

SVĚT

TEXTILU & OBUVI

KVĚTEN/ČERVEN
2025

móda ■ obuv ■ doplňky ■ trendy ■ business ■ retail

www.textil-obuv.cz

**Co mají čeští
spotřebitelé
ve skříni?**

Zahraniční trendy
obuvi pro podzim

**Největší
textilní
a oděvní
firmy ČR**

Zahraniční
trendy
podzimní
módy



STYL·KABO



65. KONTRAKTAČNÍ / B2B

veletrhy módy a obuvi

22-24 | 08 | 2025

VÝSTAVIŠTĚ BRNO | styl.eu | kabo.cz

Karolina Kopincová Surý a Adéla Štroffeková – Miss Czech Republic



ÚVODNÍ SLOVO



Vážení čtenáři,

dostává se vám do rukou další vydání odborného časopisu Svět textilu & obuvi. Opět jsme pro vás v redakci připravili spoustu (doufáme, že zajímavých) článků, rozhovorů a zpráv. Na následujících stránkách se mj. dočtete, jaké byly tržby textilního a oděvního obchodu v České republice od ledna

do dubna letošního roku. Již teď vám mohu prozradit, že obchodníci byli vesměs spokojeni a že s optimismem očekávají vývoj tržeb i v dalších měsících (více str. 4). Na straně 5 se zase dozvíte, jak moc škodí mladé generaci (a nejen jí) stres v práci. A přidáme pár rad, jak mu předcházet.

V tomto vydání našeho časopisu nechybí ani pravidelný přehled trendů módy tak, jak je vidí světové módní firmy pro nadcházející podzimní sezonu (viz str. 6-8). Na stranách 10-11 se pak dozvíte, jaké trendy vládnu světu obuvi – rovněž pro podzim. Na stranách 12-13 představujeme CLUTEX – klastr technických textilií, z.s., který působí v České republice téměř 20 let. Po celou dobu propojuje firmy, výzkumná pracoviště a školy, aby společně vytvářely nové výrobky, zaváděly moderní technologie a hledaly cesty, jak lépe obstát v konkurenčním prostředí.

Za velmi důležitý považuji osobně článek na straně 16. Zde najdete žebříček největších textilních a také oděvních firem v České republice, který již řadu let sestavuje naše redakce ve spolupráci s Asociací textilního, oděvního a kožedělného průmyslu (ATOK). Zde opět prozradím jen to nejdůležitější: Největší firmou z naší branže se opět stala JUTA a.s., Dvůr Králové nad Labem. Její tržby byly v loňském roce zase o něco vyšší, než o rok dřív a dosáhly neuvěřitelných více než 8 miliard korun! Firmě JUTA blahopřejeme!

Vážení čtenáři, před námi je léto a doba dovolených. Přeji vám skvělé zážitky, hodně sluníčka a hlavně dobrou náladu. A také klidné čtení našeho časopisu v této neklidné době.

Michal Korol
šéfredaktor

Z OBSAHU:

4

Tržby textilního maloobchodu v ČR

10 – 11

Zahraniční trendy obuvi pro podzim

16

Největší textilní a oděvní firmy ČR

5

Jak bojovat proti stresu

12 – 13

Představujeme CLUTEX

17

Česká obuvnická a kožedělná asociace

6 – 8

Zahraniční trendy podzimní módy

14 – 15

Co mají čeští spotřebitelé ve skříni?

18

Letní týden projektování oděvů

Podnik (2024)	Obor (2024)	Tržby (2024)	Podíl na trhu (2024)	Tržby (2023)
1 JUTA	ALSOCC Československo a.s.	875	154	822,5
2	LIPOLD & CO a.s.	525	142	
3-20	Kaučový svět, a.s.	485	112	74,4
4-10	BLAZER HOLDINGS a.s.	478	108	65,6
5-10	Holk International a.s.	425	140	152,2
6-10	Bastinex Company a.s.	380	105	55,2
7-10	CEVA P&P a.s.	354	105	100,3
8-10	MARKET a.s.	254	154	105,4
9-10	SAVIA Textiles a.s.	213	144	50,2
10	KALAS Sportswear, a.s.	208	805	-
11-10	Stella a.s.	205	105	104,9
12	PROUD LEM a.s.	205	105	
13-15	Amia Modesty a.s.	181	121	86,2
16-115	MOSKOVCE a.s.	139	84	85,3
15-130	Žilka optický textilní materiál	124	116	86,1
16-135	CLUTEX a.s.	121	29	100,8
17-140	Lubomír Mělník - JEDNOUŠA	75	30	150,0
18-110	ČESKÁ TEXTILNÍ a.s.	68	84	85,8



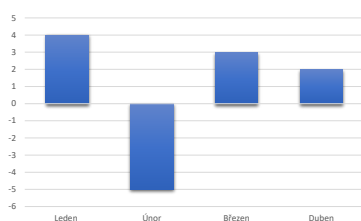
Tržby textilního maloobchodu v ČR za leden-duben 2025

TRŽBY JIŽ ZASE STOUPAJÍ

Praha – Jakkoliv byl začátek letošního roku v českém textilním maloobchodě rozpačitý, kdy leden sice skončil v meziročním srovnání s nárůstem tržeb +4 procent, zatímco únor s propadem -5%, další vývoj se již vrátil opět do plusu. Díky tomu se za celé 1. čtvrtletí letošního roku může textilní a oděvní maloobchod v České republice pochlubit sice mírným ale přece jenom plusem.

Tržby textilního maloobchodu v lednu až dubnu 2025

(ve srovnání se stejným obdobím roku 2024)



ře se prodávaly dámské šaty, pláště a kalhoty, stejně jako pánská separátní saka a kalhoty“ napsal nám obchodník z Plzně. Podobně se vyjádřili i majitelé/vedoucí obchodů z Prahy, Hradce Králové, Brna a Olomouce. Nakonec rok začal nadějně: Letošní leden skončil pro obchodníky z naší branže čtyřprocentním vzestupem tržeb ve srovnání s loňským rokem. Radost může zkazit jen skutečnost, že loňská srovnávací základna, tedy leden 2024, byla nízká: minus dvě procenta.

Radost z ledna však pokazil hned následující měsíc. Zatímco celkové maloobchodní tržby v ČR v meziročním srovnání stouply o téměř čtyři procenta, prodejnám s textilem a oděvy se vůbec nedařilo. „Téměř se zastavil prodej zimního zboží, i když jsme měli výprodej“ napsal nám majitel obchodu s oděvy z Ústí nad Labem. Podobně se vyjádřili i obchodníci z menších měst - Třeboně, Domažlic a Lovosic. Situaci tak alespoň zčásti zahraňovaly internetové a zásilkové obchody, kterým v únoru stouply tržby o 13 procent. Oděvní/textilní maloobchod však v únoru 2025 skončil v meziročním srovnání s mínusem o pět procent. Takový propad tržeb loni neznamenal žádný měsíc.

Březen i duben: dobrý!

V březnu se již naplno rozjždí prodej jarního zboží. A textilnímu a oděvnímu maloobchodu v Česku se začala dařit! „Dobře se prodávaly dámské halenky a sukně“ napsal nám majitel obchodu s oděvy z Hradce Králové. V pražském obchodě na Jižním Městě nám vedoucí obchodu s dámskými oděvy prozradila, že tržby se i v jejím obchodě dostaly opět do černých čísel. A protože se podobně vyjádřili i majitelé/vedoucí obchodů mj. z Pelhřimova, Brna, Ostravy a Opavy, můžeme konstatovat, že tržby se opět vrátily do plusu. Díky tomu pak celé 1. čtvrtletí zaznamenalo sice malý, nicméně nadějný nárůst tržeb o +0,5 procent.

A podobně jako březen, dobře si vedl v obchodech s textilem a oděvy i duben. Potvrdili nám to obchodníci z naší branže z mnoha měst České republiky. Podle mínění většiny z nich se zájem zákazníků o textil/oděvy opět stabilizoval a vrátil se k růstu. „Dobře se prodávala pánská separátní saka a kalhoty“ napsal nám vedoucí obchodu s oděvy v Brně. A protože se podobně vyjádřili i obchodníci z mnoha dalších měst, nakonec duben skončil s nárůstem tržeb o +2 procenta.

A jak se tržby vyvíjely dál v květnu a červnu 2025? O tom se dočtete v dalším vydání našeho časopisu, které spatří světlo světa počátkem června.

Michal Korol

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.

V lednu huj, v únoru fuj

Jak jsme uvedli v minulém vydání odborného časopisu Svět textilu & obuvi, leden patří pro obchodníky s textilním a oděvním zbožím tradičně mezi slabší měsíce. Poptávka po zboží se vyčerpává koncem předcházejícího roku. Přesto se textilnímu maloobchodu v České republice letos v lednu dařilo. „Dob-

OLYMP Bezner KG

LETNÍ STAV MYSLI

Německo – Německá společnost OLYMP představila novou módní kolekci pánské módy pro jaro/léto 2026. „Preppy klub“ vás přenáší do světa, kde léto není jen ročním obdobím, ale spíše způsobem myšlení. Svět, kde se klubový šarm snoubí se svěžestí slunečných dnů – a móda se stává jazykem zvláštního životního stylu. Ať už při kávě na terase, spontánním odpoledním tenisovém zápase nebo večerním posezení s přáteli: Zde se rodí nápady, partnerství a nezaměnitelný pocit komunity. Svět, kde se sportovní ambice a bezstarostný styl dělí o hrací plochu. Vítejte v klubu.

OLYMP nabízí široký sortiment triček, pólokošil, košil, svetrů a doplňků splňuje nejvyšší standardy z hlediska po-

hodlí při nošení, materiálů a zpracování. Mimořádná kvalita a hodnota produktů OLYMP je základem desetiletí úspě-

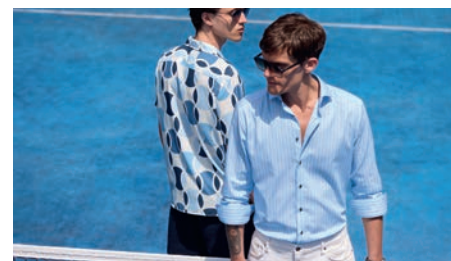


Foto: OLYMP

chu a je závazná pro budoucnost. Jako středně velká společnost řízená vlastníky spojuje udržitelné a odpovědné jednání s efektivním růstem. Na 900 zaměstnanců pracuje na jedinečných textiliích, které inspirují zákazníky a dělají jejich každodenní život o něco krásnějším.

Když vás vyřadí stres z provozu CO MŮŽETE DĚLAT?

Praha - Se stresem se potkal v životě každý z nás. Ale když začne ovládat naše každodenní fungování, je na čase zbystřit. Podle průzkumu agentury Ipsos zažilo v posledním roce stres s negativním dopadem na běžný život šest z deseti (62%) Čechů, přičemž více než čtvrtina (27%) pociťovala takovou míru stresu, že kvůli tomu nemohli chodit několik dnů do práce.

Nejzávažnější situace je podle průzkumu u mladých lidí do 30 let, z takzvané Generace Z. Téměř 40% z nich se v uplynulém roce cítilo ve stresu natolik, že nemohli chodit do práce, pětina dokonce opakovaně. Až 85% Gen Z zažívalo takovou míru stresu, že měli pocit, že nezvládají své věci.

Jak „to“ poznat?

Varovné signály chronického stresu nejsou vždy zřejmé – a právě proto je často přehlízíme. Přitom včasné rozpoznání může zabránit vážnějším problémům, které ovlivní nejen zdraví, ale i práci a vztahy.

Pět signálů, že žijete v chronickém stresu:

Trvalá únava: Spíte dostatečně dlouho, ale stejně se budíte unavení? Může za to hormon kortizol, jehož dlouhodobě zvýšená hladina narušuje přirozený spánkový cyklus. Výsledkem je fyzické i mentální vyčerpání, které negativně ovlivňuje výkon, soustředění i náladu.

Časté nemoci: Stres oslabuje imunitní systém a snižuje schopnost těla bránit se infekcím. Pokud vás často skolí nachlazení, virózy nebo se z nemocí zotavujete déle než obvykle, může jít o důsledek chronického napětí.

Výkyvy chuti k jídlu a hmotnosti: Přejídání i ztráta chuti k jídlu jsou častou reakcí na psychický tlak, která může vést k dalším zdravotním problémům, jako je obezita, diabetes a srdeční choroby.

Podrážděnost a ztráta motivace: Úz-



kost, nervozita, apatie – stres působí na psychiku stejně silně jako na tělo. Můžete být přehnaně reaktivní, bez nálady nebo se vám přestanou chtít i věci, které vás dřív bavily. Dlouhodobě to vede ke snížené výkonnosti a pocitu vyhoření.

Fyzické potíže: Bolesti hlavy, napětí v šíji, zažívací problémy – tělo jednoduše dává najevo, že je v nouzovém režimu.

Co pomáhá?

Stres nezmezí mávnutím ruky. Ale můžeme ovlivnit, jak na něj naše tělo reaguje a tím i to, jak se cítíme. Nejde o složité techniky nebo radikální změny. Právě naopak.

Klíčové je vytvořit si jednoduché, udržitelné návyky, které dlouhodobě zvyšují odolnost. Co tedy opravdu funguje?

Pravidelný pohyb: Fyzická aktivita může pomoci snížit hladinu stresu a zlepšit

náladu. Tělo se při pohybu uvolní, mysl si odpočine a stresové hormony se snižují. Zkuste si dopřát alespoň 30 minut mírné aktivity denně. Ať už jde o chůzi, běh, nebo jógu.

Spánek: Žádný zdravotní hack se nevyrovná kvalitnímu a pravidelnému spánku. Právě během noci dochází k obnově energie, regeneraci nervového systému i zpracování emocí. Vytvořte si jednoduchou rutinu – bez obrazovek, třeba s hezkou knihou.

Dechová cvičení: Krátké zastavení během dne, pár hlubokých nádechů, na chvíli odpojit hlavu od proudu věmů. Není to nic esoterického – jen způsob, jak se znovu spojit se sebou.

Rozhovor s blízkými či odborná pomoc – Mluvit s někým, kdo vás vyslechne, může mít větší účinek než všechny rady z internetu. Někdy pomůže rodina či kamarádi, v případě závažnějších problémů rozhodně není ostuda vyhledat odborníka.

Duševní zdraví není slabost

Téměř 80% Čechů považuje duševní zdraví za stejně důležité jako to fyzické. Ve zdravotním systému i ve firmách mu ale stále chybí odpovídající pozornost. „Změna musí v první řadě přijít od nás samotných. Přiznat si, že nejsme v pohodě, není slabost – je to první krok ke zlepšení,“ říká fyziolog Radim Šlachta ze společnosti Elonga. Připomíná zároveň, že odpovědnost nesou i zaměstnavatelé. „Firmy by měly vytvářet prostředí, kde se o stresu mluví otevřeně a kde výkon není zaměřován za permanentní tlak. Podpora duševního zdraví už není jen benefitem, ale nutností. Investice do prevence se firmám vrátí v podobě spokojenějších, zdravějších a více motivovaných zaměstnanců,“ dodává.

Foto: Pixabay.com

inzerce



ETKA
LABELS

TEXTILNÍ ETIKETY
S DLOUHOLETOU TRADICÍ
od roku 1991

Tkané etikety | Sublimace | Papírové visačky
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 DÁMSKÉ MÓDY PRO PODZIM 2025

VRSTVENÍ JAKO KLÍČOVÝ PRVEK

Rhm Praha – Podzimní kolekce se nesou ve znamení kontrastů, a to jak stylových, tak materiálových. Návrháři propojují nostalgii s modernou a přinášejí do popředí kombinace, které zdůrazňují ženskost, funkčnost i estetickou hravost. Vrstvení, nápadná barevnost a výrazné dekorativní prvky se stávají klíčovými prvky sezony a dávají spolu prostor pro experimentování.

Dominantními barvami letošního podzimu jsou zemité, avšak syté tóny – v hlavní roli stojí například odstíny bordo, temná lahvově zelená, hřejivá hořčicová nebo také antracitová. Výrazné odstíny jsou často kombinovány s neutrálními základními barvami, jako je krémová, béžová či šedá, které jim dávají prostor vyniknout. Z hlediska vzorů se uplatňují například retro káry, abstraktní potisky, široké barevné pruhy a jemné florální motivy čerpající inspiraci z hravé módy 70. let.

Materiály reflektují jak touhu po teple, tak i po luxusním dojmu. Návrháři sázejí na strukturované látky jako je manšestr či vlněný tvíd, lehčí pleteniny s výrazným desénem, samet či imitaci kůže s výraznými povrchovými úpravami. Do popředí se dostává zejména lesk – ať už v podobě drobných třpytivých aplikací, tak ve formě celoplošné metalické povrchové úpravy. Siluety

jsou volnější, splývají s postavou a dopřávají ženám dostatečný komfort – oversized kabáty, dlouhé sukně, rovně střižené kalhoty i výrazné vrstvení přispívají k pocitu pohodlí a svobody pohybu.

ALL THE LAYERS

Vrstvení je klíčovým trendem podzimu 2025, který dokazuje že funkčnost lze obrátit propojit s estetikou. Návrháři vytvářejí zajímavé siluety, kombinují různé textury a pohrávají si s různými délkami, díky čemuž



JDY



Clarina



Ichi



LCMT

vyniknou jednotlivé kousky, které však dohromady fungují velmi harmonicky. Módní značky představují outfity, kde se nosí košile pod šaty, svetry přes košile, vesty přes kabáty i šály svázané přes ramena jako pončo. Každá vrstva zde má svůj smysl a stylovou hodnotu. Tento trend umožňuje hravost a zároveň přináší praktický benefit v podobě přizpůsobení se kolísavému počasí podzimních měsíců.



Soya concept

BURGUNDY SPLASH

Odstíny bordové budou mít v letošních podzimních kolekcích velmi silné postavení. Hloubka a sytost zvolených barev dodávají každému outfitu eleganci a jistou míru noblesy. V kolekcích se můžeme setkat s tmavými hnědo-bordovými odstíny, jako je oxblood či maroon, nafialovělou brusinkovou i jemně zaprášenými odstíny s šedými podtóny. Návrháři s nimi pracují na různých typech oděvů, od kabátů, přes sukně a svetry až po drobnější doplňky. Velmi harmonicky působí v kombinaci s teplejšími tóny béžové, hnědou či zlatou, zároveň však dokážou vytvořit silný kontrast s chladnějšími barvami jako je šedá nebo tmavě modrá.



JDY



LCMT

ALL KIND OF VESTS

Vesty představují jeden z nejvíce trendy kousků nadcházející podzimní sezony. Ať už jde o pletené vesty v retro stylu, oversized modely s páskem v pase nebo prošíváné sportovní varianty, vesty se stávají všestranným kusem, který je nejen stylový, ale slouží též jako nesmírně praktický kousek do proměnlivého podzimního počasí. Návrháři

kladou důraz zejména na strukturu, kterou se snaží dávat do kontrastu s podkladovými materiály. Často se můžeme setkat s měkkými pleteninami se zajímavým dešénem či objemnými prošívanými látkami. Více svěží, mladistvou variantou představují denimové vesty nejrůznějších střihů.

SHINE BRIGHT

Pajetky a metalické prvky se letos přesouvají z večírků přímo do každodenní módy. Podzimní kolekce přináší třpytivé topy, flitrové sukně i kabáty či bundy s drobnějšími pajetkovými detaily. Podstatnou roli zde sehrává styling, který hravě reguluje míru elegance. Lesk je často kombinován s matnými materiály, které pomáhají uzemnit přílišný dojem luxusu a vznikají tak moderní, sofistikované kontrasty. Návrháři často pracují s celými plochami jednobarevných pajetek, které dobře fungují na sukních či blejzrech. Decentnější volbou jsou drobné, solitérně umístěné výšivky z pajetek a kamínků.



Mos Mosh



Blue Seven

TRENDY PÁNSKÉ MÓDY PRO PODZIM 2025

KOMFORT JE DŮLEŽITÝM ASPEKTEM

Rhm Praha – Podzim 2025 přináší do světa pánské módy kombinaci svěžích tónů spolu s osvědčenými střihy. Muži si mohou vybírat z pestré palety barev i luxusních materiálů, které jsou propojeny s nadčasovými siluetami a spolu tak vytvářejí harmonický základ podzimních šatníků. Vedle nadčasové elegance se do popředí dostávají též odvážné prvky streetwearu, které potvrzují, že komfort je v pánském šatníku důležitým aspektem.

Paleta barev pro nadcházející podzimní sezonu je překvapivě živá – dominují teplé zemité odstíny jako je například cihlová, mechově zelená a kaštanová, které doplňují syté akcenty žluté, petrolejové a švestkové. Tyto barvy se objevují jak v celkových outfitech, tak v detailech, čímž vytvářejí stylové kontrasty. Návrháři pracují s výraznými kombinacemi tón v tónu a nebojí se vrstvení různých textur. Z hlediska materiálů se kromě tradičních vlněných tkanin, jako je například tvíd, dostávají do popředí také neotřelé variace usně, často s matným nebo pogumovaným povrchem či denim s vyšší gramáží a jistým retro efektem vznikajícím při oprání.

Silně zastoupené jsou oversized střihy, které dodávají siluetám uvolněný vzhled. Kabáty s širokými rameny, prodloužené vesty či volné kalhoty s vyšším pasem jsou moderní

přeměnou tradičních kousků. Streetwear se prolíná s formální módou, což se odráží především na stylingu, kdy se návrháři nebojí eklektických kombinací.

YELLOW ACCENTS

Teplé odstíny žluté jsou jedním z nejnápadnějších barevných trendů letošního podzimu. Odstíny od pastelové vanilkové, přes máslově žlutou a medovou až po sytou hořčicovou se objevují na všech typech oděvů. Nejčastěji je můžeme vidět na drobnějších detailech, jako jsou límečky, knoflíky či vyčnívající podšívky. Jsou též velmi často součástí klasických vzorů, jako jsou kostky či káry. Návrháři se však nebojí ani práce s většími barevnými plochami. Žlutá v pánských kolekcích slouží především jako dynamický kontrast k jinak tlumené barevnosti podzimní sezony.

PUFFER JACKETS AND VESTS

Lehké péřové bundy a vesty jsou důležitou součástí pánských kolekcí, v nadcházející sezoně však procházejí značnou proměnou a posouvají se ze sportovní roviny do té více ležérní a městské. Návrháři pracují s netradičními střihy – přehnaně objemné siluety, hravé prošívání, kombinace s dalšími materiály a neobvyklé délky se stávají běžnou součástí těchto praktických kousků. Důraz je kladen nejen na design, ale i na udržitelnost

– mnoho bund a vest je vyrobeno z recyklovaných materiálů s ekologickými výplněmi. To však nijak neubírá na jejich funkčnosti, a i nadále si zachovávají atributy jako je větru vzdornost či voděodolnost.



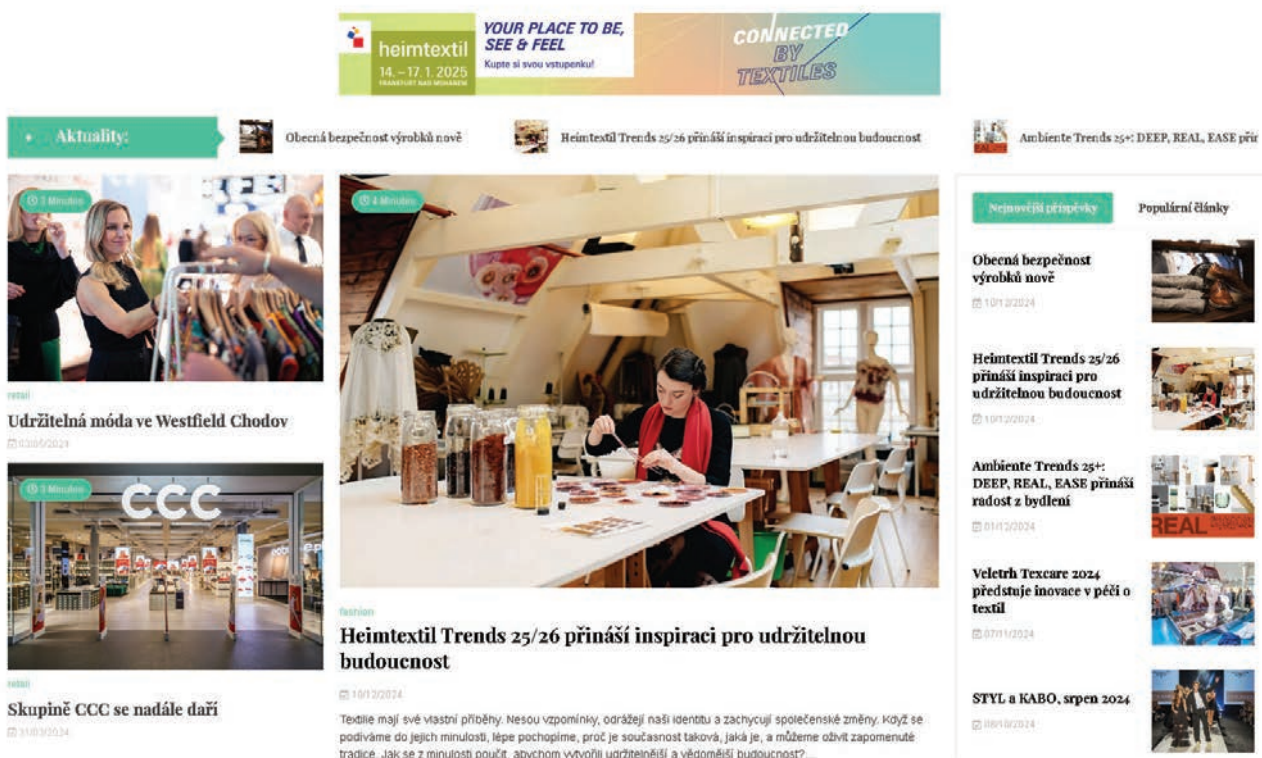
Anerkjendt



Bugatti



Blend.he



VÍCE ČLÁNKŮ

www.textil-obuv.cz je zpravodajský web, který se zaměřuje na textilní, oděvní a kožedělnou branži. Je cílen na obchodníky, výrobce a dovozce se zaměřením na tyto sortimentní skupiny: dámská pánská móda, obuv a kožená galanterie, bytové a domácký textil, módní a oděvní doplňky, spodní prádlo, sportovní ošacení, dětské ošacení, těhotenská móda, galanterie.

Základní údaje:

Adresa: www.textil-obuv.cz
Formát: zpravodajský web
Návštěvnost: 4 000 unikátních uživatelů za měsíc
Možnosti zviditelnění: rozhovory, články, bannery

Ceník inzerce:

head banner: 825x130,
cena: 10 000 Kč/měsíc
banner boční sloupec: 277x285,
cena: 8 000 Kč/měsíc
banner u článku: 825x130,
cena: 6 500 Kč/měsíc
banner u článku: 277x285,
cena: 6 500 Kč/měsíc
PR článek: cca 2500 znaků + 3 obr.,
cena: 15 000 Kč

VÍCE INZERTNÍCH MOŽNOSTÍ

PŘEDSTAVUJEME NOVÝ VZHLED WEBU

příjem inzerce: Jarka Chudá, gsm: +420 776 591 940, chuda@1prg.cz

www.textil-obuv.cz

Trendy obuvi pro podzim 2025

DŮRAZ NA DETAIL

Rhm Praha – S příchodem podzimu 2025 přicházejí i nové módní impulzy. Na jedné straně vidíme silný návrat klasických siluet a retro inspirací, na straně druhé snahu o experimentování s materiály, siluetami i drobnými detaily. Obuv se stává nejen praktickým prvkem šatníku, ale i vizuálním vyjádřením osobnosti

Dámská obuv

Podzimní trendy v dámské obuvi přinášejí kombinaci elegance, pohodlí a hravosti. Hlavní roli hrají siluety, které balancují mezi retro odkazem a moderními proporcemi. Vrací se platformy, robustní podešve a široké špičky. Ačkoliv se jedná o podzimní modely, návrháři si pohrávají s průstřihy a odhalují velkou část chodidla. Trendy tak budou mokasíny a baleríny s otevřenou patou či široce vykrojené lodičky.

Z materiálů dominuje broušená useň, lakované povrchy, ale také veganské alternativy, jako je recyklovaný polyuretan či textil s kožehinovým efektem. Návrháři se nebojí kombinovat matné a lesklé struktury, tvrdé a měkké povrchy, ani minimalismus s maximalismem. Barevné paletě vládnu zemité odstíny, především béžová, hnědá, olivová zelená a šedá. Ty jsou doplněny nápadnějšími tóny, jako je například vínová, tmavá modrá. Nechybí ani metalické odlesky či kovové komponenty.

METAL STUDS & RIVETS

Jedním z nejvýraznějších trendů letošního podzimu jsou kovové aplikace, především nýty, cvočky a průchodky. Tyto prvky dodávají i těm neklasičtějším modelům špetku rebelie a motorkářského nádechu. Objevují se nejen na ležérnějších mokasínech či kotníkové obuvi, ale také na elegantních kozačkách a lodičkách. Návrháři s těmito kovovými komponenty pracují na různých částech obuvi. Zdobí pásy přes nárt, lemují svršky, ale také zdobí návrtky a holeň. Povšimnout si můžeme využití kovových detailů v symetrických, minimalistických vzorech, které působí více jako šperk než jako punkový doplněk.

NEWD



Högl



Only shoes



Mos mosh



Only shoes

NEWD



Högl



Only shoes

Vero moda



FLUFFY TEXTURES

Podzimním měsícům budou dominovat měkké a huňaté textury. Plyšové, kožehinové a fleecové povrchy se objevují na pantoflích, slip-onech, ale i uzavřené kotníkové obuvi či teniskách. Měkké kožehiny velmi obratně přecházejí ze svrchní části obuvi do podšívky a mnohdy končí až na stélce. To umožňuje návrhářům experimentovat s tvarem a nechávat tak značnou část obuvi otevřenou, aby vynikla právě také vnitřní část. Barevně převládají jemné tóny – smetanová, velbloudí béžová, písková či šedá. Návrháři se zdržují používání výraznějších barev, aby se nedostali do rozporu s již dostatečně výrazným povrchem.

Högl

MARY JANE'S

Elegantní a nadčasová obuv ve stylu Mary Jane zažívá v podzimní sezoně výrazný comeback. Tato ikonická silueta s páskem přes nárt se do kolekcí nyní vrací v inovovaných verzích. Najdeme je jak v klasické černé lakované variantě s jedním páskem přes nárt, tak v hravějších variantách ze sametu, semiše či hladké usně v barvách jako je slonovinová kost, vínová nebo modrá indigo. Návrháři pracují též s šířkou či množstvím pásků a jejich umístěním na návrtu a kolem kotníku. Povšimnout si můžeme také práce s podešví, kdy je vidět nápadný posun od nízkých subtilních podrážek až k vyšším robustním platformám, které dodávají modelům více moderní vzhled.



Pánská obuv

Také u pánské obuvi je znát posun směrem k větší individualitě a důrazu na detailu. Základní siluety zůstávají. Návrháři představují klasické podzimní střihy, mezi které patří kotníková obuv, tenisky či mokasíny. Ty však získá-

vají modernější výraz, a to zejména díky práci s inovativními materiály či práci se samotnou siluetou. Klíčovává je funkčnost, proto jsou i nadále nedílnou součástí výrazně tvarované masivní podešve, výrazné šněrování či potřebná opora v oblasti

kotníku. Pokračuje též trend hybridních modelů, kdy je například kombinována podešev typická pro outdoor s více městským svrškem.

V barevné paletě dominují přírodní odstíny, často v monochromatickém provedení

zasahující do všech částí obuvi. Silné zastoupení má šedá, béžová, nejrozličnější odstíny hnědé a černá. Důraz je kladen na kvalitní zpracování, precizní švy či pečlivě vybrané funkční komponenty, které tvoří důležitou součást samotného designu.

MINIMALIST SNEAKERS

Tenisky jsou nepostradatelným stylem též v chladnějších měsících. V podzimních kolekcích vidíme posun od takzvaných chunky sneakerů k uhlazenějším minimalistickým siluetám. V popředí stojí čisté linie, hladké svršky, skrytá šněrovadla a citlivá práce s detaily a prošíváním. Návrháři představují obuv bez zbytečného členění, ta je tak mnohdy zhotovena pouze ze dvou částí. Ke zjednodušení dochází také u barevné palety, z obuvi postupně mizí křiklavé odstíny, které jsou nahrazeny čistou bílou či jinými off-white odstíny jako je krémová či ivory. Výsledkem jsou univerzální sneakery vhodné jak k elegantním, tak sportovním outfitům.



BEIGE BOOTS

Béžová kotníková a holeňová obuv se stává stěžejním prvkem pánského šatníku. Z hlediska střihů je nabídka velmi pestrá, obuv se v kolekcích pohybuje od pevných, takzvaných combat boots, přes elegantnější Chelsea boots až k pevné obuvi inspirované pracovními uniformami. Povšimnou si můžeme časté práce s mokasínovým prošitím v oblasti návrtu. Trendy budou též různé povrchové úpravy, převládají především modely z broušené usně, hladké nubukové úpravy nebo kombinace textilu a usně. Návrháři pracují také s různými odstíny béžové, od hřejivé velbloudí až pod šedo béžový odstín taupe.

Clutex - klastr technických textilií, z.s.

INOVACE, INFORMACE A PROPAGACE

Liberec - CLUTEX – klastr technických textilií, z.s. působí v České republice téměř 20 let. Po celou dobu propojuje firmy, výzkumná pracoviště a školy, aby společně vytvářely nové výrobky, zaváděly moderní technologie a hledaly cesty, jak lépe obstát v konkurenčním prostředí.

Ale to hlavní je: členství v klastru pomáhá firmám růst. Ať už jste malý podnik hledající nové trhy, nebo středně velký výrobce s ambicemi inovovat – máte kde čerpat nápady, partnery i konkrétní podporu. Pojďte se podívat na tři pilíře činnosti klastru, ze kterých jeho členové nejvíce těží.

Inovace - hybná síla oboru

Náročný trh a tvrdá konkurence vytvářejí takové podmínky, které motivují firmy k inovačním a výzkumným aktivitám. Neustále je třeba zlepšovat stávající výrobky, naslouchat svým zákazníkům a vedle toho také investovat do vývoje, který posouvá náš obor dále. K těmto aktivitám vytváří ideální podmínky klastr, který svým členům umožňuje spolupracovat na projektech kolektivního výzkumu a tím přinášet zajímavá a netradiční řešení různých problémů z praxe.

Výzkumné a inovační aktivity podléhají také požadavkům doby. V současnosti je ožehavým tématem zelená transformace a s tím spojená potřeba zpracovávat použitý textil, nebo upřednostňovat přírodní a jednodruhové materiály. Na tyto cíle jsou zaměřeny dva výzkumné projekty, které CLUTEX řeší v konsorciu svých členů - HempTuft - Udržitelné, recyklovatelné textilní podlahové krytiny z přírodních rostlinných vláken a EnTreHeaT – Povrchové úpravy biogenních výztuží pro použití ve vysoce funkčních kompozitech. Oba projekty pracují s lýkovými vlákny, přesněji s konopím, které je nyní



**Spolufinancováno
Evropskou unií**

znovuobjevený textilní materiál a vkládá se do něj mnoho nadějí.

Další projekty propojují mezioborovou spolupráci s univerzitními pracovišti - jako je ceněný projekt ENAMEL - Materiály a technologie enkapsulace u smart a e-textilií, který získal titul Projekt roku od Ministerstva průmyslu a obchodu a Agentury pro podnikání a inovace.

Členské firmy hojně využívají příležitosti, které jim klastr nabízí právě v inovačních a výzkumných projektech. Klastr zde má roli platformy, která zprostředkovává tyto příležitosti, pomáhá v průběhu realizace a při ukončování s administrací projektu.

Informace klíčem k úspěchu

Členové klastru mají možnosti využívat výsledků mezinárodních vzdělávacích projektů, nebo se účastnit vzdělávacích misí v zahraničí. Právě možnost nahlédnout do praxe kolegů z jiných zemí je u členů CLUTEXu velmi oblíbená. Aktuálně CLUTEX koordinuje mezinárodní projekt TEX-BREIN, v rámci kterého se

na počátku května konala dvoudenní mise do Itálie, regionu Prata. To je známo svojí historickou provázaností s textilním průmyslem. V regionu sídlí tisíce malých textilních a oděvních firem, které v současnosti také čelí požadavkům zelené transformace. V průběhu mise měli účastníci příležitost navštívit celou škálu firem, které zajišťují činnosti spojené s recyklací textilu. Tím pomyslně uzavírají cyklus maximálního využití textilních materiálů a pomáhají transformaci od lineárního k cirkulárnímu modelu podnikání. Italský partner projektu zajistil exkurzi do firmy, která vyrábí recyklační linky, pak také do třídírny, která použitý textil třídí a do přádelny, která zpracovává mechanicky recyklovaná vlákna. Českou republiku na této misi reprezentoval Jakub Fojt ze SOTEX GINETEX CZ a Nikla Jiroušová z firmy Grund a.s. Oba byli ze získaných informací nadšení a využijí je ve své každodenní praxi.

Klastr se věnuje také otázkám vzdělávání a to v rámci projektu AddTEX. Tento projekt se zaměřil na tzv. hot topic textilního průmyslu - zelenou, digitální

a smart transformaci a vytváří kompletní vzdělávací systém, který bude dostupný všem odborníkům. Již nyní proběhly tři vzdělávací bloky, na kterých byla tato témata prezentována široké odborné veřejnosti. Projektové konsorcium připravuje zveřejnění platformy, kde bude k dispozici 9 inovativních kurzů zaměřených právě na tato ožehavá témata současnosti. Můžete se tedy těšit na nové informace, které budou k dispozici všem zájemcům po registraci. Konference a odborná setkávání jsou aktivity, které patří do portfolia činnosti klastru a setkávají se také s velmi pozitivním přijetím u členů. Klaster organizačně podporuje konferenci TEXWASTE, jejímž stěžejním tématem je udržitelný textil. Konferenci pořádá již čtvrtým rokem ČTPT - Česká technologická platforma pro textil, CIRI, ATOK a již zmíněný CLUTEX. TEXWASTE je hojně navštěvovaná akce se zajímavými řečníky a ještě zajímavější diskusí mezi odborníky a našla si pevné místo v kalendářích účastníků i ostatních odborníků.

Mimo TEXWASTE se CLUTEX podílí také na TEXCHEMU - Regiotexu, což je konference pořádaná Spolkem textilních chemiků a koloristů a Univerzitou Pardubice. Tato akce se zaměřuje na témata spojená s chemickými postupy a metodami využívanými v textilní výrobě. Stejně jako celý textilní průmysl, i chemické procesy jsou nyní ovlivněny snahou o hledání environmentálně vstřícných alternativ postupů i přípravků používaných při výrobě.

Mimo konference jsou velmi oblíbená odborná setkávání v členských firmách. Ta se daří organizovat pod patronací pracovní skupiny Výzkumu & Vývoje a jsou koncipovány jako návštěvy v provozu s následnou diskusí nad možnostmi spolupráce.

Dalším zdrojem informací pro členy je členský Newsletter, který slouží k cílenému šíření důležitých interních i veřejných informací a také nabídek spolupráce mezi členy.

Propagace je nezbytná

Propagace oboru, členských firem, jejich výrobků a prezentace textilního průmyslu jako celku se táhnou jako

červená nitka všemi činnostmi již od založení klastru. Tyto aktivity mají často formu společných výstav na významných oborových akcích - například se klaster pravidelně účastní veletrhu Techtextil ve Frankfurtu nad Mohanem a to stánkem o velikosti až 200 m². Obor prezentujeme také na veletrhu Styl v Brně, jak tomu bylo letos v únoru a kam se CLUTEX vrátil zase po několika letech přestávky. Klaster zde představil široké veřejnosti novinky z oblasti technických textilií - například vodivé dráhy ve výrobcích z VÚB, a.s., nebo spací pytel s nanovláknennou membránou, na které se podílel tým z Technické univerzity v Liberci. Velkou pozornost vzbudily i model paddle boardu a vzorky, které ukazují technologii 3D tkaní, kterou vyvinula firma VÚTS, a.s. z Liberce. Stranou nezůstaly ani světelné stupy značky SUNFIBRE od firmy Scilif spol. s r.o., které lákaly svojí barevností. Na stánku bylo ještě mnoho dalších výrobků, které zaujaly kolemjdoucí návštěvníky - různobarevné akrylátové desky na stoly, kufr pro zásahovou jednotku záchranářů, knižníkařská

plátna, nebo boty na ohřívání nohou pro fotbalisty během tréninku.

Všechny tyto výrobky prezentoval CLUTEX nově na Festivalu Viva la Textilia, který se konal v březnu ve Sféře v Pardubicích. Tato akce byla zaměřena na děti a ze základních škol a v sobotu 15. března také na rodiče. Cílem bylo ukázat textilní průmysl jako perspektivní oblast a tím nalákat do našeho krásného oboru novou generaci.

Spolupráce, která má smysl

Členové CLUTEXu jsou výzkumné instituce, výrobní firmy, školy i malé podniky. Sdružuje odborníky z oblasti textilu, chemie i strojírenství. Co je spojuje? **Chut' něco zlepšovat, učit se a posouvat celý obor dál.** Pokud i vaše firma hledá nové možnosti spolupráce, inspiraci nebo cestu k inovacím, členství v klastru může být klíčem.

Více informací najdete na: **www.clutex.cz** — nebo nás rovnou kontaktujte, rádi si s vámi popovídáme o tom, co vám může klaster přinést.



Skupinka účastníků Learning Expedition Prato, které se účastnili i dva zástupci z ČR



Zahájení konference TEXWASTE za přítomnosti 1. náměstka hejtmána Královéhradeckého kraje, pana J. Jarolíma

Výsledky mezinárodního průzkumu

CO MAJÍ ČEŠTÍ SPOTŘEBITELÉ VE SKŘÍNI?

Brno - Pokud jste výrobce nebo obchodník s textilem, jistě vás bude zajímat, jaké oděvy si čeští spotřebitelé nejčastěji pořizují a jaká kritéria při jejich výběru uplatňují. Právě těmito otázkami se zabýval již pátý mezinárodní průzkum pro GINETEX, realizovaný výzkumnou agenturou IPSOS.

Výsledky poskytují nový a podnětný pohled nejen na spotřebitelské preference, ale také na znalosti symbolů ošetřování a způsoby péče o textilní výrobky ve vybraných sedmi evropských zemích.

Jak často nakupujeme?

Průzkum dlouhodobě sleduje frekvenci nákupního chování. V rámci aktuální vlny uvedlo 96 % dotázaných Evropanů, že si za posledních 6 měsíců zakoupili alespoň jeden kus oblečení. V České republice to bylo 95 %. Zatímco v evropském průměru tvoří tzv. „častí nakupující“ (tedy ti, kteří nakupují oblečení několikrát měsíčně) 31 %, v České republice jde o 22 % populace.

Zároveň se ukazuje, že počet těchto častých nakupujících v Česku dlouhodobě klesá – zatímco v roce 2019 jich bylo 39 %, v roce 2021 už jen 35 %, a v roce 2023 poklesl podíl na 27 %.

Roste význam second-handu

Oblečení z druhé ruky se stává běžnou součástí šatníků. Čeští spotřebitelé odhadují, že second-hand oblečení tvoří přibližně 21 % jejich garderoby. Během sledovaného období šesti měsíců nakoupilo v second-handu 51 %

ženlivěji. U mladší generace tvoří oblečení z druhé ruky až čtvrtinu šatníku, zatímco u starších lidí jde zpravidla jen o šestinu.

Podle čeho Češi vybírají?

Nákupní kritéria hrají klíčovou roli při rozhodování spotřebitelů. V celoevropském měřítku dominuje cena (62 %), poměr kvality a ceny (56 %), vzhled (55 %) a kvalita (55 %). Čeští respondenti nejčastěji zmiňovali cenu

a pohodlí – obě kritéria označilo za důležitá 63 % z nich. Následoval poměr kvality a ceny (54 %) a vzhled (52 %). Zcela jasně tedy přetrvává orientace českých spotřebitelů na cenu.

Co říká etiketa

Informace uvedené na etiketách mají pro spotřebitele vysokou hodnotu. Pro naprostou většinu respondentů je při nákupu klíčová velikost (99 %), materiálové



ÚSPORNÁ OPATŘENÍ PŘI PÉČI



O průzkumu

Průzkum realizovala pro mezinárodní asociaci GINETEX agentura IPSOS v prosinci 2024 v sedmi evropských zemích – České republice, Francii, Itálii, Německu, Španělsku, Švédsku a Velké Británii. Výběrový soubor byl složen na základě kritérií věku, pohlaví a regionu, a data byla sbírána prostřednictvím online panelu IPSOS.

složení (74 %), značka kvality (56 %) a instrukce k péči (51 %).

Dobrá zpráva je, že Češi mají velmi dobré povědomí o symbolech údržby. Například symbol žehličky poznalo 99 %, symbol vaničky 91 %, symbol bělení (trojúhelník) 21 %, sušení v bubnové sušičce 27 % a symbol profesionální péče (kolečko) 15 %. Až na symbol bělení znají čeští spotřebitelé významy symbolů lépe než evropský průměr.

Dodržování pokynů péče

Celkem 60 % Čechů uvedlo, že dodržuje pokyny k péči uvedené na štítcích. Hlavním důvodem je snaha prodloužit životnost oděvu a zachovat jeho vzhled. Spotřebitelé se také snaží předejít problémům, jako je sražení, změna barvy či tvaru.

Na druhou stranu je tu i poměrně velká skupina spotřebitelů, která pokyny ne-

dodržuje z prostého důvodu – nemá k nim přístup. Celých 40 % českých respondentů uvedlo, že štítek odstránil. Nejčastějším důvodem je nepohodlí – štítky škrábou (78 %), jsou příliš dlouhé (57 %) nebo vizuálně rušivé (25 %). Přesto si spotřebitelé přejí na oděvech více informací – zejména přehledné a srozumitelné instrukce pro snadnou údržbu.

Péče o textilní výrobky

Většina Čechů (83 %) pečuje o své oděvy doma. Specializované služby využívá pouze 1 %. Běžně uplatňují úsporná opatření: dávkování pracího prostředku (83 %), praní při plné kapacitě pračky (83 %), čištění spotřebičů (80 %) a praní při nižších teplotách (78 %).

Při sušení upřednostňuje 53 % respondentů přírodní postupy, čtvrtina investuje do úspornější sušičky. Žehlení omezuje 66 % na nezbytné kusy, 57 % dodržuje doporučenou teplotu a 43 % se snaží prádlo sušit tak, aby žehlení nebylo třeba.

Hlavní motivací pro úsporná opatření je finanční úspora. Ochrana životního prostředí je důležitá zejména pro mladší generaci.

Závěrem

Výsledky průzkumu potvrzují, že čeští spotřebitelé se chovají v mnoha ohledech velmi podobně jako jejich evropské sousedy – sledují cenu, nakupují v second-handech a zajímají se o informace na etiketě. Zároveň je ale patrná jistá opatrnost a pragmatismus, který se projevuje

zejména v preferenci komfortu a finanční úspory při péči o textil.

Pozitivním zjištěním je poměrně vysoká úroveň znalostí symbolů ošetřování, což může významně přispět k prodloužení životnosti oděvů a k udržitelnějšímu přístupu k textilu.

Problémem stále zůstává odstraňování štítků z oblečení, které následně zamezuje vhodné péči. V této oblasti máme celosvětový prim, a proto je potřebné spotřebitele vhodně edukovat, aby se předešlo zbytečným „katakastrofám“ při péči o textil.

Pokud máte zájem se dozvědět o symbolech ošetřování více, navštivte www.sotex.cz

MŮJ ŠTÍTEK



Stažení zdarma
pro iOS
a Android



#MůjŠtítek

Nová APKA
pro péči o textil

Žebříček největších textilních a oděvních výrobců v ČR za rok 2024

JUTA JE NADÁLE JEDNIČKOU!

Praha – Žebříček největších textilních a oděvních firem v ČR za rok 2024 tradičně sestavil odborný časopis Svět textilu & obuvi ve spolupráci s Asociací textilního, oděvního a kožedělného průmyslu ATOK. Do pořadí byly opět zařazeny textilní společnosti s tržbami cca 200 mil. Kč a více a oděvní společnosti s tržbami cca 30 mil. Kč a více.

V pořadí textilních výrobců se objevilo 20 firem (v roce 2023: 17). Největší tržby zaznamenala firma JUTA Dvůr Králové nad Labem a.s., výrobce širokého sortimentu produktů pro stavebnictví a zemědělství, obalových materiálů a materiálů pro technické účely, podnikatele Jiřího Hlavatého. Tržby se opět zvýšily, když přesáhly osm (!) miliard korun. Firmy produkující technický textil ostatně zcela ovládly žebříček textilních výrobců. Pořadí firem se na prvních devíti příčkách nijak meziročně nezměnilo!

Oděvních výrobců máme v žebříčku 18 (2023:21). Na čele pořadí se udržela ALSICO Czechia, s.r.o., výrobce a dodavatel pracovního oblečení z Třebíče. Zaujala firma MAXIS a.s., která je významným výrobcem zdravotního kompresivního zboží. Své tržby totiž meziročně navýšila o více než polovinu! Stala se tak „skokanem“ roku v naší branži.

Vysvětlivky:

- = nedostatek údajů pro porovnání

Poznámky:

zařazeny textilní společnosti s tržbami cca 200 mil. Kč a více ■ zařazeny oděvní společnosti s tržbami cca 30 mil. Kč a více ■ Indorama Ventures Mobility Moravia a.s. = dříve KORDÁRNA Plus a.s.; včetně závodu v SK (výroba PES vláknů) ■ MILETA a.s. = údaje za hospodářský rok 01/04/2024 - 31/03/2025 ■ Mehler Technologies s.r.o. = dříve Low & Bonar Czech s.r.o. ■ PFNonwovens Czech s.r.o. = údaje jen za ČR (bez závodu v Egyptě a JAR) ■ PLEAS s.r.o. = údaje jen za textilní činnost ■ Toray Textiles Central Europe s.r.o. = údaje jen za textilní činnost ■ Bushman Company a.s. = údaje v kumulaci za ČR a SK ■ KARA Trutnov, a.s. = údaje v kumulaci za ČR a SK ■ ALSICO Czechia s.r.o. = dříve ALTREVA spol. s r.o. ■ PRO LEN s.r.o. = údaje i za dceřinnou společnost OPRO CZ, k.s. ■ LIPOELASTIC, a.s. = údaje za všechny společnosti ve skupině ■ Toray Textiles Central Europe s.r.o. = tržby za textilní divizi (podšívky, airbag, netkané textilie) ■ BLAŽEK HOLDING a.s. = dříve BLAŽEK PRAHA a.s.

NEJVĚTŠÍ TEXTILNÍ PODNIKY V ROCE 2024 - ČR

Pořadí 2024 (2023)	Název firmy	Tržby (v mil. Kč)	Počet zaměstnanců	Změna 2024/2023 (%)
1 (1)	JUTA a.s.	8 046	1888	106,1
2 (2)	SAINT-GOBAIN ADFORS CZ s.r.o.	6 952	1047	108,1
3 (3)	PFNonwovens Czech s.r.o.	5 719	515	101,7
4 (4)	Nová Mosilana, a.s.	2 658	768	72,4
5 (5)	Indorama Ventures Mobility Moravia a.s.	2 441	483	89,8
6 (6)	Fibertex Nonwovens, a.s.	1 662	318	95,2
7 (7)	Toray Textiles Central Europe s.r.o.	1 512	325	103,6
8 (8)	PLEAS s.r.o.	1 218	607	122,8
9 (9)	Mehler Technologies s.r.o.	877	170	90,7
10 (12)	BN International, s.r.o.	660	175	103,0
11 (11)	RETEX a.s.	655	198	93,2
12 (10)	VEBA, textilní závody a.s.	572	536	70,0
13	Vlnap a.s.	534	169	-
14 (13)	AMANN s.r.o.	516	192	97,7
15	Mileta a.s.	425	329	-
16 (14)	Svitap s.r.o.	317	173	93,0
17	Gala a.s.	303	230	117,0
18	Stap a.s.	293	171	-
19 (17)	ARIES, a.s.	232	116	111,5
20 (15)	SAMETEX, spol. s r.o.	220	96	71,4

NEJVĚTŠÍ ODĚVNÍ PODNIKY V ROCE 2024 - ČR

Pořadí 2024 (2023)	Název firmy	Tržby (v mil. Kč)	Počet zaměstnanců	Změna 2024/2023 (%)
1 (1)	ALSICO Czechia s.r.o.	678	164	82,9
2	LIPOELASTIC, a.s.	535	145	-
3 (2)	Koutný spol. s r.o.	486	112	74,4
4 (3)	BLAŽEK HOLDING a.s.	478	138	96,6
5 (8)	Holík International s.r.o.	425	140	162,2
6 (4)	Bushman Company a.s.	390	169	99,2
7 (5)	DEVA F-M. s.r.o.	354	135	108,3
8 (9)	MAXIS a.s.	354	154	165,4
9 (6)	KARA Trutnov, a.s.	313	144	97,2
10	KALAS Sportswear, s.r.o.	288	205	-
11 (7)	Triola a.s.	279	159	104,9
12	PRO LEN s.r.o.	255	109	-
13 (10)	Anita Moravia s.r.o.	181	121	89,2
14 (11)	MOIRA CZ, a.s.	139	84	90,3
15 (13)	Dita výrobní družstvo invalidů	104	116	88,1
16 (15)	CLINITEX s.r.o.	101	39	109,8
17 (20)	Lubomír Mlček - ASTONA	75	30	150,0
18 (16)	OTAVAN Třeboň a.s.	68	84	95,8

Zdroj: ATOK - Asociace textilního-oděvního-kožedělného průmyslu, Svět textilu & obuvi

Čtyři měsíce v čele ČOKA:

NASLOUCHÁNÍ JAKO ZÁKLAD EFEKTIVNÍ PODPORY

Zlín - Každý nový začátek vyžaduje čas na pozorování, naslouchání a pochopení souvislostí. Po čtyřech měsících v roli ředitelky České obuvnické a kožedělné asociace (ČOKA) se pro mě tato fáze stala základem všeho dalšího. Naše odvětví je historicky významné, plné tradic, ale zároveň čelí řadě aktuálních výzev. Právě proto jsme zahájili systematické osobní návštěvy u členských firem. Aktivity jsou hrazeny z projektu Rozvoj inovačního obuvnického klastru, reg. č. CZ.01.01.01/07/24_048/0004771.



Tyto návštěvy nejsou formální schůzky, ale otevřené rozhovory, jejichž cílem je pochopit každodenní realitu firem – jejich problémy, potřeby i nápady. ČOKA má aktuálně 59 členů a naším cílem je poznat každého osobně. Jen tak můžeme nabízet cílenou a skutečně užitečnou podporu.

Co firmy nejvíce trápí?

Z návštěv vyplynula opakující se témata. Nejvýraznější z nich je složitost legislativy a narůstající administrativní zátěž. Mnohé firmy mají problém sledovat neustále se měnící předpisy a musejí si najímat externí odborníky. Zvláště pro malé a střední podniky je to jak časově, tak finančně náročné. Shodujeme se na tom, že podnikání by mělo stát na stabilních, srozumitelných pravidlech. Právní ne-

jistota podkopává nejen vnitřní chod firem, ale i jejich vztahy se zákazníky či obchodními partnery.

Výrobci vs. obchodníci

Naši členové se pohybují jak ve výrobě, tak v oblasti obchodu. Zatímco výrobní podniky řeší kromě nedostatku kvalifikovaných pracovníků, rostoucích cen i například absenci aktuálních rozměrů chodidel. Obchodníci se zaměřují na reklamační procesy, legislativní změny a komunikaci s dozorovými orgány. Tato diverzita nás vede k důležitému závěru – podpora musí být adresná, flexibilní a reflektovat jak specifické, tak společné potřeby celého sektoru.

Obuv pod tlakem

V oblasti navrhování a výběru obuvi nadále chybí aktuální studie zaměřené na reálné rozměry a morfologii chodidel. Tento nedostatek vede k častému nesouladu mezi tvarem nohy a obuví – spotřebitelé tak volí větší velikosti, nebo dávají přednost barefoot obuvi, která však svými specifiky nemusí vyhovovat například starším osobám nebo diabetikům. Stejnému problému čelí i výrobci dětské obuvi.

Situaci dále komplikuje novela zákona o ochraně spotřebitele z roku 2023, která sice usiluje o harmonizaci s evropským právem, ale v praxi přinesla řadu nejasností. Prodloužení lhůty pro výskyt domnělé vady ze šesti na dvanáct měsíců je sice výhodné pro spotřebitele, avšak u obuvi jakožto specifického zboží vyvolává řadu praktických obtíží. Významným problémem je i absence jasné-

ho určení, kdo rozhoduje o oprávněnosti reklamace. Výsledkem je právní nejistota a rozdílný výklad zákona napříč trhem – přibývá sporů, nejasností v definici vad a nejednotného posuzování bezpečnosti obuvi podle souvisejících právních předpisů.

Vzdělávání a konzultace

ČOKA na situaci reaguje přípravou vzdělávacího systému zaměřeného na reklamační řízení. Nejde nám o teoretický výklad – chceme nabídnout praktické návody a řešení. Zvažujeme sérii webinářů s odborníky, během nichž se budou moci účastníci aktivně zapojit a sdílet své zkušenosti.

Současně připravujeme systém krátkých online konzultací se soudním znalcem. Ty by měly sloužit k rychlému posouzení konkrétních případů. Jsme si však vědomi, že v některých situacích bude třeba zboží fyzicky předložit k analýze – i s tím bude naše metodika počítat.

První webinář

První webinář na téma reklamačního řízení plánujeme na konec června. Zaměří se na základní interpretační nejasnosti nové legislativy. Další díly budou následovat podle vašich podnětů. Budeme rádi za návrhy témat i hostů – chceme, aby tento projekt vznikl v dialogu s vámi. Věříme, že kombinace osobního kontaktu, odborného výkladu a sdílení zkušeností pomůže našim členům získat jistotu i orientaci v nelehké situaci. ČOKA tu bude vždy jako partner, opora i obhájce potřeb našeho odvětví. Děkuji všem, kteří mě dosud přijali ve svých firmách – těším se na další setkávání.

Ing. Jitka Gregory, Ph.D., MBA

Ředitelka České obuvnické a kožedělné asociace (ČOKA)



Spolufinancováno
Evropskou unií

Technická univerzita v Liberci TÝDEN PROJEKTOVÁNÍ ODĚVŮ

Foto: Pixabay.com



Liberec – Máte-li v rodině či svém okolí žáka střední školy nebo gymnázia upozorněte ho na možnost prožít letní týden na Technické univerzitě v Liberci na Fakultě textilní. Univerzita zve všechny na „Letní týden projektování oděvů“, který se uskuteční 25. – 29. srpna letošního roku. Účastníci budou mít možnost vyrobit si - společně s pedagogy Katedry oděvnictví - vlastní ve tmě „svítící“ tričko od konstrukce až po jeho realizaci. Univerzita slibuje, že nic nepotřebujete, vše zajistí. A hlavně: projektový týden je pro žáky ZDARMA. Podrobnosti o programu a registrační formulář na letní projektový týden naleznete na webových stránkách www.ft.tul.cz. Registrace na letní projektový týden je možná do 15. srpna 2025.

ČTENÁŘI NÁM PÍŠÍ

Vážená redakce, na únorových veletrzích STLY a KABO, které se uskutečnily na brněnském Výstavišti, jsem se zúčastnila vyhlášení Osobností roku 2024 z textilní, oděvní a kožedělné branže v České republice. Pro nezasevěné: Je to anketa, kterou každoročně vyhlašuje váš časopis ve spolupráci s Asociací textilního, oděvního a kožedělného průmyslu, Českou obuvnickou a kožedělnou asociací a Veletrhy Brno a.s.

Laureátkami za uplynulý rok byly shodou okolností dvě ženy: Mgr. Božena Filáková za své dlouholeté a neúnavné působení v Nadaci Jana Pivečky. Tato nadace hraje klíčovou roli v podpoře mladých lidí – nejen v jejich tvorbě a profesním rozvoji, ale i v osobním životě a Ing. Ivana Hýblová za mnohaleté aktivní působení v oblasti středního textilního a oděvního školství. Na veletrzích STYL a KABO jste představili obě dámy jen stručně; teprve po přečtení rozhovorů s nimi v minulém vydání vašeho časopisu jsem si uvědomila, jak významná práce za nimi stojí. Chtěla bych touto cestou poděkovat vaší redakci i ostatním spolupořadatelům za ocenění opravdových osobností naší branže. V tomto případě je to o to cennější, že vychovávají mladou generaci, pro kterou se stávají příkladem v přístupu k práci. Jen tak dál!

Ing. Soňa B., Praha – západ

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 Rádi ho zveřejníme.

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
Rebeka Heimlich Monhartová
e-mail: redakce@textil-obuv.cz

OBCHODNÍ ŘEDITELKA:

Jaroslava Chudá
tel.: +420 776 591 940
e-mail: chuda@1prg.cz

PŘÍJEM INZERCE – ZAHRANIČÍ:

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

PŘEDPLATNÉ:

Předplatné zajišťuje jménem vydavatele společnost SEND
Předplatné, Ve Žlíbku 1800/77, hala A3,
193 00 Praha 9-Horní Počernice
tel.: 225 985 225, 777 333 370
e-mail: send@send.cz
www.send.cz/svetobuvi
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 internetového zpravodajství bez písemného souhlasu vydavatele je zakázáno. Vydavatel si vyhrazuje právo publikované materiály zveřejnit na internetu.

Spolupracujeme s:



Toto vydání vyšlo
12. června 2025