy tento článek píše, má paní Zdenka Papežová svůj tým pohromadě a těší se na moment, až se vše usadí a pracovníci si přivyknou práci v jednom týmu a na flexibilitu vykonávání výrobních operací. Již nyní dosáhla jednoznačně dobrých výsledků díky ponížení nadbytečných transportů a pohybů pracovníků a také díky zjednodušení toku informací - vyrábíme zakázky s počtem pracovníků o 18% nižším.

Výsledky v řeči čísel jsou velmi povzbudivé a podtrhují směr, který vedení společnosti nastínilo. Strategické cíle společnosti v oblasti zákaznických reklamací a včasnosti dodávek k zákazníkům se nám daří plnit. V dílčích ukazatelích, např. v kvalitě dodávek skla a paspart a v dodávkách zadních stran rámu a celých archů paspart, máme prostor ke zlepšování. Od měsíce dubna se výkon pracovníků každý měsíc zlepšuje a požadovaný čas na výrobu jednoho kusu výrobku jsme v měsících květnu a červnu v porovnání se strategickým cílem předčili. Rovněž plníme cíl v množství prořezů, a to i přesto, že při úpravě stavů zásob lišt při jejich stěhování se měsíční výsledky krátkodobě zhoršily.



Ačkoli hodně změn dolehlo na všechny pracovníky DC a osvojování si nových návyků a opouštění komfortní zóny vžitých zvyklostí není snadné, celý projekt se podařilo realizovat bez přerušení výroby na DC. To je vizitkou vysoké míry spolupráce celého týmu a pochopení důležitosti tohoto projektu. Pracovníkům DC patří obdiv za to, co všechno museli překonat a co v krátké době zvládli. Vedení společnosti si dobře uvědomuje potenciál svých zaměstnanců a jako poděkování a příslib pokračování v dosahování dalších skvělých výsledků připravilo oslavu s grilováním, soudkem piva a společně stráveného večera.

Přestěhování na DC končí, odstraňování plýtvání pokračuje. Postupně se musíme naučit lépe využívat pracovní čas celého týmu, plánovat výrobu s minimální rozpracovaností a bez nadbytečných pohybů pracovníků i transportních časů. Musíme také nalézt způsoby, jak lépe využívat prostor pro uskladňování výrobků a materiálů. Díky provázanosti všech činností v Liře jedno do druhého zapadá a ovlivňuje, jeden úspěch pomáhá vytvářet druhý. Společně se nyní připravujeme na další důležité projekty, např. na stěhování strojovny v měsíci srpnu, na práce spojené s nepřetržitým vývojem nových výrobků a na nejvhodnější rozmístění nových výrobních technologií. Život v Liře provázají změny - tak je vše v pořádku.

#### **Dovětek:**

V rámci článku naše stále ještě nová kolegyně Ing. Dana Houžvicová velmi výstižně popsala složitý, ale velmi tvůrčí proces změny našeho stěžejního výrobního celku Distribučního centra. Cítím potřebu znovu zdůraznit skutečnost, že se tento přesun uskutečnil v plánovaném čase a bez nejmenšího dopadu na našeho zákazníka. Paní Houžvicová v článku chválí všechny hlavní účastníky projektu, avšak ve skromnosti nezmiňuje jednoho velmi významného účastníka, kterým je ona sama. Proto bych za vedení společnosti rád doplnil pochvalu za její skvělou práci při tvorbě nového layoutu a organizaci prací provázejících tento celý projekt. Máme za sebou mnoho složitých rozhodnutí a těžkých jednání, které velmi dobře vyřešila, a celý projekt tak dopadl dle našeho nejlepšího očekávání. Děkuji Vám a všem zaměstnancům do projektu zapojených. Budu se těšit na další společnou práci!

#### **Tomáš Rubáček**

předseda představenstva  
Lira, obrazové lišty a rámy a.s.

## Aleš Smékal

Fotograf, rámař, obchodník a progresivní člověk  
nám odtajnil kus ze svého života a práce.



# Aleš Smékal z pověd' rámaře

## **Vaši živnost jste převzal po svém otci. Byla to pro Vás jasná volba?**

Můj otec se zabýval především fotografováním a fotografií jako takovou, rámování bral pouze jako doplňkovou službu. Já jsem se rozhodl vydat svou vlastní cestou a založil značku IDIGI.cz. Mou vášní byla vždy grafika, práce s fotografií a v posledních letech jsem se začal zajímat o rámování. Grafické výtvořky a fotografie jsem chtěl pozvednout a ozdobit dokonalým rámem. Sálhl jsem po jistotě – česká firma Lira je zárukou kvality a nabízí širokou škálu profilů a v začátcích mého podnikání mi vyšli maximálně vstřícně. V současné době pracujeme v týmu 4 lidí a naší hlavní doménou se stalo rámování, design interiéru a s tím spojený velkoformátový tisk.

## **Podnikáte v Tišnově u Brna a zároveň máte také provozovnu přímo v Brně. Dá se říct, že se Vám daří. V čem vidíte Váš úspěch?**

V roce 2017 prošly obě provozovny rozsáhlou rekonstrukcí. Především prodejní a výrobní plochy v Tišnově dostaly velké změny. Máme zde prostory o celkové výměře 320 m<sup>2</sup>, zákazníkům tedy můžeme nabídnout opravdu širokou škálu rámovacích profilů, množství paspart a tiskových médií. V naší dílně vyrobíme vše od tisku až po rám, díky tomu od nás zákazník dostává kompletní servis.

Do Brna jsme přišli o něco později, ale získali jsme zde prostory, kde byla fotografická prodejna bez přerušení celých 45 let. My jsme rozšířili nabídku o rámování. Tím jsme oslovili stávající zákazníky, ale také získali nové zákazníky z oblasti výtvarníků. Pracujeme v dobře naladěném a pohodovém kolektivu a to se potom odráží také na spokojenosti našich zákazníků. Snažíme se maximálně vyhovět jejich požadavkům, aby odcházeli spokojeni a hlavně se k nám vraceli.

## **Pracujete s výrobky z Liry. Jaké jsou pro Vás nejvíce žádané? Je nějaký produkt, který Vám v naší nabídce chybí?**

Lira nabízí širokou škálu rámovacích profilů a potřeb k rámování. Těžko říci, které profily jsou u nás nejvíce žádané. Pracujeme s širokým spektrem zákazníků, od umělců, kteří často volí řadu Exclusive, přes fotografa, kteří volí rámy výrazně decentnější.

Do budoucna bych uvítal rozšířit řadu profilů o více pastelových barev, které jsou u nás v současnosti často žádané.

## **V tomto vydání InFramu se zabýváme mimo jiné i sociálními sítěmi. Jaké s nimi máte zkušenosti Vy? Jaká média se Vám nejvíce osvědčila?**

Sociální sítě jsou nedílnou součástí dnešního moderního světa. Je to mocný reklamní nástroj, který dokáže oslovit obrovskou skupinu lidí jediným kliknutím. V současné době nejvíce využíváme Facebook a Instagram. Obě dvě sítě jsme spustili teprve nedávno, ale už nyní vidíme první úspěchy. Naše sociální komunity se rozrůstají každým dnem. Snažíme se vystavovat dění ve firmě, zveřejňovat naše úspěchy, ale sem tam rozvíříme internetové vody i o zajímavou soutěž o hodnotné ceny. Chceme do internetového života zapojit co nejvíce fanoušků, zákazníků, ale i sledujících, kteří by o naše služby mohli mít v budoucnu zájem. Kdo chce jít s dobou, musí být aktivní po této stránce, a to my jsme. Rádi Vás na našich sociálních sítích uvítáme. Obě dvě najdete pod naším firemním názvem IDIGI.cz

## **Přijímáte i online objednávky. Jde o rostoucí trend?**

Naše online objednávky se týkají především tisku velkoformátových fotografií a fotoobrazů. Součástí objednávky je také omezená možnost zvolit si rám, ale naše zkušenost je taková, že zákazníci si raději rámy přijdou objednat osobně na naše prodejny.

V současnosti připravujeme nový web, kde bude rozšířená nabídka rámovacích profilů, ale osobně jsem k tomu lehce skeptický.

Online obchody jsou velkým trendem, ale dle mého názoru je rámování natolik specifický obor, kde zákazník raději upřednostní osobní kontakt.

## **Jak vidíte budoucnost rámování?**

Doufám, že současný trend růstu poptávky po rámování bude i nadále pokračovat. Jsou zákazníci, kteří chtějí investovat do kvalitních rámu, a stále jich přibývá.

## **Pamatujete si na nějakou zajímavou zakázku, kterou jste realizoval?**

Za poslední rok k nám přišlo opravdu hodně zajímavých zakázek, kde jsme využili celou řadu rámovacích profilů. Jedna zakázka, na kterou asi nezapomenou, se nevyznačovala ani tak použitým rámovacím profilem, jako spíše příběhem obrazu. Jedna zákaznice mi donesla obraz k přerámování. Samotný příběh začal asi kolem roku 1940. Obraz její babičce darovala jistá židovská rodina těsně před jejich deportací do koncentračního tábora. Jednalo se o květinové zátiší, v zarámovaném obraze se měla nacházet "nějaká památka" na onu rodinu. Po celou dobu zůstal obraz v nedotčeném stavu, až letos se paní rozhodla o výměnu rámu a vyprávěla mi tento příběh. Spolu jsme tedy rám rozdělali a za obrazem byla pečlivě ukryta krásná společná fotografie oné židovské rodiny, z nichž bohužel nikdo nepřežil. K uctění jejich památky se zákaznice rozhodla pro netradiční způsob oboustranného zarámování. Fotografie tedy zůstala i nadále součástí obrazu a je viditelně umístěna v jeho zadní straně.

## **Pokud se nevěnujete práci a obchodu, co rád děláte ve volném čase?**

V posledním roce se opravdu hodně věnuji rozvoji firmy a mnoho volného času mi nezbyvá. Ale jinak volný čas rád trávím se svoji rodinou a společným cestováním.

Prahu popsal spisovatel Franz Kafka jako „matičku“, která zatne drápky, nepustí a vždy si vás přitáhne zpět. Platí to i v případě této naší kolekce PRAGUE, pokud v ní najdete zalíbení, určitě si své místo ve vaší nabídce zaslouží. Lišty v této kolekci jsou z kvalitní jihočeské borovice a jsou ručně dokončovány. Každá lišta je originál, který ale musí odpovídat danému vzoru tak, aby bylo docíleno stejného finálního vzhledu.

Výroba této lišty spočívá v množství přesně stanovených výrobních operací, které obnášejí dohromady několik stovek hodin. Celý proces výroby 1000 m trvá přibližně 2 měsíce. Určité operace mohou provádět jen velmi zkušené pracovníce, které mají dlouholetou praxi v ručním dokončování.

Nejen zajímavý profil a ozdoba řadí tuto kolekci do lišt exkluzivních, ale velmi důležité je dosažení jedinečného vzhledu starých technik zlacení. Před pokládáním plátkového kovu je na povrch lišty nanášeno v přesném pořadí několik barev a laků, před samotným zlacením pomocí speciálního molitanového válečku vodou ředitelný mixtion. Zlatí se celá plocha, opatrně se musí plátkový kov vyhladit na ozdobu a finálně prodrásat ocelovou vatou.

Další velice důležitou a náročnou operací je nanášení patiny. Patina musí být kvalitně namíchána a rukou zkušené patinářky kartáčem nanášena tak, aby se dostala i do ozdob. Máte najednou pocit, že se všechny předchozí operace pod touto patinou ztratily, ale po zavadnutí se patina musí dokonale vytřít z vršků ozdob i hladkých ploch a lišta začíná získávat své kouzlo. A pak přichází na řadu ještě druhá olejová patina a vše se opakuje... Následuje technologické zrání, potisk základny, balení a dílo je dokonáno. Lišta je připravena pozvednout Váš interiér a povýšit nejrůznější umělecká díla.

Připravujeme pro vás video, které zachycuje tento jedinečný výrobní postup obrazové lišty PRAGUE – L045922115.

Autor: **Ing. Leona Ševčíková**





Kolekce **PRAHA**  
*krásná a magická*

## Co nového ve vývoji?

Na to jsme se zeptali Romana Jakeše, který se nedávno stal hlavním technologem a ujal se vedení vývojového střediska.



# Co nového ve vývoji?

**Je pro Vás nová pozice výzvou? Delší dobu bylo toto oddělení spíše takovým solitérem se samostatným vedením.**

Je pravda, že v této pozici jsem poměrně krátce, ale s technologií a vývojem jsem byl v kontaktu již dlouhou dobu a to hlavně z důvodu mé 20leté praxe v Liře. Během této doby jsem prošel všemi úseky výroby (když nepočítám vyučení se v oboru), a proto oslovení mé osoby a následné jmenování do této funkce mě až tak nepřekvapilo. Jisté obavy o zvládnutí provázat a řídit tyto úseky včetně mé zodpovědnosti za kvalitu výroby ale samozřejmě byly a jsou na místě. Tím pádem i výzva k zúročení mých zkušeností.

**Jaká je Vaše vize vedení takto progresivního oddělení, na kterém závisí úspěch nových řad lišt?**

Myslím si, že tzv. solitérní oddělení vývoje včetně jeho řízení potřebovalo změnu. Pro řešení a způsob tvorby nových řad, či přebírání výroby z jiných zahraničních firem budou ve větším souladu a provázanosti s výrobou a technologií, nejen po stránce informační, ale i kvůli fyzickému kontaktu (plánujeme přestěhování pracoviště oddělení vývoje „NPD“ do patra ručního dokončování). Vše potřebné tedy bude mít výroba z první ruky a pod kontrolou. Včetně kompletace rozdělaných projektů, dokumentace a tvorby cen ve spolupráci s technologií a přímého testování ve výrobě. To by měl být hlavní úkol nejbližších týdnů. Samozřejmě, že ne vše, co si člověk naplánuje, je realizovatelné, ať už možnostmi výroby, nebo vyšším vedením a jeho požadavky. V nynější době, kdy došlo k zásadní změně v osazení pozic designérského týmu v centrále v USA, nyní vedené Kivou Connor ve spolupráci s naší dřívější úspěšnou designérkou Lindou Omelianchuk, očekáváme posun kupředu v tvorbě nových řad a lepší komunikaci a úspěšnosti projektů.

**Myslíte si, že lze v tomto odvětví ještě něco nového vymyslet?**

Určitě, představivosti se meze nekladou, ale ne vždy, co je pěkné, musí být reálné na trhu prodat. Vše je otázkou ceny a poptávky trhu. Ve světě, kde je možné koupit z východu levné napodobeniny za nízké ceny, si pořád stojíme dobře v kvalitě a tím jsme schopni konkurovat na trhu. Na druhou stranu je dnes poptávka po jednoduchých rychle vyrobitelných lištách a náš klasický styl zdobených, honosných, ručně dokončovaných lišt začíná upadat. Samozřejmě bychom chtěli tento druh výroby udržet a vytvořit novou řadu stejně úspěšnou, jako mnoho předchozích např. ANVIL, BRITTANY, které byly jedny z posledních úspěšně vytvořených řad.

**Spousta lidí netuší, jak dlouho trvá vývoj nové lišty. Můžete nám tento téměř alchymický proces podkrýt?**

Jen málokdo si dovede představit, co obnáší tvorba nového výrobku či nové řady. Vzhledem k tomu, že značná část naší produkce odchází na americký trh, jsou naše prvotní myšlenky značně korigovány US týmem, který na základě svého zadání nepřímo specifikovaného tématu má v prvních krocích mnoho možností seberealizace našich představ o finálním výrobku. To ale po vytvoření prvotních prototypů, které se posílají do USA na schválení, je mnohokrát měněno a diskutováno nejen po stránce vizuální, ale i cenové, a tím některé nové řady od prvotního zadání po finální vzhled trvají i několik měsíců. To je ta alchymistická část a následně se musí vytvořit několika kilometrové série každé řady ve výrobě a vytvoření prvotních sad vzorků a metráže pro americký trh. V této fázi je nutné odladit vzniklé problémy, ponaučit se z nich, a přizpůsobit vše potřebám obou stran. Tento proces většinou trvá kolem 4-5 měsíců. To znamená, že jsme byli schopni vytvořit každý rok jednu novou řadu. Dnes jsme v podobné situaci, ale boj o přežití na trhu nás nutí zvýšit tempo. I přes komplikovaný průběh tvorby nového výrobku se čas velice zkrátil, a to u momentálně tvořené řady Bolt Rustic Colors (Bright Colors)-2 profily ve 13 druzích barev, je jen 1,5 měsíce pro vývoj a 3 měsíce pro výrobu sad a metráže vzorků. Samozřejmě náplní práce oddělení vývoje není jen tvorba nových řad, ale i inovace, mechanizace stávajících výrobních postupů, tvorba nových kolekcí pro tuzemský trh. Díky těmto mnoha úkolům se základním osazením tří pracovníků (za přispění jedné pracovnice ručního dokončování) je to mnohdy nadlidský úkol, ale daří se jej plnit. Též je nutné spolupracovat s technologií všech úseků výroby a dalšími kolegy. Tímto všem děkuji za dosavadní aktivní přístup a odvedenou práci a těším se na společnou spolupráci na dalších projektech.

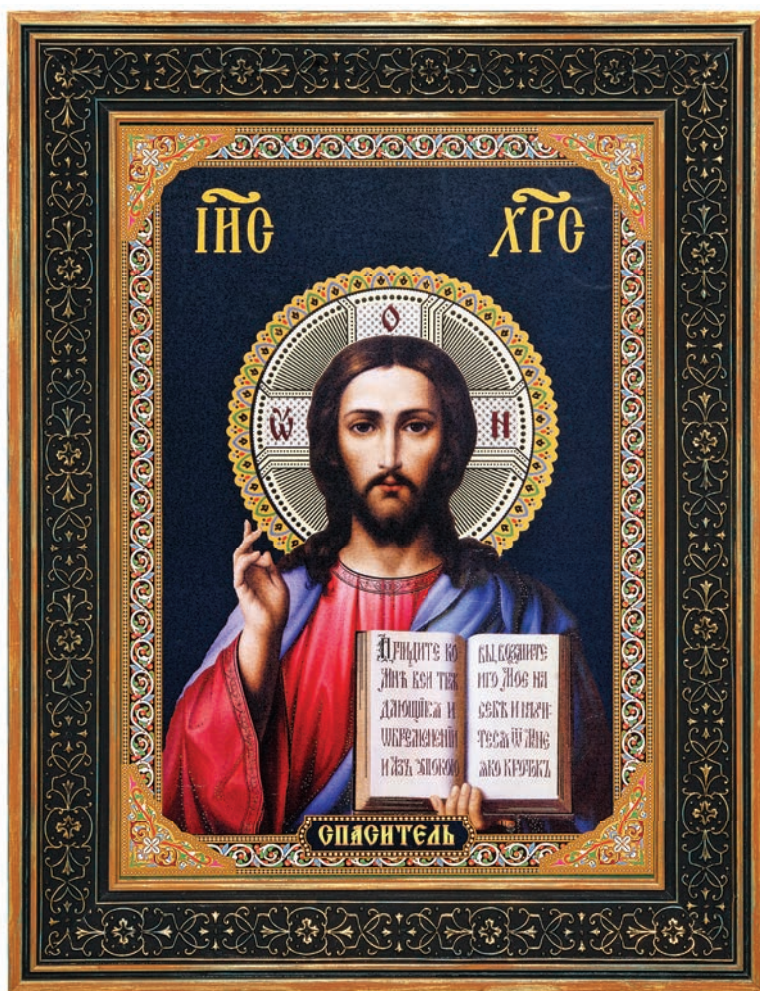
**Která kolekce Vás osobně v poslední době nadchla?**

Pokud bych za sebe měl vybrat některou z posledních řad, bez ohledu na komplikace při tvorbě, byla by to BRITTANY. Díky svému „retro“ designu a možnosti použití při rámování a do značné míry dnes již stabilizovaným výrobním procesem, je jedna z nejuspěšnějších za posledních pár let. „Lira – jednoduchost a krása v nejvyšší kvalitě“.

# Nová řada ICON

Kolekce je symbolem tradiční výroby ve společnosti Lira. Navazuje na desetiletí známou kolekci Dahlia s tradičními rostlinnými motivy a ručním dokončením. Pro ruční dokončení jsou použity matné patiny zemitých barev pro neutralnost k rámovanému dílu. Zastoupení modré a černé barvy na dvou z profilů je vhodné zejména k rámování ikon. Kolekce si svou neutralností zaslouží pozornost při rámování tradičních originálů. Profily jsou klasické, léty odzkoušené. Kolekce čítá pouze 6 jednotek a je tak lehce marketingově uchopitelná a designově srozumitelná.

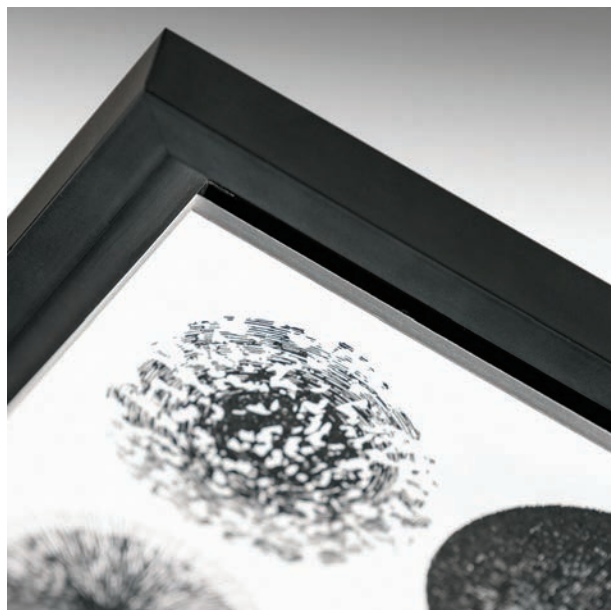
Ornamenty byly vybrány v konzultaci s východními partnery, tak aby reflektovaly jak tradici, tak novodobé použití tradičních materiálů v ručním dokončení. Ozdoba je ručně nalepena. Lišty jsou vyráběny z jihočeské borovice, pouze částečně křídované. Na zadní části profilu je záměrně viditelná textura dřeva, pro odlehčení profilu a zdůraznění dřeva jako nosného materiálu. Tyto lišty budou vždy vyhledávané tradičními malíři, restaurátory, nebo při přerámování klasických motivů. Jelikož kolekce není velká, určitě si zaslouží kousek místa, nebo pomůže k obměně nabídky sortimentu klasických lišt, které jsou již po dlouhou dobu na trhu.





# SHUTTER

Kolekce je přímo navržena pro rámování tisků na deskových materiálech, jako je foamboard, MDF, dybond, nebo acryl. Tyto deskové materiály s natištěným či nalepeným dílem se zajistí na horní plochu profilu oboustrannou lepenkou, lepícím silikonem, nebo tavnou pistolí. Po adjustaci díla vznikne malý prostor mezi dílem a vlastním rámem, podobně jako známe u plovoucích rámu tvaru L. Lišty jsou speciálně navrženy pro tloušťku deskového materiálu 5mm.



Design lišty umožňuje použít profil také pro klasické rámování do polodrážky. Je to univerzální řešení pro moderní rámování soudobých deskových nosičů, které nabývají stále více na popularitě. Kolekce se řadí k těm z nejlevnějších v naší nabídce a představuje zástupce profilů pro kreativitu v rámování. Lze tak úspěšně dosáhnout krásného efektu nevšedně zarámovaného díla i při omezeném finančním rozpočtu. Určitě při prodeji pomůže ukázka zarámovaného díla, které je k dispozici u obchodních zástupců a nesmí chybět v žádném rámařství, které tuto řadu nabízí.

Celá kolekce lišt čítá tři profily v pěti dokončeních. Bílá a černá křída na délkově spojované masivní borovici a dále Ayous pro přírodní variantu v černé, bílé a přírodní. Námětem pro název kolekce SHUTTER byla filmařská klapka, což je také jeden z významů tohoto anglického slova, čtená jako šatr.



# Prodej prémiového skla

První věc, kterou chceme vidět, když si prohlížíme zarámovaný obraz, je obraz samotný. Bohužel mnohem častěji vidíme nejprve sklo, respektive odraz ve skle.

Téměř každý obraz, který rámuje, vyžaduje určitou formu zasklení. Je to hlavně proto, že zasklení zajistí potřebnou ochrannou funkci díla. Sklo se tedy tím pádem řadí mezi komodity s velkou přidanou hodnotou a může rámaři poskytnout prostor pro navýšení zisku, aniž by musel pracovat o to více. Ještě před několika lety byl na trhu celkem omezený výběr rámařských skel. Nicméně, díky technologickému vývoji se můžeme těšit širší nabídce.

Možnosti prémiového skla se značně rozšířily. Vybrat si můžete od obyčejného matného skla až po velkou nabídku speciálních skel. Je to například 99% konzervační stupeň UV filtru, museální sklo Museum Glass či Optimum Museum Acrylic. Další možností je opatření skla fólií pro zlepšení vlastností, nebo použití lepeného vícevrstvého Acrylu.

Celý proces zakázkového rámování je o klientově volbě. Zákazníci mají rádi, když si mohou vybrat, a baví je, když svému dílu dodají punc osobitosti.

Obvykle začíná celý proces výběru volbou pasparty a dále rámu, eventuálně fillety. Je toto ale opravdu dostačující? Co se stane, když dojde na sklo? Nabízíte různé druhy skel, anebo častěji rozhodujete za klienta a automaticky nabízíte jeden druh oblíbeného skla? Zde můžete sehrát klíčovou roli, když zákazníkům představíte vaši nabídku. Nejen že se váš zákazník dozví o možná lepším řešení, co se týče designu nebo ochrany jeho díla, ale také vám poskytne prostor pro zvýšení prodejů a tudíž i vašeho zisku. Velice při tomto procesu pomáhá ukázka zarámovaného díla.

Když do vašeho rámařství vstoupí zákazník, obvykle si nepřijde pouze pro rám. Kupuje si i vaši radu a zkušenosti. Společně se na vás a chce dostat informaci, který materiál pozvedne a ochrání jeho dílo nebo cennou vzpomínku.

Z výzkumu společnosti Tru Vue vyplývá, že zákazníci dají z 85% na radu rámaře. Pokud tedy nabídnete různé varianty, je velká pravděpodobnost, že zákazník si zvolí vámi preferovanou variantu.

## Cena jako citlivý faktor

Rámaři se zpočátku obávají ceny prémiového skla, která bývá o poznání dražší než u klasického skla. Nicméně, ukazuje se, že pro zákazníky někdy nehraje cena tak velkou roli, jak si můžeme myslet.

Ve většině případů se u zakázkového rámování jedná o emocionální záležitost. Zákazník si kupuje produkt, který CHCE, spíše než POTŘEBUJE. Jedná se víceméně o příjemný nákup než o nutnost, kterou je třeba vyřídit.

Pokud je zákazníkovi zjevný přínos, nevádí mu si trochu připlatit. V případě skel jako je Museum Glass a Clarity AR70, které mají antireflexní vrstvu, můžete vidět rozdíl okamžitě a tudíž je tato volba odůvodněná.

Musíme mít neustále na mysli, že bychom se měli vyvarovat našich závěrů, že něco je pro toho a toho zákazníka drahé. Nechte raději zákazníka rozhodnout se z vlastní vůle. Musíme si pamatovat, že naše názory nemusí být v souladu s názory našich zákazníků. Nechte je se rozhodnout.

Probereme zde strategii, jak ocenit prémiové sklo, ale ještě předtím se pojďme podívat na prodejní proces jako takový.

## Prodej jako takový

Podívejme se na prodej v následujících krocích:

Prvním krokem při prodeji prémiového skla je otázka na zákazníka během nákupu: "Podívejme se nyní na sklo, které by se k vašemu zarámovanému dílu hodilo nejlépe."

Druhým krokem je praktická ukázka. Tak jako nabízíte pasparty a rámy, tak by i prodej skla měl být podpořen fyzickými vzorky. Můžete použít zarámovaný vzorkovník Clarity nebo Tru Vue, shadow box se vzorkem muzeálního skla, zarámovaný obraz se vzorkem prémiového skla a obyčejného, anebo mít připravené tabulky skla, které budete přikládat ke konkrétnímu dílu.

Shrňte poté zákazníkům výběr, vysvětlete vlastnosti skla a jeho přínos a doporučte sklo, které si myslíte, že bude nejllepší bez ohledu na jeho cenu.

Jakmile zákazník souhlasí nebo naznačí jím preferovanou volbu, podpořte jeho rozhodnutí tak, aby se cítil dobře, a odstraňte všechny jeho pochybnosti. Můžete odpovědět následovně: "Myslím si, že jste zvolil dobře. Toto sklo vaše dílo jenom podpoří a bude vypadat úžasně." Nebo: "Souhlasím, to je opravdu nejllepší volba, která vám ochrání vaše vzpomínky."

V poslední řadě musíte klientovi sdělit cenu. Nicméně neodělujte cenu za sklo, pouze naceňte celkově zarámované dílo.

Pokud se zákazník zeptá na jinou variantu zasklení nebo na nižší cenu, znovu si přečte a uveďte celkovou cenu bez rozdělení na jednotlivé položky. Vždy je to nakonec zákazníkovo rozhodnutí. Pochvalte jeho volbu a poděkujte, že si vybral zrovna vás ke kompletaci jeho díla.

## Obchodní tipy na lepší prodej skla

Výrobci a distributoři prémiového skla jako je Tru Vue nebo Clarity mohou poskytnout již zarámované vzorky tak, abyste zákazníkům mohli ukázat různé varianty.

Dalším účinným způsobem, jak poukázat na vlastnosti skla s UV filtrem, jako je například Conservation Clear s 99% UV filtrem, je vzorek s vlastním motivem, který je z půlky osazen UV sklem a z půlky obyčejným. Ponechte vzorek několik týdnů na velmi slunném místě a uvidíte, jak zafunguje sklo s UV filtrem. Ideální by bylo zarámovat noviny, jelikož ty reagují na sluneční záření velice rychle.

Na prodejně mějte vystavená zarámovaná díla, která obsahují antireflexní sklo, například muzeální sklo, a vedle umístěte dílo zarámované s obyčejným sklem. Tímto způsobem bude jasně vidět rozdíl.

Někteří rámaři mají při ruce vlastně vyrobené vzorky skla, které jen přiloží k zákazníkovo dílu, aby jim ukázali rozdíl na konkrétní zakázce. Nicméně někdy ten úhel pohledu nemusí být ideální (antireflexní sklo se nejlépe prezentuje při prohlížení svisle v úrovni očí).

## Cenová politika prémiového skla

Důležité je být konkurenceschopný a mít správně naceněné produkty. Klíčem k úspěchu je porozumění a přizpůsobení vaší marže. Záleží na vašem softwaru a cenové politice. Je třeba pochopit, jak se točí kola vašeho úspěchu. Příliš drahá cena a zákazníci to nekoupí, příliš nízká cena a nevyděláte.

Častou chybou, kterou je třeba si uvědomit, je stejná marže na veškeré nabízené sklo. Existují tři základní elementy, které určují cenu zakázkového skla: cena materiálu, odpad - neboli prořez a pracovní síla.

Abychom si to lépe ilustrovali, zde je příklad. Řezání a čištění obyčejného skla trvá úplně stejnou dobu jako stejný proces u skla prémiového. Také odpad bývá stejný. Tudíž pracovní síla a odpad se nemění, ať použijete jakékoliv sklo. Zbývá nám tedy cena různých druhů skel a jejich marže.

Pokud používáte stejnou marži pro obyčejné a prémiové sklo, dochází k velkému rozdílu v ceně a zákazník toto nemusí pochopit. Věnujte tedy pečlivou pozornost procentu marže na jednotlivé druhy skla tak, abyste toto sklo prodávali pravidelně a ne pouze nárazově. Úspěch ve správném nacenění tkví v pravidelné kontrole marže a prodeji.

## Závěrem

Zkuste se zamyslet, jestli by se dalo alespoň 20% prodeje skla převést na prodej skla prémiového. Nebo co kdybyste 100% floutového okenního skla nahradili sklem s 99% UV filtrem. Co by se stalo? Vydělali byste více za stejný čas a bez dalšího nového zákazníka ve dveřích. Navíc budete mít spokojenější zákazníky, protože jste jim prodali kvalitnější produkt, který lépe ochrání jejich dílo. Zahodte své pochybnosti a zkuste to! Myslete na to, že nemáte co ztratit, pouze získat. Připojte se k těm, kteří už toto kouzlo objevili, a navyšte své zisky!

Inspirováno článkem **Jareda Davise**

Jared Davis je téměř veterán, v tomto odvětví působí více než 25 let. Pracuje jako konzultant a produktový manažer v Megawood Larson-Juhl, Austrálie.

## Jak ovlivní rámování vnímání díla



Když k vám do rámařství přijde zákazník s dílem k zarámování, je zřejmé, že máte velký vliv na to, jak bude finální dílo vypadat. Klient může mít jasnou představu, ale když vy jako expert cítíte, že by to nebylo ono, je lepší se ozvat a nabídnout vhodnou alternativu. Je pravdou, že spousta rámařů se spoléhá na osvědčené postupy a používá je stále dokola. V tomto článku se dočtete, jak jedno dílo může vypadat rozdílně s různými způsoby provedení. Pro lepší ilustraci dokládáme fotografiemi.

### Proporce

Měření a kalkulace konečné podoby díla je prací rámaře. Nesprávné proporce mohou vypadat nevhodně či přehnaně. Malé pasparty k velkým dílům mohou působit lacině a naopak velké pasparty s velkými rámy přehnaně. Šíře rámu obvykle nebývá stejná jako šíře pasparty. Užší rámy vypadají skvěle doplněné širší paspartou a obráceně.

Když řežete dvojí paspartu například kvůli barevnému rozlišení, nemusí být rozdíl v barvách markantní. Pokud je vnitřní pasparta viditelná 5 mm a více, obvykle si všimneme její barvy nejdříve. Naším úkolem je přitáhnout pozornost k dílu a pozvednout ho. Pokud je rámování příliš zřejmé, znamená to, že něco převládá. Rám by neměl být nikdy dominantní. Nejdůležitější je stále dílo, které musí společně s rámem vytvářet vyváženou kompozici. Pokud tedy snížíte viditelnost vnitřní pasparty na 3 mm apod., stále bude jasné, že jste použili dvojí paspartu, ale vaše oko bude přitahováno spíše k dílu uvnitř. Užší pasparty (obvykle okolo 1 cm) poskytují větší základnu pro dílo. Při použití širších paspart (například 8 cm) může být pasparta stejně široká kolem dokola, aniž by to působilo nevhodně.

### Prezentace

Výběr barev hraje obrovskou roli v tom, jak dobře bude dílo vypadat po zarámování. Neutrální vnější pasparty jsou nadčasové a fungují lépe na zdech různých barevných provedeních. Pokud máte například černobílou fotografii s červenou poštovní schránkou uvnitř fotografie, je lepší použít černou nebo tmavě šedou vnitřní paspartu, aby červená schránka lépe vynikla. Při použití červené vnitřní pasparty může dojít ke snížení kýženého efektu kontrastu, ale opět záleží na interpretaci díla. Použití dvojité pasparty stejné barvy je klasika, vyhnete se tím konfrontaci a použití vnitřní barevné pasparty, kterou zrovna třeba nemáte skladem.

### Profesionalita

Pravdou je, že asi nebudete radit vašemu zubaři, jak vám má spravit zub. Jakožto profesionál bude nejlépe vědět, jak to má udělat. To samé platí i o rámaři. Profesionál se neustále vzdělává. Na internetu najdete například spoustu informací o správných technikách a materiálech používaných na různá díla. Pokud zákazník trvá na čemkoliv, o čem si myslíte, že to není vhodné, nebojte se to říct. Kdyby uměl vaši práci, nebyl by u vás.

### Profit a přiměřená cena

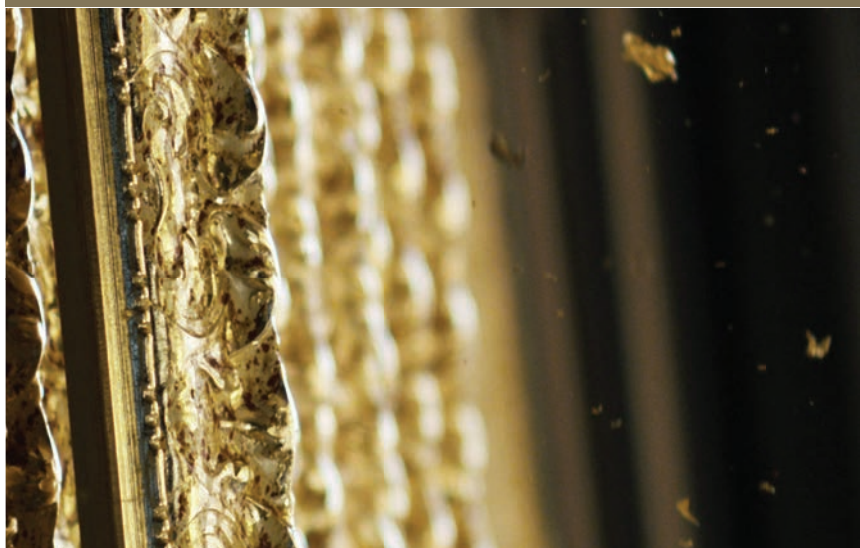
Všichni podnikáme kvůli zisku, není to tak? Proč bychom riskovali úspěch tím, že navrhneme nevhodné materiály či velikost finálního díla? Pokud je vaše cena odvislá od velikosti, váš zisk bude vyšší, čím větší bude dílo. To ale neznamená, že budete přehánět. Klíčem k úspěchu je vhodná velikost.



Prémiové sklo je nyní velmi populární, vlastně se prodává skoro samo. Největším problémem je domněnka, že si to váš zákazník nebude moct dovolit, a proto mu to ani nenavrhnete. Samozřejmě ne všechna díla potřebují zasklení, ale ta, která ho vyžadují, si zaslouží vhodnou radu a materiál. Koneckonců záleží na zákazníkovi, jestli bude akceptovat vaši cenovou nabídku. Důležitá jsou vystavená díla na vaší prodejně, ta mají obrovskou vizuální hodnotu.

Podívejme se nyní na různé rámy a pasparty a to, jak ovlivní vnímání díla. Obrázek, který je zde použit jako ukázka, byl dodán jako digitální fotka obsahující mnoho různých barev. Nabízíme zde galerii různých proporcí, barev ráků, paspart a stylů, které můžete použít při konzultaci se zákazníkem. Závěrem bychom vám chtěli doporučit, abyste si takovou podobnou galerii vytvořili i u vás. Jeden motiv zarámovaný na několik různých způsobů určitě zapůsobí i na vaše zákazníky.

**Hodně štěstí!**



# Uchováváme vaše vzpomínky. Již přes 135 let. Jsme Lira.

Určitě jste již viděli úspěšné video z loňského roku, které představuje cestu od stromu po zarámovaný obraz na stěně. Video má nyní více než 70 tisíc zhlédnutí a těší se velké oblibě nejen u zákazníků, ale také u zaměstnanců firmy a široké veřejnosti. Pro snadnější šíření odkazu firmy je video otitulkováno ve třech jazykových verzích, takže si mohou vychutnat komentáře i zahraniční zákazníci a široká veřejnost. Video je velmi emotivní a ilustruje firmu jako žijící komplex, který tvoří hodnoty v podobě uchování vzpomínek v rámu. Je patrné, jak zdoluhavý proces představuje výroba jedné lišty, která bude zdobit Váš interiér po mnoho desetiletí.

V návaznosti na úspěch videa pracujeme na dalším video spotu, tentokrát detailně zachycujícím postupy v ručním dokončování. Chceme tím zdůraznit, jak si ceníme ruční práce a kolik neskutečného úsilí je za touto jedinečnou technikou, která po desetiletí vznikala v krumlovské továrně. V chystaném spotu uvidíte jednotlivé kroky, jak se postupně lišta mění přímo pod rukama. Těšíme se na Vaše pozitivní ohlasy a věříme, že tímto způsobem budeme společně šířit naše poslání.



## Už máte doma jelena?

Čas od času se objeví netradiční dekorace interiéru. Tato dvojice kamarádů, které pojí dlouhé přátelství, láska ke dřevu, umění a designu, se rozhodla, že bude ručně vyrábět dřevěné obrazy. Prvním motivem byl jelen, kterého si autor vyrobil a vystavil na stěně svého nově zrekonstruovaného bytu. Co přišlo poté, si asi dovedete představit. Každý ho chtěl mít doma, a nejenom jelena, ale i další motivy inspirované přírodou. A tak vznikl tento nevšední typ dekorace a skvělý business plán. Nikdy není dost bláznivých nápadů!

Více se můžete dozvědět na [www.mywoodstyle.cz](http://www.mywoodstyle.cz)



## Chycení v sociálních sítích

Díváme-li se na celosvětový trend v užívání sociálních médií, vidíme jejich rostoucí popularitu. Facebook má v současnosti 2,2 mld uživatelů měsíčně, YouTube 1,5 mld, WhatsApp 1,5 mld a Instagram 813 mil.

Stále více a více firem vidí sociální sítě pozitivně a v odvětví rámařství je tomu taktéž. Narůstá vybavenost kvalitními přístroji s velmi dobrým rozlišením a tudíž se šíření videí, fotografií a obrázků stává každodenní rutinou.

Vhodným používáním sociálních médií můžete skutečně vyčnívat nad vaší konkurencí. Prozkoumejte, jak a kde všude se vaše konkurence prezentuje, a ujistěte se, že vy to děláte lépe a jinak. Někdy stačí kvalitní 2-3 příspěvky týdně, ale pokud máte vhodný materiál, můžete být i více aktivní.

Živá vysílání například z vašeho pracovního prostředí či instalace zarámovaných děl určitě přitáhnou větší pozornost než psané slovo. Lidé jsou pohodlnější a dávají přednost zhlédnutí videa před čtením delšího textu.

Pokud je příspěvek zajímavý, určitě vygeneruje i aktivitu v podobě komentářů. S těmi můžete pracovat a zajistíte si tak zpětnou vazbu či pozitivní recenze. Je také dobré přidat popis o použitých materiálech.

A malá rada na závěr: Buďte vidět a slyšet!

## Nové CLARITY UV 99 a AR 99

Představujeme vám novinku v oblasti skla pro rámování a to nové CLARITY UV 99 a CLARITY AR 99.

Pokud jde udělat něco ještě lépe, tak je to právě s novými skly CLARITY, která budou v prodeji již na podzim tohoto roku. CLARITY UV 99 má 99% ochranu před UV zářením a tím pádem jsou vaše fotografie či umělecká díla téměř 100% chráněna před nežádoucím vlivem tohoto záření a uchovávají si stále živé barvy po celá léta.

Další novinkou je sklo CLARITY AR 99, které ocení hlavně v muzeích a galeriích. Toto speciální sklo obsahující antireflexní vrstvu po obou stranách má méně než 1% zbytkového odrazu světla a zároveň disponuje maximální propustností barevného spektra. Navíc má UV filtr zabraňující degradaci barev působením UV záření.

Tyto novinky budou mít zaváděcí cenu, aby si mohli všichni zákazníci vyzkoušet kvalitu a práci se sklem. Tak nezapomeňte – již na podzim tohoto roku nová skla CLARITY UV 99 a AR 99 tu budou pro Vás!

# Zapište si do diáře...

## Signal festival 2018

**Kdy? od 11. 10. do 14. 10. 2018**

**Kde? Praha – různá místa**

Festival světla Signal se již po šesté vrací do Prahy. Festival propojuje umění, městský prostor a moderní technologie. Základní myšlenkou Signal festivalu je objevování města skrz umění. Umělecké instalace, ať už jde o videomappingy, site-specific nebo statické světelné objekty, mají diváka provázet ulicemi Prahy a ukazovat mu její zákoutí a známá i neznámá místa z jiného úhlu a v jiném světle. Návštěvníci festivalu uvidí kolem dvacítky instalací od českých i zahraničních autorů..

## Designblok 2018

**Kdy? od 25. 10. do 29. 10. 2018**

**Kde? Praha, Výstaviště Holešovice**

Designblok je největší výběrová přehlídka designu a módy ve střední Evropě. Historie festivalu sahá do roku 1999, kdy jej založila Jana Zielinski a Jiří Macek. Designblok tradičně uvádí tvorbu designérů a výrobců z celé Evropy, představuje novinky prestižních značek i prototypy mladých designérů a designérských studií. Pražského týdne designu se každoročně účastní přes 200 vystavovatelů v hlavním prostoru, který tvoří Superstudio, Openstudio a Art House. Kromě centrálního prostoru se během Designbloku otevírá celá řada galerií, showroomů a pop-up shopů po celé Praze, které připravují speciální program pro návštěvníky. Festival každoročně přiláká více než 50 000 návštěvníků všech věkových skupin z České republiky i zahraničí.

## Fotograf Festival 2018

**Kdy? od 27. 9. do 27. 10. 2018**

**Kde? Praha – různá místa**

Fotograf Festival je zaměřený na přesahy fotografie do současného umění. Jedná se o projekt, který je založen na spolupráci několika kulturních institucí v Praze a představuje sérii výstav, filmových projekcí a dalších akcí překračujících rozsah média fotografie. Tématem tohoto ročníku je hranice mezi pracovním a volným časem. Fotograf Festival se v roce 2018 představí pod názvem Ne-práce: zaměstnání volnem a přinese výstavy, diskuze a doprovodný program propojující médium fotografie s diskutovanými sociálními otázkami z oblastí práce a volného času. Jako každý rok se zaměří i na specifika fotografie a reprodukovatelného obrazu jako takového a to skrze tvorbu zahraničních i domácích autorek a autorů.

## Karen LaMonte: Oděná světlem

**Kdy? od 29. 6. do 4. 11. 2018**

**Kde? Praha, Museum skla Porthaimka**

Ve světě umění se často stanou věci nečekané až překvapivé. Mezi ně náleží příběh americké výtvarnice Karen LaMonte. Již při studiích v USA začala koncepčně uvažovat o podobách tělesnosti a fyzického těla, o ženské roli ve světě. Získané podněty a zkušenosti promítala do skleněného materiálu. Poté na základě udělení Fulbrightova stipendia absolvovala studium v ateliéru prof. Vladimíra Kopeckého na Vysoké škole uměleckoprůmyslové v Praze. Pokračovala tehdy ve svých myšlenkách na zhotovení trojrozměrných šatů z křišťálového skla v životní velikosti. Mnohým to připadalo jako banální nápad bez hlubšího obsahu. Ovšem LaMonte si trvala na svém a cílevědomě šla cestou za splněním velkého snu. Následný mezinárodní úspěch jejích šatů ukázal, že měla pravdu a ostatní se mýlili. Díla Karen LaMonte nyní zdobí nejvýznamnější sbírky moderního skla. Jejich autorka sbírá různá ocenění a je zvána k účasti na prestižních výstavách, ale i k rozličným tvůrčím aktivitám včetně futuristických experimentů. Obdivovatele jejích šatů fascinují dokonalost a křehká krása až snových metaforických objektů, tajemná průsvitnost matných povrchů i objemová reálnost bohatě zřasených látek kontrastující s napůl odhmotněnými jakoby stříbřitými otisky absentujícími ženských těl uvnitř zářivé hmoty.

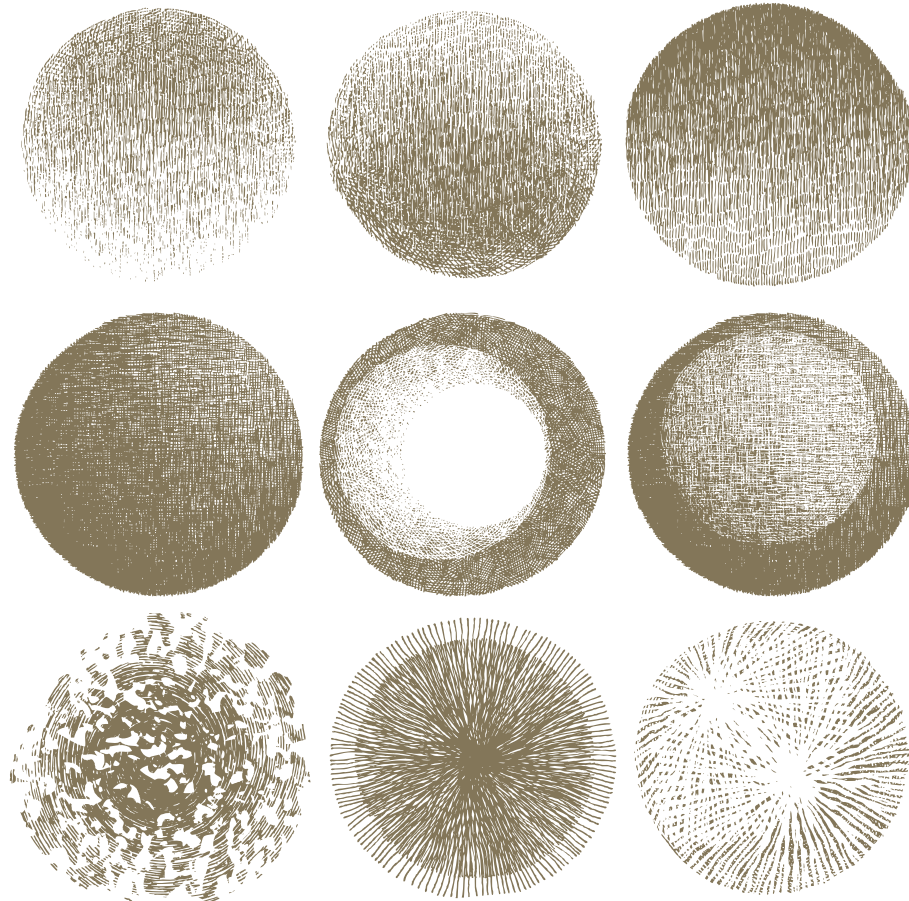
## Koudelka: Invaze 68 a archivní záběry Jana Němce

**Kdy? od 22. 8. 2018 do 6. 1. 2019**

**Kde? Praha, Veletržní palác**

V souboru fotografií Invaze 68 zachytil Josef Koudelka intervenci vojsk Varšavské smlouvy do Prahy, náhlou katastrofu, která zásadně ovlivnila osudy obyvatel naší země. Přestože se nikdy předtím reportáží nezabýval, jeho snímky pořízené během několika dramatických srpnových dnů se staly symbolem národní tragédie, ale i symbolem jakéhokoli vojenského útlaku a boje za svobodu. Soubor dnes patří ke klasickým dílům poválečné reportážní fotografie. Výstava a prostorová video instalace fotografií Josefa Koudelky a archivních záběrů Jana Němce je prezentována u příležitosti 50. výročí invaze a vychází ze stejnojmenné knihy, která byla dosud publikována ve dvanácti jazykových mutacích.

# SHUTTER *collection*



*Lira*

ČLEN SKUPINY • MEMBER OF  
LARSON · JUHL  
GROUP

[www.lira.cz](http://www.lira.cz)