



## Děkujeme vám za deset let přízně

**Značka HSW má za sebou první křížek, a to je příležitost k zamyšlení. Deset let v životě člověka znamená asi tak čtvrtinu aktivního života. Co a jak se za tu dobu podařilo vykonat, je uvedeno na dalších stránkách tohoto časopisu. Dovolte mi tedy, abych si položil otázku: Co způsobilo, že se z malé počítačové firmy stal jeden z nejvýznamnějších dodavatelů materiálů a technologií na českém trhu a značka HSW se prosadila i na trhu v sousední Slovenské republice?**

Zdařilo se to především proto, že se našla parta nadšenců, kteří dokázali ve své práci najít i své hobby. Bez obrovského nasazení a akceschopnosti stále rostoucího kolektivu bychom na naší cestě určitě nedosáhli současného významu. Vůle však sama o sobě nestačí a bylo potřeba udělat i několik správných rozhodnutí a najít cestu k zákazníkům.

Prvním správným rozhodnutím byla v roce 1992 změna orientace z výpočetní techniky na materiály a technologie pro výrobu reklamy. Pak následovala setkání s našimi dodavateli a výběr vhodného zboží. Díky přízni signmakrů se nám podařilo prosadit na českém trhu mnoho značek. Naše materiály se staly pro mnohé z vás samozřejmou součástí vaší práce.

Snad i proto, že jsme jako zakladatelé firmy pracovali před rokem 1989 jako výzkumní pracovníci, chtěli jsme o každém nabízeném zboží vědět co nejvíce. Vše jsme napřed sami vyzkoušeli a zamýšleli se nad možným využi-

tím. Prodávali jsme tak důvěrně známé materiály i technologie a především to se ukázalo jako správná cesta.

Mnozí jste nás navštívili na Dnech signmakingu, které měly vždy velmi pozitivní ohlas. Dodnes postupujeme stejně a své zkušenosti se snažíme předat svým zákazníkům. Nenabízíme pouze jednotlivé zboží, ale vyzkoušená komplexní řešení. Nejvýrazněji se tento přístup projevil v oblasti digitálního tisku, jeho podpory, poradenství a podrobného testování vzorků.

Naše snažení by však nebylo nic platné bez vaší přízně – přízně našich zákazníků. Bez ní bychom si těžko připomínali toto malé jubileum. Dovolte proto, abychom vám za váš zájem poděkovali. Rádi bychom vyslovili neskromné přání – chtěli bychom se spolu s vámi znovu ohlédnout, až HSW přibudou další křížky.

Jan Wilda Drnek  
a kolektiv

### V tomto čísle najdete:

Vzpomínky na 10 let HSW  
v signmakingu (str. 3-7)

O centru velkoplošného digitálního tisku

Astron Print (str. 8)

Používáme lišty Snapfix (str. 9)

Jak se rodí výstavní systémy

Chonoexpo (str. 10)

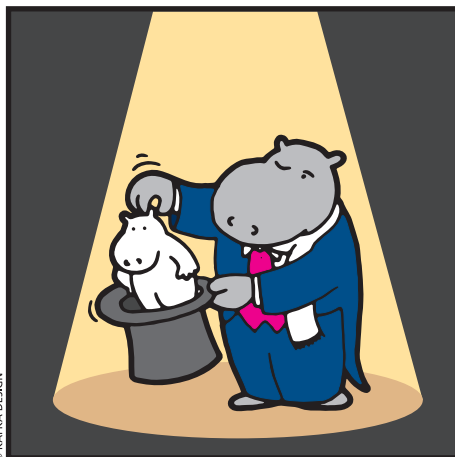
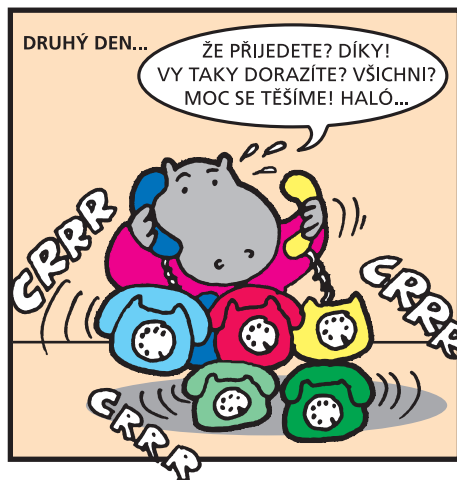
## Editorial



„Tato, ty si taký hroch!“, povedala moja sedemročná dcéra, keď som jej doniesol hárok samolepiek s motívmi nášho firemného maskota. „Máš rovnaký pupok ako tento tu,“ a ukázala na postavičku, ktorá zdvíhala v jednej ruke hrib a v druhej držala košík plný ďalších voňavých poslov jesene. Asi som nevyzeral veľmi duchapľne, lebo odrazu sa rozchichotala a dodala: „A aj sa tak udivene tváriš.“ Nuž, čo sa dá robiť, sedemročná slečna už má svoj názor na módu, elegantný vzhľad a bystrý výraz. Nikdy som neholdoval športu a aj keď idem do posilovne, obhajujem svoje počínanie tak, že tlak na lavičke je jedným z mála športových výkonov, pri ktorých sa dá ležať. Po očku som sa teda pozrel na svoju siluetu v zrkadle a musel som uznať, že moje dieťa istú podobnosť s hrochom vidieť môže.

Moja dcérka si podrobne prezerala jednotlivé kresby a ešte ma podpíchla, keď videla postavičku hroška na kolobežke. „To by si musel mať poriadne veľkú kolobežku, keby si sa chcel so mnou voziť po dvore.“ Ale nakoniec si náš maskot získal jej sympatie, napriek svojmu mohutnému vzhľadu. „Sú naozaj milučky. A prečo ich máte v robote toľko?“, neovládla svoju zvedavosť. Musel som jej vysvetliť, že je to náš talizman a máme ho radi rovnako, ako ona svoju bábiku Baby Born. (Volá ju tak preto, aby všetky kamarátky vedeli, že má pravú Baby Born.) Opísal som jej zbierku všakovských hrochov v sídle HSW, od tých kreslených, cez 3D miniatúry, až po toho plyšového s ľudskými rozmermi, čo býva v našom showroome. To ju celkom uchvátilo, a keďže v poslednom čase rada maľuje obrázky na kamene, rozhodla sa, že našu zbierku obohatí aj svojím obrázkom. Už síce nakreslila zo štyri, ale ani jeden sa jej nepáči natoľko, aby mohol ísť až do Prahy. Takto to niekedy vyzerá v rodinách hrochov z HSW.

## Comix



## Informace:

### Kde všude nás najdete? PRAHA:

HSW Signall  
Modřanská 25  
143 00 Praha 4  
tel.: 24102 9411  
fax: 24102 9499

Objednávky:  
24102 9412 – Praha  
24102 9414 – jižní a západní Čechy  
24102 9413 – severní a východní Čechy

### BRNO

HSW Signall  
Čechyňská 9  
602 00 Brno  
tel.: 54321 7213-4  
fax: 54321 7216

Objednávky:  
Tel.: 54321 7213-4

### BRATISLAVA

HSW publicity  
Martinčekova 19  
821 01 Bratislava  
tel.: ++421 2 5341 9505, 5341 9514  
fax: ++421 2 5363 3381

„<http://www.hsw.cz>“



# 10. let férové soutěže o přízeň zákazníka



## Daniela Zástěrová

Jsem pamětníkem malé komorní firmy o pěti lidech. V roce 1991 jsem nastoupila do HSW, s. r. o., která se zabývala výhradně výpočetní technikou. Ačkoli se firma neustále rozšiřovala, stále si uchovávala příjemné a kamarádské prostředí.

Prodávat materiály a technologie pro reklamní účely jsme začali v roce 1992 již jako HSW Pro, spol. s r.o. Firma se dále rozšiřovala nejen o skvělé kolegy, ale zároveň i o rodinu zákazníků – někteří s námi spolupracují do dnešních dnů, a tudíž se stali také pamětníky.

Zavést na trh po 90. roce nové technologie a materiály se podařilo díky obrovskému nasazení a velké akceschopnosti lidí ve firmě, kteří žili pouze těmito starostmi a společně se radovali z dosažených dílčích úspěchů. Atmosféra ve firmě byla hnacím motorem a jsem přesvědčena, že napomohla zařazení firmy HSW mezi největší společnosti se stejným zaměřením na našem trhu. S odstupem času si uvědomuji stále častěji, že upřímnost a veselá mysl v týmu lidí, kterým jde o společnou věc, je stále to nejdůležitější.

## Stanislav Klein

Od počátku existence HSW všichni obdivovali schopnost firmy zabezpečit její finanční stabilitu. Na počátku jsme prostě vzali úspory a vrhli

se do podnikání. Prostory na Václavském náměstí se brzy ukázaly jako malé. Spočítali jsme si, že lépe se bude pracovat ve svém a že firma má všechny předpoklady k splácení úvěru. Vybrali jsme budovu na Hollarově náměstí. Ve stadiu jednání, kdy už nebyla ani vůle, ani časový prostor odstoupit od tohoto kroku, nám banka zostříla rozjednané podmínky a my jsme museli rychle najít řešení a zdroje. Bylo to složité, ale velmi poučné a tato zkušenost nám v budoucnu určitě pomohla. Firma se rozvíjela tak rychle, že jsme se museli znovu poohlédnout po větších prostorách. Peníze z prodeje budovy se velmi hodily. Investovali jsme je do dalšího rozvoje, a to umožnilo náš dynamický růst.

## Marek Angelis

Deset let v signmakingu je pro mě zatím nedosažená meta, tento píseček brázdím teprve od roku 1996. Moje „sedmiletka“ je plná významných událostí a změn – počínaje založením společnosti SignAll, přes převzetí aktivity firmy Prima Design, následné spojení s HSW Signware a vznik HSW Signall a konečně vstup do skupiny Neschen.

Signmaking, pro mě zpočátku nepříliš lákavý obor, mi dává příležitost setkávat se se zajímavými lidmi a dramaticky se vyvíjejícími technologiemi. Evoluce až na hranici revoluce mi vyhovuje, takže vše nejlepší oslavenci

(a doufám, že další okrouhlé výročí oslavíme ve stejně dobré kondici).

## Jan Havle

Dlouho jsem přemýšlel, na co důležité vzpomínat v souvislosti s naším výročím, a pak mne napadlo následující. Na jednom z prvních brněnských Invexů se Wilda Drnek rozhodl pozvat zákazníky, které na výstavě zaujaly řezací plotry, do Prahy a uspořádat pro ně předváděcí akci spojenou s odbornými přednáškami na téma řezacích plotrů a všeho, co s nimi souvisí (řezací programy, fólie, techniky aplikace řezané grafiky). Protože jsme v prostorách firmy neměli dostatečně velkou místnost, pronajali jsme si školní učebnu v nedaleké výtvarné škole Václava Hollara, pozvali všechny zájemce, připravili si přednášky a s napětím očekávali, jak to dopadne. Nikdo z nás neměl s podobnými akcemi naprosto žádné zkušenosti.

Lidí přijelo tolik, že se nám málem nevešli do učebny. S velkou trémou a obavami jsme akci zahájili. Rychle se ale vytvořila naprosto perfektní atmosféra, tréma téměř opadla a celá akce skončila velikým úspěchem. Na tomto základě vznikly proslulé Dny signmakingu. Byla to jedna z velmi podstatných věcí, jež nám pomohly získat dobré jméno a pozici na signmakingovém trhu.

**„Nejlepší léta přicházejí, když ta dobrá jsou již pryč.“**

*Neznámý autor*



**1990**

Založení firmy HSW servis, výroba a prodej počítačů

**1991**

Specializace na počítačové sítě  
Orientace na grafiku

**SIGNMAKING**

**1992**

Vznik firmy HSW Pro se sídlem na Václavském náměstí č. 43  
Invex 1992 a legendární expozice na výstavě Možnosti 1992  
HSW uvádí na trh první:  
řezací plotr – Graphtec  
řezací software EuroCut  
řezací fólie – Multi-fix

**1993**

Uvedení orientačního systému ACS  
Lokalizace programu EuroCut do češtiny

**1994**

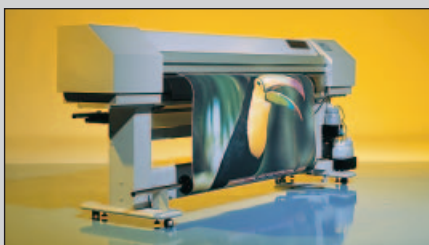
Nabídka plotrů SummaGraphics  
Nabídka softwaru CoCUT

**1995**

V 1. polovině roku zahájení prodeje desek – International Paper  
Od 2. poloviny roku zavedení PVC desek Forex

**1996**

Změna názvu na HSW Signware  
Nová loga a vytvoření nového korporatu  
Nástup dnešního ředitele Martina Melína



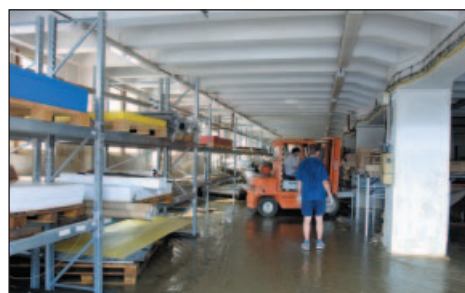
## Z Václaváku do Modřan

Začínali jsme jako malá firma v samotném centru Prahy. Růst si ale vyžadoval stále větší prostory. Naše pouť vedla od Václavského náměstí, přes Hollarovo náměstí až do Modřan. Tam jsme sice vydrželi delší dobu, ale svou hroší chaloupku jsme museli přestavět. Vyržela i letošní povodně a zřejmě v ní ještě nějaký čas pobudeme.



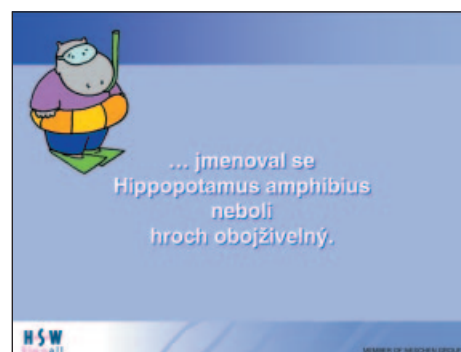
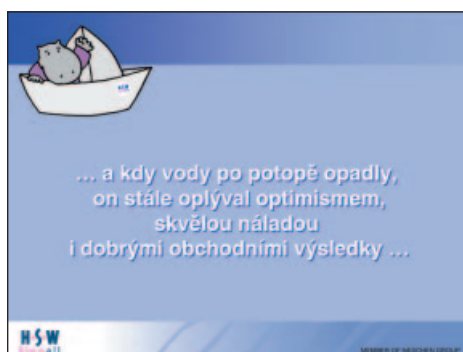
## Jak jsme plavali. . .

Ve staré tramské písničce se zpívá: „Jednou přišla voda...“ Chaloupku nám sice nevzala, ale vody jsme měli víc, než se sluší.



## Byli jsme však připraveni!

Už dávno jsme v jedné ze svých powerpointových prezentací ukázali světu, že sice přišla popotopa, ale hroch je tvor obojživelný a vodu zvládne. Spuštění provizorního provozu tři dny po opadnutí vody to dosvědčilo.





# Štěpánka a obr Davídek nám pomohli

Hroší si mezi sebou pomáhají. Je to dnes vzácné, ale je to tak. Obr Davídek nám kupříkladu pomohl na Invexu '97. Lady Štěpánka je zase naše kmotřenka a spokojeně si žije v Zoo na Svatém Kopečku u Olomouce. Nedávno k ní přibyl i hrošík Slávek v pražské Zoo.



## Takto vás od roku 1995 informujeme

První číslo časopisu HSW info vyšlo v srpnu 1995. Bylo černobílé, mělo čtyři strany a podtitul Signmakingový občasník. S přibývajícimi informacemi sice počet stran nevrostl, zato písma se zmenšovala. Vešlo se tak do něj víc. Podstatnou změnu layoutu zaznamenalo HSW info v srpnu roku 1996. Rozšířilo se na osm stran a získalo podtitul, který ho provází až dodnes – Zpravodaj pro oblast signmakingu. Rok 1998 znamenal pro HSW info další pozitivní změny. Rozrostl se na dnešních 12 stran a od prvního čísla v ročníku se na druhé stránce objevil komiks s hrošíkem, který pro nás připravuje pan Kafka ze studia Kafka Design. První číslo HSW info roku 2000 dostalo znovu nový šat. Kromě redesignu v layoutu se na titulní stránce objevily první barvy – Cyan a Magenta. Rok 2001 zahájilo číslo s plnobarevnou obálkou a prvními prvky současné grafiky. Už druhé číslo tohoto ročníku však mělo podobu, v jaké ho znáte dnes.



1997

**Sťahování do Modřan – první kamenný signmakingový obchod v ČR**  
**Hroch Davídek na Invexu 1997**  
**Výroba vlastního rámovacího systému HSW Frame**

1998

**Nástup do velkoformátového tisku – hromadné testování materiálů v podmínkách stredoevropského pásma, speciálně České republiky**  
**Tiskárny HP DesignJet a skvělé výsledky**

1999

**Otevření pobočky na Slovensku**  
**Exkluzivní distribuce materiálů Rexam**  
**Exkluzivní distribuce softwaru Onyx**  
**Distribuce produktů Neschen**

2000

**Otevření pobočky na Moravě**  
**Úspěch s novou HP DesignJet 5000**  
**Zavedení služby formátování desek**

2001

**Fúze s firmami Neschen a Signall**  
**Změna názvu na HSW Signall**  
**Distribuce produktů Mutoh**  
**Jan Bejček realizuje jako první na světě unikát – skutečný vzorník digitálního tisku**  
**Otevření pobočky v Košicích**

2002

**Brilantní zvládnutí povodní**  
**Prodej první tiskárny Zünd UV jet v ČR**





## Veletrhy INVEX



'92

'93



'94



'95



'95



'96



'97



'98



'99



'00



'02



## HSW stále stojí na lidech

Na úspěchu HSW měl vždy podstatný podíl výborný pracovní kolektiv.

Značka HSW hned od začátku prostě stála a stojí na lidech.

Tuto skutečnost jsme demonstrovli i na výstavě Reklama '97, když jsme na stěny výstavního stánku umístili fotografie našich kolegů v životní velikosti.

Dnes jsou tyto záběry hezkým historickým dokumentem.



Jan Havle



Jan Wilda Drnek



Martin Melín



Miroslav Zástěra



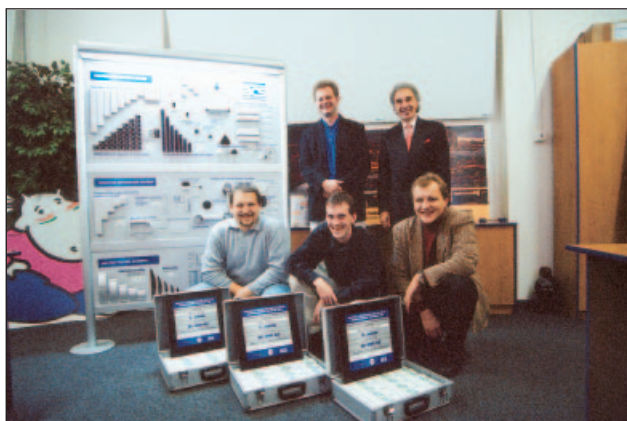
Daniela Zášterová

## Soutěž ACS

Jak přesvědčit signmakry o výborných vlastnostech informačního systému ACS?

Rozhodli jsme se pro soutěž.

Ta ukázala, jaké rozmanité může být užití tohoto systému. Přihlášeno bylo mnoho krásných a nápaditých realizací. Takto vypadali spokojení vítězové soutěže při odezdávání cen.



## Dny Sigmakingu





## Jak se rodily naše expozice



## Hroši žijí šťastně a spokojeně

Nejsme spolu pouze v pracovní dny. Známe se i jako lidé. Součástí života v naší široké hroší rodině jsou nejenom vysoké pracovní výkony, ale i pravidelné celofiremní výlety. Naše rodiny se dobře znají a na vodě i při společném obědě vždy panuje dobrá nálada. Nejlepší je to samozřejmě večer u táboráku. Navštívili jsme už mnoho malebných zákoutí v České republice, ale hodně jich na nás ještě čeká. Příště se chystáme navštívit naše slovenské kolegy.



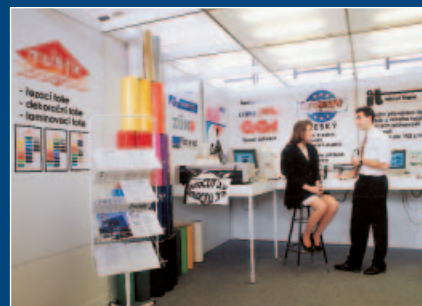
## Jiné výstavy:



Sign Prague '93



Sign Prague '94



M+K '94



EmbaxPrint '97



EmbaxPrint '98



# Astron – nová hvězda velkoplošného tisku

*Společnost Astron Print před půl rokem vytvořila svou novou divizi velkoplošného digitálního tisku. Málokdo tušil, že je to zpráva, kterou bychom mohli v astronomické terminologii nazvat objevením supernovy. Úroveň služeb a technologickým vybavením patří toto centrum velkoplošného digitálního tisku k těm nejprofesionálnějším.*

Společnost Astron Print vznikla po vnitřní reorganizaci společnosti Astron Studio, která rozdělila obchodní aktivity svých divizí do dvou samostatných právních subjektů. Z dřívější divize vydavatelství vznikla Aastron Media (vydává kupříkladu Penthouse, Motohouse) a z divize digitálního tisku Astron Print. Historie digitálního malonákladového tisku v Praze začala roku 1997, kdy Astron Studio jako první v Praze zprovoznilo digitální tiskový stroj Indigo E-print 1000+. Astron Print je tedy starý a zkušený harcovník v novém šatu.

## Rozhodující je úroveň služeb

„Nejdůležitější pro úspěch projektu naší společnosti je nejenom komplexnost nabídky služeb, ale i schopnost kreativně hledat způsoby jejich využití,“ říká Andrea Lukešová, sales manager společnosti Astron Print. „Naše firma sleduje dlouhodobou strategii a investice do těch nejmodernějších strojů nám poskytují prostor do budoucna. Samozřejmě že nabízejí i konkurenční výhodu, ale na technologické zázemí musí navazovat profesionální služba. Klientovi dokážeme zpracovat zakázku už



Andrea Lukešová, sales manager společnosti Astron Print

od fáze kreativního návrhu, přes studio předtiskové přípravy až po konečný tisk a zpracování. Čas je nenahraditelnou hodnotou dnešní doby, a tak jsou rychlost zpracování zakázky a její doručení velmi důležitými faktory. V rámci holdingu Astron úspěšně působí i společnost Astron Net. Astron Print tak poskytuje pro mnohé své klienty i možnost bezdrátového přenosu dat. Zakázka se tak k nám dostane stejně rychle, jako bychom byli připojeni na jeho interní síť. Doručení zase zabezpečí naše vlastní kurýrní služba.”

Služby nové divize velkoplošného digitálního tisku logicky navazují na práci divize klasického digitálního tisku, která pracuje od roku 1997.

## Spolehlivost

Aby tento mechanismus ve všech směrech bezchybně fungoval, v Astron Printu velmi pečlivě vybírali pro centrum velkoplošného digitálního tisku nejenom technologie, ale i dodavatele. Velmi nás těší, že se rozhodli pro HSW Signall. „Hledali jsme dodavatele, který bude naším dlouholetým stabilním partnerem s kvalitním servisním zázemím,“ říká Andrea Lukešová.

„Mít vše pod kontrolou a nebýt závislý na kooperaci je jediná možnost, jak zaručit dodací termíny a spokojenost klientů. V centru velkoplošného digitálního tisku jsou proto technologie pro exteriérový i interiérový tisk. Nepřekvapí nás ani požadavek na řezanou grafiku,“ dodává. Technologický park společnosti Astron Print tvoří šestibarvová solventní tiskárna Mutoh Toucan s šířkou tisku 2159 mm,

osmibarvová tiskárna Mutoh Falcon II RJ 8000 s šířkou tisku 1643 mm, laminátory Neschen JetCoat N 1800 pro tekutou laminaci a Neschen JetLam 1600 pro teplou i studenou laminaci. Technologický řetězec doplňuje i řezací plotr SummaSign Pro T1400.

## Příjemné prostředí

Když dáváte přednost osobnímu kontaktu, přivítá vás velmi příjemně zařízená recepce. Budete se v ní cítit jako v pařížské kavárně, protože recepce je vyřešena jako barový pult a zákazníci mohou využít kavárenské stoly. Dívky z recepce vám nezapomenou nabídnout i občerstvení a určitě si rádi vychutnáte voňavou kávu.

Astron Print sice sídlí v centru Prahy na Záhřebské ulici, ale jakoby zázrakem se v blízkém okolí vždy najde místo k zaparkování. Návštěvu společnosti Astron Print proto není proč odkládat.

František Kavecký



**Kontakt:**  
**Astron Print**  
**Záhřebská 41**  
**120 00 Praha 2**  
**tel.: +420-296 361 880-2**  
**fax: +420-296 361 589**  
**www.astron.cz**



# Pověste trable na hřebík

... nebo na kus silonu. **Rámovací lišty Snapfix 18 a Snapfix Pro** za pár minut z každého plakátu, banneru či textilní tkaniny vykouzlí profesionální závěsnou reklamu. Systémy Snapfix, dodávané společností HSW Signall, ušetří čas a přispějí k dobré náladě.



Pro grafiku, kterou musí lišta stabilizovat svou hmotností, se nejlépe hodí rámovací lišty Snapfix Pro.



Plastové koncovky doplní estetický vzhled rámovací lišty.



K zavěšování slouží očka, která se umísťují do drážky na liště.

Mít k dispozici rychle aplikovatelný a variabilní rámovací a závěsný systém bylo vždy snem každého pracovníka oddělení propagace. Často se k rámování používaly svépomocí vyrobené pomůcky nebo dřevěné či plastové lišty. Všechna provizorní řešení sice mohou vést k úspěšnému výsledku, ale stojí hodně námahy a času. Když se přepočte hodinová mzda pracovníka na čas, který při přípravě provizorních závěsných systémů stráví, levná varianta se notně prodrazí.

## Rámovací lišty Snapfix

Není nic snazšího než vsunout potištěné médium do plastové rámovací lišty, kterou stačí jenom rozměrově přizpůsobit, zasunout do drážky závěsné očko a vše je hotovo. Na popsání celého rámování tedy stačí jediná věta.

Lišty Snapfix jsou v nabídce firmy HSW Signall k dispozici ve dvou konstrukčních variantách. Oba typy jsou dostupné v délce 3000 milimetrů.

## Snapfix 18

Výrobci reklamní grafiky asi nejčastěji sáhnou po plochých zaklapávacích lištách Snapfix 18. Ty jsou vhodné k zavěšení papírů či textilií do tloušťky jednoho milimetru. Můžete si vybrat černé, bílé, šedé nebo čiré. Barevné odstíny jsou k dispozici pouze na objednávku za zvláštních podmínek.

## Snapfix Pro

Robustnější oválná zaklapávací lišta Snapfix Pro poslouží všude tam, kde se vyžaduje optické zdůraznění a ohraničení reklamního motivu nebo větší zatížení potištěného média. Tento typ lišty můžete esteticky doladit plastovou koncovkou. Snapfix Pro umožňuje zavěšení média až do tloušťky dva milimetry. V nabídce jsou v bílém, černém a šedém provedení. Barevné odstíny jsou pak k dispozici i u této rámovací lišty pouze na objednávku za zvláštních podmínek.

## Nechte lidi tvořit

Nejcennějším přínosem do reklamní komunikace je kreativní myšlenka. Nechte lidi tvořit a vymýšlet nové nápady a nová řešení. Reklama musí být nejúčinnější, protože jejím úkolem je oslovit cílovou skupinu. K novým nápadům ale lidé potřebují čas. Ten se dá získat odstraněním monotónní a zbytečné mechanické práce. S lištami Snapfix se čas určitě nepromarní.

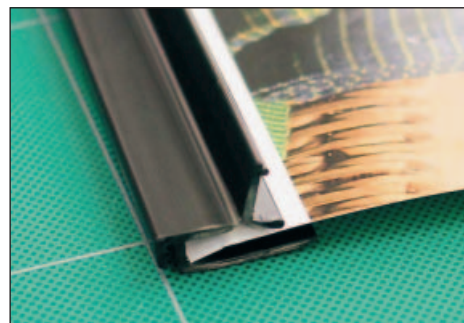
František Kavecký



Grafika je zavěšena v lištách Snapfix 18.



To je vše, co potřebujete k zavěšení: grafika, dvě lišty Snapfix 18 a pár zavěšovacích oček.



Grafika se vloží na doraz do lišty...



...přítiskne...



...a po vizuální kontrole zaklapne. Pak už stačí jenom do drážky na hřbetu lišty umístit zavěšovací očka, uvázat silon a je to.

# Výstavní systémy s francouzským šarmem

*Marseille, město v Provence na jihu Francie, dalo světu provensálské koření, které je základem vynikající francouzské kuchyně. Dále pak Pastis, anýzovou pálenku, kterou pijí téměř všichni Francouzi starší 18 let, skvělého fotbalistu a kapitána madridského bílého baletu a francouzského národního týmu Zinedina Zidanna. Vznikla tam ale také vlajková loď všech výstavních systémů momentálně existujících na trhu – mobilní nosič informací – systém Roll-Up...*

Protože jsem se nedávno vrátil z produktového školení v centrále společnosti ChronoExpo, chtěl bych vám sdělit své dojmy z návštěvy sídla tohoto světoznámého výrobce profesionálních výstavních a prezentačních systémů (ChronoExpo 1, 2 a 3, rolovacího systému Roll-Up, světelného tubusu Light-Box a velké stěny POP-Up).

## Made in Marseille

Když jsem vyřizoval veškeré potřebné náležitosti související s produktovým školením ve společnosti ChronoExpo, měl jsem jakousi představu o tom, co mě v jižním cípu Francie, v Provence bude čekat. Některé mé představy se naplnily, některé byly i překročeny a některé zůstaly za mým očekáváním. Jako člověk, pohybující se v signmakingu už dlouho, jsem měl pocit, že na francouzské Riviéře bude bujet „reklamní vír“ dnešní doby mnohem agresivněji, než tomu bylo ve skutečnosti. Před několika málo týdny jsem si v časopise Reflex přečetl, že naše dálnice D 1 je poseta tolika billboardy a nosiči reklamy, že na jeden km dálnice připadá zhruba šest těchto „broučků“ – to je průměr asi jeden billboard na 200 m. Ve Francii jsem měl pocit naprosto jiný. Mimo několik



let starých poutačů upozorňujících na existenci supermarketu Carrefour byla Marseille téměř „signuprázdňá“... až na jednu výjimku – jeden velký poutač s mužem, který symbolizuje Marseille – Zinedinem Zidanem – synem chudých alžírských přistěhovalců, kterých je Marseille plná, jak vzhlíží z reklamy společnosti ADIDAS s příznačným sloganem „Made in Marseille...“

## Jídlo jako hobby

Obecně se dá říci, že Francouzi žijí skutečně jinak než my. Žijí jaksí klidněji a, co je podstatné, nespěchají. Umí si užít života a vychutnat si každou jeho vteřinu. Alespoň to byl můj dojem z krátké návštěvy. Jak mi řekla několikrát paní Annie Pepermans – obchodní manažerka společnosti ChronoExpo, Francouzi milují jídlo a milují společné debaty o jídle. Můžeme s klidem říct, že jídlo je ve Francii konverzačním tématem číslo jedna. Praha i Česká republika

jsou Francouzům známé, mnoho lidí se mě ptalo na aktuální situaci v Praze po povodních a byl vidět jejich skutečný zájem.

## Svět je malý

Mým průvodcem většinu času v ChronoExpu byl Karl Da Gama Campos. Tento mladý muž je příkladem „kosmopolitního člověka“ a živoucím důkazem tvrzení, že svět je malý. Narodil se v africké Keni, maminka byla ze Senegal a tatínek z Francie, jeho žena je Američanka s kořeny v bývalém Československu. Karl pracuje na pozici international sales managera a má na starosti prodej produktů ChronoExpo v Evropě, Severní Americe a Asii.



## Co nás čeká?

„ChronoExpo dnes nabízí tři základní řady produktů,“ říká pan Campos. „Naši vlajkovou loď, systém ChronoExpo 2, dále první systém, který jsme vyvinuli, systém ChronoExpo 1 a ekonomickou variantu využívající ve velké míře plastové profily, systém ChronoExpo 3. ChronoExpo 2 a 3 dodáváme v jednostranném i oboustranném provedení a v šířkách 30 až 120 cm. Zajímavostí ChronoExpa 2 je maximální výška, které mohou naši zákazníci při použití ChronoExpo Giant docílit – 4 metry, a to je pořádně velká grafika.“ Cenově výhodné produkty reprezentuje ChronoExpo 3. „U tohoto systému jsme chtěli maximálně snížit výrobní náklady, a tedy i cenu pro naše zákazníky. Proto místo karbonových tyčí a kovu používáme PVC. Za velmi nízkých nákladů mohou naši zákazníci vyrobit grafiky o rozměrech 60 x 88 cm až 120 x 201 cm.“

David Hlaváč





# Krátké zprávy aneb „křatasy“ na závěr

## Viděli jste na Invexu 2002

Na letošním Mezinárodním veletrhu informačních a komunikačních technologií Invex 2002 jste se mohli setkat s naší expozicí na tradičním místě – v pavilonu A. Kromě jiného jsme tu uvedli světovou novinku, automatickou řezačku Fotoba.

Velikému zájmu návštěvníků se těšila kupříkladu tiskárna Mutoh Rockhopper, která za dostupnou cenu poskytuje možnost velmi kvalitního exteriérového tisku. Na stánku jsme s její pomocí předváděli praktickou ukázkou malosériové výroby samolepek. Na samolepicí fólii se tiskly postavičky hrošíka, kterého znáte z oblíbených komiksů, pravidelně uveřejňovaných v našem časopise. Při tisku se v softwaru Onyx Poster-Shop zadaly i značky pro OPOS (optický poziční systém), kterým jsou vybaveny naše řezací plotry SummaSign. Výtisky se pak ihned vložily do vedle nainstalovaného řezacího plotru, který si ze značek načel data potřebná k přesnému ořezání jednotlivých kreseb. Za pár okamžiků byly všechny postavičky vyřezány a aršík samolepek byl na světě.



Dalším unikátem, který jsme na Invexu představili, je digitální fotolab. Tato linka je sestavena z tiskárny HP DesignJet 5500 a automatické řezačky Fotoba. S pomocí tiskového softwaru Onyx Poster Shop jsou tyto stroje schopny zajistit bleskové zpracování hromadných zakázek ve výborné kvalitě.

kk

## Profesionální výstavní systémy

Naše nabídka výstavních systémů značek Expolinc a ChronoExpo se rozšířila o další atraktivní modely. Sortiment výstavních systémů je vystaven ve všech našich prodejnách v České republice i na Slovensku. S jeho rozšířením jsou k dispozici i nové aktuální ceníky a prospekty.

## Nové materiály InteliCoat

Sortiment materiálů pro velkoplošný ink-jetový digitální tisk se rozšířil. Kolekce médií Magic společnosti InteliCoat se rozrostla o tyto novinky: samolepicí polypropylene banner, 255 g univerzální fotopapír, oboustranně potisknutelný polyethylene banner, nový ekonomický scrim banner, polyesterovou tkaninu FAB 6. Rozšířila se i nabídka šířek a návinů ink-jetových médií. Podrobné informace získáte na našich pobočkách.

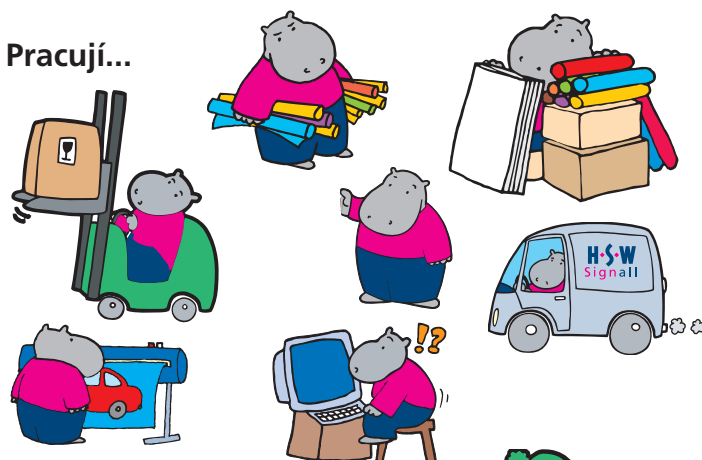
## Něco pro solventní tisky

Společnost InteliCoat uvedla na trh zbrusu nový materiál – Latex Saturated Paper 140g, který je určený pro solventní tiskárny na výrobu tapet a digitálních obrazů na zdi. Materiál byl certifikován společností InteliCoat jako ideální Wallcovering řešení. Má vynikající výsledky například na tiskárnách MUTOH Toucan, VUTEK, NUR. K dispozici je ve dvou návinech 150 a 300 m. Má velmi zajímavou cenu, která je pod hranicí 50 CZK/m². Pro bližší informace kontaktujte prosím svého lokálního zástupce HSW Signall.

# Galerie hrochů

Hroši jsou jako my

## Pracují...



## Hrají si...



## Touží po dobrodružství...



## Prostě žijí...

