SVĚT TEXTILU & OBUVI

ČERVENEC/SRPEN
2018

móda ■ obuv ■ doplňky ■ trendy ■ business ■ retail

www.textil-obuv.cz

sassa

www.sassa.cz

STYL·KABO

52. mezinárodní

veletrhy módy a obuvi

18–20 | 08 | 2018

VÝSTAVIŠTĚ BRNO | styl.eu | kabo.cz

Central European Exhibition Centre

BVV Veletrhy Brno

ÚVODNÍ SLOVO

Vážení čtenáři,

léto se přehouplo do srpna a řada lidí z naší branže zpozorněla: Blíží se čas brněnských veletrhů STYL a KABO. Ty se tentokrát budou odehrávat ve dnech 18.–20. srpna. Takže za chvíli! Redakce Světa textilu & obuvi proto pro vás připravila několik článků, abyste na letošní veletrhy do Brna odjeli řádně připraveni.

Na následujících stránkách se mj. představuje několik firem a značek, s čím na STYL či KABO do Brna přijedou. Seznámíte se rovněž s názory pořadatelů, co je dle jejich mínění na nadcházejících veletrzích nejzajímavější. V Brně bude připravena i jedno překvapení: Projekt La Manufacture. Co to je? To se můžete dočíst hned na následující straně.

Na veletrhu STYL bude mít svůj stánek i časopis Svět textilu & obuvi. Najdete nás tradičně ve společném stánku s Asociací textilního, oděvního a kožedělného průmyslu ČR, Textilního zkušebního ústavu a SOTEX Ginetexu CZ v pavilonu P. Rádi se s našimi čtenáři setkáváme, abychom se mj. dozvěděli, o co máte v našem časopise největší zájem či co vám v něm chybí. Věřte, že je to pro nás důležité.

Kromě připomínky veletrhů STYL a KABO se v tomto čísle můžete dočíst, jaké jsou nejnovější trendy v dámském a pánském denním a nočním prádle, v punčochovém zboží, kožené galanterii a jaké novinky najdete v aktuálních kolekcích zdravotní obuvi. Dočtete se rovněž hned o dvou úspěších studentů tuzemských odborných škol. A samozřejmě je pro vás připravena řada dalších zajímavých článků, rozhovorů a statistik. Přeju vám nerušení letní čtení.

Na setkání v Brně se těší:

Michal Korol,
šéfredaktor

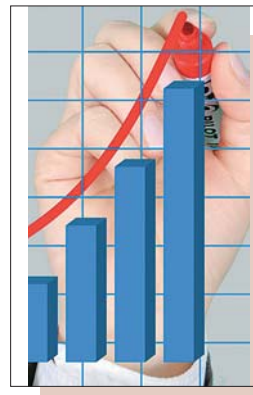
Z OBSAHU

8–10

Trendy dámského a pánského denního a nočního prádla

20–21

Představujeme designéry: Adam Frk



28

Tržby textilního maloobchodu za 1. pololetí 2018

12–14

Trendy punčochového zboží

23

Veletrhy STYL a KABO se představují

32–33

Multisenzorický marketing

16–17

Novinky v kožené galanterii

26–27

Obchod K-Styl v Kladně

36–37

Jak vznikají moravské kroje?

Foto na obálce: model z kolekce Lovely Summer firmy Sassa Mode s.r.o.

Brno

MINIMALISMUS ZNÁSILNĚNÝ ROMANTIKOU

Foto: Jakub Joch

sf Brno – V Křížové chodbě Nové radnice v Brně se koncem června uskutečnila módní přehlídka salonu Jocha. Přístup návrhářky Kateřiny Jocha vystihuje slogan Minimalismus znásilněný romantikou. Salon Kateřiny Jochy obléká ženy 21. století s péčí první republiky. Jednoduché střihy a modely staví na kvalitním materiálu, vynikajícím propracování a hravých detailech, které podtrhují odstíny konkrétní ženy.

Na přehlídce byly představeny dva proudy salonu. Vedle vybraných modelů z autorské letní kolekce předvedly své oblíbené kousky samy zákaznice, kterým byly modely ušity na míru podle osobnosti, typu postavy a životního stylu. V kolekci léto 2018 jsou šaty z luxusního hedvábného saténu. Z černého hedvábí „malé černé, jako sama letní noc". Květované hedvábné šaty Piknik u vody jsou jako vzpomínka na vánek, který chladí i rozvášní zároveň. Mezi další použité materiály patří stoprocentní len a jemná elastická bavlna v celé škále modrých tónů. Také nelze opomenout kvalitní úplety z přírodních vláken. Bambus, viskóza, bavlna – synonymum pro komfort a výzva pro využití všech střihových variant. Kolekce nemá svůj název, ale celá řada má jedno společné – buď viditelně, nebo skrytě tištěný strip: Parlez moi seulement d'amour (Mluvte se mnou pouze o lásce). Jsem Kateřina Jocha. Móda je moje láska. Mluvte se mnou pouze o lásce.
„Všechny jsem totiž modelky na mole svých vlastních životů," říká módní návrhářka Kateřina Jocha. Přehlídka se konala jako součást podpory projektu Překonej sám sebe (ten podporuje lidi s roztroušenou sklerózou). Záštitu nad touto akcí převzal primátor města Brna Ing. Petr Vokřál.

La Manufacture na veletrzích STYL a KABO

TÉMA: VŠE O PLAVKÁCH

Praha – Nadcházející veletrhy STYL a KABO, které se konají v srpnu v Brně, chystají další překvapení v podobě unikátního projektu La Manufacture. Jde o jedinečný, plošně i obsahem do široka rozkročená akce, jejímž cílem je návštěvníky veletrhů seznámit nejen s jednotlivými etapami výroby plavek, ale také s dalšími aspekty spojenými s jejich vývojem, výrobou, používáním až po finální likvidaci.

Zájemci se tak mohou dozvědět o tom, co předchází zahájení samotné výroby, o skladbě a vlastnostech používaných materiálů, o pravidlech užívání a údržby, seznámí se s vybranými stroji české zn. Garudan Boskovice a zařízeními používanými k výrobě. Dále také mj.

třeba s vlivy a dopady výroby plavek na životní prostředí, zdravotními riziky nesprávného používání atp.
Na vlně oslav 100 let české státnosti bude součástí instalace také premiérová prezentace unikátních historických fotografií mapujících více než 100 let historie plavek a koupací módy v zahraničí i tehdejším Československu, jakož i historické ohlédnutí za produktovou a reklamní fotografií, resp. její konfrontace s možnostmi a metodami současnosti. Do projektu bude zakomponováno rovněž trendové fórum SS-2020 nebo návštěvnická anketa na dosud utajované téma…
Projekt vzniká jako součást doprovodného programu veletrhů STYL a KABO pořádaných společností Veletrhy Brno. Nositelem ideové myšlenky a samotné realizace je pak společnost ALTRA Ostrava. V termínech stanovených programem veletrhu proběhnou hromadné prohlídky doplněné komentářem k představovanému tématu. **Martin Kárych**

inzerce

ETKA LABELS
ETKA labels, s.r.o.
Lojovice 76 | 251 69 Velké Popovice | ČR
Tel.: +420 323 619 060 | Emai: office@etka.cz
www.etka.cz

TEXTILNÍ ETIKETY
S DLOUHOLETOU TRADICÍ
od roku 1991

Lyocellová vlákna Tencel
POLŠTÁŘE NA MÍRU

Foto: Lenzing/Tencel

Praha – Lyocellová vlákna značky Tencel byla testována pro použití v polštářích. Výzkum ukázal, že vlákna Tencel jsou jako náplň ideální alternativou. Z provedených testů vyplývá, že polštáře plněné vlákny Tencel zvlášť dobře odvádějí tělesnou vlhkost, udržují si svůj objem a snadno se udržují. Vlákna Tencel se už využívají ve všech oblastech týkajících se spánku – od matrací přes přikrývky až po ložní prádlo.

Další oblast použití se přímo nabízela, využít je v polštářích nabízejících ještě větší pohodlí. Tyto polštáře nejprve prošly testováním pomocí Sherlocku, testovacího zařízení Hohensteinského institutu. Sherlock je termická figurína, která se využívá při zkoumání pohodlí u všech možných textilních produktů a pracuje za určitých definovaných podmínek v klimatizované komoře. Průzkum ukázal, že polštáře s náplní vláken Tencel dokážou dokonale odvádět tělesnou vlhkost. Čím větší je podíl těchto vláken v příměsi s polyesterem, tím lepší je regulace tělesné vlhkosti. Další průzkum týkající se objemu náplně a testování praní ukázal, že vlákna Tencel v kombinaci s polyesterem vykazují velmi dobré výsledky oproti náplním z peří. Umožňují také různé stupně náplní – od měkkých po pevné, od nízkých po objemné. Nabízí se tak možnost zhotovovat polštáře v různých velikostech, tvarech a z různých materiálů podle přání zákazníků. Jsou to polštáře pro individualisty, které si spáči mohou nastavit podle svých představ a tím odstranit napětí ve svalech a bolesti hlavy. Společnost Lenzing představila novinku na veletrhu Heimtextil.

Takko Fashion
DOBÝVÁ FRANCII

Paříž – Společnost Takko Fashion otevřela již druhou pobočku ve Francii. Letos v únoru vstoupila na tamní trh první pobočkou v Lexy, v dubnu pak otevřela druhou pobočku v alsaském Wissembourtu.

Diskontní módní firma plánuje ještě během letošního roku otevřít ve Francii celkem 13 prodejen. „Naše filiálka v Lexy byla úžasně přijata. Navzdory teplotám pod nulou při otevření prodejny stáli zákazníci frontu a byli nadšeni jarní kolekcí," sdělil ředitel Ulli Eickmann. „Trh zatím testujeme, ale vidíme ve Francii velký potenciál." Do konce května se otevřou další pobočky ve Frouard a Pont-a-Mousson. Společnost Takko Fashion je zastoupena v 17 zemích téměř 1 900 pobočkami, patří k nejúspěšnějším módním diskontům v Evropě.

Foto: Takko Fashion

ČOKA
NOVÝ TYP ŠKOLENÍ

Zlín – V dnešní době se může úspěšně prosadit na trhu pouze ten podnikatel, který věnuje náležitou péči lidskému potenciálu ve své firmě. Především obchodní firmy musí dbát také na to, aby jejich zaměstnanci měli jak technické a odborné znalosti o zboží, které prodávají, ale také, aby ovládali tzv. měkké dovednosti, jejichž znalost je často základem prodejního úspěchu a prodejní úspěch je zase základem konkurenceschopnosti každé firmy.

Česká obuvnická a kožedělná asociace (ČOKA) nabízí výrobcům, ale také velkoobchodům a maloobchodním prodejcům školení „ušitá přímo na míru" a podle potřeb jednotlivých firem. Školení se může realizovat i pro menší počet zájemců na sekretariátu ČOKA ve Zlíně, v případě požadavku je možné školení realizovat přímo i v sídle firmy. Nabízí tedy zájemcům dvě formy školení:

- Intenzivní jednodenní školení pro cca 5–7 osob na sekretariátu ČOKA
- Intenzivní jednodenní školení ve firmě

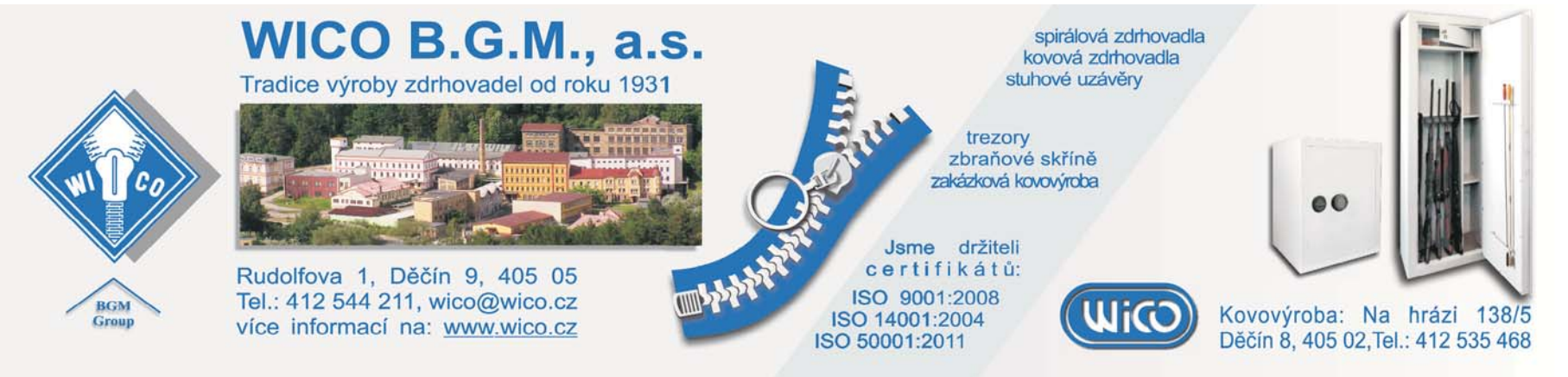
Termíny – průběžně celoročně dle dohody se zájemci a lektory.

Témata školení pro prodejce obuvi a kožené galanterie: Reklamace obuvi a kožené galanterie od A do Z, Sportovní obuv a reklamace, Jak odborně prodávat obuv a kožené galanterii, Profesionální prodavač obuvi (prodejní dovednosti), Anatomie a fyziologie nohy, vady nohou, měření nohou, velikostní systémy – fitting a Odborné zbožíznalectví pro obuv a koženou galanterii (výrobní technologie, materiály, konstrukce).

Témata školení pro výrobce obuvi a pro velkoobchody: Nové požadavky EU na pracovní oděvy a obuv, Management životního prostředí, systémy: ISO 14001 a EMAS, Ekodesign a výrobní inženýrství, sociální a obchodní legislativa, Bezpečnost práce a ochrana zdraví v obuvnické a kožedělné výrobě, Udržitelné výrobní procesy a technologie v obuvnictví, Udržitelné materiály a komponenty v obuvnictví, udržitelné obaly, dodavatelský řetězec a logistika v obuvnictví a Enviromentální legislativa, REACH a další legislativa týkající se obuvnického průmyslu.

V případě zájmu kontaktujte sekretariát ČOKA. Kontakty najdete na www.coka.cz

inzerce



Zlín

STUDENTSKÁ PŘEHLÍDKA EXI(S)T

sf Zlín – Letošní lokace, zvolená pro módní studentské přehlídky Exi(s)t 2018, byla velmi netradiční. Šlo o vnitřní prostor Městských lázní Zlín.

Exi(s)t je každoročně organizovaná módní přehlídka bakalářských a magisterských prací, které vznikají v Ateliéru Designu oděvu na Univerzitě Tomáš Bati ve Zlíně. Vzbuzuje velký zájem médií, milovníků módy, blogerů, ale i laické veřejnosti. Tato módní událost přilákává do Zlína redaktory kulturních portálů a magazínů, fotografy i významné osobnosti. Také značně rozvíjí umělecký a módní rozhled návštěvníků. Studenti zúročují svoje získané vědomosti z oblasti marketingu, komunikace a propagace akce.
Svoji tvorbu letos v polovině června představily Michaela Hriňová, Eva Papoušková, Barbora Mrňáková, Adriana Šatková, Sabina Chrastilová, Renata Horáková, Adriana Komárková a Magdalena Mikuličáková. Módní prezentaci modelů, z nichž byla patrná energie jejich autorů, chuť si pohrát s barvami, střihy i materiály, kvalitní zpracování a nápaditost modelů, jakož i odraz minulosti, doplnila vhodná hudba. Na modela si zahrál také úspěšný mladý módní návrhář Jan Černý. Po módní přehlídce všech zmíněných studentek

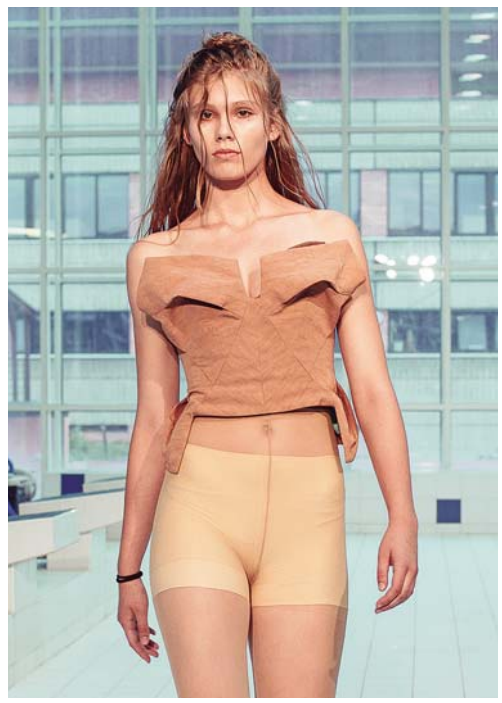


Foto: Tomáš Gál

měli návštěvníci možnost zhlédnout pohromadě všechny modely pohromadě, v rámci improvizovaného showroomu přímo v městských lázních. Večer plný kreativní módy uzavřela after party konaná ve Photogether gallery, což je bývalý atomový kryt. Nutno dodat, že v prostorách tohoto místa lze dodnes cítit atmosféru jeho původního účelu.

Nike

COSTUMIZACE SNEAKERŮ

Praha – Jedinečný zážitek nabízí značka Nike. Zákazník si může sám navrhnout sneakery Air Force 1 iD.

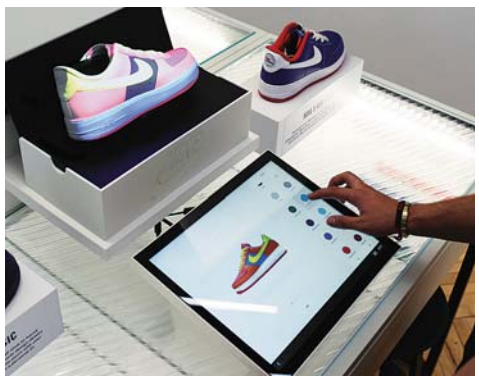


Foto: Nike

Bílá varianta je umístěna v pracovním prostoru zařízení NikeiD Direct, odkud je připojena ke konfigurátoru NikeiD. Jakmile si zákazník vybere barvy a materiály, projektují se na obuv přímo před jeho očima. Když odsouhlasí finální verzi, návrh se předá do výroby. Zážitek z vlastního návrhu si poprvé mohli vyzkoušet zákazníci v prodejně Niketown v Londýně. Nyní je od července limitovaná edice sneakerů Serena x Air Force 1 iD k dispozici pro vlastní návrhy i v USA. Zákazníci si mohou zvolit mezi barvou prémiové usně, dvěma druhy podešve a zlatými akcenty.

Gardabags

NOVÝ VELETRH KOŽENÉ GALANTERIE

Riva del Garda – Módní doplňky jsou stále důležitější pro vytváření jedinečného a výrazného stylu. Jako reakce na zvýšenou poptávku ze strany spotřebitelů byl v rámci červnového veletrhu Expo Riva Schuh uveden nový výstavní projekt Gardabags. Na 2 000 m² výstavní plochy se představilo 62 firem z Itálie, Číny, Indie, Spojených arabských emirátů, Polska, Španělska, Německa a Portugalska.

„Bylo pro nás důležité vytvořit událost, která okamžitě nabídne vysokou úroveň internacionalizace," uvedl Giovanni Laezza, výkonný ředitel výstavní společnosti Riva del Garda Fierecongressi. „S Gardabags chceme nabídnout nákupčím, kteří přijíždějí na veletrh Expo Riva Schuh, další příležitost a společnou platformu pro obuv a doplňky." Na veletrhu se představilo mimo jiné několik italských firem z Trentina, které předvedly řemeslné umění a kvalitu svých produktů vyráběných na bázi přírodních nebo recyklovaných materiálů. „Přítomnost těchto firem," komentovala Carla Costa, manažerka Riva del Garda Fierecongressi, „nám umožňuje soustředit se také na otázky udržitelnosti a cirkulační výroby, které se ve světě módy stávají čím dál tím důležitějšími. Chceme také nabídnout nový model pro řemeslnou výrobu, který sdružuje staré dovednosti s novými digitálními a sociálními kompetencemi."
Podle veletrhu se nové trendy kabelek vyznačují širokou škálou barev, včetně fialové, intenzivní růžové, žluté, modré a červené. Vedle usní se objevovalo víc techno materiálů. Například neopren se nabízel na formátu, který lze prát a může se používat různými způsoby od psaníčka až po batoh a zcela se tak přizpůsobí individuálnímu vzhledu. Pro léto se představila celá řada plážových tašek, včetně doplňků, jako jsou sladěné sandály, náhrdelníky a náramky. Z materiálů se hodně využívá bambus, který se uplatní na elegantních pevných psaníčkách a originálních košících.

Foto: TGardabags

Sassa Mode

KDYŽ DUŠE PŘEMÝŠLEJÍ BAREVNĚ

Jablonec nad Nisou – Jaro začíná, když naše duše opět přemýšlejí barevně. V souladu s tímto motem uvítá společnost Sassa Mode nové roční období v rozmanitých barvách a vzorech. Letní kolekce Sassa fashion a Sasa selection 2019 kladou důraz na ženskost a letní svěžest.

Decentní potisky, žakáry a jednobarevné modely s barevně odsazenými detaily jsou zkombinovány se svůdnými krajkami, tylovými a síťovanými vsadkami či květinovou krajkou. Vzrušující střihy a vzory jsou doplněny pudrovými a vzdušně sorbetovými odstíny. Velmi kvalitní materiály jsou zárukou nejvyššího komfortu během nošení a hladce zpracované modely se neproznačují ani pod přiléhavým letním oděvem. Vzhled a pohodlí jsou i nadále velmi důležité především u střihu košíčků, přesto nejsou tyto modely ochuzeny o designová řešení. Dobře padnoucí střihy, až do velikosti košíčků F, jsou perfektně zkompletovány se svěžími, letními potisky a lehkými materiály. Díky rozmanitosti jednotlivých sérií si vybere každý dle svého vkusu.

GENTLE SPRING

Jemné grafické elementy v potisku se objevují v harmonické souhře s květinovou krajkou a tvoří základ této překrásné série v barvě smoky rose.

LOVELY SUMMER

Úžasný, grafický, kosočtvercový žakár v barvě smoky rose podložený kontrastním mikrovláknem v perlové barvě je zjemněn růžovo-zlatými akcenty.

PURE PLEASURE

U série Pure Pleasure jsme vsadili na absolutní mondénnost. Bezkosticová podprsenka Push-up ve výrazné grenadině vykouzlí dekolt vhodný pro letní dny a bezkosticové zpracování zaručí pohodlí během nošení.

Italská pánská móda

NÁRŮST TRŽEB O 3,4 %

Foto: Pitti Uomo © Enrico Labriola

Florencie – Při příležitosti veletrhu pánské módy Pitti Uomo ve Florencii byly zveřejněny výsledky italského pánského oděvního sektoru za rok 2017. Italská pánská móda vykázala zvýšení tržeb o 3,4 % a překonala tak původní předpoklad růstu o 2,1 %. Celkové tržby činily 9,3 mld. EUR, což představuje 17,2 % celkových tržeb italského textilního a oděvního sektoru a 27,4 % tržeb oděvního sektoru.

Pozitivní výsledky zaznamenalo také pletené zboží (+ 7,6 %) a výroba oděvů (+ 3,4 %), zatímco výroba košil a usňového ošacení klesla o víc než 2 %. Nejvíc se propadly tržby za kravaty (-9,5 %). Export představoval 65,5 % celkových tržeb a dosáhl 6,1 mld. EUR (+ 5,2 %). Vývoz do EU se rovněž zvýšil o 4,1 %. Nejvyšší tržby byly dosaženy ve výši 662 mil. EUR (+ 10,1 %) v Německu, které vytlačilo Francii jako dosavadního nejdůležitějšího odběratele italské pánské módy až na třetí místo. Druhým největším trhem se stala Velká Británie (+ 8,3 %), pak Francie (+ 3,8 %) a Španělsko (+ 3,9 %). Mimo EU se export do Švýcarska zvýšil o 7,5 %, zatímco do USA se již druhý rok za sebou snížil (-5,1 %). Největším trhem se stalo Rusko, vývoz vzrostl o 19,6 %. Vývoz do Číny se zvýšil o 18,3 %, zatímco do Japonska klesl (-5,1 %).

inzerce

Butterfly CB

Výroba textilních etiket
Tkané etikety,Tištěné etikety
Plastové 3D etikety

BUTTERFLY CB s.r.o
Horní Třebonín 8
382 01 okr.Č.Krumlov
butterflycb@post.cz
Tel.385 513 430

www.butterflycb.cz

Denní a noční prádlo pro podzim a zimu 2018/19

POHODLÍ, VÍCEFUNKČNOST A KOMBINOVATELNOST

js Praha – U denního a nočního prádla a domácího oblečení je stále důležitější pohodlí, moderní styl a vysoce kvalitní materiály. Nová sezona se představuje v mnoha podobách, od čistého moderního looku až po svůdné krajkové prádlo. Hranice mezi nočním, denním prádlem a domácím oblečením stále víc mizí, v dámských i pánských kolekcích se hodně objevují sportovní vlivy athleisure. Hybridní modely se mohou nosit jako spodní, ale i vrchní část oblečení nejen pro doma, ale i na běžné nošení venku.

DÁMSKÉ PRÁDLO

Dámské kolekce určují vysoce kvalitní materiály, jako je hedvábí, kašmír nebo samet, multifunkční kvality jako MicroModal ve směsi s merinovou vlnou, bambusové vlákno s Tencelem a směsi merinové vlny s hedvábím. Luxusní vzhled podtrhují metalické akcenty a třpytivé efekty, krajky a síťovinové vsadky.

V barevnosti je trendovou barvou červená, ať už třešňová nebo vínová, která se odvážně kombinuje s růžovou pink, a čokoládová hnědá, která je konkurentem oblíbené černé. Vedle nich se objevuje také oranžová, fuchsiová, syté tóny zelené, fialové, modré, petrolejové a oceánové tyrkysové, žlutá jako moderní akcent. Grafické, digitální a florální tisky vyzařují lehkost a mohou se různě kombinovat.

Denní prádlo

V dámském oblečení se linie pasu posunuje směrem vzhůru. Nová silueta se projevuje i u nových modelů prádla jako jsou kalhotky s vyšším pasem nebo korzetové podprsenky. Hodně se objevují kalhotky s polotransparentním nebo krajkovým zadním dílem. Vracejí se body jako reminiscence na 80. léta v různých provedeních od puristických přes nostalgické až po svůdně femininní s rafinovanými výstřihy na zádech. Multifunkční podprsenky bralette se vyznačují luxusním zpracováním a kombinací jemné krajky s tylem a saténem. Komfortní spacer podprsenky se zhotovují z měkkých materiálů, jsou prodyšné a nerýsují se pod přiléhavým oblečením. Na krajkovém prádle se uplatní nejen motivy růží a dalších květů, ale i reliéfní organické motivy jako jsou listy a rostliny. Košilky se zabudovanými košíčky, které přirozeně tvarují poprsí, se doplňují zdobnými kalhotkami. Hybridní modely mezi prádlem a vrchními topy s nápadnými dekorativními krajkami kolem výstřihu, na ramenou a rukávu se uplatní i jako součást vrchního oblečení.

Noční prádlo a domácí oblečení

Také v nočním prádle se objevují dekorativní krajky a výšivky, které mohou být rafinované umístěné v pase, na rukávech, výstřihu nebo lemu. Vedle romantických panelových tisků se objevují i stylizované dezény trav, květů a peříček, japonsky inspirované motivy, krajkové vsadky, aplikace, výšivky a grafické vzory ve stylu art déco. Typické jsou splývavé hedvábné satény, lemy s třásněmi, ornamentální výšivky. Vracejí se kimona, boxerské šortky, košilky a kombiné. Hodně se využívají efekty třpytu a lesku na výpustkách, ozdobných švech, nápletech nebo na solitérních tiscích. Novinkou u pyžam jsou ornamentální tištěné vzory, květinové potisky, nitkové nebo výrazné markýzové proužky.
Domácí oblečení se hodně inspiruje sportovním oblečením. Patří sem trička s krátkým a dlouhým rukávem s přepadávající náramenicí nebo netopýřími rukávy, kalhoty inspirované oblečením na jógu, rovné nebo 7/8 kalhoty v mrkvovém tvaru. Domácí šaty se vracejí v moderní intepretaci, v nových délkách a materiálech. Mohou mít rolák nebo výstřih s vodopádem. Zajímavým námětem jsou kabátky a pulovry z fleecu a hedvábného sametu s širokými kalhotami palazzo. Mladistvé působí přiléhavé střihy s klokaními kapsami, kapucí nebo rolákem. Všechno lze vzájemně kombinovat.

Marie Jo

DAY DREAMY

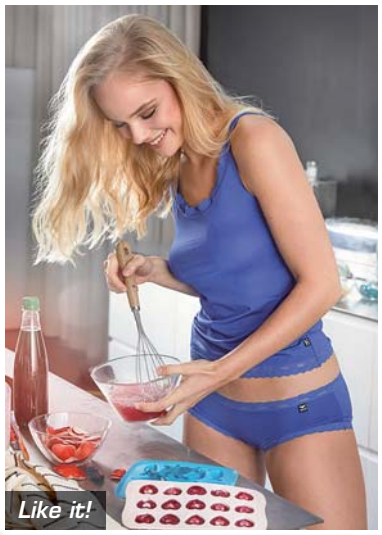
Romantický a smyslný námět v jemných pastelech s vintage detaily, hravými akcenty, krajkami a transparencí je určen pro ženy s převahou dívčí stránky, které rády sní. Okouzluje lehkostí a frivolností, dotekem vintage, ale také inovacemi a momenty překvapení.

Zimmerli

Hanro

OPEN MINDED

Námět pro ženy, které kladou důraz na styl a pohodlí zároveň, touží po svobodě bez jakéhokoli omezování a časových limitů. Přírodní tóny, etno tisky a tradiční řemeslná zručnost jsou základem trendu, který vyjadřuje hlubokou touhu po zdravějším životě.


Like it!

EXPRESSIVE

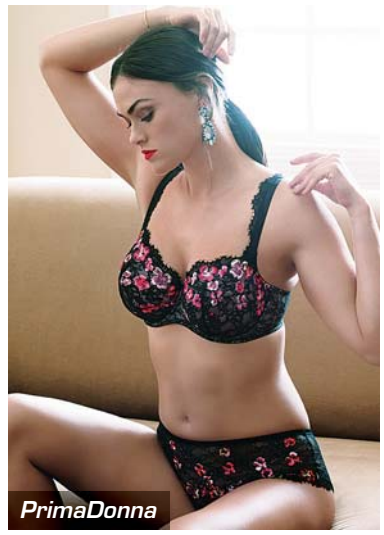
Sportovně laděný námět s jasným vedením linií, vysokým komfortem pro nošení a výraznými barvami ocení sebevědomé ženy, které upřednostňují funkčnost. Styl Athleisure pro běžné oblečení s architektonickou vizí zaměřenou na samotnou podstatu nositelnosti.

Nina von C.

FRAGRANT

Vyzývavý, vábivý až provokativní námět s výraznými barvami, moderními a pohodlnými střihy pro odvážné ženy, které milují klasiku. Florální motivy v neobvyklém provedení na prádle v odvážných kombinacích barev a materiálů s motivy listů a podzimních hub.

Lascana


PrimaDonna

Andres Sarda

Empreinte

MYSTERIOUS

Tajuplný námět se špetkou magie s černými krajkami, transparencí, svůdnými a půvabnými detaily a atraktivními střihy je určen ženám s velkou sebedůvěrou. Imaginární svět mystické ženskosti spojuje vizuální dojem materiálů s hledáním lehkosti.

PÁNSKÉ PRÁDLO

Kolekce vykazují funkčnost, pohodlí pro nošení a moderní výraz. Důležité jsou přírodní a udržitelně vyráběné materiály s moderními povrchovými úpravami a jemným omakem.

Hanro

U domácího oblečení navozují luxusní pocit směsi bavlny a kašmíru. V barevnosti jsou novinkou červené a švestkové tóny, fialová a bordó, které oživí nabídku v běžných modrých, šedých a černých tónech. Variantou k šedým melanžím jsou červené melanže, které se mohou kombinovat se vzory v tmavých tónech. Přídavné efekty navozují kontrasty matu a lesku. Ve vzorování se objevují proužky, puntíky, kára, kravatové a minimalistické tisky, abstraktní florální vzory a barevně sesazené bloky. Využívají se i dezény z pánských oblekovin jako je kohoutí stopa, glenčeky nebo pepita.

Denní prádlo

Moderní kombinovatelné série ve sportovně klasickém vzhledu se nabízejí z bavlněných či mikrovlákenných tkanin nebo úpletů s elastanem, které zaručují dokonalé padnutí. K oblíbeným patří pohodlné boxerské šortky a funkční prádlo jako jsou trička udržující příjemné mikroklima, regulující teplotu a odvádějící vlhkost. Trička a kalhoty z bavlněných výplňků vybavené efektem Quick Dry se hodí jako pro sportovní aktivity, tak domácí relax. Nabízejí pohodlí pro nošení a rozmanité možnosti kombinování.

Noční prádlo a domácí oblečení

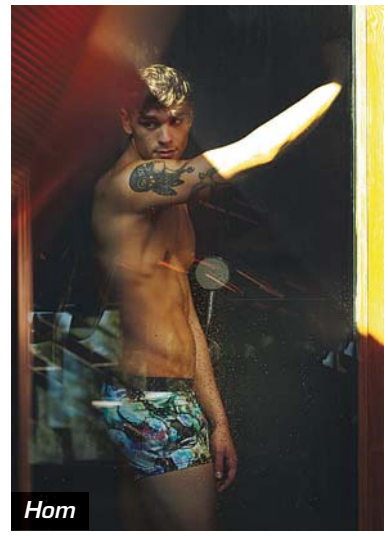
V trendu jsou pěstěná pánská pyžama. Mohou být klasická z tkanin nebo pohodlná a sportovní z elastického žerzeje s náprsní kapsou, výpustkovými švy a konfekciovaným límcem. Vaflová piké, smyčkoviny, fleece a pletařské struktury se vyznačují tlumenou barevností a decentními tisky. Vše působí decentně a tón v tónu. Imitují se i vzory z oblekovin jako je kohoutí stopa, pepita a glenčeky. Barvy působí jakoby byly vybělené sluncem, vše je sladěné spíš monochromaticky bez ostrých kontrastů.
Domácí oblečení charakterizují moderní střihy, kvalitní bavlna a barevnost. Zatímco horní díly jsou většinou jednobarevné, kalhoty jsou vzorované ležérními proužkovými káry, kašmírskými nebo abstraktními minimalistickými tisky. Vše doplňují ležérní mikiny.

PRINT IT!

Díky novým digitálním technikám se prádlo může potiskovat realistickými nebo panoramatickými fototisky nebo individuálně navrženými celoplošnými motivy. Novinkou jsou modely z žerzeje, na nichž působí tištěné motivy velmi plasticky a zářivě.

Calida

Bruno Banani


Hom

Calida

Hajo

Hanro

URBAN RELAX

Prosté, moderní, praktické a nekomplikované prádlo v zimní paletě barev vínové, zelené, šedé a denimové modré, které je příjemné na nošení a perfektně padne. Určující jsou strukturní materiály, stylové dezény a decentní monochromní tisky.

Foto: archiv firem

FASHLETICS

BY TAMARIS

Wortmann Group, Detmold · Tel: +49.52 31.605.124 · Fax: +49.52 31.605.5.124 · E-mail: info@wortmann.com · wortmann.com
Afeli s.r.o. · Iva Machackova · Tel: +420 543 33.10.07 · Mobile: +420 603 10.95.25 · E-mail: iva.machackova@wortmann.com

Punčochové zboží pro podzim a zimu 2018/19

NÁPADNÉ VZORY, LESK A TŘPYT

js Praha – Punčochové výrobky jsou pro zimu nejen funkčním, ale také výrazně módním doplňkem, který přitahuje pozornost na nohy. Velkým námětem je lurex, který se může uplatnit jen jako detail nebo celoplošně. Do módy se opět vracejí legíny, které mohou být zhotovené z elastického sametu s lesklým bočním švem, z úpletů ve vzhledu denimu nebo usně.

Wolford

Wolford

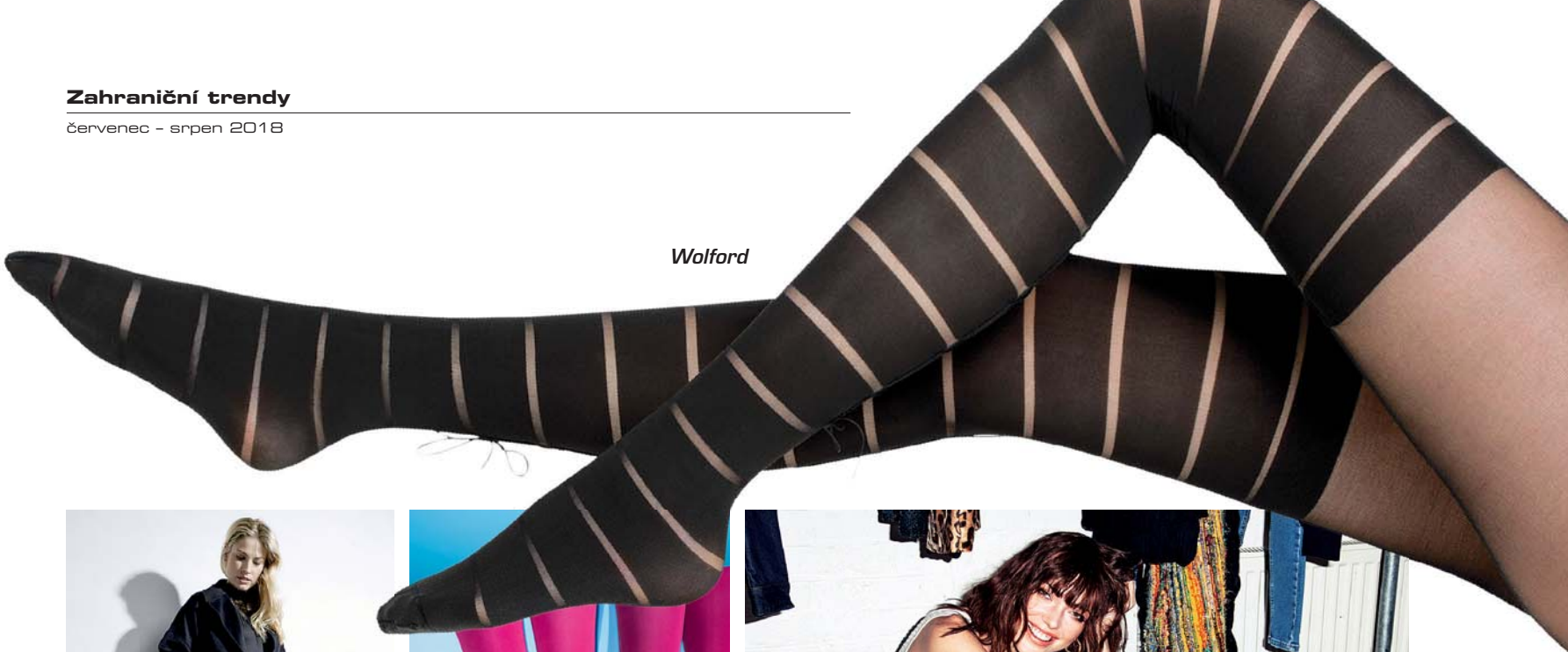
DÁMSKÉ KOLEKCE

Různé modely s příměsí lurexu se představují buď jako uni nebo s jemnými proužky a jsou alternativou k neprůhledným punčochám. Duhově měňavé lesklé příze podtrhují zářivost barev. Rafinované proužky se kombinují s efekty transparence. Módní jsou také síťové punčochy v nejrůznějších variantách a barvách. Transparentní modely zdobí květinové vzory ve formě úponků, také jako celoplošné vzory nebo jen jako šev se zlatým lurexovým akcentem. Objevují se japonské vlivy s motivy vějířů, motýlů, kaligrafických nápisů, na ponožkách se prezentují vzory třešňových květů. K nápadným patří také ponožky v retro stylu nebo inspirované stylem disko 70. a 80. let. Hra divokých vzorů a směsí přízí dává vyniknout zářivým a třpytivým punčochám i legínám. Důležitými akcenty jsou klasické argylské vzory ve svítivých neonových tónech a svítící efekty ve tmě. Lurexové ponožky s lemem zdobeným pajetkami se mohou nosit jak ke sneakerům, tak ke střevíčkům na vysokém podpatku a šatům.

Burlington

Kunert

Falke

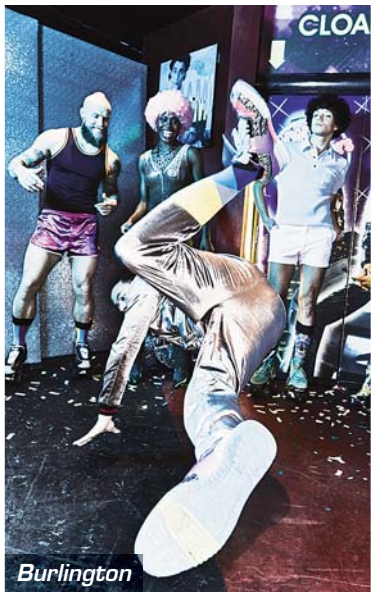

Wolford

Falke

Kunert

Wolford

Falke


Burlington

Falke

PÁNSKÉ KOLEKCE

Ponožky splňují nejen funkční vlastnosti, ale jsou důležitým poutačem pozornosti, zvlášť u kalhot se zkrácenou délkou. Ponožky ze směsi bavlny s polyamidem a Lycrou zaručují příjemný pocit pro nošení. Nechybějí ani ponožky v denimovém looku a ponožky do sneakerů v abstraktním kamuflážovém vzhledu. Sportovní ponožky využívají jak high-tech příze i směsi s přírodními vlákny. Vyznačují se lehkostí, prodyšnosti, rychle schnou a sedí jako druhá kůže. Pro running jsou módní podkolenky v křiklavých barvách.

DĚTSKÉ KOLEKCE

V dívčích kolekcích se objevují hřejivé punčocháče z plyšových přízí s roztomilými motivy oveček nebo mráčků. Na tmavých punčocháčích vykouzlí vplétané lurexové příze zajímavé lesklé efekty. V chlapeckých kolekcích upoutají ponožky v námořnických barvách, kdy na levé ponožce je nějaký cool slogan a na pravé ponožce motiv majáku. Důležité jsou také přídavné svítící efekty ve tmě. Pro větší chlapce se nabízejí ponožky s modrými, bílými a zelenými ploutvonožci, které se proměňují do stylových kamuflážových vzorů.

Falke

Falke

Falke

Foto: archiv firem

Trendy punčochových výrobků podle společnosti Invista

Wilmington – Společnost Invista ve spolupráci s trendovou agenturou Stijlinstituut Amsterdam představila osm globálních trendů punčochového zboží pro podzim a zimu 2018/19, které exkluzivně vyvinula pro svou značku Lycra. Punčochové výrobky byly navrženy tak, aby poskytovaly maximální pohodlí, styl a využívaly celé portfolio vláken společnosti Invista pro ponožky a punčochy.

SHEER LUCK

Punčochy si pohrávají s transparencí a texturou, aby oslavily krásu pokožky. Podle tónu pokožky splývají lehce vyvýšené proužky z neprůhledných vláken buď subtilně, nebo kontrastně s expresivním účinkem. Model je vyroben technologií 3D Lycra a nabízí větší volnost pohybu, jednotně sladěný vzhled a měkčí, hladší omak.

SELF IMPROVEMENT

Punčochové kalhoty pro každodenní nošení se inspirovaly oblečením pro aktivní sporty s kontrastně sestavenými barevnými bloky. Jsou nápadné, organické a podtrhují křivky. Perfektně padnou a jsou super pohodlné díky technologii Lycra Freef! T, která zabraňuje sklouznutí.

COMFORT SEEKERS

Model se inspiruje kozačkami nad kolena ze 70. let, které se nosily přes neprůhledné punčochové kalhoty. Punčocháče jsou zhotovené technologií Lycra Soft Comfort, která nabízí vynikající komfort a dokonalé padnutí, a přesto umožňuje volnost pohybu, což ocení ženy, které jsou často na cestách.

PERFECT HUE

Intenzivní černá barva je perfektním základem, na kterém mohou vyniknout odvážné vzory a barvy s dramatickým účinkem. Tento model s šokujícími žlutými skvrnami nabízí také funkční výhody díky technologiím Thermolite, udržující nohy v teple a suchu, a Lycra Leg Care s odstupňovanou kompresí.

MAKE IT MINE

Tento model navozuje iluzi dokonale sjednocených tónů pokožky díky technologii Lycra Living Lights, která nabízí sytější módní tóny. Rytmický tištěný vzor rybí kosti na poloprůhledných punčocháčích se stává dynamickým lineárním vzorem, který mate na pohled a navozuje iluzi pohybujících se rozmazaných šmouh na základě průsvitnosti a vícevrstvé grafiky.

FLEX DENIM

Bezešvé denimové legíny vyrobené technologií Lycra Hybrid jsou roztažné do všech směrů a pohodlné jako joggingové kalhoty, módní jako tradiční džíny a mnohostranně využitelné jako punčochové kalhoty. Opotřebovaný a roztrhaný efekt na kolenní partii vznikl efektem prolamovaného pletařského vzoru, který vydrží opakované praní a nošení.

CONSIDERATE CONSUMER

Velmi měkké ponožky, vyrobené z 97 % z recyklovaných zdrojů včetně plastových lahví, cílí na uvědomělé spotřebitelky, které upřednostňují udržitelnost, funkčnost a trvanlivost. Díky technologii Coolmax EcoMade udržují nohy v příjemném mikroklimatu, suchu a pohodlí.

SERIOUS SPORTS

Podkolenky navržené pro sportovce s technologií Lycra Energize, která umožňuje odstupňovanou kompresí, podporuje svalstvo a zlepšuje krevní oběh. Grafické vzory na způsob pancíře mapující anatomii nohou lemují reliéfní proužky. Tvarovaný lem je měkký a polstrovaný pro větší pohodlí.

Foto: Invista © / Lycra®

MARCO TOZZI®

protože chci!

KABO
18.08. - 20.08.
PAVILLON F
STAND 016

MARCO TOZZI Shoes GmbH & Co. KG
Marketa Canikova | tel.: +42 724990369 | e-mail: marketa.canikova@marcotozzi.com

Trendy kožené galanterie pro podzim a zimu 2018/19

KREATIVNÍ MIX A NEKONVENČNÍ VZHLED

Cinque

js Offenbach – Trendy kabelek směřují k individuálnímu a jedinečnému výrazu. Prosté basic kabelky mohou mít vyměnitelné řemeny, třeba s metalickou úpravou. Do zimní módy se stále víc prosazují kabelky ve světlejších i odvážných křiklavých barvách s převahou červené od minikabelek až po velké shoppery. Důležitá je také haptická i optická měkkost kabelek, hodně se využívají velury, které oživuje jemně třpytivý povrch. Oblíbené jsou kombinace veluru a hladké usně, lakové usně s matovými detaily, extravagantní ražené motivy kroko nebo prostá úprava vintage ke kožešinovým aplikacím.

Na kabelkách se také objevují módní kára, glenčeky, kohoutí stopa nebo zvířecí potisky. Klasické batohy už patří ke standardu. Jejich prostý vzhled a sportovní tvary oživují zlaté nebo stříbrné komponenty, aplikace velkých nýtů nebo třpytivé detaily. Vracejí se také kreativní modely, které zaujmou ručním řemeslným zpracováním. Jsou to například šňůrky zapletené do řemenů nebo ozdobné štepování. Vše umocňují nápadné křiklavé a neonové akcenty. Čtyři zásadní trendy kožené galanterie pro podzim a zimu představil veletrh I.L.M v Offenbachu.

PAST BLAST

V dámském i pánském oblečení se objevují vlivy 70. let, vojenské prvky, inspirace pracovním oblečením. Z materiálů jsou důležité vlněné tkaniny vzorované káry, glenčeky a rybí kostrou, kordy, denimy, plyše a strukturní úplety. V barevnosti kožené galanterie dominují teplé přírodní tóny v kombinaci s chladnými tmavými zimními tóny. Základem je blátová, tmavá olivová a rezavá červená. Zlatožlutá svítí v kontrastu k námořnické modré. Oříšková hnědá a béžová spolu s čokoládovou hnědou a tmavou tyrkysovou nabízejí nové možnosti kombinací.
U dámských kabelek se objevují jak čisté geometrické tvary, tak rozmanité váčkové tvary, shoppery, kabelky ve stylu královny matky (queen mum bags) a brašnové modely. Nubuk vykazuje sametový vzhled a postřižené kožešiny v kombinaci s usní nappa symbolizují spojení s přírodou. Vlivy 70. let se objevují na uzávěrech, přezkách, upevnění řemenů a předním okraji. Dekorativně působí bičové stehy a kraje obšité kontrastní nití. Pánské gaučovské tašky se představují s úpravou vintage, z hladké usně nappa s úpravou crash nebo v kombinaci usně s plstí. Nové shoppery, batohy a pracovní brašny se inspirují brašnami na helmu a vojenskými taškami na mapy. Batohy inovují kombinace materiálů, patinovaný povrch a nášivky.

Tom Tailor

Gabor

Tamaris

Marco Tozzi

Joop

Joop

ADVANCED IMPACT

Námět vytvářející napětí mezi moderní strohostí a lehkostí. Typické je přesné vedení střihu, athleisure v kombinaci s klasikou a nové vrstvení. Techno materiály se objevují vedle voluminózních vlněných úpletů, splývavých žerzejů a usní. Základem jsou klidné chladné tóny jako je antracitová, šedá nebo hnědá, zesvětlené svítivou sněhově bílou a doprovázené pálenou oranžovou. Zimní atmosféru podtrhuje barva portského vína a tmavé starorůžové. Neutrálně působí asfaltová, čistá šedá a stříbrná. Nové shoppery oživují prvky kufrů, kabelky nezapřou inspiraci kosmetickými kufříky. Prosté batohy a čisté shoppery z pevné usně nappa často zdobí kontrastní řemeny. Kabelky s geometrickými konturami ozvláštňují obrovské spony. Absolutním must-have jsou kulaté tašky ve formátech od mikro až po XL. Převažují hladké usně s lícovou kresbou a velury v sametovém vzhledu. Pogumovaný povrch propůjčuje barevným tónům sytou hloubku a ultramoderní výraz, metalický třpyt dodává elegantní ráz.
Pánské batohy nebo vaky lze snadno přeměnit na sportovní tašky, hobo na batoh a ledvinku na crossbody tašku. Batohy v nových dimenzích působí čistým dojmem, mají nové varianty uzávěrů. Byznys tašky se představují s klidným řešením detailů.

NOCTURNAL ATTITUDE

Glamour a dekorativní elegance se pojí se sportovností. K hedvábí a saténu se přidávají sametové kvality a voluminózní kožešinové lemy. Barevnost námětu je mystická a glamour zároveň. Černá je v centru pozornosti, k ní se přidávají nuance od temně fialové přes noční modrou, sytou tyrkysovou až po burgundskou červenou. Červená vnáší drama, metalické odstíny zas svítivý kontrast. Dámské shoppery a střední formáty kabelek s čistými konturami a metalicky třpytivým povrchem jsou základem. Střední formáty až po malé kabelky s klopnou nebo řemenem přes rameno zušlechťují lesklé efekty. Váčkové modely a minikabelky ze sametu nebo metalické usně se nosí běžně přes den. Prosazují se výrazné řemeny přes rameno, jsou zdobené nýty, kožešinou s dlouhým vlasem nebo 3D aplikacemi. Jako přídavné ramenní řemeny se uplatní řetězy. Rohy a kraje zdobí kovové prvky, uplatní se i nejrůznější velikosti nýtů.
Pánská psaníčka se zápěstním řemínkem jsou doplňkem k iPhonu a patří k must-have pánské módy. Batohy fungují jako základ pro nápadné tisky, intarzie a aplikace nýtů. Shoppery zdobí solitérní efekty splétání. K tomu se přidávají povrchy s metalickými a vintage efekty. Kovové komponenty jsou většinou funkční, nenápadné nebo slouží v lesklém zlatě jako výraz luxusu.

Marc Cain

Gabor

Tom Tailor

Tamaris

Fred de la Bretonniere

Shabbies Amsterdam

Marc Cain

WORLD COLLECTIVE

Námět s folklorními inspiracemi kultur celého světa. Virtuální realita, vlivy streetwearu a urbanwearu ve směsici s klasickou konfekcí. V barevnosti převládají spíš neutrální tóny jako čokoládová hnědá a břečťanová zelená, přidává se dýňová oranžová, svítivá oranžovočervená a majestátní fialová. Zářivé aspekty přináší královská modrá. Městský vzhled podtrhuje chladná našedlá zimní modrá. Vše spojuje černá a v kombinacích působí jako kontrast. Povrch může být lakovaný, hladký, velurový nebo ražený.
V dámské módě konkurují batohy váčkovým modelům nošeným křížem. Velikosti kabelek a tašek si pohrávají s extrémy, buď jsou to obrovské formáty u shopperů a kabelek hobo nebo mikrominiformáty pro kabelky jakékoli barvy. Typické jsou barvy řazené do bloků a tónově sladěné včetně komponentů. Nápisy, loga a slogany inovují řemeny a nylonové popruhy.
U pánských tašek hrají hlavní roli objemné víkendové tašky, batohy a shoppery. Mohou mít kontrastní řemeny, velkoformátové tisky log nebo celoplošné tisky. Ledvinky se inovují technickými kvalitami a podle nejnovějších trendů se nosí vpředu na hrudi. hodně se využívají high tech materiály, s matně pogumovaným povrchem a vodoodpudivou úpravou. Mezi detaily jsou důležité technické uzávěry, masivní zdrhovadla a srolované klopny.

Foto: veletrh ILM Offenbach a archiv firem

Zdravotní obuv 2018

FUNKČNÍ, LEHKÁ A ZÁROVEŇ MÓDNÍ

js Praha – Zdravotní obuv se stále víc zbavuje negativních předsudků a směřuje k módní komfortní obuvi, která se stává stále oblíbenější i u mladých lidí. Souvisí to s casualizací módy jako takové, kdy spotřebitelé obecně upřednostňují ležérní a pohodlný styl. Komfortní obuv ocení nejen lidé s problémy zad nebo nohou, ale také všichni, kteří tráví valnou část dne na nohách, tedy v oblasti byznysu, zdravotnictví, gastronomii a službách. Není třeba se ani vzdávat se podpatků. Naopak, podpatky mají takovou výšku, aby byla vhodná jak po zdravotní stránce, tak i pohodlná. Komfortní lodičky jsou zpracované z měkkých prodyšných materiálů, mají vyjímatelné vložky, takže lze využívat i individuální ortopedické vložky.

Romika

Nové kolekce komfortní obuvi se představují se stylovým výrazem v různých trendových barvách. Stejně jako módní modely jsou kotníčkové a holeňové boty často vybaveny módními přezkami, kožešinovými náložkami, třásněmi, dekorativními knoflíky nebo šněrováním. A co zajímavého lze najít v kolekcích jednotlivých výrobců, zaměřených na funkční a pohodlnou obuv, která má zároveň styl?

Australská firma Emu Australia zpracovává australské ovčí kožešiny, které určují charakteristický design kolekcí. Modely v sytých zemitých tónech a zajímavých metalických odstínech oslovují mladou cílovou skupinu mileniálů, kteří rádi cestují. Modely ze série waterproof jsou vybaveny voděodolnou membránou, robustní podešví a upoutají svěžím vzhledem. Kolekce All Weather je vybavena izolačními vlastnostmi až do -30 °C a je ideální pro zimu.

Španělská značka Art nabízí dámskou, pánskou a unisex obuv s nezaměnitelným autentickým výrazem, který se vyznačuje rustikálními akcenty, nápadnými tvary, progresivním designem a barevností. V nové kolekci je na výběr trendová obuv na podpatku, sneakery i holeňová obuv ve vojenském vzhledu. Nové materiály jako přírodní beránčí kožešiny nebo mazané usně podtrhují zimní charakter a přispívají k funkčnosti i optickému vzhledu.

Josef Seibel

Ještě před několika lety byla obuv německé značky Hassia určena ženám nad 70 let, teď už cílová skupina začíná od 40 let. Pro zimu překvapila nabídkou „ulítlých" motorkářských bot, obuvi na klínovém podpatku nebo platformě. Velké oblibě se těší sneakery v šířkách od G do K. Barevnost obuvi dosahuje od světlé slézové přes petrolejovou až po indigovou. Ve vzorování se objevují módní glenčeky a kohoutí stopa, ražené dezény kroko a fantazijní tisky na sametu a usních.

Pro německou značku Ganter je důležité nejen padnutí, materiály, funkčnost, ale také atraktivní vzhled. Kolekce pro podzim a zimu se prezentuje v tmavých barvách s metalickými efekty, raženými geometrickými vzory a florálními tisky. Všechny modely jsou zhotoveny z přírodních materiálů s jedinečnou čtyřbodovou podešví, mají anatomickou stélku a jsou opatřeny pečetí kvality AGR (Aktion-Gesunder-Rücken), kterou propůjčuje nezávislá komise složená z expertů z různých medicínských oblastí.

Také švýcarská firma Joya získala pečeť kvality AGR za pohodlnou obuv na speciální měkké elastické podešvi, která stimuluje aktivní chůzi a stání během dne, odlehčuje kloubům a příznivě působí na záda. Dámská kolekce nabízí sneakery v módních barvách, zimní kozačky s vodoodpudivou membránou PTS a s podšívkou z vlněného flauše. Nový pánský model ID Dress kombinuje byznys vzhled na usňovém svršku s oblíbenou odvalovací podešví kategorie Motion.

V kolekcích německé značky Josef Seibel se uplatní strukturní hověziny s přirozenou lícovou kresbou, mazané nubuky a ležérní teleti-

Foto: archiv firem

Emu Australia

Art

Ganter

Hassia

Tamaris

Gabor

Hassia

Ganter

Hassia

Emu Australia

Tamaris

Joya

Romika

ny s efektem used-look. V barevnosti udávají tón teplé hnědé barvy, ale i svítivá oranžová, červená a akvamarín. V dámské kolekci jsou na výběr baleríny, motorkářská a kotníčková obuv i vysoké kozačky. V pánské kolekci dominuje pruženková obuv, elegantní nízké kozačky, derbovní holeňová obuv a klasické šněrovací polobotky.

Německá značka Romika využívá kombinace materiálů s high tech textiliemi, které podtrhují symbiózu designu a komfortu. Hodně modelů je vybaveno membránou Topdry Tex. Díky mikroskopicky malým pórům je obuv odolná proti větru, dlouho vydrží suchá a je prodyšná. Decentní kamuflážové materiály navozují cool akcenty a třpytivé metalické efekty dodávají klasickým modelům módní švih. Hitem jsou zimní sneakery v nových barvách, s metalickými efekty, zvířecími potisky nebo florálními vzory.

Německá značka Tamaris nabízí kromě módní obuvi také komfortní obuv na masivní podešvi, platformě nebo špalíkových podpatcích. Obuv zdobí nýty, přezky, perličky a dekorativní kamínky, které se uplatní na svršku i podpatcích. Na femininních kopytech se představují nejrůznější tvary obuvi ve zvlášť nápadné paletě červených tónů, od signální přes chilli až po vínovou. Ke stylové městské obuvi patří tzv. sockboots, přiléhavé elastické úpletové modely v černé a námořnické modré, které padnou jako ponožka.

Firma Gabor nabízí vysoké kozačky v šířce lýtka XS až XL, přídavnou pružnost dodávají módní strečové materiály. Pro zimu je nepostradatelná kotníčková obuv s hřejivou podšívkou z beránčí kožešiny na módní profilované podešvi. V trendu jsou také motorkářské boty zdobené nýty. U sneakerů zaujmou miskové podešve v trendových barvách. U kotníčkové obuvi, lodiček a balerín se využívají podešve Hovercraft, které díky vzduchovými komorám nabízejí mimořádně měkký došlap a pružné odvalování.

Z bakalářské práce A Stronger Loving World

Představujeme designéry

ADAM FRK

mk Praha – Adam Frk (23), student prvního ročníku magisterského stupně oboru Fashion design na Fakultě designu a umění Ladislava Sutnara (FDULS) Západočeské univerzity v Plzni, se stal vítězem mezinárodní soutěže HDS/L Junior Award 2018. Vyhlašuje ji německý svaz obuvnického průmyslu (HDS/L Bundesverband der Schuh- und Lederwarenindustrie) za podpory Evropské konfederace obuvnického průmyslu (CEC) se sídlem v Bruselu. Adam Frk uspěl s kolekcí kotníkových bot inspirovaných vojenským stylem.

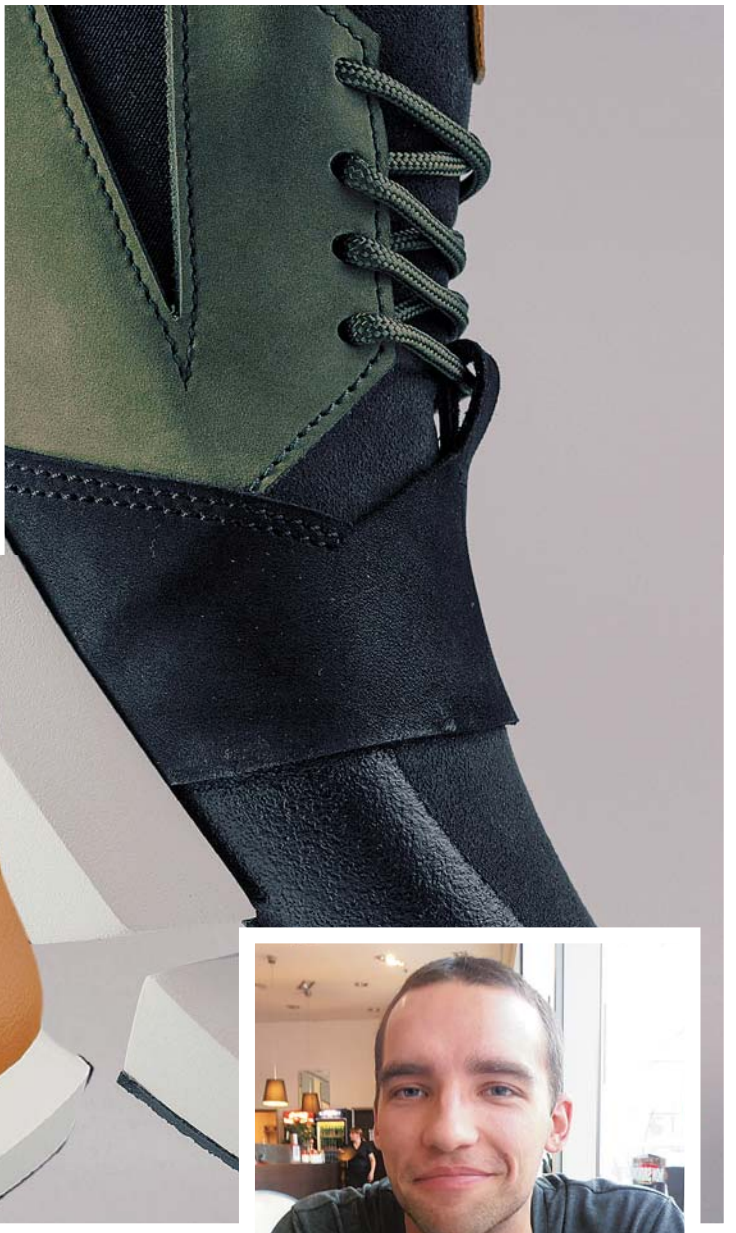
Slavnostní předání cen se konalo 12. března v Düsseldorfu jako součást Mezinárodního veletrhu obuvi a doplňků Gallery Shoes. Téma letošního ročníku soutěže, které se účastní desítky mladých designérů, znělo Móda splňující komfort. Adamovu oceněnou kolekci A stronger loving world, která vznikla jako bakalářská práce, tvoří čtyři páry kotníkových bot, při jejichž tvorbě se inspiroval armádními prvky.
Inspiraci armádním stylem přetavil Adam Frk do designu městských bot ve stylu sneakers. „Použil jsem kombinaci materiálů, barevnost, funkční prvky a zapínání tak, aby vznikly maximálně funkční, designově propracované a na detail bohaté boty," říká úspěšný student Sutnarky. „Porota se na vítězi jednohlasně shodla a mimo jiné velice ocenila rustikální, ale extrémně lehké, flexibilní profilové podrážky, zaručují bezpečný pohyb v jakémkoliv terénu," říká vedoucí oceněné bakalářské práce docentka Helena Krbcová, vedoucí ateliéru Fashion design na FDULS.
„Adam Frk boty vlastnoručně ušil – konstrukční příprava i technologické zpracování je jeho osobní řešení," vyzdvihuje komplexnost přístupu Adama Frka Helena Krbcová. „Boty jsou tak vlastně připraveny pro průmyslovou výrobu, což ocenila i porota," dodává s tím, že soutěž HDS/L Junior Award hodnotí sami výrobci obuvi, tedy profesionálové v oboru, takže výsledek má o to větší význam. Časopis Svět textilu & obuvi při této příležitosti položil oceněnému studentovi několik otázek.

Jak jste se dostal k navrhování obuvi?

Od mládí jsem se věnoval skateboardingu a snowboardingu. A právě při těchto sportech hraje obuv mimořádnou roli – musí být nejen funkční, ale musí i zaujmout svým designem. Hltal jsem nejrůznější reklamy, v televizi jsem sledoval závody ve skatu. A přitom kreslil svoje návrhy. Neustále – kolem dokola. A k tomu třeba návrhy tenisek a dalších sportovní bot. A když si toho všimli někteří pedagogové, seznámili mě s možností studovat fashion design v Plzni.

Jak vidíte svoji budoucnost po ukončení studia v Plzni?

Tak to dnes ještě nevím tak úplně přesně. Někteří studenti uvažují o založení vlastní



Projekt 3FLT

značky, jiní zase by chtěli spolupracovat s nějakou prestižní firmou. Určitě se nepodaří prosadit se každému, protože jak na Slovensku, tak i v České republice je poměrně malý trh. Určitou výhodou pro mne je, že kromě designu obuvi mě ve škole v nejbližší době čeká studium designu oděvů. Tím se rozšíří nejen moje znalosti, ale i možnosti. Mým snem je stát se designérem v nějaké přední evropské obuvnické firmě.

K tomu by vám mohla pomoci právě i ocenění z Düsseldorfu.

Byl bych rád, kdyby mě někdo pozval na stáž.

Měl byste zájem spolupracovat s nějakým českým či slovenským výrobcem obuvi?

Samozřejmě že ano. Jen se chci ve škole naučit co nejvíce, abych měl při této spolupráci co nabídnout. Výhodou pro nás, studenty, je, že v naší škole ve svých pracích můžeme řešit i strategii prodeje, P.R. a další obory. I tady jsou pak zajímavé možnosti uplatnění.

Těsně před uzávěrkou tohoto vydání Světa textilu & obuvi se Adam zúčastnil další soutěže. A opět uspěl! Spolu s Michaelou Šimůnkovou ze stejné školy zvítězili v evropské soutěži Shake the Future of the Footwear Sector!, jejíž finálové kolo se konalo 25. června v italském Milánu. V konkurenci návrhářů z Portugalska, Španělska a Itálie uspěli s botami, které jakoby plavou na objemné třídílné podrážce.
Porotu ohromili s projektem 3FLT. Zkratka FLT znamená Float a vyjadřuje právě to, že bota jakoby plave na objemné třídílné podrážce. Číslo 3 představuje tři pilíře, na kterých je návrh založen – udržitelnost, design a sociální sítě. Svůj návrh do soutěže, který připravili pod vedením Heleny Krbcové, odeslali studenti Sutnarky v dubnu a do finále postoupili jako jediní z České republiky. Blahopřejeme!

Zdroj: Západočeská univerzita Plzeň
Foto: Martin Král

Adam Frk

Je studentem prvního ročníku magisterského stupně oboru Fashion Design na Fakultě designu a umění Ladislava Sutnara (FDULS) Západočeské univerzity v Plzni. Narodil se před 23 lety v městě Brezno v Banskobystrickém kraji na Slovensku. Gymnázium vystudoval v Prešově. Podle svých slov již od dětství rád kreslil boty, především sportovní. Přivedl ho k tomu skateboarding, kterému v mládí propadl. Kromě letošních dvou ocenění v Düsseldorfu a v Miláně se před dvěma lety zúčastnil i soutěže Cena Nadace Jana Pivečky pro mladé designéry, kterou ve spolupráci s BVV pořádá Česká obuvnická a kožedělná asociace ve Zlíně. Adam má dvojče – bratra – Samuela, který se věnuje grafickému designu.

Výrobní družstva na veletrzích STYL a KABO

BOHATÁ NABÍDKA MÓDY

Praha – Mezinárodního veletrhu módy STYL, který se koná 18.–20. srpna 2018 v Brně, se tradičně zúčastní česká výrobní družstva Modela Pardubice a Moděva Konice. V letošním roce doplní nabídku družstevních výrobců na veletrhu Koplet Frýdek-Místek, Snaha Brtnice a Styl Studená. Družstva budou na veletrhu STYL vystavovat ve společné expozici pod záštitou Svazu českých a moravských výrobních družstev (SČMVD) v pavilonu P. Zastoupení budou mít družstva i na veletrhu KABO, na kterém bude vystavovat DUP Pelhřimov, jehož stánek naleznete v pavilonu F.

Koplet Frýdek-Místek vyrábí pánské a dámské svrchní pletené oděvy, jako např. svetry, vesty, sukně, šaty nebo kabátky, dále pak pletené oděvní doplňky a pletené součásti školních uniforem pro děti. Kromě uvedených produktů družstvo vyrábí i pletené deky. Snaha Brtnice se zabývá činěním různých druhů kožešin a trofejí pro velkoodběratele i maloodběratele. Obchoduje se surovinou i s vyčiněnými kožešinami, které dále zušlechťuje barvením a stříháním. Z vyčiněných kožešin šije a prodává různé výrobky, např. vesty, čepice, límce nebo rukavice. Styl Studená se na veletrhu představí jako výrobce knoflíků, spon a galanterních doplňků určených pro výrobce oděvů i pro obchodníky s galanterním zbožím. Na veletrhu KABO bude vystavovat družstvo DUP Pelhřimov, které se představí se svým tradičním sortimentem manikúrních a pedikúrních nástrojů a kožené a textilní galanterie, jako jsou např. etue nebo manažerské a kosmetické kufříky. Časopis Svět textilu & obuvi požádal o rozhovor Ing. Pavlu Polednovou, předsedkyni družstva Modela Pardubice, a Ing. Lea Dosedla, předsedu družstva Moděva Konice.

SČMVD patří mezi největší a nejvýznamnější svazy zaměstnavatelů v České republice. Je představitelem silné skupiny výrobních družstev, zastupuje jejich zájmy na úrovni vlády a Parlamentu ČR, podporuje členská družstva širokou škálou odborných činností a služeb ve stěžejních oblastech podnikání a vytváří a prosazuje podmínky pro jejich rozvoj. Členskou základnu svazu tvoří přes 200 výrobních družstev z celé České republiky, jejichž činnost zahrnuje obory ve stavebnictví, strojírenství, automobilovém průmyslu, chemickém a kosmetickém průmyslu, výrobu automatizovaných pracovišť, nábytku, skla, plastů, obalů, oděvů, šperků a hraček, ale také potravin a poskytování služeb.

Jak významný je pro vaše družstvo veletrh STYL?

P.P.: Pro družstvo Modela, v.d. Pardubice, znamená pravidelná účast na veletrhu STYL nejdůležitější a efektivní formu prezentace vlastní kolekce oděvů. Daří se nám tak udržovat kontakty se stálými odběrateli a získávat nové. Dále jsme díky možnosti představit naše oděvní dovednosti oslovováni firmami s nabídkou mzdové práce. Mimo uvedené kontraktační přínosy nám působení na STYLu poskytuje možnost setkat se se zástupci jiných, na veletrhu nevystavujících, družstev, společně hovořit o oborové problematice a možnostech vzájemné kooperace.

L.D.: Pravidelnou účastí na veletrhu STYL se prezentuje naše oděvní družstvo Moděva Konice svou modelovou tvorbou. Veletrh STYL je proto pro nás nejvýznamnější tuzemskou akcí, na které představujeme vždy novou kolekci dámských a pánských vlněných bund, pláštů a pelerín. Současně můžete nabídnout průřez celým výrobním sortimentem dámské a pánské konfekce. Využíváme možnosti se prezentovat ve společné expozici SČMVD a také představit novou kolekci na módních přehlídkách pořádaných organizátory BVV. Tuto profesionální veletržní prezentaci, moderní výstavní pavilon P a velmi dobrý servis oceňují naši zákazníci z tuzemska i ze zahraniční.

Jakou kolekci na aktuálním srpnovém veletrhu představujete?

P.P.: Na veletrhu představíme novou kolekci pro sezonu podzim/zima 2018. Nabídneme elegantní dámskou módu – šaty, sukně, halenky, kalhoty a kabátky. Důraz klademe na kvalitní konfekční zpracování a propracovanost oděvního střihu. Naším nejúspěšnějším artiklem jsou klasické pouzdrové šaty určené pro slavnostní příležitosti zhotovené z materiálů, které vynikají speciálními tkalcovskými vazbami s využitím efektních přízí.

L.D.: Na veletrhu budeme prezentovat a doprodávat aktuální kolekci pro zimní sezonu 2018/2019 představenou již na únorovém veletrhu STYL. Jde o modely bund, pláštů a pelerín z velmi kvalitních vlněných materiálů s vysokým podílem kašmíru doplněnými přírodní kožešinou a dalšími zajímavými módními prvky. Nově připravily pracovnice modelového a vývojového pracoviště a obchodního oddělení našeho družstva ve spolupráci s významnou módní návrhářkou Janou Berg jako „ochutnávku" části zcela nové kolekce dámských a pánských péřových bund připravované pro STYL – únor 2019. Jde o modely vyrobené ze speciálních polyesterových materiálů určených pro zhotovování vysoce kvalitních péřových výrobků. Zajímavé designové a módní prvky ve vícebarevně kombinovaných modelech by měly oslovit především mladší klientelu a zákazníky sledující nové módní trendy.

52. mezinárodní veletrhy STYL a KABO, Brno, 18.–20. srpna 2018

PŘIPRAVENA ŘADA NOVINEK

Brno – Veletrhy STYL a KABO jsou již od roku 1993 středoevropskou křižovatkou módního průmyslu a obchodu. Ve dnech 18.–20. srpna 2018 opět přivítají stovky vystavovatelů a tisíce odborných návštěvníků. V centru pozornosti se ocitnou nové kolekce pro sezonu jaro a léto 2019 s akcentem na spodní prádlo a plavky. Veletrhy navíc dostanou lehký retro nádech: V roce kulatých výročí připomenou 90 let od vzniku brněnského výstaviště a tehdejší módu.

Brněnské veletrhy módy, obuvi a koženého zboží STYL a KABO se uskuteční ve dvou nejmodernějších výstavních pavilonech celé střední Evropy za doprovodu módních přehlídek a inspirativních setkání. Pro výrobce a dovozce to je příležitost ukázat obchodníkům to nejlepší ze své aktuální nabídky, zatímco nákupčí a majitelé butiků si na jednom místě vyberou ze široké škály zboží od zavedených i nově prezentovaných značek.

STYL·KABO

Členové Klubu mají vstup zdarma

Novinkou srpnových veletrhů je spuštění Klubu návštěvníků STYL a KABO. „Jeho členové získají řadu výhod, které jim zpříjemní návštěvu veletrhů módy v Brně. Např. bezplatný vstup na veletrh nebo parkování v areálu výstaviště," upozornila Gabriela Císařová, ředitelka projektu. Doplnila, že pro členy Klubu budou také v pavilonech vybrané odpočinkové zóny, ve kterých jim hostesky zdarma nabídnou kávu nebo vodu. „Držitelé karet si mohou v době konání veletrhů navíc bezplatně prohlédnout unikátní výstavu Alfons Mucha: Dva světy, která v pavilonu H představuje devět pláten Slovanské epopeje a sto padesát plakátů od tohoto významného malíře," vyzdvihla Císařová. Klubovou kartu získají poštou automaticky všichni registrovaní, kteří přišli alespoň na jeden z posledních sedmi ročníků veletrhu. Ostatní o ni mohou požádat podle pokynů, uvedených na webových stránkách veletrhů: www.styl.eu/klub.

Nejen členům Klubu pak poskytnou informace odborníci, kteří budou k dispozici oba víkendové dny v Poradenských centrech. „Tento formát měl úspěšnou premiéru na únorovém veletrhu STYL, proto jsme ho tentokrát rozšířili i do pavilonu F pro obchodníky na veletrhu KABO," řekla ředitelka projektu. Se zájemci budou diskutovat například soudní znalec na obuv a kožedělné výrobky Jaroslav Pokorný, emeritní obchodní rada České obchodní inspekce Zdeněk Krul a tajemnice České obuvnické a kožedělné asociace Vlasta Mayerová. „Obchodníci se dozvědí třeba to, jaké reklamace jsou oprávněné, jaké povinnosti mají prodávající nebo co je potřeba k založení firmy," vyjmenovala Císařová.

Trendy představí přes 600 značek

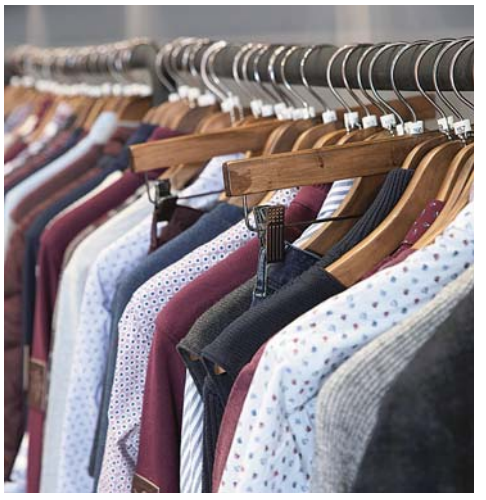
Výrobci a dovozci módy návštěvníkům nabídnou nové kolekce zhruba šesti stovek značek. „Lidé se mohou těšit jak na tradiční vystavovatele, tak i nové firmy, z nichž mohu jmenovat například Blackspider z Portugalska nebo firmu Santana z Řecka na veletrhu STYL a českou společnost Stylana na veletrhu KABO, který bude v srpnu opět v pavilonu F," uvedla ředitelka projektu.

Kolekce určené do butiků představí také návrháři. „Do pavilonu P opět zavítá například Lada Vyvialová, E.daniely nebo Ateliér Donát. Chybět nebude ani Dana Hapalová se značkou sweet666design, která přináší originální kolekce plné ženskosti a rebelství, nebo Zuzana Veselá či značka De La Fotta," sdělila Císařová.

Projekt La Manufacture

Výroba plavek zkrátka není nic jednoduchého. Pod její pokličku nahlédnou návštěvníci srpnových módních veletrhů STYL a KABO. Díky unikátnímu projektu La Manufacture uvidí, jaké stroje, materiály, střihy a techniky jsou potřeba, aby koupací oděv správně plnil svoji funkci. V rámci projektu se uskuteční i přednáška o trendech v plavkách pro sezonu 2019 s aktuálními informacemi přímo z veletrhu v Paříži. „Připravili jsme i atraktivní výpravu do stoleté historie dámského prádla. Výstavu často erotických fotografií spodních kusů oděvů i vybraných dobových outfitů najdou zájemci právě v expozici La Manufacture," pozvala Císařová.

Více informací najdou zájemci na webu www.styl.eu



LAGEN Zlín

NOVÁ KOLEKCE AKTOVEK A CROSSBODY

Zlín – Nové kolekce aktovek a crossbody představí na svém stánku na nadcházejícím srpnovém veletrhu KABO zlínská firma LAGEN, která je na našem trhu od roku 1997. Kromě toho se návštěvníci mohou seznámit s dalšími výrobky této firmy: mj. s dámskými a pánskými peněženkami, dámskými kabelkami, taškami přes rameno, číšnickými peněženkami; najdou zde i etue, dokladovky a další zboží.

Aktovky, brašny a kufříky jsou stále elegantním doplňkem starších gentlemanů. Kožené tašky přes rameno naopak zdobí mladou generaci. Najdeme zde propracované rafinované prvky, zajímavá řešení uší s kovovým připevněním, kování či ozdobné šití a materiálové kombinace nechávají vyniknout čisté siluetě. Z ručně šitých kožených výrobků firmy LAGEN Zlín si zkrátka vybere každý! Výbavou správného gentlemana musí být i kvalitní ručně šitá peněženka, která bude ladit s outfitem. LAGEN přináší exkluzivní peněženky z pečlivě vybrané kůže. Vaše doklady a peníze už nikdy nebudou na špatném místě! Neobyčejnou peněženku z pravé kůže touží mít i každá slečna či paní. O kvalitě výrobků značky LAGEN svědčí mj. i fakt, že si našly své odběratele nejen v tuzemsku, ale i v zahraničí.

Značka LAGEN je pravidelným vystavovatelem na veletrzích STYL a KABO. V roce 2010 zde obdržela společnost LAGEN prestižní ocenění Top Quality Award. Na nadcházejících srpnových veletrzích najdeme její expozici v pavilonu F, číslo stánku 050.

inzerce

Nové akreditované obory pro výrobu obuvi v Británii

KVALIFIKOVANÝ UČEDNÍK = DOBŘE ZAMĚSTNATELNÝ ČLOVĚK

Londýn – Britský obuvnický průmysl uvádí na trh nové akreditované učební obory pro výrobu obuvi, které se akreditují na národní úrovni. Představenstvo British Footwear Association (BFA) v červnu navštívilo výrobní kolegy v Northamptonshire a Northamptonu – pracovníky vysoké školy, aby oslavili zahájení nového akreditovaného standardu učňovského vzdělávání, který bude k dispozici firmám a novým účastníkům od podzimu roku 2018.

ilustrační foto Pixabay

To je životně důležitý úkol pro britský oborový a zpracovatelský průmysl. Nový standard učňovského vzdělávání byl navržen zaměstnavateli tak, aby byl flexibilní; pracovat pro všechny od nejmenšího specializovaného výrobce až po největšího výrobce. Nové učňovské vzdělávání nabízí vysoce kvalitní vstupní školení a zkušenosti všem zájemcům o vstup do vysoce kvalifikovaného a globálně respektovaného odvětví. Firmy, které se podílejí na vývoji tohoto standardu, jsou: Loake Brothers, New Balance, Hotter, Church, Dr. Martens, Bill Bird Shoes, Crockett & Jones, Trickers, International Dance Shoes, Gaziano & Girling and Cheaney.

A co tomu říkají zástupci britských firem? Helen Erringtonová, HR manažerka firmy Church: „Firma Church vždy realizovala školení, aby zajistila řadu kvalifikovaných pracovníků schopných vyrobit obuv nejvyšší kvality. Jsme velice rádi, že jsme spolupracovali s kolegy při budování tohoto nového systému, který zajistí, že výcvik bude ještě více zaměřen na technické a kvalifikované aspekty výroby.“ Robert Perkins, člen představenstva BFA a hlavní provozní ředitel společnosti Hotter (největší výrobce obuvi ve Velké Británii): „Chceme nabídnout kvalitní vstupní místo novým zaměstnancům v roli, která otevírá dveře ke kariéře v oblasti výroby obuvi. Existuje velká chuť k růstu produkce ve Velké Británii a rozvíjení naší dovednostní základny je rozhodující pro naši budoucnost.“

Zájem o britskou obuv

V současné době existuje asi 30 větších továren a 80–100 menších specializovaných podniků vyrábějících obuv ve Velké Británii. Dohromady vyrábějí přibližně šest milionů párů bot za rok, (sledujeme zvýšení produkce z 5,6 milionů párů v roce 2016). Obuv v hodnotě více než 400 milionů liber vyrobená ve Velké Británii je exportována. Výrobní část obuvnického průmyslu zaměstnává 4 000 lidí, přibližně polovinu z nich tvoří přímo výrobci obuvi.

Výkonný ředitel BFA John Saunders řekl: „Mezinárodní zájem o britskou obuv pravděpodobně nikdy nebyl vyšší. Platí to zejména pro luxusní a ručně vyráběnou obuv typu Northamptonshire a West End. Nicméně společně s těmito společnostmi je ve Velké Británii zájem o výrobu vysoce kvalitní a komfortní obuvi na severozápadě Anglie a o obuv pro výkonnostní trénink vyrobenou v Cumbrii. Jsou tu také četné menší podniky, které vyrábějí různou módní a ortopedickou obuv.“

Krátce o BFA

Britská asociace výrobců obuvi podporovala britský průmysl od svého založení v roce 1898. 1. prosinec 2018 tak bude znamenat počátek 120. výročí od jejího založení. BFA propaguje, zastupuje a podporuje své členské společnosti prostřednictvím mezinárodních veletrhů, školení a vývoje, zapojení celosvětových a národních zúčastněných stran. Více než 120 společností je členy BFA; od nejlepších výrobců bot obuvi v Northamptonu, světových obchodních společností, největších značek z luxusních ulic a některých nejtalentovanějších a nejmodernějších nových designérů či nově vznikajících společností. Členové správní rady BFA vedou společnosti s celkovým obratem více než čtyři miliardy liber a dodávají uvedeným aktivitám hloubku svých odborných znalostí.

Firmy podpoří odborný výcvik

Je to počáteční období schématu. Upozorňujeme i na článek Obuvnický průmysl spolupracuje s poskytovateli školení, kde firmy doufají, že přijmou zaměstnance a podpoří požadovaný odborný výcvik. Výrobci ze společnosti Northamptonshire také podporovali Northampton College, aby vytvořila místnost pro praktickou výuku pro výrobu obuvi, která by poskytovala zkušenosti, stroje a zařízení. Firmy Eurafoam, Loake, Fitflop, Churchs a Kevin Bann darovaly vybavení, materiály a zafinancují dopravu, aby se potřebné výrobní zařízení dostalo do země. Tato embryonální „technická akademie“ bude vybudována v příštích několika letech. Stephen Bent Dr Martens: „Je to skvělý průmysl, který nabízí více možností kariéry, než si lidé uvědomují. Potřebujeme supervizory / manažery, zkušené tvůrce, jako jsou clickers a closers. Toto schéma poskytuje tvůrčí práci rukama – vydělávejte, když se to naučíte. Chtěli jsme vytvořit schéma, které bez ohledu na to, s jakou firmou jste měli své učňovské vzdělání, dovednosti, znalosti a porozumění, které získáte, bude pro každého zaměstnavatele relevantní, takže kvalifikovaný učedník bude velmi dobře zaměstnatelný člověk.“

Zdroj: britishfootwearassociation.co.uk/wp-content/uploads/2018/06/BFA-Press-Release-Apprenticeship-Launch-21st-June-.pdf
Překlad: ČOKA

Obchod s denním a nočním prádlem K-Styl, Kladno-Kročehlavy

KE KVALITĚ MUSÍ ZÁKAZNÍK DOSPĚT

Kladno-Kročehlavy – „Dokážeme zákaznice obléknout doslova od hlavy až k patě," říká Michaela Kottová (36), majitelka prodejny s denním a nočním prádlem, ale i plavkami a také svrchním oblečením K-Styl. Kamenná prodejna K-Styl se nachází v Kladně-Kročehlavech.

Jak se vyvíjelo vaše podnikání až do současnosti?

Před 23 lety otevřela obchod se spodním prádlem moje maminka Blanka Krombholzová. Obchod je stále na stejné, původní adrese, v Kladně-Kročehlavech, v panelové zástavbě. Když maminka začínala s provozováním obchodu, byla naproti tomuto místu VZP. Dnes je velkou výhodou možnost v blízkosti našeho obchodu zaparkovat, a to kdykoliv. K maminčině činnosti jsem se přidala já, a to ihned po ukončení své školy a později jsme do týmu přibraly i moji sestřenici. Maminka začínala provozování obchodu jen s nabídkou spodního, nočního prádla a sortimentu plavek. Na začátku podnikání ji potkalo, ne zrovna férové jednání některých firem, které si na ní vyčistily sklady s nepadnoucími střihy zboží.

Naše prodejna se rozkládá na 60 m², a to včetně zázemí. Postupně jsme při kontraktech objevovaly i zajímavé svrchní oblečení, objednávaly jsme vždy pár kousků na oživení stávajícího sortimentu, což se ukázalo jako dobrý nápad. Dnes nám zákaznice říkají, že ještě kdybychom prodávaly i boty, tak to bude perfektní a už nemusí chodit jinam. Sortiment jsme tedy začaly rozšiřovat na přání našich zákaznic. Dnes umíme zákaznici, ale i zákazníka (ve sportovním stylu… trika, mikiny, tepláky) obléknout skutečně od hlavy až

Michaela Kottová

k patě jak ve spodním, tak vrchním oděvu. Zákaznice nám věří, nesnažíme se jim vše za každou cenu prodat, poradím jim i s barvami a padnoucími střihy. Zákaznice se díky tomu cítí spokojené a připadají si jedinečné.

S provozováním e-shopu jsem měla negativní zkušenost. Vzhledem k různým střihům a použitým materiálům, ne vždy každá podprsenka sedí ve stejné velikosti a je potřeba poradit klientce osobně. Z pěti objednaných podprsenek se mi jich pět vrátilo, zdržovalo mě balení a nekonečné fronty na poštách, nevyzvednuté balíky zákaznic, a tím jsem měla méně času se osobně věnovat klientům. E-shopu jsem nechtěla věnovat svůj čas, proto jsem se rozhodla jej před šesti lety, v roce 2012, po dvou letech fungování, ukončit.

Co všechno u vás zákazníci naleznou v sortimentu?

Pro dámy nabízíme podprsenky, kalhotky, podvazkové pásy, spodní košilky, pyžama, noční košile, domácí oděv (pohodlné domácí kalhoty, trika z příjemných materiálů, šaty, overaly…), stahovací program spodního prádla, plavky, plážové šaty a doplňky, dále pak šaty, legíny, punčochové zboží, župany, ze svrchních oděvů – kalhoty, trika, tílka, halenky, overaly. Od hlavy až k patě jsme schopné obléct také pány, pro které máme jak spodní prádlo, tak svrchní oděv. Naše zboží je z České republiky, Francie, Španělka, Řecka, Holandska a Německa.

Jezdíte na veletrhy STYL a KABO?

Na veletrhy STYL a KABO již nejezdíme, dříve jsme je ale navštěvovaly. Úroveň výstavy v mých očích dost upadla a všechny lepší značky si stejně domluví kontrakty osobně. Zboží nakupujeme přes dodavatele, pomocí předobjednávek.

Co je pro vás nejdůležitější na spolupráci s dodavateli?

Nabídka kvalitního zboží, možnost jej nejdříve vidět a vyzkoušet, ale i zda nabízí okamžité objednání po telefonu.

Jak často vám chodí zboží?

Každý den. Největší problém je nyní s firmou Triumph, nemají doplněné basicové zásoby, a to je špatné. Zákaznice déle než 14 dní na objednané zboží nechtějí čekat.

O které zboží je aktuálně největší zájem? A je v tom rozdíl oproti minulosti?

Stále více zákaznic dbá na vzhled i doma, neobléknou si reklamní tričko s dírou, ale i při domácí činnosti se chtějí cítit hezky a pohodlně. Větší zájem je tedy o domácí oděvy, což nás těší. Stále je poptávka po komerčním prádle od značky Victoria Secret. Většinou si zákaznice přijde pro klasiku, jako je tělová, bílá nebo černá hladká podprsenka. Klasiku jim nabídneme, k tomu jim dáme zkusit i jiné varianty. Například místo tělové barvy pudrovou, světle šedou, mint barvu. Teď na léto se snažím černou barvu nahradit neonovými barvami nebo modrou, zákaznicím se to líbí a většinou odcházejí se svou oblíbenou hladkou tělovou a k tomu s nějakým tím „odvazem".

Je snadné splnit požadavky zákazníků?

Co se týká spodního prádla, jsou zákaznice, které neřeší cenu. Pak jsou ty, které jsou

ochotné zaplatit vyšší cenu pouze za podprsenku, cena originálních kalhotek k podprsence jim přijde již vysoká a volí podobnou variantu v nižší cenové relaci.
Vzhledem k nabídce zboží je to jednodušší dnes. Zákaznice, ale říkají, že kdybychom měly jen dvě a ne deset podprsenek, tak je pro ně rozhodnutí, kterou si vybrat, snadnější. Čím dál více zákaznic upřednostňuje kvalitu a většinou ty nejdražší kousky jsou první prodané. U některých zákaznic je ale cena stále rozhodující.

Jak řešíte situaci, kdy se vám nedaří prodat nějaké zboží?

Jak říkám já – každé zboží má svého kupce. Samozřejmě jsme občas nuceni udělat i slevový koutek. Řekla bych, že se zastavil zvýšený zájem o klasiku – pyžama Pleas. Podle mě se u nich návrháři zbláznili, protože se nikam neposouvají, tak nějak zůstali věrní stylu, který se nosil zhruba před 20 lety.

Kdo jsou vaši zákazníci a jaké jsou jejich nákupní zvyklosti?

Celkové spektrum našich zákaznic a zákazníků se nachází ve věkovém spektru od 15 do 90 let. Nejvíce u nás nakupují ženy mezi 35 a 65 lety. Muži nakupují jak pro sebe, tak i dárky pro své drahé polovičky. Pánové také velice oceňují možnost zakoupení dárkových poukazů. Přínosné jsou pro ně také zákaznické karty, na kterých mají informace o velikostech žen a nemusí tak nosit v hlavě, jakou velikost jejich dámy nosí. Musím je, ale pochválit, vždy si přinesou i nějaký vzor, který doma tajně sbalí ženě ze „šuplíku".
Všeobecně se požadavky zákaznic i zákazníků liší v souvislosti s momentálním vzhledem postavy. Např. zákaznice, jež vyzkoušely kvalitní spodní prádlo, cenu neřeší a akceptují, že za kvalitu si připlatí. Často slýchám: „Slítala jsem celé Kladno, vy mě musíte zachránit, na vás jsem spoléhala…" Zmíněná odchází s větou: „Příště půjdu rovnou k vám!" Když nás zákaznice navštíví, záleží, v jakém jsou momentálním rozpoložení, někdy přicházejí

s jasnou představou, ale nechají si i poradit, jindy přijdou s tím, že vlastně nic nepotřebují a jdou se jen tak podívat a požádají o ukázání nového zboží.

Co zákazníci na vašem zboží nejvíce ocení?

Dobře padnoucí střihy, kvalitu a často i originalitu.

Jaké vztahy máte s konkurencí?

Pracně jsem zákaznice naučila kupovat dražší a kvalitnější značky a konkurence často opisovala. Naštěstí jsou i firmy, které jsou korektní a zajišťují v daném městě exkluzivitu a vědí, že se jim to moc dobře vyplatí.

Co byste řekla o své práci?

Práce mě velice baví, je to můj život, plně se v ní realizuji. Odhadnout, co se bude líbit zákaznicím příští rok, je asi nejtěžší. Často jsem ve své práci zároveň psychologem i vrbou.

Jak přistupujete k propagaci?

Nejlepší reklama je podle zkušenosti na doporučení. Někdy rozesíláme zákazníkům SMS s informacemi o novinkách a akcích.

Jak často měníte vzhled výlohy?

Každý týden, někdy i dvakrát. Jak se říká – výloha prodává.

Jak se mění vaši zákazníci?

Zákaznice stárnou, přicházejí k nám se svými dcerami, které známe z kočárků, a stále více zákaznic oceňuje osobní přístup a komunikaci. Vzhledem k dostupnosti spodního prádla ve velkých obchodních řetězcích je čím dál obtížnější udržet si stálou klientelu. I přes tento „handicap" nepociťuji úpadek klientů. Naopak přicházejí nové zákaznice, což nás velice těší a vážíme si toho. V poslední době k nám do obchodu často zavítají také lidé až z Prahy, čehož si také velmi vážím.

Díky čemu si držíte svou pozici na trhu?

Díky kladnému přístupu ke každé zákaznici. Snažíme se jim nabídnout novinky, módní trendy a uspokojím i zákaznici, která chce být nenápadná. Na své si u nás přijdou i dámy, které chtějí vyčnívat z davu.

Jak vidíte budoucnost firmy?

Při pohledu do naší prodejny, slýcháme často: „Holky, vy byste to potřebovaly přifouknout." Myslím, že právě „útulná" atmosféra našeho obchodu zákaznice baví. O další pobočce neuvažujeme.

Máte tip pro naše čtenáře na závěr?

Buďme věrní kvalitě!

Děkuji za rozhovor: Sandra Friebová
Foto: archiv M. Kottové

Tržby textilního maloobchodu v ČR za první pololetí 2018

TEMPO RŮSTU ZPOMALUJE

Praha –Textilní maloobchod v České republice si v letošním roce vede parádně: V první šesti měsících 2018 obchodníci zaznamenali vždy nárůst tržeb oproti stejnému měsíci před rokem. Celkově pak tržby za první pololetí letošního roku stouply o 5,5 %! Někteří odborníci však upozorňují na fakt, že v druhém čtvrtletí tempo růstu tržeb výrazně zpomalilo.

Vyplynulo to z údajů, jež nám poskytují členové test-klubu časopisu Svět textilu & obuvi. Máme pravidelné hlášení od více než stovky obchodníků z naší branže. Výše tržeb zveřejňujeme anonymně a vždy v porovnání se stejným měsícem předcházejícího roku. Pokud budete mít zájem připojit se a rozšířit tak řady našeho test-klubu, budeme rádi. Stačí jen napsat na adresu: redakce@textil-obuv.cz.

První čtvrtletí se povedlo

Jak jsme upozornili již v minulém vydání našeho časopisu, první čtvrtletí letošního roku se mimořádně vydařilo! V lednu, únoru i v březnu se dobře prodávalo jak zimní, tak později i jarní zboží. Přičinily se o to nejen malé obchody, ale i řetězce a také internetový obchod, který v naší branži hraje stále důležitější roli. Všechny tři měsíce zaznamenaly nárůst tržeb shodně o 8 %. První čtvrtletí se tak stalo s +8 % nejsilnějším kvartálem za řadu let!

Druhé čtvrtletí bylo slabší

O něco slabší výsledky druhého čtvrtletí zaznačila hlášení členů našeho test-klubu za duben. Tržby sice meziročně opět stouply, ale „jen“ o 2 %. Obchodníci to ale připisovali počasí. Hned počátkem dubna totiž v tuzemsku propukly mimořádně vysoké teploty. A zákazníci rázem požadovali typicky letní zboží, na což někteří obchodníci nebyli ještě připraveni. Jak jsme uvedli minule, majitelka oděvního obchodu z Hradce Králové nám k tomu vtipně poznamenala: „Prvních pár dnů v dubnu jsme museli bohužel použít frázi, kterou jsme slýchávali v minulém režimu: Nemáme, zeptejte se příští týden.“ Nakonec se přes počáteční výpadek duben „pochlapil“ a tržby se oproti dubnu 2017 zvedly o 2 %!

O to více nás zajímalo, jak si povede květen. A ten nezačal vůbec špatně: Dobře se prodávaly dámské i pánské oděvy, zejména separátní saka a kalhoty, halenky a košile. Stálým „trhákem“ je džínové oblečení, především samotné džíny a košile. „Dobře se prodávalo i zboží na dovolenou – plavky, velké ručníky, T-shirty a další. Zákazníci se už těšili na blížící se prázdniny. Podporovalo je v tom i dobré počasí,“ napsal nám majitel obchodu v Českých Budějovicích. Obdobně reagovali i obchodníci z Brna, Poděbrad a Ústí nad Labem. Nakonec květen skončil s nárůstem tržeb o +5 %.

Foto Pixabay

Tržby textilního maloobchodu v ČR za první pololetí 2018 (v porovnání se stejným obdobím roku 2017)

%	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9
leden											+8		
únor											+8		
březen											+8		
duben					+2								
květen								+5					
červen					+2								

1. čtvrtletí: +8 % **2. čtvrtletí: +3 %** **1. pololetí: +5,5 %** Zdroj: Svět textilu & obuvi

V červnu se ale „něco“ pokazilo. „Nemám zdání, co se stalo, ale zájem o naše zboží v červnu poněkud poklesl,“ řekl nám obchodník, který má svoji prodejnu v centru Prahy. Podle jeho slov mu v této situaci nepomohli ani zahraniční turisté, kteří v posledních letech tvoří stále významnější klientelu.

Podobná slova požila i majitelka obchodu z Plzně: „Prodej typicky letního zboží se poněkud zarazil. Přitom zboží máme dost a je podle mě atraktivní.“ Také další obchodníci nás upozorňovali, že to s nekonečným růstem tržeb nemusí být ani v naší branži tak valné. Když jsme ale sečetli výsledky hlášení členů našeho test-klubu, zjistili jsme ale, že i v červnu tržby vzrostly: Ale jen o 2 %.

Druhém čtvrtletí tak skončilo s nárůstem tržeb oproti 2. Q 2017 o 3 %. Celé první pololetí pak o 5,5 %! A jak dopadly tržby za červenec a srpen? To se dočtete v dalším vydání časopisu Svět textilu & obuvi.

Michal Korol

Veletrhy Unique by Mode City a Interfiliére

V JAKÝCH PLAVKÁCH DO PŘÍŠTÍCH SEZON?

Paříž – Počátek prázdnin zahajuje značná část „plavkařů a prádlařů“ cestou do Paříže na již tradiční, a v oboru nejvýznamnější, veletrh Unique by Mode City, konaný v posledních letech na výstavišti Paris Expo. Letos, stejně jako v minulosti, se během 7.–9. července představilo odborným návštěvníkům na 400 značek své kontraktační kolekce prádla, plavek a koupací módy pro sezonu 2019. Samostatně ve vlastním pavilonu pak v rámci Interfiliére nabízelo své kolekce pro SS 2020 přes 260 výrobců metráže, výrobních příprav a doplňků.

Je známo, že pouze letní edice veletrhu zahrnuje plavkový a plážový sortiment. Ten byl letos zastoupen velmi silně. Jednak tradiční účastí renomovaných značek a také neobvyklým počtem vystavovatelů z Jižní Ameriky, mezi nimiž dominovaly především firmy z Brazílie. A protože i u nás léto zrovna vrcholí věnujme se tématu plavek obsáhleji.

Co tedy pro nás vývojáři plavek do dalších sezon připravili ? Dá se říci, že na rozdíl od nedávných let s dominujícími bikinami, kdy meziroční změny spočívaly v obměnách barev či doplňků, jsou současné trendy a změny zásadnější. Po zhruba dvouletém, a snad již skončeném, období snah o výraznější zahalování, je na přehlídkových molech patrný určitý ústup od mnohdy až prudérního vnímání nahoty. Plavky střihově opět nabízí kombinaci rafinovanosti, funkčnosti a elegance. V souladu s korektností prodchnutým krédem „Cítím se dobře ve svém těle, cítím se dobře ve svých plavkách“ tvůrci plavek zohledňují stav a proporce komerčně nejzajímavější západní populace a nabízí taková řešení, která umožní se v plavkách cítit pohodlně a spokojeně všem. Tomu jsou podřízena i střihová řešení, která se snaží zakrývat např. ne vždy dokonale vypracované břišní partie. Odhalovány jsou naopak současným životním stylem méně postižitelné partie zad.

Nadále tak pokračuje zvyšování pasu a optické prodlužování nohou cestou výše vykrojených nohaviček na bocích. Zaznamenali jsme v přehlídkách i několik případů jednodílných plavek, kdy vykrojení dosahovalo až na úroveň pánevní kosti, což s sebou nese zužování předního i zadního dílu kalhotek, které tak v kontrastu s nedávným „trendem“ zahalování, břicho a zadeček naopak výrazněji obnažují. Horní partie jednodílných plavek charakterizuje hluboký výstřih do sevřeného V. Klasické plavkové zapínání na zádech často nahrazuje úvaz nebo ramínko za krk, což umožňuje více odhalit záda.

Foto: Unique by Mode City

Jednodílné plavky coby zdobný prvek často používají šikmo od boku napříč hrudníkem k opačnému ramenu našitý volán nebo třásně. U dvoudílných plavek zvýšený pas kalhotek zakrývá břicho, přičemž horní díl se posunul směrem ke sportovní podprsence či topu se širším lemem pod prsy. V menší míře lze zaznamenat plavky s rukávky, volány na horním dílu či šálovými řešeními a podprsenkami typu bandeau či bralette. Nelze než konstatovat, že se dámské plavky v očích mužů opět stávají tou dráždivější součástí dámského šatníku…

Na muže se také nezapomnělo, jen prostoru pro kreativitu je u nich výrazně méně. Pánským plavkám nadále dominují středně dlouhé, většinou potištěné šortky, u nichž délka nohavic nedosahuje ani poloviny stehen. Pro nadcházející období je pro ně charakteristická šňůrka odlišné, výrazné barvy v pase a vícero typů jejího přiznaného úvazu.

Závěrem můžeme konstatovat, že po nedávnem období snah o co možná největší zakrytí nahé kůže a přizpůsobování se jiným kulturám našli tvůrci plavek znovu svou sebejistotu. Poté, kdy se cesta zahalování ukázala u spotřebitelek jako komerčně nepříliš úspěšná, zatroubili na ústup a rychle se vracejí k řešením bližším ženám západního světa.

Ing. Martin Kárych
ALTRA a.s.

inzerce

CLUTEX spolupracuje s celou Evropou

PROSTŘEDNICTVÍM MEZINÁRODNÍCH PROJEKTŮ

CLUTEX – klastr technických textilií, z.s. dosáhl za své dvanáctileté historie významného postavení na poli národních výzkumných a vývojových projektů. Významným způsobem též působí v oblasti propagace těchto výsledků na národní a zejména mezinárodní úrovni. CLUTEX si však během své existence vybudoval významnou pozici i v oblasti mezinárodních projektů, a to jak v projektech zaměřených na výzkum, vývoj, inovace, tak v projektech vzdělávacích a marketingově orientovaných, ale své místo nachází i v mezinárodních projektech zaměřených na ekologii. Získal pověst spolehlivého českého partnera a zahraniční koordinátoři jej často oslovují s nabídkou zapojení do připravovaných nadnárodních projektů.

Mezinárodní projekty a... výzkum

Díky širokému spektru zaměření členských firem byl a je CLUTEX zajímavých partnerem pro mezinárodní projekty zaměřené na výzkum nových materiálů a vlastností v oblasti technických textilií. V 7. rámcovém programu participoval ve dvou výzkumných projektech – Betitex a Multitexco. V rámci programu kolektivního výzkumu CORNET se podílel na řadě výzkumných projektů směřujících do řady aplikačních oblastí, např. ve zdravotnicí mohou najít uplatnění vyvinuté antidekubitní podložky, automobilový průmysl může využít výsledků projektů zaměřených na snadné spojování textilie a kovového podkladu, přínos může producentům lněného semene nabídnou další projekt zaměřený na textilní zpracování stonků olejného lnu (doposud je stonek brán jako odpadní surovina), … Aktuálně CLUTEX participuje na projektech financovaných z programu CORNET zaměřených např. na nové metody 3D nánosování, na snadnější aplikaci elektronických prvků na textilie a na netradičním uplatnění textilních mřížek ve strojírenském průmyslu.

Mezinárodní projekty a... vzdělávání a sdílení informací

V letech 2011–2013 byl CLUTEX partnerem projektu REQTEXTIL zaměřeným na transformaci pracovníků z textilního průmyslu do oblastí jiných. CLUTEX, jako jediný partner projektu, upozorňoval na nebezpečí ochodu kvalifikovaných sil z textilního průmyslu a v rámci projektu se jako jediný partner snažil hledat cestu opačnou, tedy transformaci pracovníků pro textilního průmyslu.

Zástupci Evropské komise, EURATEX, textilních a chemických firem a textilních výzkumných center se sešli 5.6.2018 v Bruselu na závěrečném setkání projektu MIDWOR-LIFE

Od roku 2015 CLUTEX společně s dalšími zahraničním partnery realizuje projekt RESET (v rámci programu Intterreg Europe), který je zaměřen na posílení sdílení informací a dobrých praxí mezi jednotlivými zeměmi v oblasti výzkumných projektů. Partneři z Itálie, Španělska, Portugalska, Polska, Německa, České republiky, Francie a Velké Británie si nejenom předávají zkušenosti z realizace výzkumných projektů, ale společně se svými členskými firmami podnikají stáže v partnerských organizacích. Koncem června 2018 zástupce CLUTEX společně se zástupcem členské firmy navštívili Textilní centrum excelence v Huddersfieldu ve Velké Británii. Zde měli možnost se nejenom seznámit s činností vlastního centra, ale též měli možnost prohlédnout si výrobu u největšího britského výrobce potahových textilií. Díky této návštěvě se objevila možnost vzájemné obchodní či projektové spolupráce mezi českou a britskou firmou. Tento projekt tedy členům CLUTEX nejenom přináší nové informace o tom, jak se „dělá výzkum v textilu" v jiných zemích, ale projekt může přinést pro danou členskou firmu CLUTEX i přímý ekonomický efekt, jako v uvedeném příkladu.

Mezinárodní projekty a... ekologie

Dne 5. června se v Bruselu konalo závěrečné setkání projektu MIDWOR-LIFE. Cílem projektu MIDWOR-LIFE, který se je spolufinancovaný z programu LIFE a ve kterém je CLUTEX partnerem, je analyzovat dopad stávajících hydrofobních a oleofobních textilních úprav (DWOR) na životní prostředí, lidské zdraví a bezpečnost pracovníků a najít stejně účinné alternativy s nižším dopadem na životní prostředí.

Na setkání v Bruselu se sešlo 36 zástupců firem a institucí. Mezi účastníky byli nejenom zástupci textilního průmyslu, ale i zástupci Evropské komise, výrobců chemikálií a výzkumných center v celé Evropy. Problematika ekologie a hledání ekologických alternativ ke klasickým látkách používaných v textilním průmyslu (zejména v zušlechťování) je velmi významná a pro textilní průmysl nesmírně důležitá. Mnoho specifických vlastností textilií se dosahuje právě používáním vybraných chemikálií při finální úpravě a změna evropských ekologických standardů může ovlivnit schopnost evropského textilního průmyslu dosahovat požadovaných vlastní. V rámci projektu MIDWOR se např. ukázalo, že na rozdíl od vodoodpudivých finálních úprav, pro které existují ekologické alternativy, pro oleofobní úpravy nebyla nalezena žádná ekologická alternativa. Na toto zjištění by měl být brát zřetel ze strany Evropské unie v případě přípravy restriktivních ekologických nařízení pro tuto oblast textilního zušlechťování.
Zatímco projekt MIDOWR-LIFE je již v závěrečné fázi své realizace, projekt FLAREX, ve kterém je též CLUTEX partnerem, je ve své první třetině. FLAREX je podobný programu MIDWOR-LIFE, je též financován z programu LIFE, ale je zaměřen na zajištění vhodných ekologických alternativ v oblasti nehořlavých úprav pro textilní aplikace.

Mezinárodní projekty a… spolupráce s evropskými klastry a společná propagace na třetích trzích

V letech 2012–2014 se klastr CLUTEX společně s klastry ze Španělska, Francie, Německa, Itálie a Velké Británie podílel na realizaci projektu Textile2020. Cílem Textile2020 bylo posílení spolupráce mezi klastry zaměřených na pokročilé textilní materiály. Jeho aktivity směřovaly k vytvoření společné strategie internacionalizace a k posílení ekonomické spolupráce evropských klastrů s vybranými mimoevropskými zeměmi – Tuniskem, Japonskem, Brazílií a Ruskem. Do těchto zemí byly uspořádány obchodní mise. Významným benefitem tohoto projektu bylo, že podporu z projektu na účast na obchodních misích mohly využít, na rozdíl od jiných projektů, i členové klastrů. Členové CLUTEX se tak za podpory z projektu zúčastnili obchodní mise v Tunisku a v Rusku.
Na základě úspěchu tohoto projektu byl připraven navazující projekt: EU-Textile2030. Jde o obdobný typ projektu – v tomto a následujícím roce CLUTEX umožní svým členům zúčastnit se misí do Kolumbie, Izraele, Jihoafrické republiky, Tchaj-wanu a Japonska. Pro členy českého klastru se prozatím jako nejzajímavější teritoria v rámci projektu EU-Textile2030 jeví Izrael a Jihoafrická republika.

Spolupráce CLUTEX s ostatními evropskými klastry se bude dále rozvíjet i v dalším, právě schváleném projektu, TEX4IM, zaměřeném na vytvoření dlouhodobého partnerství mezi evropskými textilními regiony s cílem zvýšit konkurenceschopnost textilního průmyslu a posílit investice do evropského textilního a oděvního průmyslu.
Cílem CLUTEX při jeho účasti v mezinárodních projektech je nejenom participace klastru jako takového, ale zejména větší zapojování členských firem do aktivit těchto projektů, neboť členové tak mohou získat nové kontakty, nové zkušenosti a nové možnosti výzkumné i obchodní spolupráce.

Velká Bystřice

SETKÁNÍ V PARKU

Foto: Tomáš Helisek

sf Velká Bystřice – Zámecký park ve Velké Bystřici u Olomouce hostil již po čtvrté festival Jsme ze stejné planety, letošní podtitul zněl Ciao.

V září roku 2015 nezisková organizace Jsme ze stejné planety ve Velké Bystřici vysadila společně se třemi desítkami cizinců mezinárodní park a každoročně na tomto místě pořádají pravidelná setkání. Zvolili formu pikniku – pestrý kulturní program a zajímavé občerstvení vždy inspirované konkrétními státy. V roce 2016 to bylo Nizozemské království, v roce 2017 se nechali inspirovat francouzskou pohostinností.

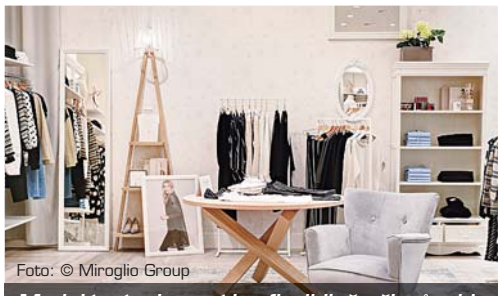
Letošní ročník byl inspirován Itálií. Oblíbené, již čtvrté setkání v parku, bylo opět něčím jiné, ale koncept kombinace chutného jídla, pití, kultury a dalších aktivit zůstal stejný. Motto akce: „Trošku se podíváme na to, proč mají Italové tak rádi dobré jídlo, pití a módu, a vůbec všechny ty pěkné věci…“ určilo celou skladbu programu.
V průběhu odpoledne návštěvníci mohli zhlédnout italská auta, ale i motorky. K dispozici byly návštěvníkům jak stánky s jídlem, tak stánky s módní tvorbou a doplňky. Zbyla i místa pro nejrůznější workshopy. Stánky s jídlem vybízely k ochutnání nejrůznějších dobrot, např. z olomoucké restaurace Clubu 52, která je známá rybími specialitami, čokoládových lanýžů od firmy Lanýže Tereza, luxusních cupcakes, hranolků, aj. Projevit svoji kreativitu, mohli lidé, na jednom z workshopů, a to např. při výrobě květinových věnečků, které se ve slunečném odpoledni staly krásným, originálním a také osobitým módním doplňkem. Hudební vystoupení organizoval Tomáš Krejčiřík.
Celá akce vyvrcholila módní přehlídkou studentů 3. ročníku Střední školy designu a módy, které vedla zkušená a úspěšná módní návrhářka Yvona Leitner. Mezi návštěvníky akce bylo možné potkat i italského velvyslance.

Minimalistickou, přesto velmi útulnou atmosféru v prodejně Caractere v Miláně navozuje kombinace dřeva, mramoru, kovu, plyše a sametu v elegantní barevnosti světlých tónů s tmavšími hnědými a bronzovými akcenty
Foto: © Miroglio Group

Obchod Patrizia Pepe v design outlet centru Parndorf
Foto: © Daniel Bointner

Výkladní skříň je „oknem do duše“ maloobchodu
Foto: Mango

Inscenace obuvi využívající haptické vjemy v shop-in-shopu Christian Louboutin
Foto: © Nordstrom New York


Modulární vybavení lze flexibilně přizpůsobit aktuální kolekci. Obchod Oltre v Miláně
Foto: © Miroglio Group

Multisenzorický marketing

NAKUPOVÁNÍ VŠEMI SMYSLY

js Praha – V současné době nadměrné nabídky a obrovské konkurence ze strany internetových obchodů je pro maloobchodníky důležité, aby jejich obchody měly nezaměnitelný vzhled, vybavení a atmosféru. Nejde jen o prezentaci zboží jako takovou, zákazník by měl mít pocit, že vstupem do kamenného obchodu prožívá jedinečný nákupní zážitek. K tomu významně přispívá harmonické spojení barev, materiálů, tvarů a dalších vjemů, které oslovují smysly nakupujících a vyvolávají v nich příjemné emoce. V dnešní době je to o to důležitější, protože lidé jsou často ve stresu. Pokud však vstoupí do prostoru, kde to příjemně voní, osvětlení navozuje přívětivou atmosféru a hudba v pozadí uvolňuje, pak jim to zlepší náladu, odstraní stres a povzbudí k nákupům.

Spotřebitelé stále rádi nakupují v kamenných obchodech navzdory rostoucí konkurenci e-shopů. Potvrdila to mezinárodní reprezentativní studie The State of Brick & Mortar 2017, zaměřená na stav kamenného obchodu v roce 2017, kterou vypracovala společnost Mood Media ve spolupráci s YouGov. Oslovila 13 000 spotřebitelů mezi 18 a 55 lety po celém světě. Podle této studie je jedním z hlavních důvodů obliby kamenných obchodů možnost okamžitě si zakoupit vyhlédnuté zboží (73 % respondentů z Německa, 69 % z Velké Británie, 64 % ze Španělska a 56 % z Francie). 48 % respondentů oceňuje možnost potulovat se obchodem jen tak pro radost a objevovat něco nového.

Na atmosféře záleží

Multisenzorický neboli vícesmyslový marketing zahrnuje marketingové aktivity, které využívají nejen zrak, ale oslovují i další smysly prostřednictvím hudby, vůní, možností dotýkat se zboží, vybavení apod. Cílem je, aby se zákazníci cítili uvolněně, bez stresu, a celková atmosféra je povzbuzovala k větším nákupům. Když je s vizuálními podněty ještě navíc spojena hudba a podprahové vůně, 61 % spotřebitelů takové obchody navštěvuje častěji (71 % lidí ve věku 18–24 let) a 52 % je doporučuje dalším spotřebitelům (61 % osob ve věku 18–24 let). Navíc 61 % lidí ve věku 18–24 let uvedlo, že příjemná atmosféra v obchodě je přiměje pobýt v obchodě delší dobu. Pro mladé lidi ve věku 18–24 let po celém světě je atmosféra a zážitky důležitější než pro jakoukoli jinou věkovou skupinu. K tomu přispívá i podpora ze strany prodejce při pořizování fotek interiéru prodejny nebo selfie zákazníků ve zkušebních kabinách a jejich sdílení na sociálních sítích.

Vizuální podněty

V prvé řadě se zapojují vizuální podněty, zákazníky lákají ke vstupu do obchodu výkladní skříně, figuríny a promyšlené instalace zboží. Výkladní skříň je vizitkou obchodu, často také umožňují průhled do obchodu. Poté, co zákazníci vstoupí do obchodu, je důležité oslovit všechny jejich smysly. K důležitým faktorům patří osvětlení, vhodně zvolená hudba, vůně a hmatový kontakt s materiály, vše sladěné s konceptem prodejny.

Foto: © Murals Wallpaper

Tapeta s 3D pletařským vzorem je novinkou z Anglie

Stropní a závěsná svítidla a nasvícené stěny s regály v obchodě Comma v OC Plus City Pasching Foto: © Umdasch Shopfitting

Velkoformátový displej s usměvavou dívkou v módním domě Walbusch Moenchengladbach

Foto: © Walbusch Moenchengladbach

Figuríny firmy Genesis jsou nepřehlédnutelné Foto: © EuroShop 2017

Figuríny v prodejně Marc Cain v Hamburku v přirozených pozicích na podestách upoutají pozornost na klíčové produkty

Foto: © Marc Cain

Hudba jako zásadní přísada

Hudba výrazně ovlivňuje prožitek z nákupu. 80 % respondentů je přesvědčeno, že správně zvolená hudba jim nákupy zpříjemňuje a zlepšuje náladu. Dokonce 73 % dotázaných považuje čekání ve frontě za snesitelnější a méně otravné, pokud v obchodě hraje příjemná hudba. Zejména mladší cílová skupina mezi 18 a 34 lety si nákup bez hudby neumí představit (91 %). Více než tři čtvrtiny této generace z celého světa tvrdí, že by uvítali možnost ovlivnit hudbu, která se v obchodech hraje. Takovou možnost umožňuje technologie Social Mix, kterou již otestovala značka Mango ve svých dvaceti obchodech ve Španělsku.

Marketing vůní

Vůně ovlivňují pocity a emoce. Klienti, kteří jsou povzbuzeni příjemnou vůní, mívají při rozhodování velmi často nevysvětlitelné iracionální myšlení, jakoby se řídili výhradně pocity. Pokud marketing využívá znalosti podprahového ovlivňování pocitů a smyslového působení na klienty, může velmi snadno získat jejich náklonnost a loajalitu. Společnost Air Creative vyvíjí vůně, které lze spojovat i s barvami a zvuky. Například vůně Glamour walk vyjadřuje radost ze života, klid a kreativitu a pojí se s červenou barvou, která emočně ladí s oděvy a obuví.

Haptické vjemy

Dotýkat se a zkoušet zboží je pro ženy důležitější než pro muže (78 % oproti 69 %). Nejde jen o produkty jako takové, ale i o vybavení obchodu. Hmat lze oslovovat specifickými texturami a materiály. Využívá se dřevo na mobiliáři, kov na stojanech nebo sloupech, obložení stěn apod. Materiály odrážejí charakter zboží. Dřevo je stále nejoblíbenějším materiálem, tmavé dřevo vytváří útulnější, teplejší a autentičtější atmosféru než čistý skandinávský design nebo ostré kontrasty černé a bílé. Směsice nejrůznějších materiálů se mohou kombinovat v jemných kontrastech. Kreativní visual merchandising umožňuje flexibilně uspořádat prodejní prostor.

Dekorace podle kolekcí a sezony

Dekorace by se měly barevností přizpůsobit příslušné kolekci. Z tohoto důvodu je výhodou modulární nábytek a vybavení různých tvarů, které lze různě obměňovat. V otevřených stěnových systémech se např. může využít tapeta s trendovými motivy nebo nějak související s kolekcí. Hodně se využívají přírodní materiály jako je např. dřevo, granit a ocel. Výrazným akcentem ke dřevu je antracitová nebo bílá.

Figuríny

V nabídce módy se nabízejí různé možnosti, jak upozornit na klíčové produkty. Mohou se aranžovat na figurínách, takže si zákazníci mohou udělat mnohem lepší představu, jak šaty padnou, než když visí jen na ramínku. Exponovaná prezentace symbolizuje třeba i vysokou kvalitu nebo extravaganci.

Stěny s wow efektem

Prostor lze rychle a efektivně měnit tapetami. V trendu jsou imitace různých materiálů jako je dřevo, usně, sklo, textilie, korek, beton nebo kožešina, které působí autenticky a často i trojrozměrně. Velmi módní jsou motivy exotických rostlin a palmových listů, neokoukané jsou předimenzované pletené vzory. Díky digitálnímu tisku je možné si pořídit tapety na zakázku a nechat si vytvořit třeba fotorealistický obraz na stěnu.

Osvětlení

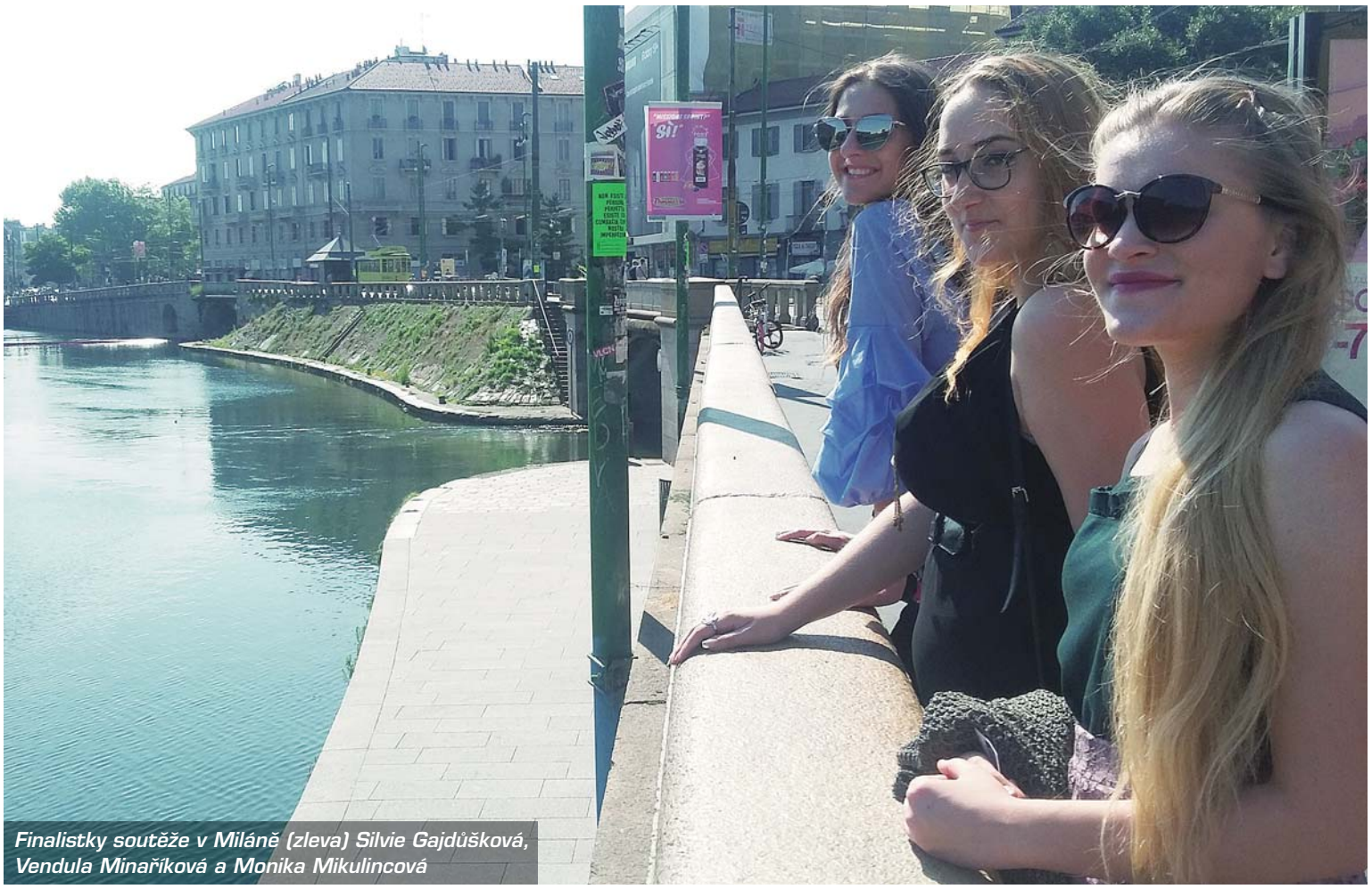
Nové lifestylové světy lze vykouzlit prostřednictvím osvětlení. Vizuální řešení jako jsou LED stěny nebo digitální displeje mohou odlišovat jednotlivé značky v prodeji, uvádět kampaně, nové kolekce nebo určité produkty. V trendu jsou předimenzovaná svítidla visící v různých výškách ze stropu, individuální osvětlení umístěné na zadních stěnách nebo v zadní části prosklených vitrín. U stropních svítidel to nemusí být jen módní obrovské žárovky, ale různá geometricky tvarovaná svítidla nebo neonové nápisy, které přitáhnou pozornost na zboží.

Úsměv je nakažlivý

Na závěr je však třeba dodat, že pro emoční zážitky je stejně tak důležitý také přátelský, vstřícný a kompetentní prodejní personál. Tento aspekt by se neměl podceňovat. Kromě personálu k tomu přispívají také nástěnné velkoformátové obrazy a displeje s motivy šťastných a usměvavých lidí.

SUPŠ Uherské Hradiště na druhém místě v soutěži v Miláně

ČEŠTÍ STUDENTI PATŘÍ K ELITĚ



Finalistky soutěže v Miláně (zleva) Silvie Gajdůšková, Vendula Minaříková a Monika Mikulincová

Milán – Studentky III. roč. oboru designu obuvi ze Střední uměleckoprůmyslové školy v Uherském Hradišti V. Minaříková, S. Gajdůšková a M. Mikulincová obhajovaly svůj projekt továrny budoucnosti Silvemon ve druhé kategorii mezinárodní soutěže Evropské obuvnické konfederace Shake the Future of the Footwear Sector! Autorky vymyslely koncept firmy pro výrobu obuvi, kde navrhují propojení módy s medicínou a aplikaci moderních technologií.

Na projektu, který je tvořen rozsáhlým textem, moodboardy, návrhy a závěrečnou prezentací společně pracovaly, téměř tři měsíce pod vedením MgA. Kateřiny Kudrové. „Produkty této fabriky budoucnosti jsou modely obuvi tištěné v 3D tiskárnách, 3D tiskárny a mikrokarty na kterých jsou modely nahrány a připraveny k virtuálnímu shlédnutí a výrobě. Navíc je obuv materiálově a střihově přizpůsobená zákazníkovi, díky podrobnému zdravotnímu profilu. Materiály použité pro realizaci modelů uvolňují látky, které léčí různé nemoci. Pro podporu rodiny a dobrých sociálních vztahů je mimo jiné určen jeden den v pracovním týdnu jako home office, tzn. práce z domu, a osmihodinová pracovní doba zahrnuje povinnou relaxaci, která je nezbytná pro inspiraci. Všechny prostory, včetně restaurace a wellness centra, jsou připraveny k okamžitému přenosu nápadů díky pracovním tabletům. Interiér, včetně nábytku, je variabilní a přizpůsoben na míru, pomocí 2D, 3D projekcí a vůním. Silvemon mimo jiné podporuje studentské stáže a stáže svých zaměstnanců v jiných firmách. Zajišťuje vzdělávání zaměstnanců jazykovými kurzy, pořádáním odborných exkurzí, zprostředkováním aktuálních trendů – účastí na světových módních veletrzích a přehlídkách. Projekt má své reálné i snové stránky, které jsou ale otázkou blízké budoucnosti," konstatuje Kateřina Kudrová.

Slavnostní galaodpoledne probíhalo v pondělí 25.června v institutu módy v italském Miláně na profesionální úrovni. Po představení soutěže a porotců prezentovaly týmy z Itálie, Španělska, Portugalska a Česka své práce. Nejprve soutěžící první kategorie – Produkt budoucnosti a následně druhé – Továrny budoucnosti a to před porotou odborníků z celé Evropy, včetně slavného italského návrháře Giuseppe Zanottiho. Ten ocenil nadčasovost projektu, ale zároveň konstatoval, že se s fabrikou využívající některé z prvků projektu Silvemon již setkal. Ve svém komentáři se obrátil přímo ke studentkám a poděkoval jim za připomenutí podstatných pilířů výroby. V první kategorii zvítězil produkt českého týmu 3FLT ze Západočeské univerzity *(více na stranách 20–21 tohoto vydání Světa textilu & obuvi – pozn. redakce)*.

Projekt uherskohradišťské Střední uměleckoprůmyslové školy studentky perfektně obhájily a získaly nejen druhé místo ve své kategorii, ale i hodnotné ceny a kontakty. Oba české týmy se téměř jako jediné rozhodly pro prezentaci projektů v angličtině a svou kvalitní a koherentní prací potvrdili, že patří mezi elitu světových obuvníků. Již nyní jsme byli osloveni k účasti na dalším ročníku. Město módy dále nabídlo nejnovější trendy ve výlohách značkových prodejen v pasáži Galerie Viktora Emanuela a krásná místa dýchající historií.

Více o mezinárodní soutěži široké komunikační kampaně Evropské obuvnické konfederace na inmyshoesproject.eu.

Text a foto: MgA. Kateřina Kudrová, SUPŠ Uherské Hradiště

Gala Fashion Show

NA ZÁMKU PLUMLOV

Foto: Monika Czabeová

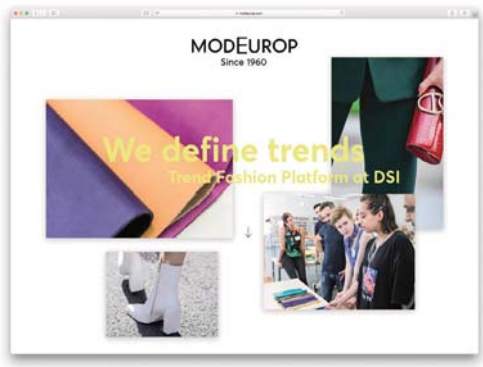
sf Plumlov – Druhý červnový víkend se na Zámku Plumlov konalo módně – kulturní charitativní odpoledne, s názvem Charitativní Gala Fashion Show. V jeho rámci měla charitativní módní přehlídku módní návrhářka Marta Musilová.

Program módně – kulturního odpoledne nabídl opravdu bohatý program, jež započal ukázkou tai-chi, pokračoval pěveckým vystoupením operní zpěvačky Terezy Mátlové, jež si pro jednu z organizátorek připravila poděkování… Speciálně pro ni zazpívala, se svojí dcerkou, píseň Tři oříšky pro popelku.
Modely módní návrhářky Marty Musilové, prezentované během její přehlídky, se opět nesly v duchu svěžích barev, nositelnosti a zdůraznění žensky tvarované figury. Studenti soukromé prostějovské školy ArtEcon ukázali svoji šikovnost, kterou bylo možné shlédnout na prezentovaných modelech, jež vytvořili. Taneční vystoupení si představili děti pod vedením Šárky Melarové. Již tradičně duch flamenca přivál, svým vystoupením, soubor Aires del Sul pod vedením energické Petry Pšenicové. Návštěvníci Charitativní Gala Fashion Show mohli vidět přehlídku historických kostýmů pod vedením Jitky Hřívové, letos se vztahovala k významnému výročí, a to založení naší republiky.

ModEurop

NOVÉ WEBOVÉ STRÁNKY

Praha – V nové vzhledu a s technicky přepracovanými webovými stránkami zahájila instituce ModEurop novou sezonu.



ModEurope se zaměřuje na módní trendy obuvi a kožené galanterie a vydává barevnice ModEurop ColourCard s jeden a půl ročním předstihem. Na nových webových stránkách naleznou zájemci nejnovější zprávy a mnoho odborných informací o barvách, materiálech a trendech obuvi a kožené galanterie, včetně konferencí, fotogalerií a videí. Stránky jsou vedeny v němčině a angličtině. Nový layout mohou využívat i uživatelé různých mobilních zařízení.

SOTEX GINETEX CZ

JAK SPRÁVNĚ OZNAČIT TEXTILNÍ VÝROBEK?

Brno – Tuto otázku si klade mnoho výrobců textilu. Zejména v menších firmách je problém vyhledat relevantní informace a na trh dodat produkt správně označený tak, aby splňoval veškeré legislativní požadavky. Pokud si nejste jistí tím, jak výrobky označujete, přijeďte se poradit na srpnový STYL.

Foto Sch

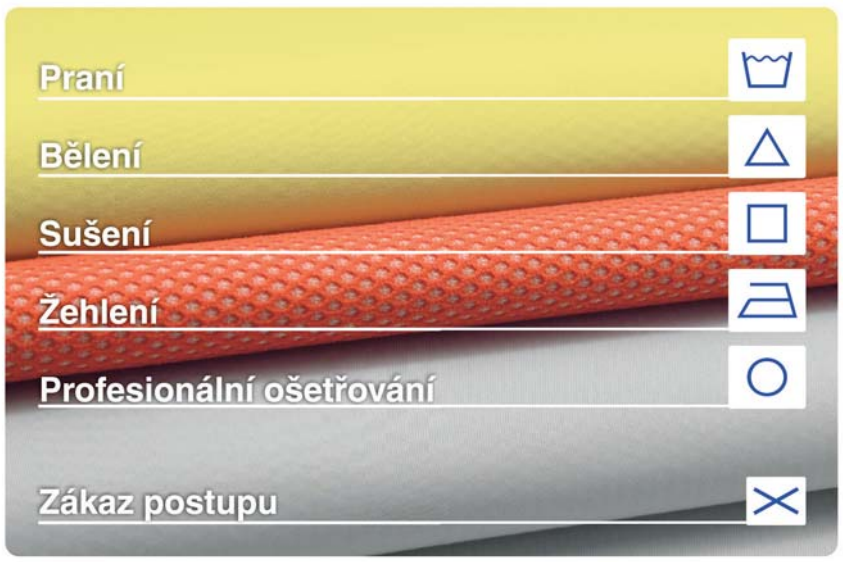
Již v únoru se podařilo na veletrhu STYL zorganizovat poradenské centrum, na jehož chodu se podílel Textilní zkušební ústav, SOTEX GINETEX CZ a to za podpory Asociace textilního, oděvného a kožedělného průmyslu. Poradenské centrum se osvědčilo, takže se na ně můžete těšit znova. Po všechny tři dny Vám budou k dispozici odborníci ze SOTEXu a Textilního zkušebního ústavu, kteří Vám pomohou zorientovat se v předpisech vztahujících se k textilu.
Navštívit nás můžete na stánku č. 31 v pavilonu P.

Přijďte tedy také Vy navštívit STYL a zavítejte do pavilonu P!
Team TZÚ a SOTEX

inzerce

ZNAČÍTE SPRÁVNĚ?

Víte co jsou symboly údržby?
5 piktogramů, které znázorňují jednotlivé procesy údržby.
Symboly informují o vhodné údržbě textilních výrobků v domácnostech i profesionálních provozovnách a jejich dodržení zajistí dlouhou životnost textilu.



® Symboly údržby jsou chráněnou mezinárodní ochrannou známkou. Majitelem ochranné známky symbolů údržby je GINETEX. Pověřeným správcem ochranné známky v České republice je SOTEX GINETEX CZ.
www.sotex.cz
sotex@sotex.cz

Výrobkyně lidových krojů a vyšívačka z Velkých Němčič

KROJ NA HODY? SAMOZŘEJMOST!

Velké Němčice – „Nejvíce mě baví tvorba nových výšivek pro kroje," říká Ing. Marie Vaňková, která žije se svojí rodinou ve Velkých Němčicích, kde také tvoří a půjčuje kroje. Časopis Svět textilu & obuvi ji požádal o rozhovor.

Jak jste se dostala k tvorbě krojů a následnému podnikání s tímto sortimentem?

Již od dětství jsou ruční práce mojí velkou zálibou. A protože jsem z Moravy, kde je folklór stále živý, mohu uplatnit své celoživotní zkušenosti právě při tvorbě výšivek na lidových krojích. Po studiu na VŠE v Praze jsem pracovala v bance. Již na mateřské dovolené se výroba krojů stala mou profesí. Dnes už je to více než dvacet let, co provozuji svoji živnost.

Jak se vám daří v odvětví folkloru?

Lidé pohybující se okolo folklóru jsou trošku jiní, srdeční, a také dokáží být velkorysí. Jsem ráda, že se ke mně vrací a vyhledávají moje služby. A tak se vzájemně známe s mnoha lidmi napříč celou Moravou. Muzikanti mě zvou na svoje vystoupení a mladí lidé, kterým kroje půjčuji, mě zvou, abych si na hody s nimi přišla zatančit. To je pak hodně veselo.

Jaké úkony provádíte – šití, půjčovna i opravy?

Jsem výrobkyně lidových krojů a zejména vyšívačka. Zaměřuji se zejména na výšivky a zdobení krojů. Vyrábím také originální krajky podle původních motivů našich vyšívaček ze Slovácka, které už dnes nikdo nevyšívá a nepaličkuje. Zhotovuji sama celé kroje kromě obuvi, a to nejvíce v zimě. V létě kroje škrobím, žehlím, peru a půjčuji na hodové slavnosti. Jde o takový několikaměsíční letní kolotoč. Po letním období se těším na zimu, kdy mám čas tvořit, malovat si ty svoje ornamenty a samozřejmě vyšívat. Nezabývám se opravami starých krojů, ale doplňuji zákazníkům jejich stávající kroje novými součástmi. Starší vzácné výšivky je škoda používat na hodové slavnosti. Majitelé si je uchovávají jako památku.

Malovaná výšivka

Marie Vaňková

Ve většině obcí v okolí Brna se přestal původní kroj nosit už před první světovou válkou. Byly to kroje chudší, proto se v těchto končinách po druhé světové válce začal nosit kroj kyjovský, velmi oblíbený. Také se vyšíval v rodinných školách v Brně, v družstvu Vesna a později v Moravské ústředně. Tyto kroje si lidé velmi oblíbili a učili se je vyšívat, mnohdy i jednodušším způsobem než v Kyjově, kde byl jejich původ a kde se tyto kroje uchovaly do dnešní doby. Na Brněnsku a v celém širokém okolí se kyjovský kroj právě dodnes nosí hromadně. Je to velmi ojedinělý region. Na východním Slovácku je to jinak. Tam není možné kroje hromadně půjčovat, protože každá obec má jiný kroj a velmi často je mají rodiny doma. Ale i pro tuto oblast kroje vyšívám. Do Vlčnova, Uherského Brodu, Nivnice, Bánova…

Přibližte nám svoji činnost. Jak dlouho šijete jeden kroj?

Zhotovuji krojové součásti podle originálů, které mi lidé začali přinášet odevšad. Kroj není problém ušít, ale vytvořit ty původní výšivky, zdobení, tak, aby to bylo přesně jako původní součást.

Kyjovská zástěra

Náročnost zákazníků na provedení je vysoká. Také to musí být vyrobeno co nejdříve, nikdo nebude čekat rok. A nejlépe hned pro 25 členů souboru… To mě přivedlo k tomu, že jsem začala při své práci používat stroje. Manžel je elektrotechnik, bez něho bych svoji práci nemohla dělat. Stroje mi upravuje, programuje podle mých požadavků. Díky tomu dokáži zhotovit výšivky a krajky různými technikami, které by už dnes nikdo na prodej ručně nedělal. Mnohé vyšívačky, dnes už babičky, jež dříve vyšívaly kroje ručně, se chodily na moji práci dívat. Musely se přesvědčit osobně, velmi mou práci oceňovaly. Nedávno jedna upřímná paní se slzami v očích prohlížela moje výšivky, obdivovala je a hladila je svýma rukama, to je pro mě to nejlepší ocenění, když potkáte takové spřízněné duše, které tomu rozumí a dovedou si představit tu náročnost práce.

V zimním období připravuji každý rok nové vzory a výšivky zejména na kroje z Podluží a Kyjovska. Zákazníci poptávají vzory přes internet, posílám jim ukázky a oni si vybírají. Následně přijde vlna konkrétních objednávek a na jaře šiji kroje každému zákazníkovi na míru. Pro představu, zhotovení výšivek ke kyjovskému kroji trvá odhadem 14 dní. Ale nedá se to úplně přesně odhadnout. Dámský kyjovský kroj ušiji za tři pracovní dny. A škrobení sukní trvá další tři dny. K ušití pánských nohavic bez výšivek potřebuji asi deset hodin, vypracování řasených rukávců téměř tři hodiny a nejnáročnější je kabátec, zhruba 20 pracovních hodin.

Podle čeho tvoříte kroje, držíte se nějakého vzoru?

Často se mě lidé ptají, jak je to s krojovým předpisem, zdali musím dodržovat nějaká pravidla při výrobě. Samozřejmě, že ano. Každý krojový typ má svůj předpis. Nejlepší je tvořit podle originálů a podle rady znalců, etnografů. Na ně se obracím a oni mě také žádají o zhotovení součástí podle muzejních exponátů. V případě, že si něčím nejsem jistá, hledám v odborné literatuře nebo se obracím na paní etnografku Slováckého muzea v Uherském Hradišti, paní Mgr. Martu Kondrovou. Když se však podíváme na jednotlivé výšivečky do detailu, tak je každý kus originál. Každá vyšívačka a malérečka vytvořila jiný vzor, který zakomponovala do výšivek nárameníků, přednic na mužských košilích, u děvčat na límcích, zástěrkách a podobně. A to je to, co mě baví, co mi dává volnost, kreslit ornamenty a vzory třeba i podle přání zákaznice. Když jdou dívky v průvodu, nechci, aby měly stejné vzory. Musí to být překvapení a podívaná.

Mužské nohavice červenice s bohatým šňůrováním

Mužské rukávy, technika pavoučků, mřížek, katrování

Má kroj svou životnost? Jak o něj pečovat?

Dříve se kroje zhotovovaly z materiálů, které se kromě plátna vlastně ani nepraly, protože barvy látek i bavlnek užitých na vyšití byly nestálé. Dnes používat takové komponenty, by nebylo možné, protože kroj se často musí prát, všechny jeho součásti. V čistírně se začišťují vlněné mužské vesty, nohavice i kabátky. Proto se takové oděvy do půjčovny nehodí.
Například místo těžkých vlněných nohavic zhotovuji do půjčovny nohavice z lehkého materiálu, například i z polyesteru. Po každém půjčení se totiž celé musí vyprat, aby se za tři dny mohly zase půjčit. Staré kroje si nikdo nechce půjčovat. A je jedno, jestli je na něm ručně vyšitý ornament. Žádané jsou nové a čisté kroje, precizně připravené. Nikdy jsem proto do své půjčovny staré součásti nekupovala, ale podle těch starých jsem tvořila nové. Navíc hodové slavnosti jsou v létě, kdy jsou velká vedra, proto musím tedy kroj do své půjčovny (ale i pro soukromé osoby a účinkující) připravit tak, aby byl doslova odolný a co nejvíce vydržel.

Odkud máte materiály pro svou živnost?

Materiály nakupuji přednostně od našich českých výrobců a dodavatelů. Co nekoupím, to si vyrobím, jsou tím především původní krajky.

Co vás nejvíce baví v souvislosti s kroji?

Co mě nejvíce baví? Výšivky, jednoznačně, a také tvorba nových vzorů.

Kdo jsou vaši zákazníci?

Spektrum mých zákazníků je velmi široké. Vyšívala jsem a šila kroje pro známé národopisné soubory Moravského Slovácka – Oldšava, Olšava, Nivnička, Bánov, Břeclavan, ale i pro Vlčnovskou jízdu králů. Dále pak pro cimbálové muziky Grajcár, Notečku, pro dechovky a mužácké soubory. Těší mě, že se moje kroje nosí i v zahraničí – v Japonsku, v Kanadě i na Aljašce u našich krajanů, v Rakousku, Austrálii, a také ve Spojených Arabských Emirátech a Thajsku. Zrovna vyšívám dětské kroje pro naše krajany na Filipínách.
Ručně vyšívaný kroj ode mě má také náš bývalý prezident Václav Klaus. Velmi mě potěšilo, když mě požádala módní návrhářka Klára Nademlýnská, abych vyšívala součásti pro její kolekci. Připravovala ji pro firmu Preciosa. Tak se moje výšivky dostaly i na světové módní výstavy. Byly to naše lidové výšivky, které paní Nademlýnská povýšila na umělecké dílo. Měla jsem z toho opravdu radost.

Jaké je věkové portfolio vašich zákazníků?

V největší míře jde o mladé lidi, děti už od velmi nízkého věku. Oblékám chasy do krojových průvodů, kde jde například 40 dětí a 40 mladých stárků kolem 20 let.

Z jakých dílů se skládá dámský a pánský kyjovský kroj?

Každý kroj je jiný a názvy se velmi liší. Nejsem etnograf, proto odpovím stručně. Dámský kroj… nosil se spodní rubáč, spodní rukávce, horní rukávce, tacle, límec, kordula, spodní sukýnka „honzík“, alespoň tři spodničky, sukně pávka, zástěra – fěrtoch, pantla, čepec, turečák, čižmy. Pánský kroj se skládá z rukávce, korduly, nohavic, opasku, marinky, klobouku, čižem.

Stále zkouším něco nového. V poslední době jsem se více věnovala oblasti Podluží. Jde o ty překrásné mužské kroje s červenými nohavicemi, bohatě vyšívané a šňůrované, k tomu bělounké košulky s jemnými výšivkami na rukávech. Tyto výšivky mají i děvčata hlavně na fěrtůšku. Vypracovala jsem si vzory a výšivky podle starodávných zástěr přes sto let starých. Jsou plné ažurek, výstřihů, mřížek, sítěk a pavoučků.
Na mužských rukávech jsou uplatněny originální vzdušné krajky se slováckými motivy, které si sama navrhuji. Tyto kroje jsou velmi žádané a moji zákazníci si už rezervují v létě místečko na zimu, uplácejí mě lahvinkami výborného vína z vlastních zdrojů… No naši vinaři z Podluží.

Které části tvoří dětský kroj?

Dříve to bylo normální oblečení. Dětem se šily kroje z toho, co zbylo. Proto se využíval každý kousíček, čtverec plátna. Děti mívaly jen oblečení z plátna, lnu, v zimě z kožešinek. Dnes se dětem šijí kroje pro hodové slavnosti, zhotovují se jim jako zdrobněliny krojů pro dospělé.

Kolik stojí vámi vytvořený dámský, pánský a dětský kroj, včetně výšivek?

Dámský bohatě vyšívaný kyjovský kroj stojí kolem 15 000 Kč, včetně DPH. Pánský se počítá po součástech – vyšívané nohavice 6 500 Kč, soukenná vyšívaná kyjovská vesta do 5 000 Kč, rukávce s výšivkou 1 600 Kč, dětský dívčí kroj kolem 6 000 Kč.

Je o kroje zájem u mladých lidí?

S manželem si někdy vyjdeme v krojích zatancovat. Naši synové je ale nosí častěji. Ten mladší hraje v cimbálové muzice. Je dobře, že mladí lidé kroj berou jako samozřejmé oblečení na určité příležitosti. Také je velkou zásluhou obcí a spolků, že folklórní akce podporují i finančně.

Jak vidíte budoucnost svého řemesla?

Moje řemeslo učím své syny. Zapisuji si postupy a svoje nápady, učím je pracovat se stroji, programovat výšivky. Jsou to studenti, jeden strojař a druhý elektrotechnik. Práce s výšivkami je baví. V létě mi dokonce pomáhají žehlit a škrobit spodní sukně. Je k tomu zapotřebí síly a trpělivosti. Na moji práci se chodí dívat také děvčata z okolí.

Co považujete za nejlepší způsob propagace?

Nikdy jsem nepoužívala reklamu v novinách, časopisech… V době mých začátků jsem reklamu měla, a tou byla pouze reklamní cedule u našich vrat… Zákazníci mě naleznou na webových stránkách. Největší reklamu mi však dělají právě mí zákazníci, mimo jiné tím, že předávají na mě kontakt dalším lidem. Velmi mě těší spokojenost zákazníků a jejich doporučení. Už na jaře, v dubnu, si na první hody půjčí chasa mladých lidí kroje. Sejde se tam půlka Moravy, a potom se mi diář zaplní objednávkami až do konce sezony. Mladí vždy čekají, co jim připravím nového.

Děkuji za rozhovor: Sandra Friebová
Foto: archiv M. Vaňkové

Kyjovské kroje rozličných vzorů

ManpowerGroup Index trhu práce pro třetí čtvrtletí 2018

OPTIMISMUS ZAMĚSTNAVATELŮ TRVÁ

Praha – Společnost ManpowerGroup Česká republika zveřejnila v polovině června výsledky průzkumu ManpowerGroup Index trhu práce pro třetí čtvrtletí roku 2018. V rámci průzkumu ManpowerGroup Index trhu práce pro třetí čtvrtletí 2018 byla všem účastníkům vybraného reprezentativního vzorku 750 zaměstnavatelů v ČR položena otázka: „Jak očekáváte, že se změní celkový počet zaměstnanců ve vaší společnosti v následujícím čtvrtletí do konce září 2018 v porovnání s aktuálním čtvrtletím?“

ManpowerGroup má pro Českou republiku k dispozici i sezonně očištěná data SAD (jelikož průzkum v ČR se provádí již pět let), která eliminují dopad sezonních výkyvů v datech týkajících se náborových aktivit. Tisková zpráva uvádí všechna data sezonně neočištěná.
Zaměstnavatelé v České republice hlásí pro třetí čtvrtletí 2018 optimistické náborové plány. 8 % zaměstnavatelů očekává nárůst počtu pracovních sil, 2 % předpovídají snížení počtu pracovních sil a 87 % zaměstnavatelů nepředpokládá žádné změny. Na základě těchto údajů vykazuje Čistý index trhu práce pro Českou republiku pro třetí čtvrtletí 2018 hodnotu +6 % (po očištění sezónních vlivů je Čistý index +4 %, což ukazuje na pozitivní vývoj trhu práce bez ohledu na sezónní práce v zemědělství, stavebnictví, cestovním ruchu, atd.).
„Nezaměstnanost je nejnižší v Evropě a růst ekonomiky jeden z nejvyšších. Nadále tedy vznikají nová pracovní místa, a to i v regionech které dříve trpěly nedostatkem pracovních příležitostí. Více dostupných alternativ pro uchazeče o zaměstnání má dopad na rostoucí fluktuaci zaměstnanců, která se od konce krize více než zdvojnásobila, a na tlak na růst mezd, který je nyní u některých firem i 30 % ročně. Náš průzkum potvrzuje, že firmy budou pokračovat v náborech a nezaměstnanost bude klesat. V minulém období jsme zaznamenali mírné zpomalení náborového tempa, ale 3. čtvrtletí bude opět vrcholem na trhu práce, kdy firmy nabírají nejvíce zaměstnanců a nezaměstnanost je nejnižší v ročním cyklu,“ řekla Jaroslava Rezlerová, generální ředitelka ManpowerGroup ČR.

Porovnání organizací podle velikosti

Zaměstnavatelé ve všech čtyřech kategoriích podniků podle velikosti očekávají nárůst počtu pracovních sil. Nejvíce nabírají zaměstnavatelé velkých společností s Čistým indexem trhu práce +30 % (31 % bude nabírat a pouze 1 % propouštět), významně roste optimismus i ve středních firmách s Čistým indexem +26 % (28 % bude nabírat a 2 % propouštět). Tradičně nižší optimismus je u malých podniků s Čistým indexem +9 % a mikropodnicích pod deset zaměstnanců Indexem +4 %.

Porovnání dle odvětví

Zaměstnavatelé v osmi z deseti odvětví předpovídají pro nadcházející čtvrtletí zvyšování počtu pracovních sil. Nejsilnější náborové plány předpovídají zaměstnavatelé v odvětví Ubytování a stravování s Indexem +15 a Výroba a rozvod elektřiny, plynu a vody s Indexem +14 %. Velkoobchod a maloobchod vykazuje Index +8 %. Zajímavé je, že zpracovatelský průmysl jako celek vykazuje již od konce roku 2017 mírný pokles, a to i přes to, že v automobilovém průmyslu pozorujeme u velkých firem trvalé nárůsty zaměstnanců. Druhým sektorem s negativním výhledem v náborech je Těžba nerostných surovin s Indexem 6 %.

Regionální srovnání v rámci ČR

Zaměstnavatelé ve všech třech regionech očekávají v příštím čtvrtletí nárůst počtu zaměstnaných lidí. Nejpovzbudivější zprávy přichází již od roku 2015 z Moravy, kde jsme pro nadcházející čtvrtletí získali Index +15 %, zatímco Čechy a Praha vykazuje nižší optimismus Indexem +3 % a +2 %. V porovnání s předchozím čtvrtletím zaměstnavatelé na Moravě hlásí nárůst Indexu o 14 procentních bodů, v Praze a v Čechách zůstává Index nezměněn.

Globální pohled

Výsledky ukazují, že i přes nejistý geopolitický výhled tři čtvrtiny zaměstnavatelů si z globálního hlediska zachovávají optimismus a v různé míře plánují nárůst počtu pracovních sil. Výjimku tvoří Itálie, kde je Index za poslední dvě čtvrtletí negativní. Jasná většina dotázaných zaměstnavatelů odpověděla, že počty zaměstnanců ponechá na stejné úrovni nebo je bude zvyšovat, pouze zlomek plánuje snižování počtu pracovních sil. Příkladem výrazného optimismu jsou zaměstnavatelé ve Finsku, kde je Index nejvyšší od začátku provádění průzkumu před šesti lety, a v Číně, kde očekávají nejsilnější náborové prostředí za poslední tři roky.

Rakousko

ZEMĚ SLEV, KROJŮ A HLAVNĚ SPORTU!

Tyroly – Kdo navštíví o letošním létě Rakousko a podívá se do obchodů s oděvy či obuví, musí nabýt dojmu, že jde o zemi slev. Poutač „výprodej“, zdůrazněný uvedením slevových procent, které mnohdy dosahují až astronomických výšek, jsou nejběžnější součástí výloh. A neplatí to jen ve Vídni či dalších větších rakouských městech. Svět textilu & obuvi se o tom přesvědčil v malých alpských městečkách na jihu Tyrol.

Pro Tyroly jsou typické kroje. Najdete je na každém kroku

Deset, dvacet i třicet procent činí nejběžnější slevy. Setkali jsme se ale i s padesátiprocentním zlevněním. A nešlo přitom o nějaké starší modely. Jak jsme měli možnost diskutovat s obchodníky v centru města Lienz (12 000 obyvatel), do slev šly i aktuální kolekce pánských i dámských bund a kalhot. „Obávám se, že bez slev by u nás lidé ani nenakupovali,“ poznamenal sympatický prodavač. Musím přiznat, že stejný pocit mám i z nakupování u nás, v Česku.

Další, co vás v Tyrolích zaujme, je široká nabídka krojů. Jsou nabízeny doslova v každém městečku. Najdeme zde nejen nabídky pánských a dámských oděvů z usní, ale narazili jsme i na typické tyrolské kroje pro děti. Když si přečtete článek na stranách 36–37 tohoto vydání Světa textilu & obuvi, dozvíte se mj., že i u nás jsou kroje nedílnou součástí venkovského života. Ovšem zdaleka ne v takovém měřítku, jako v Tyrolích.

A postřeh třetí, nejsilnější: Tyroly žijí sportem! Je to dané samozřejmě tím, že takřka celý povrh této spolkové země tvoří Alpy a tak zde na každém kroku narážíme na sportovce. Tu na kolech, tu na horských stezkách s trekingovými holemi či při koupání v alpských jezerech. A nejde přitom výhradně o turisty: Velký zájem o sportovní vybavení mají i místní. Jak nám potvrdil manažer obchodu na náměstí v Kitzbühelu, poměr místních zákazníků a turistů zde činí zhruba půl napůl.

Text a foto: Michal Korol

Výprodej, slevy… Takové jsou výlohy v Tyrolích

Sportem žije celá zem…

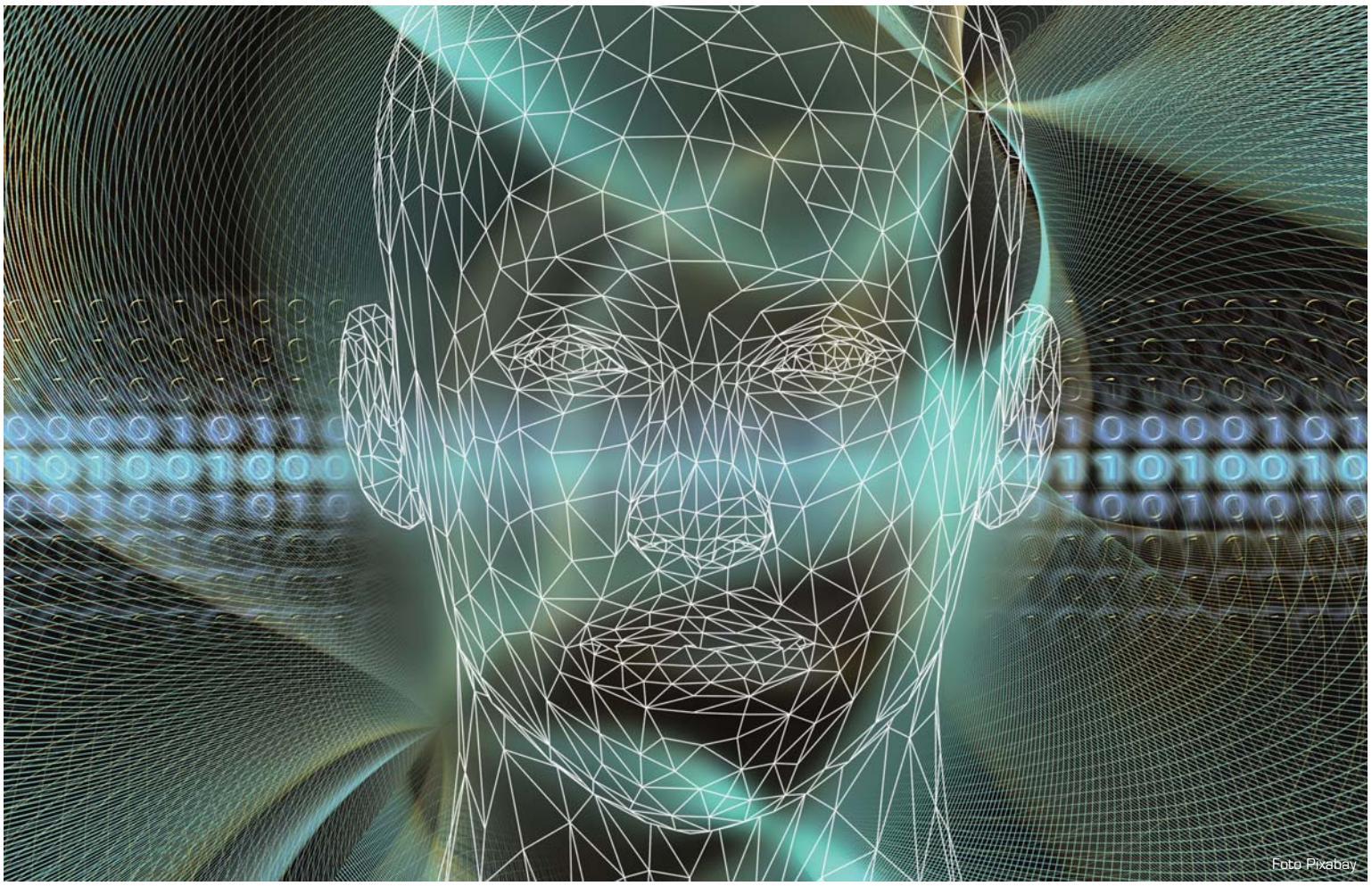


Foto Pixabay

Textilní, oděvní, kožedělný a obuvnický průmysl

PŘICHÁZÍ DOBA DIGITÁLNÍ

Zlín – Digitalizace výroby v odvětvích, kde je tradičně vysoký podíl ruční práce, dnes není již otázkou daleké budoucnosti. Nové trendy a potřeby digitalizace i v těchto oborech potvrzuje společný projekt CEC, Euratex, COTANCE a industriAll Europe.

Projekt Digital TCLF potvrzuje vznikající potřebu digitálních dovedností v odvětvích textilního, oděvního a kožedělného průmyslu. Byly zveřejněny výsledky průzkumu realizovaného ve firmách v rámci projektu Erasmus + Digital TCLF 2025, který potvrzuje význam devíti nově se objevujících digitálních povolání v sektorech textilní, oděvní, kožedělné a obuvnické výroby. Projekt podrobně popisuje rozsah poptávky po každém digitálním povolání v příslušných odvětvích TOK průmyslu a upozorňuje vzdělávací centra a instituce na potřebu přizpůsobit nebo vytvořit nové vzdělávací programy, protože výrobní společnosti budou vyžadovat, aby kvalifikovaní odborníci zaplňovali tato vznikající povolání, která mají „silnou digitální komponentu".

Učiněn první krok

V rámci projektu Erasmus + Digital TCLF, který spolufinancuje Evropská komise, zahájila Evropská konfederace výrobců obuvi (CEC) průzkum o potřebě specifických vznikajících digitálních povolání v textilním, oděvním, kožedělném a obuvnickém průmyslu (TOK průmysl). Vzhledem k tomu, že projekt má pomoci těmto sektorům využít příležitostí digitalizace, byl průzkum prvním krokem v signalizaci, jaké dovednosti budou poskytovat centra a instituce vzdělávání a odborné přípravy.
Cílem průzkumu bylo ověřit význam budoucích devíti digitálních povolání, které předtím identifikovalo konsorcium, tj. sociální partneři EU – Euratex, COTANCE, CEC a industriAll Europe. Z tohoto pohledu šlo především o společnosti, asociace, vzdělávací a školicí střediska, výzkumné ústavy a odborové organizace a výsledky ukázaly, že digitální dovednosti jsou vyžadovány a očekává se, že je budou ve velmi krátké budoucnosti firmy potřebovat.

Hledá se 3D návrhář

Odpovědi poskytlo 205 respondentů, z nichž více než polovinu představovali zástupci firem. Dotazovaní označili některá povolání za důležitější než ostatní, a to i v závislosti na odvětví, ale obecně potvrdili předpoklady projektu. Všech devět pracovních pozic, od dodavatele datového řetězce až po 3D návrháře a modeláře, bylo skutečně označeno, že budou v budoucnu brzy poptávány. U obuvnické výroby byla pozice s očekávaným nejvyšším požadavkem – 3D návrhář a modelář obuvi (91% respondentů s tím souhlasilo). Pro kůže a usně to byl kožedělný technik (96 % respondentů); pro textilní výrobu to byl vývojový a informační výzkumník (89 % respondentů) a pro oděvní odvětví byl požadován zejména procesní analytik pro digitální marketing (100 % respondentů).
Průzkum také usiloval o změření přítomnosti těchto povolání v odvětvích TOK. Většina společností v současné době postrádá zaměstnance v určených povoláních. Proto se předpokládá, že tržní potenciál těchto povolání v příštích letech rychle poroste, což také vede k naléhavé potřebě, aby se vzdělávací centra přizpůsobila tomuto scénáři a usilovala o překonání rozdílů v digitálních dovednostech. Tímto způsobem budou současní i budoucí pracovníci schopni získat dovednosti požadované výrobními společnostmi a současně to umožní TOK průmyslu, aby co nejlépe využil digitalizované hospodářství v rámci neustále se vyvíjejících a inovativních odvětví.

Podrobné výsledky průzkumu naleznete v nejnovějším zpravodaji k projektu na: digitaltclf.eu/wp-content/uploads/2018/05/Newsletter-2-TCLF_4.5.18_EN.pdf

Zdroj: CEC, Brusel
Překlad: ČOKA Zlín

Advokát radí

JAK SE VYROVNAT S GDPR?

Kresba: Pixabay

Praha – GDPR – General Data Protection Regulation je nové nařízení EU o ochraně osobních údajů. V život vstoupilo již 25. května 2018, přesto na něj nejsou všichni připraveni. Nařízení přineslo řadu novinek, jako například větší důraz na zabezpečení osobních údajů, právo na přenositelnost automaticky vedených údajů či právo „být zapomenut" (tedy nezobrazovat se ve výsledcích vyhledávání atp.). GDPR se týká všech firem a institucí, ale i jednotlivců a online služeb, které zpracovávají data uživatelů.

Zejména podnikatelé se musí urychleně upravit své obchodní podmínky a další právní dokumenty, aby mohli řádně užívat osobní údaje ve svých databázích. Ty musí také lépe zabezpečit a vzít na vědomí i nové a vyšší sankce.

Nařízení je reakcí na stále větší džungli osobních údajů v online světě. Záměrem zákonodárců bylo dát evropským občanům větší kontrolu nad tím, co se s jejich daty děje. Proto kromě GDPR Evropská unie připravuje ještě nařízení ePrivacy. To má přestavovat doplnění k GDPR. Obecné nařízení GDPR chrání pouze osobní data. Připravované nařízení ePrivacy v porovnání s tím zaručuje důvěrnost všech elektronických informací bez ohledu na to, zda obsahují osobní údaje. Aktuálně je však velmi kritizované.

Jak bylo uvedeno výše, GDPR zavádí celou řadu nových pravidel (možnost přenesení údajů, úprava profilování atd.) a zároveň se rozvíjí ty stávající. Dodržování všech pravidel bude muset každý správce i zpracovatel osobních údajů prokazatelně doložit po celou dobu zpracovávání. Je proto potřeba upravit stávající dokumenty a jak se hezky říká „nastavit procesy" do budoucna. GDPR platí celosvětově pro všechny, kdo zpracovávají osobní údaje, každého, kdo se pohybuje v EU. Autoři si s ním slibují přehledný a jednotný rámec pro ochranu osobních údajů.

Za cíl si kladou nastolit důvěru, která umožní rozvoj digitální ekonomiky na celém vnitřním trhu EU, a to především prostřednictvím jednotné úrovně ochrany a odstranění národních rozdílů. Jde tedy i o příležitost a nařízení nabízí možnost „vyhrát" si s databází klientů a lépe a bezpečněji ji spravovat. Na druhou stranu přináší i rozšíření stávajících povinností, nejasnosti a mnoho administrativy. Teprve budoucnost tedy ukáže, jaké dopady převáží.

Je nutné zdůraznit, že základní zásady a principy ochrany osobních údajů zůstávají vlastně neměnné (nutnost disponovat pro zpracování právním důvodem, zabezpečení osobních údajů, transparentnost vůči subjektu údajů atd.).

Obecné nařízení však tyto zásady rozvíjí a přináší i nové povinnosti:

- povinnost vést detailnější záznamy a chránit lépe databázi
- při „kvalifikovaném sběru údajů" provádět tzv. posouzení vlivu na ochranu osobních údajů (tzv. DPIA) či žádat o předchozí konzultace úřad
- ohlašování případu porušení zabezpečení osobních údajů úřadu – tedy vlastně jakési samoudání
- ustavení pověřence pro ochranu osobních údajů

Povinnosti jmenovat pověřence se však většina drobných podnikatelů bát nemusí. **Pověřence je nutné jmenovat ve třech případech, tedy pokud:**

1. zpracování provádí orgán veřejné moci či veřejný subjekt (s výjimkou soudů),
2. hlavní činnosti správce nebo zpracovatele spočívají v operacích zpracování, které vyžadují rozsáhlé pravidelné a systematické monitorování občanů,
3. hlavní činnosti správce nebo zpracovatele spočívají v rozsáhlém zpracování zvláštních kategorií údajů nebo osobních údajů týkajících se rozsudků v trestních věcech a trestných činů.

Příkladem rozsáhlého zpracování osobních údajů podle nařízení GDPR je třeba zpracování údajů o pacientech v rámci běžné činnosti nemocnice, zpracování cestovních dat jednotlivců používajících městskou hromadnou dopravu (např. sledování prostřednictvím čipové průkazky) či zpracování osobních údajů vyhledávačem pro potřeby behaviorální reklamy.

Další zajímavou novinkou je tzv. přenositelnost. Jde vlastně o rozšíření práva na přístup k údajům. Může být uplatněno za splnění dvou podmínek, které musí nastat současně: tj. A. zpracování je založeno na souhlasu člověka nebo na smlouvě a B. je prováděno automatizovaně. Právo na přenositelnsot se pak odráží v povinnosti správce předat nositeli údajů všechny o něm zpracovávané informace ve strukturovaném, běžně používaném, strojově čitelném formátu. Uplatněním tohoto práva získává osoba větší kontrolu nad svými osobními údaji a má rovněž možnost je v takto získané podobě předat jinému správci.

Poslední novinkou, kterou zmíníme, je tzv. profilování. To je ve velmi volné zkratce automatizovaným zpracováním údajů, které má přímé důsledky pro konkrétního člověka – dochází k automatickému hodnocení jeho osoby. Např. v internetovém bankovnictví často nabízené již předschválené úvěry v určité hodnotě. Profilování není zakázané, jen se o něm musí výslovně informovat.

Na přípravu na nová pravidla je ještě dost času. Není radno to však odkládat až na poslední chvíli. DostupnyAdvokat.cz rád podá pomocnou ruku a za tím účelem připravil i zvláštní službu – dostupnyadvokat.cz/spolecnosti/gdpr.

JUDr. Ondřej Preuss, Ph.D.

Autor je advokát a provozovatel webu **www.dostupnyadvokat.cz**.

Ten přináší nový produkt, který umožní přístup k právníkovi kdykoli a odkudkoli, navíc za zlomek obvyklé ceny. Od 400 Kč měsíčně je Dostupnyadvokat.cz neustále k dispozici svým klientům při řešení právních problémů, sepsání smluv a v dalších právních záležitostech. Naše nová služba Dostupný právník po celý rok je určena především pro podnikatele a živnostníky. Právníky mají s novou službou neustále po ruce při řešení problémů nebo jenom pro konzultaci svého postupu.

Norimberk

VÝSTAVA HISTORICKÉ MÓDY

Norimberk – V Germánském národním muzeu v Norimberku byla 5. července otevřena výstava pod názvem Luxus in Seide, zaměřená na šaty a doplňky dvorních dam 18. století.

Foto: Výstava © Germanisches Nationalmuseum (GNM)

Vzácným exponátem jsou světle modré hedvábné šaty s ručně vyšívanými florálními motivy, které muzeum získalo do svých sbírek před rokem. Šaty jsou zhotovené z více než 12 metrů hedvábí. Po celém světě je takových šatů v originálním stavu zachován jen necelý tucet.

„Dnes je prakticky nemožné získat originální šaty z 18. století," říká generální ředitel Ulrich Grossmann. „To, že se na nás obrátila rodina, která tyto šaty měla ve svém vlastnictví přes 250 let, dokazuje, jakému renomé se Germánské národní muzeum těší díky svým sbírkám historických textilií." K šatům bylo vybráno kolem stovky sladěných doplňků. Patří k nim například pokrývky hlavy, hedvábné punčochy, vějíře a rukavice, botky potažené hedvábím, různé šperky apod. Výstava přináší vhled do opulentního světa tehdejší dvorské módy a potrvá do 6. ledna 2019.

www.gnm.de

ČTENÁŘI NÁM PÍŠÍ

Se zájmem jsem si nastudoval tabulku největších textilních a oděvních firem v České republice, kterou jste měli v minulém vydání Světa textilu & obuvi. Jsem rád, že tohle pořadí vaše redakce – ve spolupráci s Asociací textilního, oděvního a kožedělného průmyslu – pravidelně sestavuje. Zaujal mě u toho komentář vašeho šéfredaktora Michala Korola. V textu uvádí, že devět z deseti největších textilních výrobců se – tu více, tu méně – zaobírá výrobou technických textilií. A že jedinou „klasickou" textilkou je Nová Mosilana na pátém místě. Zdá se mi to trochu jako povzdechnutí či zklamání pana šéfredaktora. Já ale fakt, že se textilky zaměřily na technický textil (a daří se jim to!) naopak považuji za důkaz flexibility našeho odvětví. Vždyť technický textil má před sebou jasnou budoucnost. Tak co je na tom špatného, že místo oděvních tkanin naše textilky produkují technický textil?

František B., Praha

Odpověď redakce:

Trend, že v popředí největších textilních výrobců jsou převážně výrobci technických textilií, trvá již několik let. Šlo tedy spíše o konstatování známého faktu, než o mé osobní povzdechnutí či zklamání.

Michal Korol

Vaše podněty jsou pro nás cenné, mimo jiné i jako zdroj inspirace pro naše články.

Pokud i vy máte co říci ostatním lidem z textilní, oděvní či obuvnické branže, pošlete nám vzkaz či dotaz na e-mail: **redakce@textil-obuv.cz**
Rádi ho zveřejníme.

Seznam inzerentů v tomto čísle:

Sassa Mode (titulní strana), BVV (str. 2), ETKA (str. 4), WICO B.G.M. (str. 5), Butterfly CB (str. 7), Tamaris (str. 11), Marco Tozzi (str. 15), SČMVD (str. 22), Lagen (str. 24), ALTRA (str. 29), klastr CLUTEX (str. 30–31), SOTEX str. (35), veletrh I.L.M. (str. 43)

SVĚT TEXTILU & OBUVI

VYDAVATEL:
Terence Agency s.r.o.
IČ: 04097114 DIČ: CZ04097114
www.textil-obuv.cz

ADRESA:
Těšnov 5, 110 00 Praha 1

ŠÉFREDAKTOR:
PhDr. Michal Korol
tel.: +420 606 946 773
e-mail: korol@textil-obuv.cz

REDAKCE A SPOLUPRACOVNÍCI:
Dr. Josef Adamíček, Sandra Friebová, Jana Sobotová
e-mail: redakce@textil-obuv.cz

OBCHODNÍ ODDĚLENÍ – PŘÍJEM INZERCE:
Ing. Ladislava Zaklová
tel.: +420 604 917 068
e-mail: zaklova@1prg.cz
Libuše Vlachová
tel.: +420 776 276 279
e-mail: vlachova@1prg.cz

PŘÍJEM INZERCE – ZAHRANIČÍ:
Janie Durand
tel.: 0033 (6) 11 72 90 19
e-mail: jdk@jdurand.me

PŘEDPLATNÉ:
Postservis, odd. předplatného
Poděbradská 39, 190 00 Praha 9
tel.: 800 300 302
e-mail: postabo.prstc@cpost.cz
Roční předplatné (6 vydání): 390 Kč + DPH

FOTOGRAFIE:
redakce, SAMphoto.cz/©PurestockX, SXC, studio raf

AUTORIZACE:
MK ČR E 19806, povoleno Ministerstvem kultury ČR
ISSN 2336-7806

Redakcí nevyžádané rukopisy, fotografie a kresby se nevracejí. Za věcnou správnost textů a obsah článků odpovídají autoři. Texty označené zkratkou PR jsou komerčním sdělením, za text a obsah inzerátů odpovídají zadavatelé. Zveřejněné příspěvky nemusejí vyjadřovat názor redakce. Publikování nebo šíření jakéhokoli materiálu z časopisu či týdenního zpravodajství bez písemného souhlasu vydavatele je zakázáno. Vydavatel si vyhrazuje právo publikované materiály zveřejnit na internetu.

Spolupracujeme s:

TOK

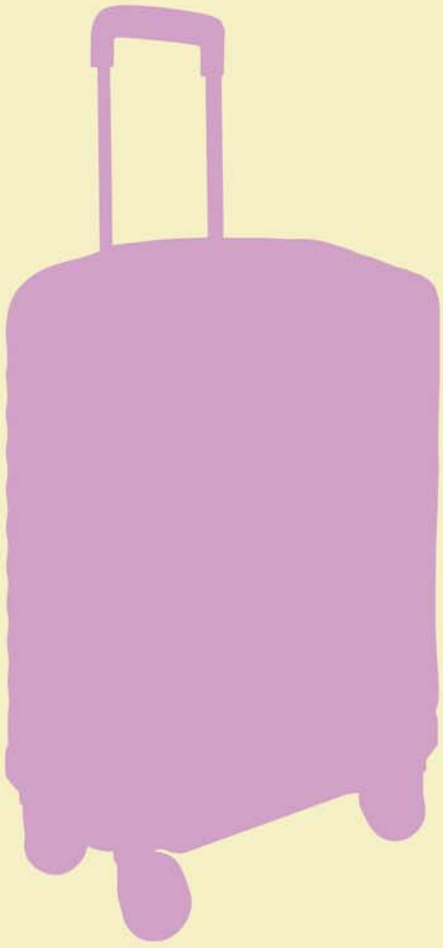
SOTOK
SDRUŽENÍ OBCHODNÍKŮ Z TEXTILNÍ, ODĚVNÍ A KOŽEDĚLNÉ BRANŽE

ČESKÁ OBUVNICKÁ A KOŽEDĚLNÁ ASOCIACE

Toto vydání vyšlo 3. srpna 2018

ILM

SUMMER STYLES 2018
SEPTEMBER 1 – 3



THE PLACE FOR LEATHER

INTERNATIONAL
LEATHER GOODS FAIR
OFFENBACH

WWW.ILM-OFFENBACH.DE

B2B

6 vydání za rok

- MÓDNÍ TRENDY
- NÁZORY ODBORNÍKŮ
- PREZENTACE FIREM
- ODBORNÁ TÉMATA
- PROFILY NÁVRHÁŘŮ
- VÝVOJ TRHU
- PŘEHLEDY AKCÍ
- ROZHOVORY

Máte již objednané předplatné časopisu Svět textilu & obuvi?

ROČNÍ PŘEDPLATNÉ (6 vydání): **390,- Kč** + DPH

Předplatné zajišťuje:
Postservis, odd. předplatného
Poděbradská 39
190 00 Praha 9
e-mail: postabo.prstc@cpost.cz
www.periodik.cz

tel.: 800 300 302

SVĚT TEXTILU & OBUVI

Vydavatel:
Terence Agency, s.r.o.
Těšnov 5, 110 00 Praha 1
tel.: +420 606 946 773
e-mail: korol@textil-obuv.cz

www.textil-obuv.cz