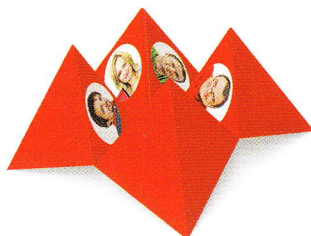


Na počátku byla černá

aneb reklamní brožura netradičně

...černá neboli černota, a někdy taky tiskařská čern, byla u zrodu našeho řemesla. Tak jako před více než 500 lety začínal Johannes Gutenberg s tiskařskou černí, tak i H.R.G. začínalo před více než 20 lety tisknout černě. Černou jsme měli všude, i za ušima, a proto i tato brožurka je zase černá, abychom si připomněli naše začátky.



Snad každý z nás držel v ruce někdy nějakou propagační brožuru firmy či jiné organizace a otázka zní: kolik z nich vám jich zůstalo na stole nebo v knihovně? Z mé zkušenosti končí tyto tisky spíše v koši nebo ve sběru. Však si vzpomeňme na návštěvy různých veletrhů a následnou selekci posbíraných letáků, reklam, katalogů a jiných propagačních předmětů.

Za mé působení na různých pozicích v různých firmách mi jich pár zbylo a ty určitě nikdy nevyhodím, jsou totiž výjimečné, a právě to byl náš záměr při tvorbě H.R.G. marketingové publikace.

Nápad vytvořit propagační materiál netradičního pojetí v nás dřímá již několik let, ale k realizaci chyběla odvaha a čas. Vše se zlomilo po veleúspěšné „spanilé jízdě“ Polygrafických taháků Českou republikou. Tento produkt nás začal prodávat sám, a to snad právě proto, že lidem zůstával na stole či v zásuvkách. Je to neocenitelná pomůcka při zadávání tiskových zakázek, pomáhá všem, od kreativců až po manažery produkce. My jsme chtěli tento pro-

dukt dále povýšit a darovat mu trochu luxusnější a interaktivnější podobu – pomalu se tak rodila vize naší nové marketingové vzdělávací publikace.

Pracovní název vznikající brožury zněl „polygrafic workbook“. Smyslem příprav se stala touha, aby s naší publikací zadavatelé tiskovin pracovali a aby jim pomáhala v jejich práci. Cílem brožury je seznámit s polygrafickým světem a ukázat co vše u nás v H.R.G. dokážeme. A jaký je její hlavní úkol? Pobavit a vrátit čtenáře do časů dětství. Obsah celé brožury je koncipován tak, jako když zakázka prochází výrobou. Začínáme naším stručným představením, pokračujeme na workflow firmy, přehledem co musí obsahovat objednávka, něco málo o typografii, základy předtiskové přípravy, principy offsetového tisku. Představíme základy digitálního tisku a sítotisku, možnosti zušlechťování tiskovin – lakem, laminem, výsekem, ražbou; pak následuje seznámení s různými možnostmi dokončujícího zpracování – řezání, skládání, včetně rozdělení a popisu druhů vazeb. Naší novinkou je pak kaširování a le-



pení krabiček, takže ani to nesmí chybět. V kapitole „Papír“ představujeme základní parametry potiskovaných materiálů včetně skutečného vzorníku. Celá brožura je zakončena polygrafickým slovníčkem. Nebojte se ale, není to jen o textech a tabulkách. Při prohlížení této publikace vás každá strana něčím pobaví, je tu papírový kaleidoskop, 3D fotky včetně brýlí, skládačky a rozkládačky, origami, leporela a nakonec celé H.R.G. ve 3D kostce, která na vás sama vyskočí. Nechybějí ani fotky lidí podílejících se na chodu tiskárny a fotky z provozu (s důkazem že jsme nejen šikovní, ale i krásní :) a hlavně nesmí chybět ukázky produktů doplněné o reference těch nejznámějších značek zadavatelů.

Nejzajímavější částí brožury je však pro mě část, kde najdete kontakty našeho obchodníka H.R.G., a při hledání si zahrajete známou dětskou hru „nebe peklo ráj“, u každého obchodníka se pak dozvíte něco z jeho soukromí. Tohle prostě u počítače nezažijete! Není větší zážitek než to skutečně držet v ruce. :-)

JAN GLOSER

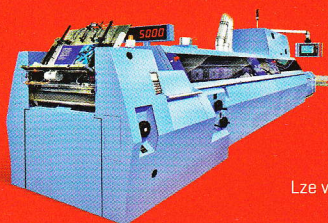
H.R.G. tiskárna

Prostě to dělá

H.R.G. tiskárna lepí PURem

V H.R.G. jsme nainstalovali novou linku pro vazby V2 PUR. V2 PUR nahrazuje svou pevností šité vazby [např. V3, V4].

Vyzkoušejte výrobu Vašich publikací, katalogů a jiných brožur za zaváděcí ceny.



Technické parametry

Typ: Müller Martini ACORO A5
Minimální formát brožury: 75 x 140 mm
Maximální formát brožury: 305 x 420 mm
Minimální tloušťka hřbetu: 3 mm
Maximální tloušťka hřbetu: 60 mm
Lze vyrábět brožury s jednou nebo dvěma klopami

více na www.hrg.cz