

**SVĚT**

# TEXTILU & OBUVI

LEDEN/ÚNOR  
2025

móda ■ obuv ■ doplňky ■ trendy ■ business ■ retail

[www.textil-obuv.cz](http://www.textil-obuv.cz)

**Trendy obuvi  
pro mladé  
a streetwear  
pro J/L 2025  
OBJEM JAKO  
ZÁKLADNÍ  
STAVEBNÍ  
KÁMEN**

**CENA  
NADACE  
JANA  
PIVEČKY**

**Novinky  
v označování  
textilu  
NEPODCEŇTE JE!**

**VELETRHY  
STYL&KABO  
SETKÁNÍ VE  
JMÉNU MÓDY**

**Trendy oděvů pro mladé  
a streetwear pro J/L 2025  
KOLEKCÍM VLÁDNE  
SILNÁ NOSTALGIE**

STYL·KABO



64. KONTRAKTAČNÍ / B2B

veletrhy módy a obuvi

21-23 | 02 | 2025

VÝSTAVIŠTĚ BRNO | [styl.eu](http://styl.eu) | [kabo.cz](http://kabo.cz)

Karolina Kopincová Surý a Adéla Štroffeková – Miss Czech Republic

Central  
European  
Exhibition  
Centre

BVV  
Veletrhy  
Brno



# ÚVODNÍ SLOVO



## Vážení čtenáři,

vstupujeme do dalšího roku 2025. Odborný časopis Svět textilu & obuvi vás bude i nadále provázet šestkrát ročně světem módy, obchodu, textilní, oděvní a obuvnické branže tak, jak to dělal po celých 14 let své existence. Za tu dobu se časopis vypracoval na špičku specializovaných magazínů nejen v České

replce, ale i na Slovensku, kde má také své pravidelné čtenáře. Šestkrát do roka se dostane k odběratelům mailem; najdete nás také na našem webu [www.textil-obuv.cz](http://www.textil-obuv.cz), kde jsou i další informace.

To první letošní vydání je tradičně věnováno veletrhům STYL a KABO, které se budou konat již po šedesáté čtvrté ve dnech 21.-23. února 2025 na brněnském Výstavišti. Pořadatelé připravili na tento jarní běh veletrhů radu novinek a naopak, vrátili se k pořádání akcí, které byly v minulosti mimořádně úspěšné. Které to jsou se dočtete na straně 10 tohoto vydání. Na stranách 6-7 se dočtete, jaké jsou trendy oděvů pro mladé a streetwear pro letošní jaro a léto; na stranách 8-9 pak jaké jsou trendy obuvi pro mladé pro stejnou sezonu.

Na stranách 12-13 se seznámíte s novým složením sekretariátu České obuvnické a kožedělné asociace (ČOKA) se sídlem ve Zlíně. Po dlouhé době 30 let odchází z funkce ředi-

telky sekretariátu ČOKA Dr. Vlasta Mayerová, nahradila ji Ing. Jitka Gregory, Ph.D., MBA, která přináší bohaté zkušenosti z akademické i praktické sféry. Před nástupem do čela asociace působila jako pedagog na Univerzitě Tomáše Bati ve Zlíně a na pražské UMPRUM, kde se věnovala problematice obouvání a designu. Přejeme ji mnoho štěstí v novém povolání a těšíme se na spolupráci. Na straně 5 se dozvíte, jaký byl ten uplynulý rok 2024 pro obchodníky z textilního a oděvního maloobchodu. Již na tomto místě vám mohu prozradit, že to byl rok pro obchod dobrý – přes veškeré výkyvy a propady tržeb, které se během uplynulých 12 měsíců objevily. Jen doufáme, že tento příznivý výsledek, který se objevil po dlouhých letech stagnace a propadu tržeb, bude pokračovat i letos.

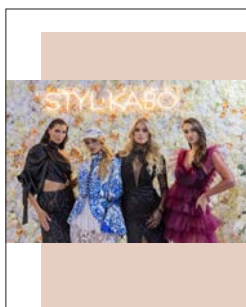
**Michal Korol**  
šéfredaktor

## Z OBSAHU:



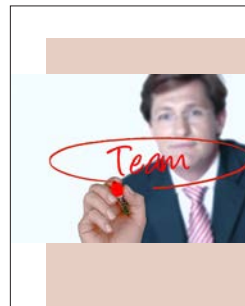
5

Tržby textilního obchodu ČR v roce 2024



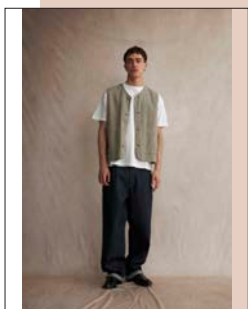
10

Veletrhy STYL a KABO



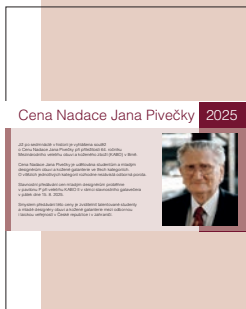
14

Jak udržet zaměstnance?



6 – 7

Trendy oděvů pro mladé



11

Cena Nadace Jana Pivečky



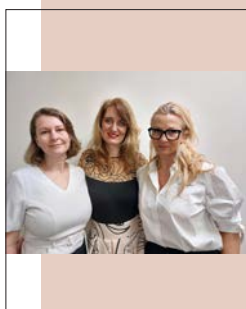
15

Novinky v označování textilu



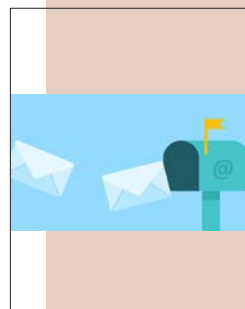
8 – 9

Trendy obuvi pro mladé



12 – 13

Nová strategie ČOKA



16

Čtenáři nám píší

## OLYMP Bezner KG UKÁZAL SE SILNÝM HRÁČEM

Německo - Společnost OLYMP Bezner KG se sídlem v Bietigheim-Bissingen (okres Ludwigsburg, Bádensko-Württembersko, Německo) dokázala v obzvláště náročném finančním roce 2024 sebevědomě obstát na mezinárodním trhu s módou. Tržby z košil, svetrů, doplňků atd. činily v loňském roce 212 milionů eur. Vzhledem k nepříznivým okolnostem se tak specialista na pánskou módu může pochlubit solidním výsledkem.

Mark Bezner (61), majitel a generální ředitel společnosti OLYMP Bezner KG, zůstává ohledně roku 2025 optimistou: „Posledních dvanáct měsíců bylo nejnáročnějších a nejobtížnějších, s jakými jsem se v podnikání potýkal. Bylo to mnohem horší než v letech pandemie, protože neexistovala žádná vládou zavedená omezení, která by jakkoli ovlivnila spotřebu módy. Řada dalších faktorů však vedla k nebývalé neochotě kupovat oblečení. Tuto obtížnou fázi jsme využili co nejlépe k optimalizaci našich interních procesů a k investicím do značek a produktů s cílem dále se rozvíjet od produktového specialisty ke značce životního stylu“.

Mezi ně patří zejména opatření v rámci firemní strategie „OLYMP Reloaded“. Ta definuje šest sfér činnosti: „Internacionalizace“, „Total Look“, „Udržitelnost“,

„Digitalizace“, „Přímý prodej“ a „Lidé a kultura“. Jako další iniciativa pro expanzi bude brzy zahájen internetový prodej v sousedním Švýcarsku, jednom z nejdůležitějších exportních trhů společnosti OLYMP. Specialista na pánskou módu navíc v uplynulém roce rozšířil svou produktovou řadu ve vlastním internetovém obchodě o novou řadu „pod pasem“, konkrétně o kalhoty.

Olymp nadále nabírá na síle, pokud jde o jeho silný závazek k udržitelnosti. Výrobce oděvů se také stále více zaměřuje na celofiremní digitalizaci, zejména ve vývoji produktů a showroomů, zde se mohou obchodní partneři dozvědět o nejnovějších kolekcích společnosti OLYMP a zadávat předběžné objednávky. Posílila se i její pozice atraktivního zaměstnavatele. Počet zaměstnanců společnosti OLYMP zůstal v roce 2024

stabilní a čítal přibližně 860 lidí. To zahrnuje celkem 33 učňů a studentů komerčních a technických profesí a studijních oborů.

MAERZ MUENCHEN KG z Mnichova-Perlachu, který patří do skupiny OLYMP Bezner, má 113 zaměstnanců v Německu a cca. 230 lidí ve vlastní továrně na pleteniny v Maďarsku také úspěšně odolávalo obtížnému tržnímu prostředí a v roce 2024 vytvořilo tržby ve výši 27,4 milionu eur. Kumulované celkové příjmy skupiny OLYMP Bezner tak budou v roce 2024 činit 239,4 milionu eur.



Foto: OLYMP Bezner KG

## Česká obchodní inspekce

# KONTROLY INTERNETOVÝCH OBCHODŮ

Praha - Česká obchodní inspekce ve třetím čtvrtletí loňského roku pokračovala v kontrolách internetových obchodů se zaměřením na ty, které vykazují znaky neplnění právních povinností. Celkem realizovala 148 kontrol a při 125 kontrolách zjistila porušení právních předpisů (84,46 %).

Kontrolní akce byla zaměřena na plnění povinností prodávajících při prodeji prostřednictvím prostředků komunikace na dálku, konkrétně internetu. V období od 1. července do 30. září bylo provedeno celkem 148 kontrol, při nichž bylo ověřováno dodržování povinností vyplývajících ze zákona č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, a dalších právních předpisů. Porušení právních předpisů bylo zjištěno ve 125 kontrolách, tj. 84,46% všech kontrol. Zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, byl ve sledovaném období

porušen ve 171 případech. Nejčastějším zjištěním bylo v 52 případech porušení § 13, který stanoví prodávajícímu povinnost informovat spotřebitele o rozsahu, podmínkách a způsobu uplatnění práva z vadného plnění společně s údaji o tom, kde lze reklamaci uplatnit. Dalším nejčastějším zjištěním bylo používání nekalých obchodních praktik, které mohou narušit ekonomické chování spotřebitele a vést k tomu, že spotřebitel učiní rozhodnutí, které by jinak neučinil. Jednalo se především o porušení § 4 odst. 4 v návaznosti na § 5 odst. 1

nebo 2 (37 případů), kdy bylo zjištěno klamavé konání prodávajícího vůči spotřebiteli ve smyslu poskytování nepravdivých informací či informací uvádějících v omyl o výrobku, službě, ceně, servisu, prodávajícím, právech spotřebitele atp. Šestnáct případů se týkalo spotřebitelských recenzí, kdy prodávající neinformoval o tom, zda a jak zajišťuje, aby zveřejněná spotřebitelská recenze pocházela od spotřebitele, který výrobek skutečně použil nebo si ho zakoupil.

Na základě porušení právních předpisů v dozorové působnosti ČOI, zjištěných v rámci kontrolní akce, nabylo v období od 1. 7. do 30. 9. 2024 právní moci celkem 180 pokut v celkové hodnotě 3 899 000 Kč.

Tržby textilního maloobchodu v ČR v roce 2024

## OBCHODNÍCI MOHOU BÝT SPOKOJENI



Foto: Pixabay.com

mk Praha – I když vývoj tržeb v listopadu a prosinci citelně přibrzdil, nakonec i druhé pololetí roku 2024 dopadlo pro obchodníky z textilní a oděvní branže dobře. Díky tomu se mohli radovat i z výsledků celého roku, kdy tržby celkově meziročně stouply o dvě procenta! Rok 2024 se tak zapíše mezi ty úspěšné.

Vyplynulo to z šetření, které odborný časopis Svět textilu & obuvi pravidelně provádí u členů svého test-klubu. Máme tak hlášení od více než stovky obchodníků z branže. Vývoj tržeb zveřejňujeme anonymně a vždy v porovnání se stejným měsícem předcházejícího roku. Pokud budete mít zájem připojit se, budeme rádi. Stačí jen napsat na redakční e-mail: redakce@textil-obuv.cz.

### Rok nezačal dobře

Jak jsme uvedli již v minulém vydání našeho časopisu, letošní rok nezačal pro textilní maloobchodu v České republice příliš dobře (-2% ve srovnání s rokem 2023). V únoru už ale tržby zaznamenaly plus/minus nula procent a od března 2024 tržby v textilním maloobchodě stoupají. Také druhé čtvrtletí přineslo obchodníkům z naší branže spokojenost: Dobře se prodávalo jarní zboží a později i letní. Mimořádně (a opakovaně) se dařilo zejména internetovému a zásilkovému obchodu. Ten podstatně přispěl k pěknému výsledku celého

1. pololetí: Tržby v něm meziročně stouply o dva procentní body.

### 2. pololetí: kolísavé tempo

Vývoj tržeb na počátku druhého pololetí sice zpomalil (červenec plus/minus nula a srpen plus 2 procent), ale výsledky za září a říjen vrátily obchodníkům z naší branže dobrou náladu. „Dobře se prodávalo typicky podzimní zboží, jako jsou dámské pletené šaty, pánské svetry a pulovry a pláště“ napsal nám obchodník s oděvy z Pardubic. Obdobně se vyjádřili i obchodníci z dalších větších měst. A růstu tržeb opět pomohly internetové obchody – v září zaznamenaly nárůst tržeb dokonce o 22 procent! Obchodníci tak byli zvědaví na to, jak dopadne závěr roku. Listopad a především prosinec jsou totiž prodejně nejdůležitější měsíce celého roku. Loňský listopad ale nezačal dobře. „Lidé, jako by se báli nakupovat, bylo vidět, že jsou opatrní. Nákupy vánočních dáreků se v našem obchodě ne a ne rozběhnout“, napsal nám majitel obchodu s dámskými

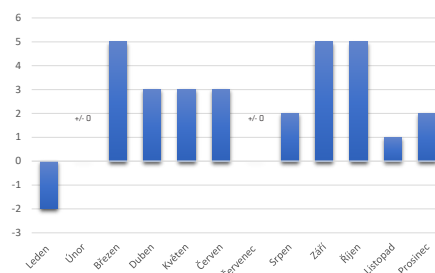
oděvy v Plzni. Obdobně se vyjádřila i obchodnice z Českých Budějovic a vedoucí obchodu s pánskými oděvy v Praze. Nakonec také listopad skončil s nárůstem tržeb, i když jen +1 procent.

### Prosinec vše rozhodl

V prosinci se tržby přece jenom pohnuly směrem vzhůru. „Bylo vidět, že dámské i pánské prádlo stále patří mezi nejčastější položky při nákupu vánočních dáreků“, svěřil se nám obchodník s tímto sortimentem z Brna. Spokojení byli i vedoucí obchodu s dámskými oděvy z Hradce Králové, Litoměřic a Ústí nad Labem. Nakonec tržby v prosinci stouply o dvě procenta. Tím zůstal i celý rok 2024 v růstu: konkrétně o dvě procenta.

A jak se vyvíjely tržby na počátku letošního roku? O tom se dočtete v dalším vydání odborného časopisu Svět textilu & obuvi, které spatří světlo světa v dubnu 2025.

Tržby textilního maloobchodu za leden - prosinec 2024 (ve srovnání se stejným obdobím roku 2023)



**1. pololetí: +2%**  
**2. pololetí: +2,5%**  
**Rok 2024: +2%**

Zdroj: Svět textilu & obuvi

inzerce



ETKA  
LABELS

TEXTILNÍ ETIKETY  
S DLOUHOLETOU TRADICÍ  
od roku 1991

Tkané etikety | Sublimace | Papírové visáčky  
Nažehlovací transfery | Ražba do syntetické kůže  
Termotrasfer | Tisk z folie

www.etka.cz  
Tel: +420 323 619 060 | Email: office@etka.cz

ETKA labels, s.r.o.  
Lojovice 76 | 251 69 Velké Popovice | ČR



TRENDY ODĚVŮ PRO MLADÉ A STREETWEAR PRO J/L 2025

# KOLEKCÍM VLÁDNE SILNÁ NOSTALGIE



Mexx

rhm Praha – Nadcházející sezona se nese ve znamení nostalgické nálady a návratu k stylům minulého století. Návrháři pracují nejen se střihy a siluetami typickými pro módu z konce milénia, ale také se samotným stylingem, který bude hrát v příštích měsících významnou roli. Ačkoliv jsou kolekce nesmírně eklektické, i přesto je vše harmonicky kombinováno a sladěno.

Rok 2025 přináší do módy pro mladé dynamické propojení nostalgie, udržitelnosti a futuristického přístupu. Kolekce pro jaro a léto jsou charakteristické návratem k již dříve používaných trendů. Největší vliv mají módní

tendence z 90. a konce 80. let. Ty se promítají nejen do výběru materiálů a barev, ale také při práci se samotnými linie-

mi a střihy. U streetwearu vidíme též významný posun k elegantnějším a univerzálnějším prvkům. Siluety jdou dvěma směry. Tím prvním jsou výrazné oversized střihy, inspirované pohodlnou loungewear módou. Naproti tomu stojí minimalistické linie, které vyzdvihují jednoduchost a funkčnost. Pro oba směry jsou charakteristické vrstvení i asymetrické detaily. Velmi populární budou jak elegantní, tak ležérní ladící sety.

Barevná paleta pro rok 2025 osciluje mezi přírodními tóny a futuristickými, neonovými odstíny. Dominují zemité barvy jako písková, terakota či olivová, které kontrastují

s akcenty zářivě zelené, elektrické modré a neonově růžové. V kolekcích pro mladé je v hlavní roli denim a jeho nejrůznější variace. Stává se základním stavebním kamenem, který se pohodlně kombinuje a vytváří tak uniformu pro dnešní mladé. Vedle klasické bavlny a denimu najdeme také udržitelné textilie, jako jsou například recyklované plasty, organický len nebo bio polyester.

## 90'S AESTHETICS

Návrat k módě inspirované 90. léty pokračuje též v aktuální jarní a letní sezoně. Návrháři se nejen inspirovali drobnými prvky, ale outfity či dokonce celé kolekce přímo stylizují do poslední dekády minulého století. Kolekcím dominují oversized topy, volné džíny s vysokým pasem a jednoduše střižené šaty z jemných úpletů. Trendy budou sety, ať už se jedná o ty denimové či mikinové, tak i ty košilové. Podstatnou roli hrají barvy a potisky. Vedle neutrálních tónů, se prosazují také křiklavé odstíny, které jsou často navíc podpořeny hravými potisky či batikou. Klíčovými prvky jsou loga, monogramy a výrazné nápisy. Často jsou pak doplněny drobnými dekorativními prvky jako jsou pajetky či kamínky.

Matinique



Ichi

**VESTS**

Jedním z nejvýraznějších trendů sezony jsou vesty. Návrháři přenášejí tento trend ze zimní kolekce a pro teplejší měsíce mu dávají novou podobu. V kolekcích můžeme vidět elegantnější modely, jako jsou volně střižené vesty z jemného tvídu inspirované obleky a společenskou módou. Proti nim stojí streetwearové verze z úpletů s vyšší gramáží či denimu. Ten pak můžeme vidět jak v klasickém modrém a černém provedení, tak i v ostatních barevných variantách, jako je například khaki zelená, cihlová oranžová či smetanová. Vesty jsou primárně určeny pro vrstvení, a to jak s tričkami a košilemi, tak s šaty. Výjimkou však není ani nošení vesty na holé tělo.

**Ichi****solid****JDY****b.young****Circle of trust****Noisy May****ACID GREEN**

Zářivá zelená bude jednou z nejvýraznějších barev nadcházející sezony. Můžeme ji vidět ve svěžích žlutozelených odstínech, i v trochu tlumenějších namodralých tónech. Společnou charakteristikou však bude výrazná sytost až jemný neonový nádech.

Tyto energické, hravé odstíny se objevují téměř na všech typech oblečení, od klasicky střižených triček, přes mikiny a teplákové sety až po elegantnější šortky či šaty. Návrháři je nejčastěji kombinují s decentními neutrálními barvami, zejména s bílou a béžovou, dále pak s pastelově modrou a světlými odstíny denimu. Povšimnout si můžeme též odvážnějších outfitů, kdy návrháři kombinují zelenou například s růžovou či oranžovou.

**UNIVERSITY FASHION**

Styl inspirovaný univerzitním prostředím přináší do módy pro mladé preppy estetiku. Ta však získává svěžejší vzhled, a to zejména díky volnějším střihům, vlivům sportovní módy a velmi uvolněnému stylingu. U pánských kolekcí jsou výrazným prvkem mikiny a trička se sportovními potisky či univerzitními nápisy. Doplněny jsou o rovněž střižené oversized blejzry či baseballové bundy. V dámských kolekcích se též setkáváme s univerzitními motivy na tričkách či vestách. Trendy budou též svetry s výstřihem do V. Podstatnou roli hraje vrstvení s oversized košilemi. Z hlediska barev převládají výrazné, avšak tlumenější odstíny jako je námořnická modrá, vínová či lahvově zelená.

**Hailys****Ichi****Matinique**



TRENDY OBUVI PRO MLADÉ A STREETWEAR PRO J/L 2025

# OBJEM JAKO ZÁKLADNÍ STAVEBNÍ KÁMEN

rhm Praha - Obuvnické trendy přináší do nadcházející sezony odvážné barevné kombinace, futuristické detaily a důraz na pohodlí. Streetwear se i nadále inspiruje zejména sportovní estetikou, i přesto se však návrháři nebojí experimentovat s luxusními materiály a nápadnými dekorativními prvky. Obuv se mnohdy stává ústředním prvkem celého outfitu, a dokáže tak zaujmout na první pohled.

## Dámská obuv

Kolekce dámské obuvi pro jaro a léto 2025 jsou plné kontrastů. Na jedné straně dominují minimalistické siluety a přírodní materiály, na straně druhé vidíme extravagantní modely s výraznými futuristickými detaily a hravou barevností.

Pozornost na první pohled zaujme práce s výraznými barvami a nápadnými povrchovými úpravami. Oblíbenými materiály jsou usně s hladkou povrchovou úpravou, textilie z recyklovaných vláken či technické tkaniny s voděodolnými úpravami. Návrháři též často pracují s transparentními syntetickými materiály, které působí zvláště futuristicky. Největší důraz je kladen na pohodlí. Základem jsou lehké a měkké materiály, které netlačí a neodírají pokožku. Doplněny jsou ergonomicky tvarovanými podešvemi.

## SILVER SHINE

Odstíny stříbrné jsou jedním z nejdominantnějších trendů obuvnických kolekcí pro mladé. Uplatňují se jak na sportovních sneakelech a pantoflích, tak na minimalisticky střižených balerínách a sandálech. Lesklé povrchy jsou často kombinovány s matnými detaily, což vytváří zajímavý vizuální kontrast. Z materiálů se nejčastěji používá měkká useň s dodatečným lakováním, ale také syntetické textilie s metalickým

## COLORFUL SANDALS & SLIPPERS

Pantofle a sandály v pestrých odstínech jsou nepostradatelným modelem jarních a letních kolekcí. Siluety jsou jednoduché a minimalistické, často jsou však doplněny o výrazné detaily, jako jsou chuncky podešve, nastavitelné pásky nebo průhledné dekorativní prvky. Z hlediska barev se fantazii meze nekladou, v nabídce vidíme neonově růžové, tyrkysové nebo limetkové tóny, trendy budou též jemnější pastelové odstíny. Některé značky pracují též s hravými potisky. Z hlediska materiálů dominuje odlehčená pěna, setkáme se též s klasickými modely z barevné usně.



## BULKY SNEAKERS

Robustní tenisky s masivními podešvemi budou trendy také v nadcházejících měsících. Tyto sneakery si zachovávají svou popularitu zejména díky propojení nápadného designu a vysokého komfortu a dobré opoře chodidel. Sneakery jsou většinou navrženy v bílé či dalších neutrálních odstínech jako jsou béžová či světle šedá. Doplněny mohou být o drobné barevné akcenty v podobě modré či žluté. Klíčová je u dámských sneakerů zejména stříhová členitost, při které návrháři pracují jak s různými povrchovými úpravami usně, tak s funkčními textiliemi.



efektem. Návrháři se snaží veškerou pozornost zaměřit na stříbrnou i proto jsou mezi doplňkovými barvami většími pouze decentnější tóny, jako jsou různé odstíny šedé, krémová či bílá.





**Pánská obuv**

Obuvnické trendy pro jaro a léto 2025 se zaměřují především na univerzálnost a funkčnost. Kolekce představují obuv, která se dá snadno kombinovat s různými typy oděvů. U sneakerů a pantoflí převládají jednoduché, organické a čisté linie, které jsou doplněny o prvky inspirované sportovní či outdoorovou módou. Naopak u polobotek, loaferů a mokasín se setkáváme s ostrým tvarováním, kde je kladen výrazný důraz na hranatou špičku. Důležité jsou též propracované dekorativní detaily.

Z hlediska barevnosti jsou kolekce spíše tlumené. Trendy budou vedle bílé a černé též odstíny béžové, šedé, hnědé či tmavě modré. Návrháři pracují zejména s hladkou, velurovou povrchovou úpravou ustupující do pozadí. Populární budou též nejrůznější tkaniny, od plátna až po elastické funkční pleteniny a síťoviny. Stále častěji též pracují s pěnovými materiály, které už nefigurují pouze na podešvi.

**Deichmann****Gant****Matinique****BLACK SLIPPERS**

Velmi trendy obuví pro teplejší měsíce budou černé pantofle. Ty se nám v nejnovějších kolekcích představují jak ve sportovních variantách, tak i v těch elegantnějších. Společným jmenovatelem je v obou případech nesmírně minimalistický design. Sportovnější modely jsou mnohdy zhotoveny z odlehčené pryže a odlité jsou jako ucelený kus bez švů a spojů. Siluety jsou organické a působí nesmírně futuristicky. Variantou jsou též svršky z elastických textilií. Elegantní pantofle jsou naopak zhotoveny z měkké, hladké usně, podešev je nízká a méně členitá. Návrháři představují klasické páskové varianty přes nárt i modely ve stylu dřeváků.

**Matinique****HIGH SOLE SNEAKERS**

Tenisky s vysokou podešví mají v pánských kolekcích velmi dominantní zastoupení. Vysoká podešev přináší zvýšený komfort, jelikož jsou otřesy a nerovnosti při chůzi tlumeny. Oproti minulým kolekcím návrháři upouštějí od přehnaně členitých podešví a představují modely, kde jsou podrážky kompaktní a obuv tak díky tomu působí více uhlazeně. Ačkoliv působí těžce a robustně většinou jsou zhotoveny z lehkých pěnových materiálů. Svršky sneakerů vizuálně korespondují s minimalisticky laděnou spodní částí. Mnohdy jsou střihově velmi čisté, bez složitého členění. V případě členění se pak návrháři přiklánějí k decentní barevné i materiálové kombinaci. Z hlediska barev bude i nadále dominovat bílá, světle šedá, béžová či tmavě modrá.

**Pius Gabor****Matinique****Gant****Floris van Bommel**

Veletřhy STYL&amp;KABO

# SETKÁNÍ VE JMÉNU MÓDY

Brno - Módní veletrhy STYL a KABO se konají od 21. do 23. února 2025 a letos mají na programu hned několik lákadel. Na scénu se vrací prestižní soutěž YOUNG TOP STYL DESIGNER a pro všechny příznivce módy je otevřen nový Fashion Lounge. „Chtěli jsme vytvořit prostor, kde se mohou setkat profesionálové z různých oborů a inspirovat se navzájem. Fashion Lounge je příležitostí pro navázání důležitých obchodních partnerství, sdílení nových trendů a networkingu,“ říká Martin Škarka, ředitel projektu STYL a KABO.



Patříte-li mezi milovníky módy, ale nejste obchodníci či výrobci, nezaufejte. Právě pro vás vytvořili pořadatelé veletrhu speciální režim vstupu na tento jinak výhradně B2B kontraktační veletrh. Stačí na [etickets.bvv.cz](https://etickets.bvv.cz) zadat kód FASHIONLOVERS - a vkloznete do světa módy za 250Kč! Jen mějte na paměti, že veletrh není prodejní. A co vás čeká?

## YOUNG TOP STYL DESIGNER

Nechte se inspirovat od našich budoucích top designérů! Soutěž pro studenty odborných textilních škol se vrací a pod názvem Young TOP STYL DESIGNER dává šanci mladým talentovaným návrhářům prosadit se v módním průmyslu. Klade důraz na kreativitu, inovace a řemeslnou zručnost. Odborná porota, která bude soutěž hodnotit, je složená ze zkušených odborníků v módní branži. Její předsedkyní je návrhářka Klára Nademlýnská, dalšími členy Iveta Řádková, Olo Křížová, Luděk Šmehlík, dále zástupci ATOK, KUMST či Statutárního města Brna. V pátek dopoledne si porota prohlédne celkem 20 modelů z kategorie STREET STYLE a zhruba 36 modelů kategorie VOLNÁ TVORBA. V pátek 21.2. ve 13 hodin poté proběhne ukázka všech modelů naživo na předhlídkovém mole, v rámci speciální módní

show. Z nich pak vybere komise 10 nejlepších v obou kategoriích a ty budou součástí večerního programu. Přihlášeno je celkem 11 odborných textilních a uměleckoprůmyslových škol. Soutěž má záštitu Statutárního města Brna, ATOK, Czech Fashion Council a manželky prezidenta republiky Evy Pavlové.

## Pohled do historie soutěže

Ještě připomeňme, že soutěž navazuje na tradiční TOP STYL DESIGNER, jehož poslední ročník se konal v roce 2012. Kořeny však sahají ještě dál do historie. První soutěž se konala už v roce 1994 s názvem „Výtvarník sezony“ a její vítězkou se stala Liběna Rochová. Od tohoto roku soutěž probíhala při každém veletrhu STYL a KABO v únoru i v srpnu. Zúčastnilo se jí mnoho známých osobností, např. Taťána Kovaříková, Josef Ťaptuch, E. daniely, Pavel Zapletal, Iška Fišárková, Monika Drápalová, Lada Vyvialová, Denisa Nová, Jakub Polanka nebo Petr Kalouda. Od roku 2003 soutěž pokračovala pod názvem „TOP STYL DESIGNER“ a její první vítězkou byla Iveta Řádková, která letos mimo jiné zasedne jako porotce.

## Poznejte osobnosti z módní branže

Chcete se setkat se zajímavými osob-

nostmi z branže a posunout svoji společnost nebo sebe dále? V rámci nového prostoru Styl & Kabo Fashion Lounge se můžete setkat s návrhářmi, vizážisty, influencery i odborníky z oblasti módy a marketingu. Na přednáškách, diskuzích a prezentacích se dozvíte cenné rady, tipy a zajímavé příběhy od špiček oboru. Připravený program zahrnuje například přednášky Olo Křížové o podpoře Czech Fashion Council nebo Davida Severy z KUMSTU. Stylistka Klára Klempířová představí téma „Oděv jako prostředek k úspěchu“, Miloš Beran z Clutexu zase workshop o českém textilu. Kromě toho se můžete těšit na zajímavé osobnosti jako Oldřicha Vojtu a Erika Martina Lawarta, kteří vás zavedou do tajemství výroby bot pro prezidentský pár, nebo Pavla Bauera, který vám představí, jak se líčí televizní hvězdy v pořadu StarDance. Svoji přednášku si přichystal i mistr etikety Ladislav Špaček a novou značku vám představí návrhář Sam Dolce. Ale bude toho samozřejmě mnohem více. Podrobný program najdete na webu a sociálních sítích!

## Přehlídky vystavovatelů

Módní veletrhy v Brně mají dlouholetou tradici a stejně jako móda se neustále vyvíjejí. Kde jinde, než právě v Brně je možné vidět kompletní vzorky nových kolekcí oděvů, obuvi i kožené galanterie světových značek „naživo“? Celkem se v únoru bude prezentovat a 140 firem. Inovace budou vládnout nejen střihům, ale také materiálům. Zde je ve hře udržitelnost, snadná údržba a dokonalý komfort při nošení. Některé modely se představí i v rámci oblíbených módních přehlídek STYL SHOW, které běží ve dvou blocích dvakrát denně. Na přehlídkovém mole se vystřídají jak vystavené značky, tak autorské návrhy mladých i renomovaných designérů. Nenechte si je ujít! Veškeré informace můžete najít na [www.sty.eu](http://www.sty.eu) a FB a IG.

Text a foto: BVV



# Cena Nadace Jana Pivečky 2025

Již po sedmnácté v historii je vyhlášena soutěž o Cenu Nadace Jana Pivečky při příležitosti 64. ročníku Mezinárodního veletrhu obuvi a koženého zboží (KABO) v Brně.

Cena Nadace Jana Pivečky je udělována studentům a mladým designérům obuvi a kožené galanterie ve třech kategoriích. O vítězích jednotlivých kategorií rozhodne nezávislá odborná porota.

Slavnostní předávání cen mladým designérům proběhne v pavilonu P při veletrhu KABO II v rámci slavnostního galavečera v pátek dne 15. 8. 2025.

Smyslem předávání této ceny je zviditelnit talentované studenty a mladé designéry obuvi a kožené galanterie mezi odbornou i laickou veřejností v České republice i v zahraničí.



## Soutěž o Cenu Nadace Jana Pivečky má v roce 2025 následující kategorie:

### 1. FUNNY SHOE

- kategorie určená pro studenty prvního ročníku středních škol (do věku 17 let včetně)

Zde je možné přihlásit „funny“ výtvarné objekty na téma obuv a kožená galanterie (kresby, plakáty, výrobky z tradičních i netradičních materiálů apod.), v této kategorii bude udělena věcná cena. Je nutné dodat písemnou anotaci k zaslánému výtvarnému objektu.

### 2. YOUNG SPIRIT

- kategorie pro mladé designéry - studenty středních škol

Zde je možné přihlásit hotové výrobky na téma obuv a kožená galanterie, může být doplněno i výtvarným návrhem, kresbou, plakátem apod., v této kategorii bude udělena jedna hlavní cena. Je nutné dodat písemnou anotaci k zaslánému výtvarnému výrobku či kolekci.

### 3. PROFESSIONAL VIEW

- kategorie pro mladé designéry - studenty vysokých a vyšších odborných škol a mladé designéry z praxe do věku 30 let

Zde je možné přihlásit hotové výrobky na téma obuv a kožená galanterie, doplněné výtvarným návrhem, kresbou, plakátem apod., v této kategorii bude udělena jedna hlavní cena. Je nutné dodat písemnou anotaci k zaslánému výtvarnému výrobku či kolekci.

Na základě posouzení odborné poroty bude udělena třetí hlavní cena a to za zajímavou, originální a dokonale vypracovanou kolekci obuvi nebo kožené galanterie jednomu soutěžícímu z kterékoliv kategorie.

Tři hlavní ceny do soutěže sponzorují:

**Nadace Jana Pivečky**  
Česká obuvnická a kožedělná asociace  
Veletrhy Brno a.s.

Vítězné modely a kresby, včetně nominací budou vystaveny v prostorách pavilonu P ve skleněných vitrínách po celou dobu konání veletrhu KABO II 2025.

Další propagace vítězů a jejich modelů bude zajištěna v rámci slavnostního předávání cen mladým designérům, které proběhne v rámci galavečera v pátek dne 15. 8. 2025 a také přes odborný časopis Svět textilu & obuvi a specializovaný server [www.coka.cz](http://www.coka.cz).

## Podmínky přihlášení do sedmnáctého ročníku soutěže o Cenu Nadace Jana Pivečky:

Soutěže se mohou účastnit stávající studenti středních, vysokých a vyšších odborných škol. Kategorie PROFESSIONAL VIEW se mohou účastnit i mladí designéři obuvi a kožené galanterie z praxe do maximálního věku 30 let včetně. Soutěž je určena nejen pro studenty z České republiky, ale i z dalších zemí. Pro zařazení do příslušné kategorie je rozhodující studium na střední, vysoké nebo vyšší odborné škole a v případě mladých designérů věk v době uzávěrky soutěže tj. k datu 24. 6. 2025.

Vyplněnou přihlášku, kresby, plakáty i hotové výrobky je nutné doručit do 24. 6. 2025 včetně na adresu:

Česká obuvnická a kožedělná asociace  
Tř. T. Bati 5267, 760 01 Zlín  
(mobil: 725 613 500, e-mail: [info@coka.cz](mailto:info@coka.cz))

Obálku nebo balíček označit nápisem:

„Soutěž o Cenu Nadace Jana Pivečky - 2025“

Vyhodnocení soutěže provede nezávislá komise složená z předních designérů, pedagogů středních i vysokých odborných škol se zaměřením na design obuvi a kožené galanterie a dalších odborníků z praxe.

Vítězové jednotlivých kategorií budou informováni o výhře písemně a budou jim zaslány volné vstupy na veletrhy STYL a KABO a na galavečer, kde oficiálně obdrží svou výhru, tj. věcnou cenu (KATEGORIE FUNNY SHOE) nebo finanční odměnu v celkové hodnotě 10.000,- Kč na jednoho výherce (kategorie YOUNG SPIRIT, PROFESSIONAL VIEW a cena odborné poroty).

Hlavní mediální partner soutěže:

Odborný časopis Svět textilu & obuvi

Ve Slavičíně, dne 17. 1. 2025.

*„Nikdy se nevzdávej!“*

Česká obuvnická a kožedělná asociace, Zlín

## NOVÁ VIZE



Nové složení sekretariátu ČOKA (zleva): Miroslava Komínková, Jana Čechmánková, Jitka Gregory

Zlín - Po třiceti letech dochází ke změně ve vedení České obuvnické a kožedělné asociace (ČOKA). Novou ředitelkou se stává Ing. Jitka Gregory, Ph.D., MBA, která přináší bohaté zkušenosti z akademické i praktické sféry. Před nástupem do čela asociace působila jako pedagog na Univerzitě Tomáše Bati ve Zlíně a na pražské UMPRUM, kde se věnovala problematice obouvání a designu.

### Pokračování v osvědčených aktivitách

ČOKA již tradičně zastává klíčovou roli v podpoře a ochraně zájmů českých výrobců obuvi a kožedělných produktů. Asociace pomáhá firmám nejen v oblasti legislativy, marketingu a exportu, ale i v prosazování kvalitních českých výrobků na domácím i zahraničním trhu. Podle slov představitelů asociace zůstávají tyto aktivity nadále prioritou. Ve stávajících aktivitách bude pokračovat Jana Čechmánková, která na sekretariátu ČOKA zůstává, s podporou bývalé dlouholeté ředitelky PhDr. Vlasty Mayerové. Díky jejich společnému úsilí a odbornosti je zajištěno, že asociace bude i nadále schopna pružně reagovat na výzvy oboru a poskytovat cennou podporu svým členům.

### Zaměřené na vzdělávání a propagaci

Jednou z klíčových novinek, kterou vedení asociace představilo, je plán rozšířit vzdělávací činnost. Vedle dosavadního zaměření na odborné vzdělávání obuvníků a dalších pracovníků

V rámci svého doktorského studia se specializovala na obouvání dětí a během své profesní kariéry pracovala také jako návrhářka dámské obuvi. Poslední roky se zaměřovala na testování mechanických vlastností plastových dílců, což jí poskytlo cenné znalosti v oblasti materiálů.

### Změny v týmu přinášejí novou strategii

Česká obuvnická a kožedělná asociace oznámila zásadní změny v personálním obsazení sekretariátu, které přinášejí nejen čerstvou energii, ale i nové cíle a strategie do budoucna. Snahou nového týmu je nejen pokračovat v úspěšných aktivitách, které dlouhodobě oceňují členové i partneři asociace, ale také rozšířit působnost o nové oblasti s důrazem na moderní přístupy.

### Posila v týmu: zkušená projektová manažerka

Jednou z klíčových změn v personálním obsazení je příchod nové projektové manažerky, která do týmu přináší bohaté zkušenosti s vedením projektů a dotační agendou. Jejím hlavním úkolem bude poskytnout členům asociace podporu při čerpání dotací a realizaci evropských projektů.

„Dotační poradenství a asistence při vedení projektů financovaných z evropských fondů může být pro naše členy velmi cennou službou. Pomůžeme jim nejen identifikovat vhodné dotační tituly, ale také je provést celým procesem od přípravy žádosti až po úspěšnou realizaci,“ uvedla projektová manažerka Miroslava Komínková.





**ČOKA již tradičně zastává klíčovou roli v podpoře a ochraně zájmů českých výrobců obuvi a kožedělných produktů. Asociace pomáhá firmám nejen v oblasti legislativy, marketingu a exportu, ale i v prosazování kvalitních českých výrobků na domácím i zahraničním trhu. Podle slov představitelů asociace zůstávají tyto aktivity nadále prioritou.**

**Ve stávajících aktivitách bude pokračovat Jana Čechmánková, která na sekretariátu ČOKA zůstává, s podporou bývalé dlouholeté ředitelky PhDr. Vlasty Mayerové. Díky jejich společnému úsilí a odbornosti je zajištěno, že asociace bude i nadále schopna pružně reagovat na výzvy oboru a poskytovat cennou podporu svým členům.**

z kožedělného průmyslu, chce asociace oslovit i širokou veřejnost – tedy samotné spotřebitele. „Spotřebitelé dnes stále více vnímají hodnotu kvalitního řemesla a lokální výroby, ale často jim chybí hlubší informace o tom, jak rozeznat kvalitu, jak si obuv správně vybrat a také jak o ni pečovat, aby se v budoucnu minimalizovala nedorozumění a reklamace zboží. Naší vizí je stát se nejen odbornou platformou, ale také spolehlivým zdrojem informací pro každého, kdo se zajímá o obuv a kožené výrobky,“ vysvětluje nová ředitelka asociace.

Asociace plánuje využít své webové stránky jako klíčový nástroj pro osvětu. Web má nabídnout nejen vzdělávací články a praktické rady, ale i prostor pro prezentaci nejnovějších kolekcí firem sdružených v asociaci. Virtuální platforma by tak měla sloužit jako moderní „výkladní skříň“ všech členů ČOKA.

### **Propagace jako nástroj růstu**

Zvýšená aktivita na webu by měla přispět nejen k lepšímu povědomí spotřebitelů, ale i k propagaci jednotlivých firem. Asociace plánuje poskytnout sdruženým

společnostem prostor, kde mohou představit své nové kolekce či zajímavé projekty. „Jedním z našich cílů je vytvořit digitální platformu, která bude lákat nejen zákazníky, ale i potenciální partnery a investory. Věříme, že tím podpoříme české značky a zvýšíme jejich konkurenceschopnost na trhu,“ uvedla ředitelka asociace.

### **Nová komunikační platforma**

V rámci projektu s názvem „Rozvoj inovačního obuvnického klastru“ (reg. č. CZ.01.01.01/07/24\_048/0004771) přichází ČOKA mj. s novým cílem, a sice zlepšit sdílení informací a posílit spolupráci mezi svými členy. „Vytvoříme inovativní nástroj, který umožní členům asociace snadno sdílet své zkušenosti, odborné poznatky a aktuální informace, které mohou být klíčové pro jejich podnikání. Platforma bude navržena tak, aby podporovala rychlou a přímou komunikaci, a to nejen mezi členy, ale i s vedením asociace. Hlavním cílem této iniciativy je vytvořit prostředí, kde se budou moci firmy, odborníci a další

členové asociace otevřeně setkávat, vyměňovat si názory a spolupracovat na řešení společných výzev. Chceme, aby se naše asociace stala nejen podporovatelem, ale také aktivním partnerem pro všechny své členy. Vzájemná spolupráce a komunikace jsou základem úspěchu,“ uvedla ředitelka ČOKA Jitka Gregory.

### **Výhled do budoucna**

První ohlasy na změny v asociaci jsou pozitivní. Členové oceňují odhodlání vedení rozvíjet nové aktivity a zároveň pokračovat v osvědčených postupech. ČOKA tak vstupuje do nové etapy s jasnou vizí – propojit tradici a kvalitu českého obuvnictví a kožedělnictví s moderními nástroji a strategiemi. Jak se nové plány promítnou do reality, ukáže čas, ale už teď je jasné, že asociace míří k posílení své pozice jako klíčového hráče na trhu i spolehlivého partnera pro své členy.

Autoři článku:

Ing. Jitka Gregory, Ph.D., MBA  
Ing. Miroslava Komínková, Ph.D.



## Co dělají zaměstnavatelé v ČR pro udržení zaměstnanců? **JE TOHO HODNĚ**

Praha – Výsledky průzkumu společnosti ManpowerGroup mezi 521 zaměstnavateli v ČR monitorující různé aspekty strategie firem pro udržení a přilákání talentů ukazuje, že čeští manažeři ve snaze udržet si zaměstnance podporují work-life balance a rozvoj technologických nástrojů. Také se snaží školit manažery, aby dokázali lépe podporovat svoje podřízené.

27% zaměstnavatelů má dojem, že při vyjednávání o mzdě, místě práce a pracovní době táhnou zaměstnanci za delší konec provazu a mohou si diktovat. Důvěra zaměstnavatelů ve zkušenosti a pracovní schopnosti mladší generace je poměrně vysoká, což může být jeden z důvodů, proč zaměstnavatelé na vysoké nároky absolventů přistupují.

### Redukovat stres na pracovišti

Potřeba udržet si kvalitní a spokojené zaměstnance je nezbytná pro efektivní fungování firmy. Čeští zaměstnavatelé se v rámci větší retence zaměstnanců snaží zlepšit rovnováhu mezi pracovním a soukromým životem (42%), podporují zlepšení technologických nástrojů ve firmě (35%) a investují do školení manažerů, aby dokázali lépe podporovat svoje podřízené (34%). Některé organizace nabízejí větší příležitosti pro kariérní růst (33%) či se snaží redukovat stres na pracovišti (32%). Žádné významné kroky v tomto směru nedělá 13 procent oslovených organizací. Z hlediska velikosti firem se na všechny výše zmíněné motivační prvky zaměřují spíše velké organizace. „Malé společnosti sice nemívají tak strukturovaný a strategický přístup k HR, nicméně zaměstnanci stále více preferují menší zaměstnavatele před korporacemi pro jejich firemní kulturu, větší dynamiku a flexibilitu nebo zřetelnější pozitivní dopady jejich práce, obzvláště, pokud se jedná o zaměstnavatele v moderních odvětvích,“ říká Jaroslava Rezlerová, generální ředitelka ManpowerGroup. Samostatnou oblastí je finanční moti-



vace zaměstnanců, které se věnovali v předchozím průzkumu na začátku roku 2024, ze kterého vyplynulo, že 33% firem navyšuje mzdy pro nalákání nových zaměstnanců a 31% firem nabízí nástupní bonusy. Z průzkumu vyplynulo, že zaměstnavatelé obecně vnímají větší sílu ve vyjednávání pracovních podmínek na svojí straně. Uvedlo to 63% účastníků průzkumu. Šedesát tři procent vnímá převahu při vyjednávání místa výkonu práce, 62% při vyjednávání platových podmínek a 57% při vyjednávání pružné pracovní doby.

### Závěry jsou překvapivé

„Závěry průzkumu jsou poměrně překvapivé. Firmy sice musí v některých případech dělat těžké ústupky, aby přilákaly nebo udržely zaměstnance v klíčových rolích, v celkovém pohledu ale v aktuální situaci na trhu práce cítí, že mají ve vyjednávání navrch. Roste sice poptávka po kvalifikovaných specialstech na IT, strojírenství, finance a back office, v ekonomice ale klesá počet zaměstnanců na méně kvalifikovaných pozicích v administrativě, výrobě a manuálních zaměstnáních. 27% zaměstnavatelů má pocit, že zaměstnanci mají ve vyjednávání převahu, což je poměrně vysoké číslo“ hodnotí Jaroslava Rezlerová, generální ředitelka ManpowerGroup.

Zaměstnavatelé v ČR věří ve schopnosti a dovednosti mladší generace ve věku 18–27 let vykonávat svoji práci. V průzkumu to uvedlo 65% zaměstnavatelů. Největší důvěra panuje u zaměstnavatelů v odvětví Energetika a veřejné služby (80%) a Informační technologie (79%). Naopak nejvíce jsou skeptičtí ke schopnostem mladší generace vykonávat svoji práci v sektoru Průmysl a stavebnictví a Veřejném a neziskovém sektoru (shodně 55%). Pracovníci generace Z jsou dle odpovědí 45% zaměstnavatelů také denně vystaveni poměrně velké míře stresu, 44% to vnímá opačně a myslí si, že mladí ve stresu nejsou nebo jen trochu. 81% zaměstnavatelů si myslí, že jejich zaměstnanci z generace Z mají k dispozici správné technologie a nástroje, aby mohli dobře vykonávat svou práci. 74% zaměstnavatelů se domnívá, že jejich zaměstnanci z generace Z dostávají podporu v oblasti rovnováhy mezi pracovním a soukromým životem. Nejvíce zaměstnavatelů úroveň své podpory hodnotí na 7. úrovni z 10.

### Důraz na ekologii

S narůstajícími nároky na udržitelnost a ochranu životního prostředí ze strany spotřebitelů, investorů a politiků se mluví o stále větší nutnosti ekologické transformace organizací. Pro organizace bude stále více klíčové, aby si budovaly svoji pověst v oblasti ochrany životního prostředí a sociální odpovědnosti. To je totiž pro mladší generace stále důležitějším kritériem při výběru zaměstnavatele. Z průzkumu společnosti ManpowerGroup vyplývá, že organizace změnily nebo v následujících 12 měsících plánují změnit náborové procesy, které by jim měly pomoci ESG strategie naplňovat. 43% organizací za tímto účelem plánuje zvyšovat kvalifikaci stávajících zaměstnanců. Nové zaměstnance specializované na tuto oblast plánuje nabírat 34% oslovených organizací, 25% si chce najmout externí konzultanty. 23% chce rozdělit úkoly vyplývající s ESG stávajícím zaměstnancům.



Novinky v označování textilu

# NEPODCEŇTE JE!

**Brno - Jak říká filosof – jediná konstanta je změna, což platí v textilu dvojnásob. Neustále přicházejí na svět nové materiály nebo předpisy, které je třeba zohlednit při uvádění výrobků na trh. K tomu je zapotřebí správným způsobem informovat i spotřebitele, aby výrobky užívali správně, v souladu s jejich vlastnostmi. Tento článek přináší informace o novém Nařízení Evropského parlamentu a Rady č. 2023/988 o obecné bezpečnosti výrobků. Definuje totiž nové povinnosti výrobců, dovozců a distributorů při označování výrobků, což platí i pro textilní výrobky.**

Pojďme se nejprve ohlédnout za tím, co platí v současnosti. Výrobci, dovozci nebo distributori musí výrobky na spotřebitelský trh označit v souladu s Nařízením Evropského parlamentu a Rady č. 1007/2011 o názvech textilních vláken a souvisejícím označováním materiálového složení textilních výrobků. Toto Nařízení velmi detailně uvádí, jakým způsobem má být výrobek označený materiálovým složením textilie. Dozvíte se zde, jak se výrobky označují když jsou vyrobeny z jednodruhového materiálu, jak je tomu u směsi nebo když je výrobek například podšívkovaný či s výplnkem. Tento předpis také určuje, že výrobek musí být označený neoddělitelným způsobem – tedy například na přiřité etiketě, nebo informace může být třeba natištěna.

## Bezpečnost výrobků

Dalším ustanovením, které určuje, jaké informace na výrobku musí být uvedeny je Zákon č. 634/1992 Sb. – Zákon na ochranu spotřebitele. Ten definuje v části Informační povinnosti a paragrafech 9 – 11 vše, co má být na výrobku uvedeno, aby spotřebitel dostal maximum

potřebných informací při nákupu výrobku a pak i při jeho užívání.

Od 13. prosince loňského roku se k těmto dokumentům připojuje ještě jeden – Nařízení Evropského parlamentu a Rady č. 2023/988 o obecné bezpečnosti výrobků. V tomto Nařízení nalezneme definování povinností výrobců, dovozců a distributorů z pohledu bezpečnosti výrobků, které mají přesah až do označování výrobků.

Nařízení definuje povinnost výrobců/dovozců/distributorů uvádět na trh výrobky pouze bezpečné. Aby tomu tak bylo, musí výrobci/dovozci/distributori udělat u svých výrobků před uvedením na trh analýzu rizik a vypracovat technickou dokumentaci. Tu je třeba udržovat stále aktuální a musí být k dispozici deset let od uvedení výrobku na trh pro případnou kontrolu dozorových orgánů.

Ke každému výrobku uvedenému na trh má být nyní k dispozici také návod a bezpečnostní informace.

## Jak dopadá toto Nařízení na označování textilu?

Stávající 4 informace – Název firmy, velikost, materiálové složení a doporučený způ-

sob péče o výrobek je třeba doplnit o:

1. poštovní a elektronickou adresou
2. označení typem, sérií nebo sériovým číslem výrobku, aby byl snadno identifikovatelný

Další povinností je ještě vést kontaktní informace na internetových stránkách – musí být k dispozici telefonní číslo a elektronická adresa pro přímé kontaktování firmy.

## Čeká se na právní výklad

Nařízení je sice k dispozici již od roku 2023, ale stále se čeká na jeho právní výklad, který upřesní jednotlivé povinnosti. Každopádně pokud si dáváte tisknout etikety, tak

je vhodný čas je doplnit i to tyto nově požadované informace, které slouží ke snadnější identifikaci zboží.

Celkově je třeba vnímat toto nařízení pozitivně, protože jeho hlavním cílem je chránit zdraví a bezpečí spotřebitelů na společném Evropském trhu. Plněním těchto požadavků nejen vyhovíte požadavkům zákona, ale také posílíte důvěryhodnost své firmy a svých výrobků. A to je na současném vysoce konkurenčním trhu velmi důležité.

Text:  
SOTEX GINETEX.CZ

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.

Praní



Bělení



Sušení



Žehlení



Profesionální ošetřování



Zákaz postupu



© 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

## Potřebujete se zorientovat ve správném značení?

Přijďte za námi na odborný veletrh STYL, který se koná 21. – 23. 2. 2025 v Brně na BVV. Naleznete nás na stánku CLUTEXu – klastru technické textilie č. D15 v pavilonu P. Těšíme se na Vás!

## Francie DAŇOVÁ ÚLEVA PRO OPRAVY OBUVI

Foto: Pixabay.com



Paříž - Dolní komora francouzského parlamentu Assemblée Nationale se 153 hlasy pro a 35 proti snížila v říjnu loňského roku sazbu DPH z 20% na 5,5% na opravy obuvi a koženého zboží, stejně jako textilu a jízdních kol.

Národní organizace zastupující podniky zabývající se opravou obuvi po celé Francii, Fédération Française de la Cordonnerie Multiservice (FFCM), změnu daní uvítala a na svých sociálních sítích zdůraznila, že „toto opatření je nezbytné pro podporu oběhového hospodářství a podporu místních řemeslníků“, jejichž profese je klíčem k prodloužení životnosti výrobků a snížení odpadu. FFCM argumentoval, že „bez rozsáhlé podpory založené na pilířích, jako je bonus za opravy, index opravitelnosti a kruhová DPH na opravy produktů, riskujeme ztrátu dovedností a know-how, které způsobí ztrátu let v našem boji proti změně klimatu“.

Zdroj: [www.worldfootwear.com](http://www.worldfootwear.com)

## ČTENÁŘI NÁM PÍŠÍ

V minulém vydání odborného časopisu Svět textilu & obuvi jsem si se zájmem přečetla malou zprávu, oznamující, že Technická univerzita v Liberci přišla na trh s novým produktem – pytlíkem na chleba. Pro ty, co článek nečetli krátké vysvětlení: Jedná se o speciální materiál, který vyvinuli na univerzitě. Má v sobě nanomembránu, která prodlužuje dobu, kdy si pečivo zachovává svou čerstvost o několik dní. A pytlík se již v těchto dnech dostává do prodeje díky firmě Invala. Pěkný příklad propojení výzkumu a praxe.

Co mě však potěšilo ještě více, bylo moje zjištění, že Invala v.s.o. se sídlem v Turnově od roku 2012 provozuje chráněné dílny s drobnou výrobou. V současné době jsou její provozy v Turnově a v České Lípě. INVALA, v.o.s. zaměstnává více než 90% zaměstnanců se změněnou pracovní schopností! Takže se přitom pomáhá znevýhodněným občanům této země. A do třetice všeho dobrého: Zjistila jsem, že projekt „Sáčky na pečivo s použitím nanovlákněné membrány“ je spolufinancován Evropskou unií!

Takže shrnuto, potvrzeno: Na svět přišla nová věc, která usnadní život většině uživatelům, její výroba pomůže postiženým, a ještě je navíc spolufinancována Evropskou unií. Zkrátka, projekt, který se opravdu vydařil.

Marie S., České Budějovice

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 a kožedělné branže, pošlete nám vzkaz či dotaz na e-mail: [redakce@textil-obuv.cz](mailto:redakce@textil-obuv.cz) Rádi ho zveřejníme.

## SVĚT TEXTILU & OBUVI®

### VYDAVATEL:

Terence Agency s.r.o.  
IČ: 04097114 DIČ: CZ04097114  
[www.textil-obuv.cz](http://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](mailto:korol@textil-obuv.cz)

### REDAKCE A SPOLUPRACOVNÍCI:

Dr. Josef Adamíček  
Rebeka Heimlich Monhartová  
e-mail: [redakce@textil-obuv.cz](mailto:redakce@textil-obuv.cz)

### OBCHODNÍ ŘEDITELKA:

Jaroslava Chudá  
tel.: +420 776 591 940  
e-mail: [chuda@1prg.cz](mailto:chuda@1prg.cz)

### PŘÍJEM INZERCE – ZAHRANIČÍ:

Janie Durand  
tel.: 0033 (6) 11 72 90 19  
e-mail: [jdk@jdurand.me](mailto:jdk@jdurand.me)

### PŘEDPLATNÉ:

Předplatné zajišťuje jménem vydavatele společnost SEND  
Předplatné, Ve Žlábku 1800/77, hala A3,  
193 00 Praha 9-Horní Počernice  
tel.: 225 985 225, 777 333 370  
e-mail: [send@send.cz](mailto:send@send.cz)  
[www.send.cz/svetobuvi](http://www.send.cz/svetobuvi)  
Roční předplatné (6 vydání): 390 Kč + DPH

### FOTOGRAFIE:

redakce, [SAMphoto.cz/](http://SAMphoto.cz/)©PurestockX, SXC, studio raf

### AUTORIZACE:

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

Redakci 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 internetového zpravodajství bez písemného souhlasu vydavatele je zakázáno. Vydavatel si vyhrazuje právo publikované materiály zveřejnit na internetu.

### Spolupracujeme s:



Toto vydání vyšlo  
13. února 2025

