

25–2018

Magazín
profesionálů
ve světě
lišť a ráků

*in*FRAME

ANVIL
Touchwood
Petra Eisnerová
Artframe.sk

Novinky
Summit LJ 2018
lepší **LIRA.cz**
Skla

Lira

ČLEN SKUPINY • MEMBER OF
LARSON · JUHL
GROUP

Vážený zákazníci, milí čtenáři,

vítáme Vás u vydání dalšího čísla magazínu InFrame. Na jeho stránkách Vám přinášíme interview dvou rámařů, se kterými jsme si povídali o používání archivních materiálů nebo například jak vést provozovnu „tak trochu jinak“.

V Itálii se uskutečnil každoroční veletrh, který opět přinesl mnoho zajímavostí. Z oblastí novinek Vám představíme obsáhlou řadu dýchovaných lišt Touchwood. V každém čísle se také snažíme přiblížit výjimečné postupy při ručním dokončování lišt. Tentokrát se naše pozornost obrátila k populární řadě Anvil.

Firma je žijící jednotka, která se neustále mění a vyvíjí. Kde je změna, tam je pokrok. Tyto procesy jsme zachytili pohledem uvnitř firmy prostřednictvím nové pracovnice, Ing. Dany Houžvicové, specialistky pro oblast štíhlé výroby.

Používání skel a využívání internetu neustále roste. Snažíme se tyto dva segmenty výrazně podporovat. Proto jsme rozšířili nabídku skel a vylepšili komfort při práci s webem lira.cz.

Jako vždy i v tomto vydání si našel prostor článek o prodejních taktikách, které zcela jistě podpoří Váš prodej a přinesou nové náměty do Vašeho podnikání. Tentokrát jsme se zaměřili na význam používání hotového zarámovaného díla na prodejně, jako ukázkou techniky a použitých materiálů.

Lira je pouze nástrojem ve Vašem rozvoji, a proto další výzva jde k Vám, k našim zákazníkům rámařům. Zajímejte se o dění, buďte aktivní a podělte se s námi o Vaše realizované zakázky.

Pevně věříme, že těmito stránkami alespoň dílčím kusem přispějeme k dalším krokům ve Vašem snažení.

Užijte si čtení a nezapomeňte nám posílat Vaše komentáře, příspěvky nebo náměty.

Dejte nám vědět, jsme tu pro Vás.

Jan Hůda



Lira, Obrazové lišty a rámy, a.s.
Tovární 117, 381 17 Český Krumlov
Telefon: +420 380 773 111
Fax: +420 380 773 621
Email: obchod@lira.cz

Cokoli děláte, můžete dělat lépe



To je základem filozofie kaizen. Kaizen v japonštině znamená neustálé zdokonalování a týká se všech oblastí života lidí. Jde o přirozené úsilí neustále se zlepšovat nejen v životě pracovním, ale i společenském a rodinném. V koncepci kaizen probíhá zdokonalování postupně, po malých krocích, celkově však přináší významné výsledky.

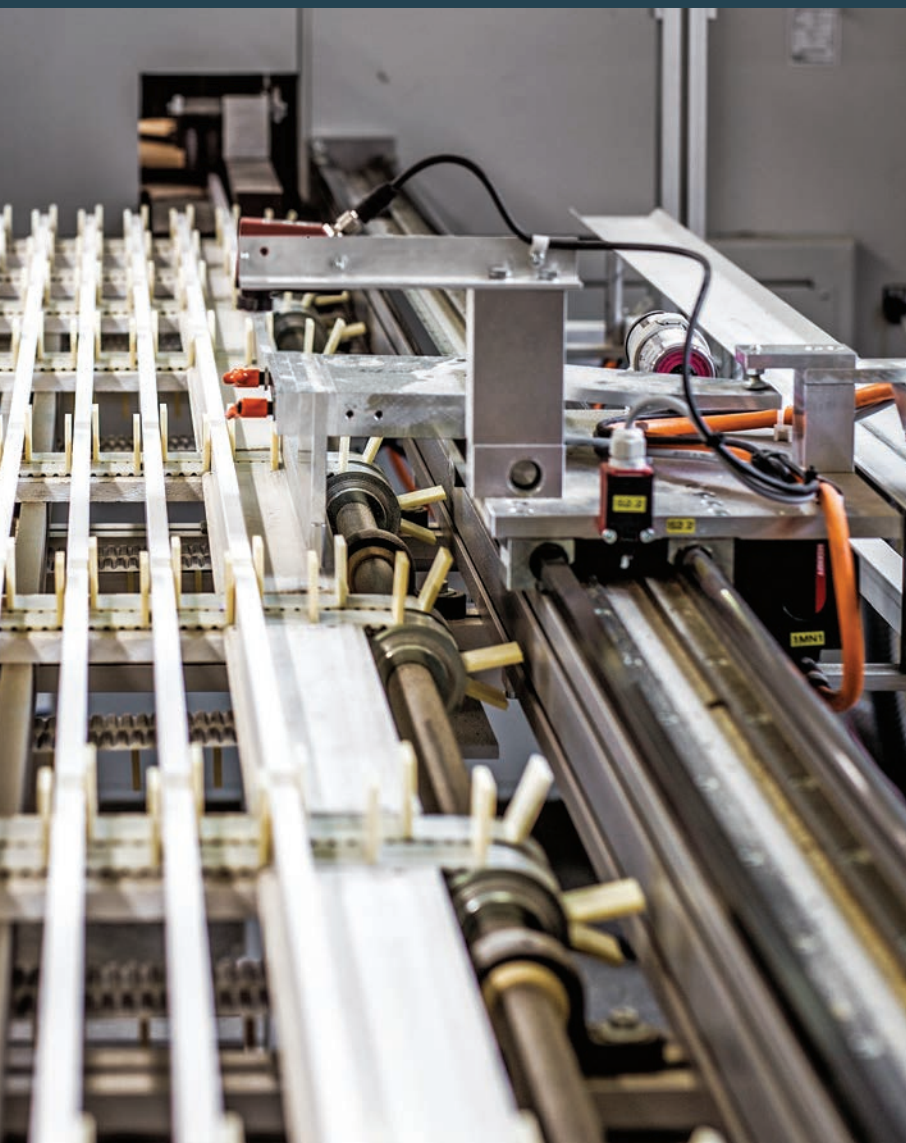
Distribuční centrum společnosti Lira usiluje o zvýšení produktivity práce, o zlepšení kvality výrobků a o včasnou expedici výrobků k zákazníkům. Abychom zlepšili výsledky v těchto oblastech, musíme zdokonalit procesy, protože veškerá snaha o zlepšení výsledků je marná, pokud selže proces. A myšlení orientované na proces podporuje právě koncepce kaizen.

Vedení společnosti Lira vnímá ve svých pracovnících velký potenciál a své soustředění zaměřuje na to, aby o kaizen vzbudilo zájem. Stejně důležité, jako je samotná práce, je i přístup k práci, který ji učiní zajímavější. Lidské úsilí je klíčem a není nutné čekat na velké investice. Změna je dobrá a začít můžeme malými krůčky. Na distribučním centru je takovým příkladem proces řezání vzorků ze zbytků lišt, které by jinak mohly dlouho čekat na jiné uplatnění. Anebo úprava layout montážní haly distribučního centra tak, aby zdroje společnosti byly flexibilně využívány.

Na této kultuře neustálého zlepšování staví metoda Lean – štíhlá výroba. Štíhlá výroba je synonymem pro rychlost, jednoduchost, přehlednost, výrobu bez zbytečných činností a zásob a pro omezení plýtvání. V Liře to znamená lepší využití prostoru na pracovištích, kde každá položka má své místo určení a omezuje se nejen čas hledání a nalézání, ale i plýtvání fyzickými silami na pracovišti.

Jedním z nástrojů štíhlé výroby je dobré hospodaření, které je v řeči Lean nazýváno metodou 5S. Tu společnost již implementovala do výroby lišt. Metoda je postavena na zdravém rozumu a nízkých nákladech. Například nevyrábět víc, než spotřebuje následující proces, anebo chodba slouží k pohybu a nikoli k uskladnění rozpracovanosti. Dalším příkladem je barevné značení, které pomůže okamžitě zviditelnit abnormality. Lira má v tomto směru ještě hodně práce před sebou a soustředí se na postupné zavádění úprav a nových činností. Preventivní údržba strojního vybavení Liry je nezbytnou součástí udržení kvality výrobků. Na distribučním centru kontrolují pracovnice paspartovny společně s údržbáři řezačku paspart a fixaci řezacích nožů v plastovém pouzdru. Nepřesnost jednoho milimetru hraje u zákazníka velkou roli. Základem 5S je dodržování toho, co jsme si dohodli – sebedisciplína, a na vrcholu toho všeho je standardizace.

Společnost Lira si od postupného využívání různých nástrojů štíhlé výroby slibuje ulehčení práce pracovníků, zvýšení jejich bezpečnosti a úsporu času a nákladů. Hodně dobrého se v Liře již udělalo a každý rok zlepšování je na stavu výroby v Liře znát. Jde o kontinuální proces, jehož jsou všichni součástí – výroba lišt a distribuční centrum, nákupní a obchodní oddělení a celý tým Liry. Hodně činností na svou příležitost čeká. V letošním roce nám kooperace pracovníků s managementem Liry a tyto malé krůčky pomohou ke snadnější realizaci navýšení výroby v Českém Krumlově.



artFrame

Najväčšou inšpiráciou
sú pre nás samotní zákazníci



Ako dlho pôsobíte v odbore a čo Vás k rámovaniu priviedlo?

Sme v tom už 15 rokov. Na začiatku bola asi vášeň pre umenie a zároveň pre remeslo. Rámovanie je práca, ktorá to krásne skĺbila aj keď samotné umenie je predovšetkým to čo k nám príde do dielne a my sa mu svojim kumštom snažíme pridať na hodnotu a výraze.

Ako vnímate vývoj v odvetví? Zmenil sa nejaký trh s ráma- mi, podlieha trendom?

Nedávno sme boli na rámarskom veľtrhu v Bologni. Tam sme mohli v kocke vidieť najnovšie trendy. Celkovo sme si potvrdili pocit, ktorý v nás už dlhšie klíčil, že rámarstvo sa uberať uberať cestou ku solventnejšiemu zákazníkovi. Je to prirodzené. Jednoducho nemôžeme konkurovať cenám veľkoproducentov, ktorých uprednostňuje väčšinový zákazník. Nehovoriac aj o tom, že mladí umelci často svoje obrazy nerámujú, takže segment našich zákazníkov je o to užší.

Každý zákazník je dôležitý, môžete mi ale prosím charakte- rizovať Vašich najväčších zákazníkov?

Áno, každý je dôležitý, bez ohľadu na to, či príde s výšivkou alebo s drahým obrazom. Snažíme sa ku všetkým pristupovať rovnako. Najväčší zákazníci? V akom zmysle? Najväčší zákazníci sú pre nás stáli zákazníci. To že sa k nám vracajú, znamená pre nás nielen príjem ale aj satisfakciu, že oceňujú to, čo do práce vkladáme.

Kde hľadáte inšpiráciu pre svoju prácu?

Najväčšou inšpiráciou sú pre nás samotní zákazníci. Výsledok spoločného hľadania a kombinácia rôznych predstáv vedie často k originálnym a pôsobivým výsledkom. Ale najčarovnejšie sú úplne náhodné výzvy, ktoré oslovia z čista jasna. Z toho vieme veľmi tešiť.

Rukami Vám už prešlo mnoho zakázok. Ktorá bola pre Vás najzaujímavejšia?

Najzaujímavejšie sú náročné výzvy či už z estetického alebo technického hľadiska. Raz som šiel okolo smetiaku a našiel som vyhodенý obraz. Bol strašne špinavý, takže som vôbec nevidel, čo na ňom je. Vzal som ho do dielne, očistil a ukázalo sa, že ide o veľmi pekný rozprávkový zverokruh. Zarámovali sme ho a venovali deťom našich kamarátov. Len tak.

Aké sú Vaše plány/vízie?

Plány a vízie? Jak vyžráť na to a zmizet. Smiech.)))

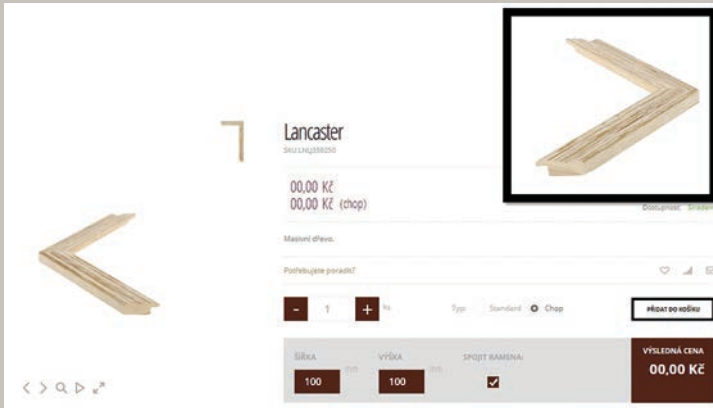
Kde Vás ľudia nájdu?

Momentálne rámuje už tretím rokom na novej adrese v Trenčíne kúsok od centra, kde sme pôvodne začínali priamo v historickom centre, odkiaľ si nás môžu ľudia pamätať. Inak všetko je na webe: www.artframe.sk

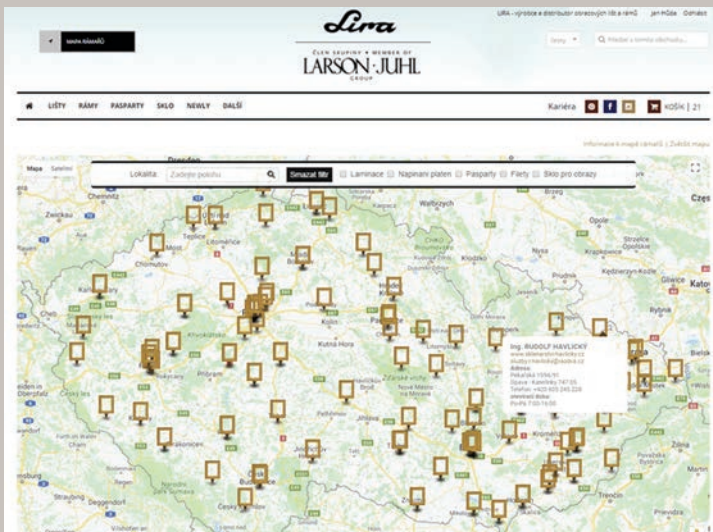
Ďakujeme za rozhovor a brzy na schledanou!

Vaši J & A Artfremovci

Vylepšení na **lira.cz**

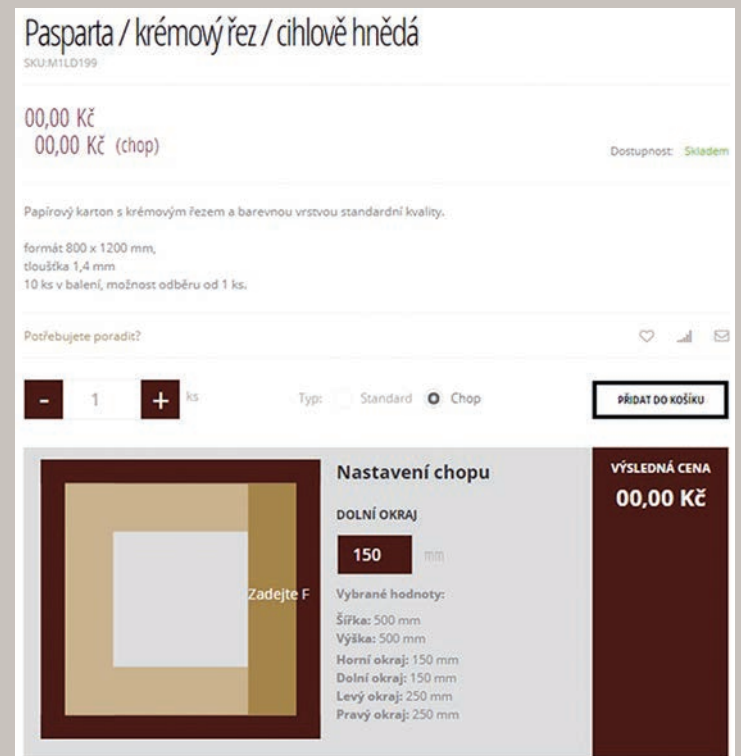


V posledních týdnech zaznamenala LIRA.cz výrazného vylepšení a to hned v několika oblastech. Novinkou je například zobrazení rohového vzorku lišty v pohledu 360 stupňů. Znamená to, že s celým rohem lišty lze libovolně otáčet dle potřeby a zjistit tak přesně její proporce a tvar. Tento pohled je zatím dostupný pouze u vybraných exkluzivních řad. Ve svém snažení budeme i nadále pokračovat a rozšiřovat tuto novinku také pro prohlížení lišt.



Další věcí, která jistě neutekla vaší pozornosti, je dodání zdarma na objednávky nad tři tisíce korun. Při objednávání je navíc graficky znázorněno, kolik ještě chybí nakoupit pro dosažení bezplatné dopravy. Mapa rámařů se těší velké oblibě a slušný počet návštěv na našich propagovaných stránkách LIRA.cz zajistí každému, který je zde uveden, bezplatné nasměrování zájemců o služby rámařů.

Dalším dobrým počinem pro zvýšení komfortu při objednávání produktů je možnost zadávání výřezů paspart při objednávání. Vyslechli jsme tak požadavky našich zákazníků a uvedli na našich stránkách možnost zadání výřezu přesným definováním všech parametrů. Zadávání je zřejmé, rychlé a navíc zákazník vidí progresivně spočítanou cenu stejně jako u spojených či nařezaných rámců. Tato novinka jistě zrychlí objednávání a sníží riziko chyby při zadávání rozměru.



Objednávky přes internet se těší velké oblibě. Jestliže ještě tohoto komfortu nevyužíváte, zažádejte si o login naše obchodní oddělení. Internetové objednávky jsou zpracovávány prioritně, neboť jejich zpracování do fronty je ihned po obdržení objednávky. Můžete navíc vidět okamžitě cenu a objednávku vytvořit v jakýkoli den a hodinu. Objednávku a její expedici můžete sledovat dle informačních emailů. Můžete si také produkty vybrat a uschovat na později, nebo mezi sebou jednoduše porovnávat. Zde stojí za zmínku pokročilé vyhledávání, kde lze jednoduše najít lišty dle zadané výšky nebo hloubky polodrážky, světlého rozměru či dokončení. Sami zaměstnanci Liry využívají toto vyhledávání ke každodenní potřebě. Rádi zodpovíme jakékoli dotazy a vyslyšíme podněty k dalšímu vylepšení.

Petra Eisnerová

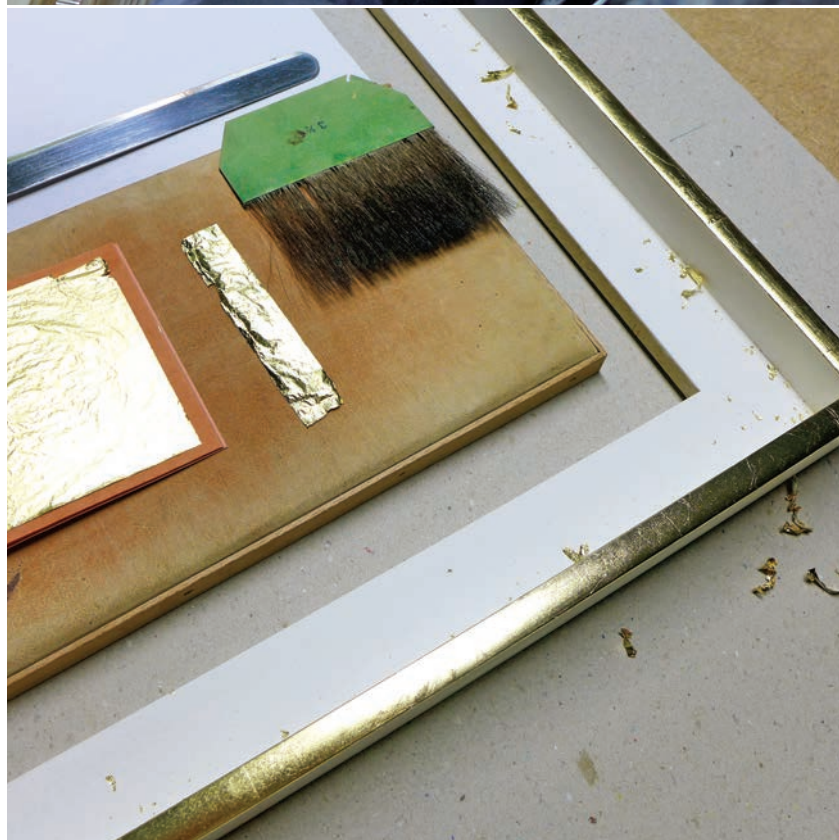
Mladá, sympatická restaurátorka nástěnných maleb, která se rozhodla zachraňovat staré rámy a tím její profesní činnost přesáhla do rámování. Svou dílnu má v Křemži nedaleko Českého Krumlova. Za zmínku rozhodně stojí i její restaurátorská práce na zámku Český Krumlov a spolupráce s galerií Artkunst v Praze.

Jak jste se dostala k rámování?

Moje cesta k rámování vedla oklikou. Vždy mne přitahovala řemesla a technologie, zručnosti a dovednosti. Profesí jsem konzervátor a restaurátor nástěnných maleb, takže to, co mne k rámování přitáhlo, byla záchrana starých ráků. Nejdříve to byly ráky, které se ke mně dostaly společně s olejomalbami a které byly často v horším stavu než obraz. Později mne problematika záchrany ráků zaujala a restaurovala jsem i ráky, které byly pro svůj nevyhovující estetický a technický stav vyřazeny, ale zachovaly se například v depozitářích. Právě nahrazování historických dobových ráků stylově nevhodnými náhradami se bohužel stalo pravidlem a doplatily na to zámky, muzea a galerie. A nedostatečnou péčí o staré ráky se narušil estetický vztah k rámování – ještě dnes se dobové ráky nahrazují, protože nevnímáme, že tvoří s dílem neoddelitelný celek. Ale nebyla to jen profese, která vzbudila můj zájem, protože podstatný posun nastal ve chvíli, kdy jsem díky šťastným okolnostem měla možnost spolupracovat s galerií a aukční síní Artkunst. Díky této spolupráci jsem byla seznámena se standardem rámování ve Švýcarsku, Německu a Rakousku a mým cílem v rámování se stalo rámovat tak, aby dnešní rám neplnil jen estetickou roli, ale aby také uchovával dílo v ideálním prostředí. Chci nabídnout klientům kvalitnější materiály, řemeslné zpracování každého detailu, poradenství a servis.

Jak často a v jakém případě pracujete s archivními materiály?

Ve své praxi rámuji pro dva typy klientů. První skupinou jsou umělci a galerie a ti využijí ráky pro krátkodobé výstavy - tam archivní materiál až na výjimky nepoužívám. I když i s umělci je možné o vhodných materiálech ve výtvarné praxi pohovořit, protože „jednou jejich díla bude možná někdo restaurovat, tak ať kolegové nemají moc práce“ :-). Druhou skupinou jsou sběratelé. Někteří mají už zkušenost ze zahraničí a sami archivní konzervátorskou kvalitu požadují, ale většina ani neví, že u rámování grafických děl a fotografií můžou správným výběrem materiálu prodloužit životnost díla. Tam obvykle stačí, když nahlédneme do archivu fotografií, které zaznamenávají viditelné důsledky špatně použitého materiálu z praxe. Je neuvěřitelné, jaké materiály jsou rámaři schopni použít na místech, kam klient nevidí. Bohužel není výjimkou ani trvalé poškození i velmi cenného díla, což klient zjistí až při přerámování, anebo taky nezjistí, pokud ani další rámař katastrofu neřeší.



Proč je dobré používat archivní materiály, jako je archivní sklo, archivní pasparta i archivní záda? A je nutné je používat vždy všechny současně?

Archivní a muzeální materiály byly primárně vyvinuty pro nejcennější a nejcitlivější díla a jistě není nutné používat je všude. V minulosti byly používány dřevité umělecké papíry, pasparty a zadní desky s vysokým obsahem ligninu, který pohlcuje UV záření a i vlivem působení vlhkosti žloutne a křehne. Proto, když se takový rám rozebere, je patrný velký barevný rozdíl na osluněné části díla a jeho zakryté části. Není výjimkou i napadení hmyzem nebo plísněmi. V dnešní době je velkým problémem používání zcela nevhodných malířských zakrývacích pásek v domnění, že páska přece nedrží tak moc, aby dílo mohla poškodit. Zásadní je správné posouzení, kdy je nutné dílo chránit – před UV světlem, před kontaktem s dřevitým nebo kyselým materiálem, před vlhkem, nebo znečištěným prostředím. Každému dílu prospěje, když je dlouhodobě v přímém kontaktu pouze s chemicky neutrálními materiály, které si svou neutralitu zachovávají i po delší době. Lira v katalogu u některých materiálů uvádí pro jakou dobu je Ph neutralita garantovaná. U děl sbírkové hodnoty je vhodné použít kartony vyrobené ze 100% bavlny a pokud se nejedná pouze o archivaci, tak i sklo s vysokou UV ochranou. Důležité také je informovat zákazníka, v jakých podmínkách je vhodné dílo vystavit – u starých fotografií zůstává i při použití muzeálních materiálů největším problémem zeď zvlhla vzlínající vlhkostí a vysoká teplota, kterou může způsobit například pravidelné polední nebo zapadající slunce, nebo bodové světlo osvětlující rám. Také akvarely, pastely, kolorované kresby jsou velmi citlivé. U fotografií a některých tisků by se nemělo riskovat, že se povrch díla přilepí na sklo a je lepší zvolit hlubokou paspartu. Je těžké zde vše vyjmenovat, tak alespoň něco.

Jaké materiály z nabídky Liry ráda používáte? Chybí Vám v naší nabídce něco?

Velice si cením velké nabídky kartonů v archivní kvalitě i ve velkých rozměrech. Ráda používám Tru Vue sklo. Co mi zatím chybí, jsou montážní lepicí pásky, ty si objednávám zatím jinde. Bez nich bych nemohla ručit za správně provedenou adjustaci. A odstranění oxidované pásky někdy nezvládne ani kolegyně restaurátorka papíru, se kterou spolupracuji a ráda konzultuji. Lira má v nabídce dost materiálů v muzeální kvalitě, které jsem ještě neměla možnost použít, ale těším se na to.

Pracujete nyní na něčem zajímavém? Jaká z Vašich zakázek pro Vás byla největší výzvou?

V minulém roce jsme zpracovávali pro významného sběratele fotografií archivaci celé sbírky – pro pasparty z bavlny jsme vyráběli také archivační krabice z PH neutrálního kartonu, vše z Lira distribuce, a v této práci budeme letos pokračovat. Velice si cením také možnosti rámování fotografií pro fotografku paní Libuši Jarcovjácovou. Velikou výzvou pro mne bylo v minulém roce rámování olejomalby Jana Zrzavého do rámu inspirovaného holandskými rámy. V rámování jsem našla možnost uplatnit všechny své potřeby – umožňuje mi to diagnostikovat stav díla, zabývat se estetickou i technickou stránkou a v některých případech i umělecko-historickou stránkou zakázky. Mým cílem je zvládnout celé rámařské řemeslo – to je ještě dlouhá a skvělá cesta – chci to umět co nejvíce a nejlépe.

Ukázkové dílo Váš tichý prodejce

Výstavní stěnu v rámařství rád vnímám jako takového tichého prodejce. Pokud se nad tím zamyslíte, pak stěna s hotovými rámy je skutečně všestranný nástroj, který může v mnoha směrech vzdělat a inspirovat zákazníky. Při zvažování způsobů, jak vylepšit svou prodejnu, se tedy podívejte, jestli by zde nebyl prostor pro ukázkou technik rámování.

Mnoho prvních zákazníků potřebuje pomoci pochopit, co všechno obnáší proces rámování uměleckého díla. Tyto ukázky rámování vám pomůžou vysvětlit všechny kroky a nabídnout, co by měli zákazníci vzít v úvahu při rozhodování o vlastním projektu. Zvláště užitečné je to při demonstraci technik, které přesahují základní práce s paspartou, rámem a sklem, jako jsou speciální montážní prvky, pasparty řezané na míru, závěsné systémy, vrstvení paspart, kombinace lišt v liště apod. Je snazší pochopit, proč něco stojí právě tolik, když sami vidíte, co všechno to obnáší. Vzorek kartonu pasparty a rohový kus rámu leckdy mnoho nenapoví. Dojem zanechá až působivá ukázka hotového díla.

Zákazníci chtějí znát své možnosti ještě před tím, než rozhodnou o vlastních projektech, i když jsou možnosti dražší. Když zákazníci vidí výhody, více se o prémiové materiály zajímají. Váš tichý prodejce jim pomůže vyzkoušet si jasnost speciálního skla pro rámaře Clarity by Larson Juhl® či muzeálního acrylu Optium Museum Acrylic®, nebo vizuální dopad zajímavě řezaných paspart či složení více rámu v jeden kompaktní celek. Téměř všichni rámaři už někdy stáli u stolu a pracovali s klientem, který byl zahlcen všemi možnostmi a stejně si nedokázal představit konečný výsledek. Tyto ukázkové rámy vám tedy pomůžou ukázat, jaké druhy materiálů se používají v různých situacích a jak různé techniky rámování společně vytvářejí krásný finální produkt. Možná si s odstupem času klient vzpomene a přizpůsobí nákup díla právě této technice rámování. Jako rámaři víme, že zakázkové rámování uměleckých děl je víc než jen o zachování, ochraně a umístění maleb, kreseb a fotografií. Ale naši klienti tohle možná nevědí. Zejména rámy pro objektové rámování mohou přimět zákazníky, aby se zamysleli nad tím, co mají doma, jaké vzpomínky by chtěli zachovat a chránit. Ujistěte se, že stejně jako ve vaší prodejně, tak i na sociálních médiích a webových stránkách visí vaše nejlepší kousky. Vyfoťte si nejlepší projekty, když si je zákazník přijde vyzvednout, a sdílejte je na Facebooku či jiné sociální síti, kterou používáte.

Nová řada Touchwood

Nová řada soudobých profilů plně reflektuje požadavky současného moderního rámování. Dřevěné masivní lišty jsou obalené pravou dýhou. Dřevěné dýhy jsou ve variantách dub, buk, ořech a wenge. Navíc některé profily mají pro dosažení jedinečného vzhledu kombinaci těchto dýh. Dokončení wenge jako jediné není dýha s přírodní texturou. Jedná se o dýhu, která vznikne kolmým krájením na sebe navrstvených dýh v bloku, čímž vznikne rovnovlákná textura s originální barevnou kombinací a zajímavou skladbou dřeva. Tento druh dýhy je znám také pod pojmem ARO Dýha. Ta, stejně jako ostatní, vykazuje jednotnou kresbu pro zaručení bezproblémového rámování.

Celá kolekce čítá 59 položek. Za zmínku stojí i spacery (malé lištičky sloužící jako distanc do polodrážky při objektovém rámování), které pasují do vybraných profilů. Všechny profily jsou bez povrchové úpravy, a proto se doporučuje při rámování používat rukavice, aby se povrch nezašpinil. Je možné lehce použít i smirkový papír pro přesné spasování rohů či opravení nečistot. Pro více zručné rámaře se naskytuje možnost i dokončení vlastní povrchovou úpravou. Doporučujeme použití přírodních vosků, které se dají pořídit i v zabarvených tónech.

Veškeré lišty jsou samozřejmě dostupné skladem v metráži, nebo servisem přířezů či spojených ráků. Díky své rozmanitosti profilů a důrazu na podstatu přírodního materiálu najde tato kolekce širokou škálu uplatnění pro téměř jakékoli rámování. V kolekci je obsažen i floutový profil pro rámování pláten.



Lepší nabídku skel nenajdete

Správné zasklení je velmi důležité pro celý proces rámování a konečný efekt rámovaného díla. Téměř každý rámovaný kus vyžaduje nějakou formu zasklení, které plní nezbytnou funkci ochrany uměleckých děl v rámu.

Firma LIRA má ve své rozšířené nabídce 10 druhů skel a akrylátu, které zajišťují, že rámaři mají dostatečnou škálu možností k uspokojení širokých potřeb rámování. Jak všichni víme, správné zasklení může nejen za obrovský viditelný rozdíl, ale může mít i vliv na celoživotní ochranu zaskleného uměleckého díla.

Škála skel ve skladové nabídce LIRA zahrnuje Clarity Larson Juhl AR70, AR92, SC92 stejně jako Tru Vue® Conservation Clear, Tru Vue® Museum, Tru Vue® Optium museum acrylic, Tegla®, Polystyrolglass® a mnoho dalších na objednávku jako Reflection Control®, nebo UltraVue® Laminated.

Všechna tato skla jsou s různým stupněm prostupnosti viditelného světla a ochranou proti UV záření a každá řada má i speciální vlastnosti od křišťálově čistého přenosu barev až po antireflexní vrstvy. Liší se také rozměrem a tloušťkou.

Široká nabídka skel firmy Lira zajistí, že první věc, kterou zákazník uvidí, je jejich umělecké dílo a nikoliv jejich vlastní odraz ve skle!

Lira dodává výjimečnou řadu zasklivačích produktů a poskytuje zákaznické služby za konkurenční ceny, na které se můžete spolehnout. Díky tomu je číslem jedna, kam byste měli vyrazit, potřebujete-li kvalitní materiály k rámování. S potěšením můžeme informovat, že jsme do skladové nabídky zařadili další 2 druhy skel ve dvou velikostech. Jedná se o speciální skla pro rámaře s UV filtrem 70% a 92%.

Tru Vue® UltraVue UV70 Glass 915x1220x2.0mm 5 listů/box
Tru Vue® UltraVue UV70 Glass 1015x1525x2.0 mm, 4 listy/box
Tru Vue® UltraVue UV92 915x1220x2.0 mm, 5 listů/box
Tru Vue® UltraVue UV92 1015x1525x2.0 mm, 4 listy/box

Při používání skel dochází často k nepřesnostem v terminologii, proto přinášíme malé shrnutí nabídek nejběžnějších skel a jeho využití:

Tru Vue® Conservation Clear

Čisté sklo s 99% UV protekcí. Jde o 2,5mm tlusté běžné floatové sklo opatřené UV filtrem bez dalších optických efektů. Skladem je ve dvou rozměrech - 91,4 x 121,9cm a 101,6 x 152,4cm. Díky výborné cenové dostupnosti je určeno pro běžné rámování, kde potřebujeme ochránit rámované dílo před UV zářením a nevyžadujeme antireflexní vlastnosti.

Tru Vue® Museum Glass

Sklo museální s 99% UV protekcí, 1% odrazu, 97% prostupnost, nejvyšší možný stupeň ochrany díla. Jedná se o sklo s nejvyšším stupněm ochrany s excelentními optickými vlastnostmi, doplněné o antistatický efekt.

Tru Vue® Optium Museum Acrylic

Akrylový produkt. Není sklo, ale plast. Určené zejména pro museální účely, zajišťuje nejvyšší stupeň ochrany díla ve všech aspektech. Pro velké výstavní plochy, k rámování zvláště hodnotných předmětů - 99% UV protekce, antireflexní vlastnosti, antistatický, odolný proti rozbití a vandalismu.

*Clarity

Jestliže chcete vidět skutečné barvy bez odlesku a nepožadujete ochranu díla před UV zářením. Špičkové parametry odrazu a prostupnosti barevného spektra, maximální důraz na efekt. Možnost volby skla dle stupně ochrany proti UV záření - Clarity AR 70 = 70% UV protekce, Clarity AR 92 = 92% UV protekce. Dvě velikosti, 80 x 110 cm a 110 x 160 cm. Sklo, které obsahuje pouze UV filtr, bez dalšího efektu, je Clarity SC 92. Jedná se o srovnatelný produkt s Tru Vue® Conservation Clear.

Stupeň UV ochrany

Vedoucí orgány pro archivaci doporučují použití zasklení, které blokuje minimálně 97% UV záření. Tru Vue® překonává tento standard a poskytuje až 99% ochranu proti UV záření, maximální možnou úroveň ochrany k dispozici v průmyslu (produkt firmy Tru Vue® - Conservation Clear). Jaké faktory způsobují škody na uměleckých předmětech, fotografiích a dalších památkách?

- Vnitřní a venkovní UV paprsky světla způsobují nevratné poškození. Barvy mohou blednout a materiály se stávají křehké.
- Ochranná vrstva proti UV záření redukuje blednutí a další škody způsobené tímto zářením.
- Nejenom záření poškozuje dílo. Teplo, nečistota, vlhkost, stejně jako špatná kvalita materiálů rámování. To jsou všechny faktory, které mohou zapříčinit poškození rámovaného díla.
- Jak můžete pomoci svým zákazníkům chránit jejich zarámovaná díla?
- Pomozte svým zákazníkům chránit jejich zarámovaná díla výběrem materiálů, které splňují normy pro zachování díla v čase (např. pasparty a sklo).
- Doporučte zasklení s minimální 97% UV ochranou, která zamezí škodlivým účinkům UV záření.
- Poučte své zákazníky na okolnosti, které způsobují poškození.

Clarity
by LARSON JUHL

ANVIL

Masivní dřevo, industriální vzhled, imitace zrezivělého kovu – to je Anvil I a II. Úspěšné řady, které si našly své uplatnění na trhu především v oblasti rámování industriálních uměleckých děl, výkresů či technologií ovlivněných směřů jako např. Steampunk.

Výroba lišty L034402572 začíná na stroji, který imituje povrch starého dřeva. Na vyprofilované liště se na tomto stroji mačkají boky falce a obě horní hrany. Dále se v kabině nastříká izolační základ a tvrdidlo, nitroředidlo a lak v kombinaci s mořidlem. Následuje další vrstva laku, tužidla a ředidla. Vše musí být dokonalé, aby nebyly ohroženy další postupy.

Nejdůležitější část v rámci technologického postupu probíhá na ručním dokončování. Začíná přípravou patiny, což je opravdová alchymie, a na její dokonalosti závisejí všechny následující operace. Na celý profil se nanese první patina. Po zaschnutí se natupováním vatou nanese opět na celý profil druhá patina a po zaschnutí ještě patina třetí. Po zavadnutí patiny se celý profil prodrásá ocelovou vatou a musí se přešetřit hrany hadrem. Jakmile patina zaschne, přetře se lišta vlhkým hadrem s kličovou vodou a nastává technologické zrání po patině, až poté je lišta hotová.

Lišty Anvil najdete v kolekci Exclusive, kde jsou zařazeny lišty s velkým podílem ruční práce, s vysokými požadavky na kvalitu, detail, přesnost i originalitu. Pokud chcete rámovat kvalitně a zajímavě, věříme, že si Anvil najde oblibu i u Vás.



Bologna

18 FAMAART

FamaArt je vysoce specializovaný veletrh, místo pro setkání nejlepších evropských výrobců se strategickými odběrateli, událost zahrnující všechny související produkty v sektoru. Festival FamaArt pořádá asociace FAMA Europe a Evropské sdružení výrobců obrazových rámců.

V letošním roce se festival uskutečnil v Bologni od 1. do 3. března. Byly to tři dny plné kreativity, technologií, inovací, designu a nových výrobků. Byly však trochu poznamenané nepřízní počasí, a pro Itálii netypickou sněhovou kalamitou. Spousta účastníků dorazila s velkým zpožděním, situaci komplikovalo uzavření letiště i hlavních příjezdových dálnic.

Lišty, které Lira vyrábí či nabízí k prodeji, zde byly prezentovány na stánku Arqadie, naší sesterské a distributorské firmy skupiny Larson Juhl. K vidění byly produkty jako Touchwood, Clark, Confetti, Brittany, Carbon, Eiffel a další.

Veletrhu se zúčastnili také zástupci Liry, kteří sledovali pokrok i trendy v odvětví a využili příležitosti pro setkání s významnými dodavateli, zákazníky i kolegy sesterských společností Larson Juhl. Oproti loňskému roku byl avizován zvýšený počet zahraničních vystavovatelů, ale opět dominovali regionální výrobci, kteří prezentují především výrobou nevyzkoušené prototypy. Vystaveny byly lišty nejrůznějších barev, profilů či dokončení, od těch balancujících na hranici nevkusu přes nevšední trendové dokončení až po zajímavé designové kousky.



Co udělat pro to, aby se zákazníci vraceli jako bumerang?

Australané jsou proslulí vrháním bumerangů. Osvojení si správné techniky, tak aby se bumerang opravdu vrátil, se však neobejde bez tréninku a jistého talentu.

Podobně je tomu i při prodeji rámu zákazníkovi, neboť neexistuje žádná záruka, že se daný zákazník opět vrátí – ledaže na to půjdete správným způsobem. Je daleko těžší získat nového zákazníka, než si udržet toho stávajícího. Pokud jde o zakázkové rámování, většina klientů má více než jednu zeď, kterou by mohli ozdobit a něco si na ni pověsit. A je také známo, že vracející se zákazníci utratí více než ti noví. Z toho vyplývá, že pro růst jakékoli firmy, která se specializuje na rámování, je naprosto klíčové, aby se snažila o vytvoření stálé klientely.

A co vlastně zákazník přiměje k tomu, aby se vraceli?

Vytvořte si vztah se zákazníkem na osobní úrovni

Oblast obchodu se vyznačuje tím, že lidé jsou věrní lidem. Na začátku péče o zákazníka je daná osoba, takže si zapamatujte a používejte při konverzaci jeho jméno a snažte se o to, aby i pro něj bylo snadné si zapamatovat a používat to vaše. Jednoduchým řešením je například používání jmenovky. Zajímejte se o to, co daná fotografie (případně něco jiného, co si klient přeje nechat zarámovat) zobrazuje a jaké vzpomínky se vážou k okamžiku, který zachycuje. Můžete se případně zmínit o tom, že jste také zažili něco podobného a dokážete si tedy představit, jaké to bylo. Buďte vlídní, neváhejte se podělit o pocity a dojmy a vytvořte si s každým klientem individuální vztah.

Vyhradte si na každého zákazníka dostatek času

Zákazníci se chtějí při nakupování cítit dobře a studie ukázaly, že pozitivně hodnotí, když při nakupování nemají pocit, že jsou ignorováni nebo nuceni se rychle rozhodnout. Najděte si proto na každého klienta co nejvíce času.

Ještě lepší však je, pokud nabídnete i další možnosti, jak byste klientovi mohli vyjít vstříc. Nezapomínejte na to, že má více zdí, na které by si mohl ještě něco pověsit. Byla by škoda toho nevyužít a zůstat pouze u té dnešní zakázky, na které pro něho budete pracovat.

Zdroj inspirace pro zákazníky

Zákazníci se rádi nechají inspirovat dalšími nápady pro zarámování, které uvidí vystaveny po příchodu do vaší prodejny. K možnosti prezentovat klientům své kreativní schopnosti využijte místa, která jsou nejvíce na očích.

I když se může stát, že si zákazníci původně chtěli pouze nechat zarámovat vysokoškolský diplom, mohou z vaší prodejny odcházet s výborným nápadem na to, co dalšího si nechat zarámovat příště. Je o mnoho snadnější přesvědčit zákazníka, aby si objednal něco dražšího, pokud hotové práce, které prezentujete jako příklad toho, jaké zakázky by bylo možné realizovat, zákazníka zaujmou svou velmi vysokou kvalitou.

Vytvořte přidanou hodnotu

Spolupracuji s rámařem, který pravidelně využívá strategii přidané hodnoty, aby tak předčil očekávání svých zákazníků a zvýšil jejich spokojenost.

Jerry Monnery, majitel společnosti The Framer, říká: „*Je-li to vhodné, snažíme se nalézt způsoby, jak nabídnout v rámci dané zakázky něco navíc, za co bychom však nepožadovali žádný příplatek. Například můžeme do rámu přidat filety nebo namísto dvojitého rámu přidat ještě třetí, případně pro zasklení použít antireflexní sklo místo normálního skla.*“ ... „*Domníváme se, že tímto způsobem jsme schopni vytvořit přidanou hodnotu k zakázce, aniž by to pro nás představovalo příliš vysoké náklady. Obvykle se přitom snažíme používat odřezky, které nám zůstaly od minula. Přinejmenším lze alespoň zákazníkům nabídnout, že budou mít háček k zavěšení zdarma.*“

Manželka Jerryho a spolumajitelka firmy The Framer Karen vysvětluje: „*I když tato přidaná hodnota v podobě přidání materiálu obnáší jisté dodatečné náklady, považujeme je za investici do marketingu. Nejen, že se tím posiluje věrnost zákazníků, ale “něco navíc” může mít pozitivní vliv na to, že klienti budou naši firmu doporučovat svým přátelům a známým.*“

Vrchol spokojenosti zákazníků

Kdykoli si klienti přijdou vyzvednout svoji hotovou zakázku, mělo by být „tajným cílem“ nalákat je na to, aby hned zadali další zakázku na zarámování. Existuje velmi důležitý moment, ve kterém spokojenost zákazníka dosáhne svého vrcholu, a to tehdy, když konečně poprvé spatří svoji zakázku hotovou. Tento okamžik je ideální příležitostí k tomu, abychom se klienta zeptali: „*A co pěkného pro vás zarámujeme příště?*“

Následná komunikace po dokončení zakázky

Moment, ve kterém spokojenost zákazníka dosáhla svého vrcholu, může přetrvávat ještě dva týdny poté, co si vyzvedl svoji hotovou zakázku. Toto období se tedy hodí k tomu, aby se klientovi poskytla inspirace pro další zakázku.

Tuto strategii lze využít tak, že jim poděkujete za jejich předchozí zakázku, ale také je například požádáte o vyjádření jejich spokojenosti a případně připojíte odkaz pro udělení komentářů na firemním profilu na sociálních sítích, případně na webové stránce. Krátká zpráva může vypadat například takto: „Chtěli bychom se ujistit, že jste spokojeni s výslednou podobou uměleckého díla, které jsme pro vás minulý týden zarámovali, a rádi bychom vám znovu poděkovali za to, že jste si vybrali právě nás. Doufáme, že z něj budete mít radost po mnoho následujících let. Velmi bychom uvítali, kdybyste nám poskytli jakoukoli zpětnou vazbu, ať už přímo, nebo na naší facebookové stránce, na níž naleznete odkaz níže. Těšíme se, že vám budeme moci opět nabídnout naše služby při dalším rámování vaší vzpomínky či díla.“

Věnujte vždy pozornost jakékoli zpětné vazbě, kterou od klientů obdržíte, neboť vám může napomoci při zjištění přírodních silných a slabých stránek vašeho podniku.

Marketingová komunikace

Pravidelné oslovování vašich klientů může přispět ke zvýšení povědomí o vaší firmě a pomoci k tomu, aby zákazníci zůstali v kontaktu s předmětem vašeho podnikání.

Ať už k tomu budete používat klasickou nebo elektronickou poštu, zveřejňovat newsletter, propagovat nadcházející akci, nebo zákazníky lákat na možnost dárkového poukazu/kupónu, k tomu, abyste docílili toho, že si zákazníci opět něco objednájí, někdy postačí pouhé připomenutí se.

Využijte sezónních příležitostí, jakými jsou Den matek, Vánoce, období, kdy čerství absolventi završí studia – jedná se o skvělé příležitosti pro nabídnutí služeb zakázkového rámování jako dárku. David Schummy, majitel firmy Fix-A-Frame, zasílá ve vhodně zvoleném období roku vybraným významným klientům osobní dopis s dárkovými poukázkami v určité hodnotě pro podporu toho, aby si u něj opět něco koupili. Říká: „Zjistili jsme, že tato forma propagace s využitím dárkového poukazu je daleko účinnější, jsou-li namísto e-mailů zasílány dopisy klasickou poštou. Také jsme zjistili, že u dárkových poukazů v konkrétní peněžní hodnotě lze dosáhnout daleko lepších výsledků než v případě procentní slevy, protože peněžní hodnota představuje měřitelné množství.“

Věrnostní slevy

Tyto programy představují běžnou strategii používanou v mnoha odvětvích. Mohou fungovat dobře u větších podniků, ale zakázkoví rámaři mohou mít s touto strategií jisté potíže.

Za prvé – podněcují věrnost zákazníka k vašemu podniku, nebo pouze k vaší slevě? Za druhé – využití této metody může negativně ovlivnit vaše ceny takovým způsobem, že si zákazník na slevy zvykne a normální ceny mu pak připadají vysoké. Když uvážíte, že v případě zakázkového rámování se obvykle jedná o služby s vysokým podílem lidské práce, je obtížné na ně poskytnout slevu kvůli mzdovým nákladům na osoby pracující na dané zakázce. Z tohoto důvodu je poskytování slev obtížnou záležitostí, ledaže jste své ceny nastavili tak, že jste si přitom ponechali rezervu pro proměnlivou marži.

Věrnostní programy, které se spoléhají na nasbírání bodů nebo peněz, nyní představují běžnou strategii zaměřenou na drobnou klientelu – od malých restaurací po letecké společnosti. Tyto programy také dosáhly bodu, kdy zapadly do šedi normalnosti. Další věrnostní karta, kterou si zákazník založí k záplavě ostatních, které už má odjinud, pravděpodobně není tím nejlepším způsobem, jak usilovat o budování opravdu dlouhodobého vztahu se zákazníkem a získání jeho věrnosti, na které tolik záleží.

Vždy je lepší používat strategie, které podporují dlouhodobou věrnost zákazníků, a to ze správných důvodů.

Nespokojení zákazníci

Někdy se něco nepodaří tak, jak by mělo. Když se již při zadávání zakázky vyskytnou ze strany klienta potenciální problémy, snažte se je vnímat ne jako obtíže, ale jako příležitost k tomu, abyste si tohoto klienta získali už napořád.

Bez ohledu na to, na čí straně je chyba, převezměte zodpovědnost na sebe, omluvte se v případě zákaznickovy nespokojenosti a vyjděte mu vstříc, aby bylo dosaženo pozitivního výsledku. Zákazník tak bude mít o to větší pocit, že by vám za vaši projevovanou snahu měl být zavázán a zůstat vám i nadále věrný.

Kvalita

Budete posuzováni podle kvality své práce, a proto dělejte vše pro to, abyste si udržovali vysokou laťku, co se kvality vaší práce týká. Pokud není dodržena běžná očekávaná kvalita, nespokojení zákazníci se těžko budou vracet.

Už jste se někdy setkali s tím, že jste měli za úkol provést opětovné zarámování po jiném rámaři? Zákazníci vám také pokaždé neřeknou, s čím nebyli spokojeni. Cílem lídrů v odvětví je nabízet vyšší standard výrobků než ten, který je obvykle dostupný. Pokud chcete, aby byl váš podnik tím nejlepším, začněte tím, že budete prodávat nejlepší zboží a nabízet nejlepší služby.

Vděčnost

Klienti mají rádi, když jim projevíme, že si jich vážíme, a prostě, ale upřímné poděkování může podstatnou měrou přispět k tomu, že zákazník bude mít dobrý pocit z toho, že si vybral právě vás.

Lze tak učinit mnoha způsoby – ať už vyvěšením štítku v prodejně s poděkováním za přízeň zákazníků, zasláním e-mailů po vyřízení zakázky nebo prostým slovním vyjádřením svého vděku, když si zákazník přijde převzít svoji hotovou zakázku. Říci „děkuji“ přece nic nestojí, ale někdy právě na tomto slůvku tak moc záleží a jeho význam by se neměl podceňovat.

Tento článek byl přeložen s laskavým svolením **Picture Framing Magazine**.

Autor: **Jared Davis** / Product & marketing manager společnosti Megawood Larson-Juhl.

Galavečer módních přehlídek

V sobotu 24. 3. 2018 proběhl v prostorách Zámecké jízdárny v Českém Krumlově Galavečer módních přehlídek spojený s vyhlášením druhého ročníku ankety Ženy Českokrumlovská 2018.

Pětice výjimečných žen regionu s napětím očekávala vyhlášení vítězky. Tomu předcházela prezentace módních kolekcí několika značek, butiků a ateliérů. Záštitu nad projektem MODA Fashion Day[s] (Mnoho podob krásy) Český Krumlov převzal velvyslanec Slovenské republiky PhDr. Peter Weiss, CSc.

Lira jako již tradičně přispěla k této významné společenské události zarámováním obrazů pro oceněné ženy.



Larson Juhl Summit 2018

Jako každý rok, také letos se sešli zástupci firem spadajících pod společnost Larson Juhl na vnitropodnikovém inovačním meetingu v Itálii. Setkání se konalo tradičně před veletrhem FamArt v Bologni. Největší prostor v průběhu setkání byl věnován novým výrobkům výrobních evropských podniků – Lira, Arcobalegno – Itálie a Senelár – Francie. Každá z firem měla prostor vystavit výsledky své práce před koncernovým vedením a zajistit tak možný odbyt svých produktů do skupiny Larson Juhl. Na setkání byli kromě evropských zástupců distribučních a výrobních firem také zástupci z Austrálie a Nového Zélandu – MagaWood, LJ.

Vystaveno bylo zhruba 25 nových designů lišt pro potenciální uvedení na trh 2018/19. Lira a Arcobalegno se shodně představily devíti novými řadami, Senelár představil čtyři. Kromě těchto novinek byly k vidění i lišty z minulého roku, které se uvedení na trh nedočkaly. Mimo jiné byly prezentovány i další projekty, návrhy na zlepšení procesů a inovační cíle pro další roky.

Jako vždy se setkání neslo v přátelském duchu. Dvoudenní summit obohatil účastníky o nové poznatky a pomohl najít další směr jednotlivých výrobních firem v jejich dalším vývojevém počínání.

Za Liru bych rád vyzdvihl práci našeho vývojového střediska, které svými produkty obstálo v konkurenci ostatních firem. Přivezli jsme si ocenění v podobě jedné odsouhlasené řady, kterou budeme uvádět do distribuce Larson Juhl a českého trhu v srpnu 2018. Další čtyři řady byly odsouhlaseny pro další vývoj a věřím, že se dočkají své premiéry v roce 2019. O všem vás budeme více informovat v následujících měsících.

Jan Hůda

Zapište si do diáře...

Schiele – Brus – Palme

Kdy? 3. 3. – 11. 6. 2018

Kde? Leopold Museum, Vídeň

Egon Schiele (1890–1918), Gunter Brus (*1938) a Thomas Palme (*1967) – tři „hrozná děti“, které svými díly rozšířily konvenční pojetí umění. Výstava je fiktivním, mezi Brusem a Palmem také přímým dialogem, který přes všechny existenční bolesti překonává občas hravým způsobem časové, prostorové a sociální hranice.

Keith Haring: ABECEDA

Kdy? 16. 3. – 24. 6. 2018

Kde? Albertina, Albertinaplatz 1, 1010 Wien

Velká výstava v Albertině je zaměřena na systematickou znakovou řeč Keitha Haringa. Výjimečnému umělci bylo pouhých 32 let. V roce 2018 by Keith Haring oslavil 60. narozeniny. Při této příležitosti je v Albertině k vidění zhruba 100 jeho děl, které jsou poselstvím proti moci vládců, proti útlačku menšin, proti předsudkům a barbarství. Navzdory různorodému vnímání jeho díla zůstával hlavní aspekt dosud bez povšimnutí - jeho systematický znakový jazyk, který se ve formě abecedy táhne jeho uměním jako červená nit. Umění, které chápal jako jazyk. Kterému by měl každý rozumět.

Pohled Ženy

Kdy? 29. 3. – 31. 12. 2018

Kde? Egon Schiele Art Centrum, Široká 71, Český Krumlov

Výstavní projekt k 100. výročí založení Československa a s tím spojeným rovným volebním právem pro ženy a jejich výraznější snahou získat rovnoprávnou pozici i ve výtvarném umění. Výstava neakcentuje však „boj“ za práva žen/umělkyně, nýbrž jejich pohled na svět. Zásadní je jejich životní cesta, zkušenost, nadhled a neotřelý způsob vyjadřování výtvarnými technikami. V průběhu roku budou v samostatných výstavách zpřístupněna díla osmi umělkyně.

Mat Collishaw Standing Water

Kdy? 11. 4. – 8. 7. 2018

Kde? Galerie Rudolfinum, Praha

Výstava Standing Water představuje mnohdy tradiční témata dějin umění aktualizovaná v kontextu dnešní doby s využitím rozmanitých možností použitých médií. Mat Collishaw (*1966) je jedním z hlavních představitelů významné generace britských umělců, kteří se etablovali na konci osmdesátých let po studiích na londýnské Goldsmith's College.

Mobitex

Kdy? 25. – 28. 4. 2018

Kde? Výstaviště Brno

Mezinárodní veletrh nábytku a interiérového designu MOBITEK představuje nejnovější trendy ve vybavení interiéru a doplňky bydlení. Tvoří tak alternativní nabídku nábytku a interiérového vybavení oproti obchodním řetězcům. Pravidelně se zde prezentují přední výrobci a dodavatelé nábytku a bytového vybavení na českém trhu.

Největší výstava divadelní fotografie

Kdy? 9. 5. – 24. 6. 2018

Kde? Obecní dům, Praha

První souhrnná výstava fotografií z divadelního prostředí Česká divadelní fotografie 1859 – 2017. Představí různé podoby divadla a jeho proměny za uplynulých téměř sto padesát let.

28. ročník Mezinárodního bienále grafického designu Brno

Kdy? 11. 5. – 26. 8. 2018

Kde? Moravská galerie, Brno

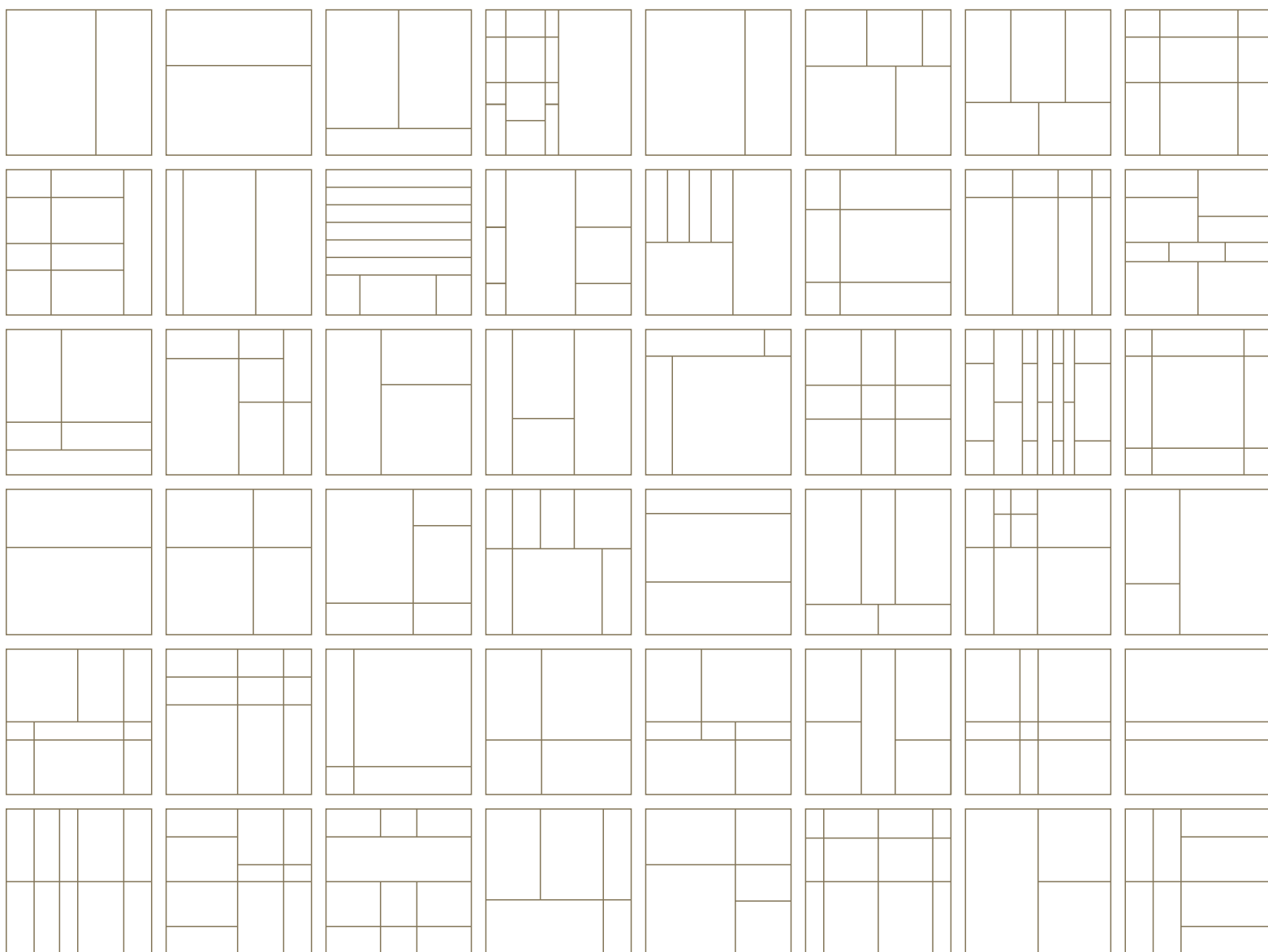
28. ročník Mezinárodního bienále grafického designu Brno, které je již od roku 1963 významnou mezinárodní přehlídkou vizuální kultury, vzniká pod taktovkou kurátorů ze skupiny OKOLO. Společně vytvářejí otevřenou a demokratickou platformu, která bude prezentovat grafický design v celé jeho šíři se všemi odlišnými kreativními přístupy a charaktery grafických projektů.

Jiří Kolář: Úšklebek století

Kdy? 16. 5. – 2. 9. 2018

Kde? Palác Kinských, Praha

Výstava se zaměřuje na takový výběr Kolářových prací, který v propojení s jeho básnickým dílem naznačí, jak neortodoxně dovedl Kolář umělecky formulovat svůj účastný komentář ke světu. Významnou součástí výstavy bude Deník 1968, soubor šedesáti šesti doličných koláží mapujících dramatické události tohoto roku. Doplňen pak bude dalšími cykly mnohdy neznámých prací, které ukazují, jak Kolář výtvarně otevřeně budoval od druhé poloviny čtyřicátých let až do sklonku života orbis pictus naší doby. Mezi vybranými díly budou práce z Národní galerie v Praze, Musea Kampa, pozůstalosti Jiřího Koláře, Neues Museum Nürnberg i dalších soukromých sbírek.



Modelová řada ručně zlacených lišt je inspirována otcem moderní architektury - Le Corbusierem a obsahuje šest profilů včetně filety a dvou floutů. www.lira.cz

Lira

ČLEN SKUPINY • MEMBER OF
LARSON · JUHL
GROUP

