

**SVĚT**

# TEXTILU & OBUVI

LEDEN/ÚNOR  
2026

móda ■ obuv ■ doplňky ■ trendy ■ business ■ retail

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

**SOTEX  
má 30 let**

**Trendy obuv pro mladé  
a streetwear:**

**ESTETIČNOST  
ZÍSKÁVÁ NOVÉ  
POJETÍ**

**Nová ředitelka  
ČOKA**

**Mladá móda  
a streetwear:**

**UVOLNĚNOST  
S NÁDECHEM  
REBELIE**

STYL·KABO

66. KONTRAKTAČNÍ / B2B

veletrhy módy a obuvi

13–15 | 02 | 2026

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

Central  
European  
Exhibition  
Centre

BVV  
Veletrhy  
Brno

## ÚVODNÍ SLOVO



### Vážení čtenáři,

vstupujeme do dalšího roku 2026. 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 15 let své existence. I v tomto vydání jsme pro vás připravili řadu

zpráv, fotografií a názorů odborníků nejen z naší branže. Tak například hned na následující straně se dočtete, jaký byl rok 2025 pro obchodníky z tuzemské textilní a oděvní branže. Již na tomto místě vám mohu prozradit, že celkový výsledek nebyl špatný. Ale: někteří z nás čekali přece jenom o něco vyšší růst tržeb. Hned o stránku dál vám představíme Kateřinu Horákovou, novou ředitelku České obuvnické a kožedělné asociace se sídlem ve Zlíně. Na stranách 6-11 vám přiblížíme, jaké jsou módní trendy oděvů a obuvi světových návrhářů pro mladé a streetwear, platné pro letošní jaro/léto.

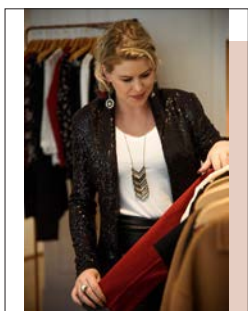
Nejvíce pozornosti v těchto dnech však přitahují blížící se veletrhy módy – STYL a KABO. Kdo tam bude vystavovat, jaké jsou připraveny novinky a na jaký doprovodný program se můžeme v Brně těšit, o tom se dočtete na straně 8. Odborný časopis Svět

textilu & obuvi na únorových veletržích módy tradičně vyhlašuje cenu Osobnost roku vždy za uplynulý rok, a to jak z textilní a oděvní, tak i branže obuvnické. Nejinak tomu bude i letos: 13. února večer se v Brně dozvíte, které dvě osobnosti tuto cenu získají za rok 2025. Mimochodem, tuto cenu, která jako jediná v České republice oceňuje jednotlivce z naší branže, vyhlašuje náš časopis ve spolupráci s Asociací textilního, oděvního a kožedělného průmyslu, Českou obuvnickou a kožedělnou asociací a Veletrhy Brno a.s. letos již počtrnácté!

Těším se na setkání s vámi na veletrhu v Brně.

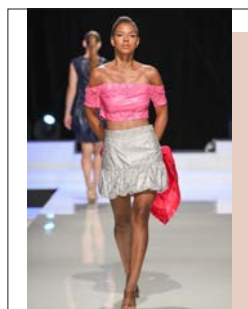
**Michal Korol,**  
šéfredaktor

## Z OBSAHU:



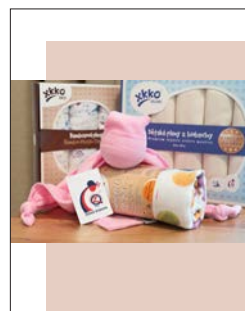
4

Tržby maloobchodu  
v roce 2025



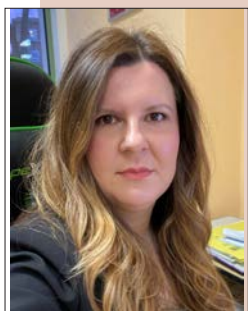
8

Styl a Kabo  
přede dveřmi



13

SOTEX má 30 let



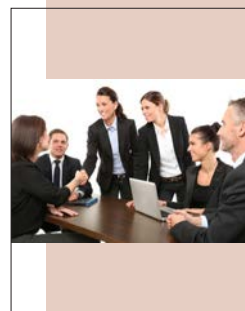
5

Nová ředitelka  
ČOKA



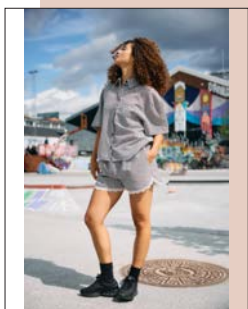
10 – 11

Obuv pro mladé



14

Generace Z



6 – 7

Mladá móda  
a streetwear



12

Jak na reklamace  
obuvi



15

Česká obchodní  
inspekce zasahuje

TRŽBY TUZEMSKÉHO TEXTILNÍHO MALOOBCHODU ZA ROK 2025

# VLÁDLA ČÁSTEČNÁ SPOKOJENOST

Praha – Tržby tuzemského textilního maloobchodu v listopadu a v prosinci loňského roku víceméně kopírovaly ty říjnové a zůstaly tak v meziročním srovnání na mírném vzestupu. I díky tomu se tak tržby za celý rok 2025 zvýšily o 1,5 procent. V naší branži tak zavládla částečná spokojenost: Na jedné straně je meziroční nárůst tržeb dobrá zpráva, na straně druhé obchodníci vesměs čekali víc.

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.

## První pololetí

Již první pololetí letošního roku naznačilo, že to v tuzemských textilních maloobchodech nebudou mít jejich majitelé snadné. Po nadějném lednu přišel totiž únor, který zmrazil optimismus většiny odborné veřejnosti. Únor se ale nakonec ukázal jako nejhorší měsíc v dosavadním průběhu roku. Hned následující měsíc - březen - vše zase vrátil do plusu. Druhé čtvrtletí bylo také plusové. Až na květen, který skončil v meziročním srovnání plus/minus nula. Celkově však první pololetí skončilo s mírným vzestupem tržeb +1,5 procent.

## Druhé pololetí

Jak jsme uvedli již dříve na stránkách odborného časopisu Svět textilu & obuvi,

loňské léto bylo pro prodej textilu a oděvů dobré i špatné zároveň. Zatímco v červenci se tržby nečekaně propadly o celé jedno procento, srpen zase vše napravil.

V září se však prodej opět takřka zastavil. Je to o to zajímavější, že v ostatních nepotravinářských kamenných obchodech tržby naopak rostly. „Po prázdninách jsme čekali větší zájem zákazníků o naše zboží“ napsal nám majitel obchodu s oděvy z Liberce, který dále uvedl: „Dobře se prodávaly džíny, o které je však zájem celo-

ročně a také pánské košile a kravaty. Špatně dopadl prodej dámských šatů a také sukní.“ Obdobně se vyjadřovali i obchodníci z Prahy, Brna, Olomouce a z Ústí nad Labem. Naopak internetovým a zásilkovým obchodům se v září tržby zvedly o čtyři procenta. Celkem tak září skončilo v meziročním srovnání plus/minus nula.

V říjnu se situace přece jenom o něco zlepšila. „Dobře šlo na odbyt typicky podzimní zboží, jako jsou dámské a pánské pláště a také bundy“ telefonoval nám obchodník z Hradce Králové. Také v Praze si obchodníci libovali, že se tržby opět navracejí k růstu: „Dobře se prodávaly pánské i dámské svetry, prošívané bundy i zateplené kalhoty,“ dozvěděli jsme se v jednom menším obchodě na Jižním městě. Celkově tak

tržby v říjnu zaznamenaly nárůst plus dvě procenta.

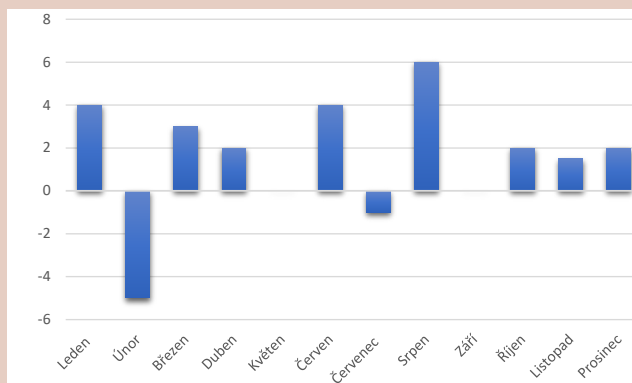
Listopad začal pozvolna. „Tržby se pohnuly až v druhé polovině listopadu, kdy se Vánoce a konec roku přiblížily na dohled“ napsal nám obchodník z Pardubic. „Samostatnou kapitolou je prodej módních doplňků a také kožené galanterie, které představují typické dárky určené pod stromeček“ řekla nám obchodnice z Ostravy. Obdobně se vyjádřili majitelé/vedoucí obchodů z naší branže z Ústí nad Labem, Mostu, Opavy a Hodonína. Celkově tak listopad zaznamenal mírný růst tržeb o 1,5 procentních bodů.

V prosinci, který je pro tuzemský textilní maloobchod tradičně nejdůležitější měsíc z celého roku, se konečně obchod rozjel naplno. Dobře se prodávalo dámské i pánské prádlo, pánské obleky, dámské zimní pláště a také bižuterie. Tradičně dobře se prodávalo džínové zboží, a to především v obchodech pro mladé. Celkem textilní maloobchod v prosinci stoupl v porovnání s prosincem 2024 o dvě procenta.

A jak se vyvíjel prodej počátkem letošního roku? O tom se dočtete v dalším vydání odborného časopisu Svět textilu & obuvi, které spatří světlo světa v březnu 2026. Jeho vydání najdete mj. i na našich webových stránkách [www.textil-obuv.cz](http://www.textil-obuv.cz)

**Michal Korol**

**Tržby textilního maloobchodu v lednu až říjnu 2025**  
(v procentech ve srovnání se stejným obdobím roku 2024)



Celkem: +1,5

Zdroj: Svět Textilu&Obuvi

ČESKÁ OBUVNICKÁ A KOŽEĎELNÁ ASOCIACE

# NOVÁ ETAPA



Foto: ČOKA

Zlín - Česká obuvnická a kožedělná asociace (ČOKA) má nové vedení. Po dlouholetém působení Vlasty Mayerové a následně Jitky Gregory se ředitelkou asociace stala Kateřina Horáková. Jde o změnu, která je v rámci ČOKA výjimečná – poprvé se do čela asociace dostává osoba, která přichází mimo tradiční obuvnický a kožedělný obor.

Kateřina Horáková je absolventkou Vysoké školy ekonomické v Praze a do asociace přináší zkušenosti především z oblasti projektového řízení, strategického rozvoje a dotačních projektů. Ve své dosavadní praxi se pohybovala v řadě průmyslových odvětví, například ve strojírenství, kovárenství, výrobě městského mobiliáře nebo kabelových svazků. Podílela se na realizaci investičních, výzkumně-vývojových i vzdělávacích projektů a má zkušenosti nejen s jejich administrací a financováním, ale

i s jejich praktickým dopadem do výroby a inovací.

Součástí její profesní dráhy byly také projekty se společenským přesahem, například zpřístupnění Zikmundovy vily ve Zlíně veřejnosti, vývoj antidekubitního sedáku pro vozíčkáře nebo moderního elektrického invalidního vozíku. Tyto aktivity jí přinesly zkušenosti s aplikováním výzkumem, spoluprací s technickými odborníky i převodem nových řešení do praxe. Působila také v bankovním

sektoru, kde se jako manažerka provozu poboček věnovala zejména řízení a nastavování procesů.

## Rozvíjet nové oblasti

Do čela ČOKA vstupuje s cílem nejprve se detailně seznámit s oborem a navázat na aktivity, které jsou dlouhodobě přínosné pro členskou základnu. Zároveň chce asociaci postupně rozvíjet o nové oblasti a moderní přístupy, které reagují na aktuální změny v průmyslu, technologiích a vzdělávání. Silnou oporou jí v této fázi bude stávající tým sekretariátu ve složení Jana Čechmánková a Miroslava Komínková, které zajišťují kontinuitu chodu asociace a disponují znalostí oboru i potřeb členské základny.

Hlavním cílem nové ředitelky je zaměřit činnost ČOKA co nejvíce na praktické potřeby jejích členů. Plánuje rozšíření odborných školení, workshopů a setkání nad aktuálními tématy, podporu sdílení zkušeností v rámci oboru a posílení mezinárodní spolupráce. Důležitou oblastí bude také lepší komunikace a zviditelnění aktivit asociace.

Významnou výzvou nadcházejícího období zůstává zajištění stabilního financování provozu ČOKA. Řada aktivit bude v letošním i příštím roce navázána na dotační projekt Rozvoj inovačního obuvnického klastru a na vzdělávací projekty programu Erasmus+, zaměřené zejména na udržitelnost a moderní technologie.

Nástup Kateřiny Horákové tak přináší do ČOKA nový pohled a zkušenosti z jiných oborů. Jak sama zdůrazňuje, důležitá bude spolupráce, otevřená komunikace a orientace na skutečné potřeby členské základny.

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

TRENDY MLADÉ MÓDY A STREETWEAR J/L 2026

# UVOLNĚNOST S NÁDECHEM REBELIE

Rhm Praha - Jaro a léto 2026 přináší do světa mladé módy a streetwearu zcela nový mix energie, barev a stylových experimentů. Po několika sezonách dominance takzvané „quiet luxury“ a minimalistických trendů se pozornost opět přesouvá k výraznějšímu sebevyjádření – od odvážných barevných kombinací přes inovativní materiály až po siluety, které propojují estetiku s komfortem. Trendy pro mladé reflektují globální vlivy a palčivá sociální témata, nostalgii po minulých dekáдах i touhu nosit kousky, které vypovídají příběh.

Barvy budou letos nespírně nápadné a hravé. Barevná paleta postupuje od hluboké fuchsiové a červené, přes elektrizující modrou až po svěží limetkové a ananasové odstíny. Tyto odstíny mají též silné zastoupení ve streetwearových a high-fashion kolekcích. Návrháři stavějí na silných kontrastech a kombinaci s texturovanými materiály. Výrazné barvy jsou často vyváženy neutrálními základy – bílou, béžovou či jemnými zemitými tóny, díky čemuž vzniká rovnováha mezi odvahou a nositelností. Podstatnou roli budou hrát vzory a potisky. Oblíbené budou vícebarevné pruhy, drobné kostky, ale též velká loga a výrazné nápisy.

## Důraz na komfort

Z hlediska materiálů je kladen velký důraz na komfort, trendy budou odlehčené tkaniny, měkké french terry či jersey s vyšší gramáží. Základním stavebním kamenem je denim, který se objevuje v nejrůznějších variantách a obměnách. Do kolekcí pronikají též méně tradiční materiály, jako je například seersucker či háčkování. Pozornost je zaměřena především na nápadné textury, vedle hladkých matných povrchů vidíme též sofistikované pleteniny s nápadnou strukturou či jemný lesk, který dodává outfitům hloubku.



Noisy May



Only &amp; Sons

Siluety budou v letošní sezoně většinou uvolněné. Stále vidíme silnou dominanci oversized kousků a volných střihů, a to zejména ve streetwearu. I přes objem a uvolněnost návrháři stále zachovávají lichotivé linie. Návrháři s proporcermi pracují tak, aby byl outfit pohodlný, ale stále stylový a trendy. U dámských oděvů vidíme silný vliv módy 50. a 60. let, která přináší do kolekcí romantizující prvky jako jsou vypasované živůtky, řešení či drobné volány.

## VINTAGE CHECKS

Trend retro kostek představuje výrazný návrat ke klasickým vzorům, které tak budou mít letos velmi silné postavení. Návrháři pracují s kostkami ať už soli-

térně umístěnými na drobných detailech a malých plochách, tak s celoplošnými motivy a ladícími sety. V rámci kolekcí vidíme celou škálu kostek – gingham přináší do kolekcí jistý rustikální nádech, madras kostka působí hravě a uvolněně, naopak tartan dodává oděvům více rebelský nádech. Na rozdíl od původně konzervativního vzezření jsou dnes károvnané vzory reinterpretovány s moderní extravagancí: designéři si hrají s proporcermi, kontrastními barvami a vrstvením. V streetwearu se káro často kombinuje s jednoduchými basic kousky, aby vzor vynikl. Protipólem je propojení s dalšími grafickými printy pro maximalistický efekt.

U mladých mužů budou trendy ležérní flanelové košile a overshirts, u mladých žen naopak šaty či sety ve více romantickém pojetí.

### SKATERS

Znovuzrození zažívá styl skaters, který byl populární v 90. letech minulého století. Základem je autentická skateboardová subkultura, která se však velmi obratně prolíná s aktuální mainstreamovou módou. Klíčové prvky zahrnují volné střihy, prodloužené délky, vrstvení a výrazné grafické motivy. Základním stavebním kamenem je volnost při pohybu, kterému následně podléhá celé tvarosloví a výběr materiálů.

Podstatnou roli hrají drobné detaily, které přinášejí do kolekcí jistý retro nádech. Časté jsou hluboké kapsy, vrstvení kontrastně barevných triček přes sebe či aplikace výrazných nápisů a log na oděvy. Důležitou roli hrají též drobné oděvní doplňky jako jsou kšiltovky, ponožky či šátky, které dotvářejí celkový vzhled

### DARK WASH DENIM

Denim je jedním ze základních stavebních kamenů kolekcí pro mladé. Letošním jarním a letním měsícům bude dominovat zejména v tmavém provedení, bez zbytečného šisování a oprání. Denim v tmavém provedení působí výrazně čistěji a uhlazeněji než klasicky seprané modely, což umožňuje vytvářet outfity se zcela odlišným vyzněním. Tento trend zahrnuje jak klasické džíny s rovnou nohavicí či širokým střihem, tak bundy, overaly, a dokonce i doplňky. Trendy budou též denimové sety, které evokují školní uniformy. Tmavá denimová barva bude dobře kombinovatelná s jasnějšími odstíny i neutrálními tóny. Místo klasické černé tak může sloužit jako základní stavební kámen outfitu, který spojuje všechny prvky a vytváří potřebnou harmonii.



**Mos Mosh**



**Anerkjendt**

### WRITINGS, LOGOS AND BIG PRINTS

V éře sebevyjádření hrají velké nápisy a potisky jednu z hlavních rolí. Módní značky připravují kolekce plné humorových textů, ironizujících kreseb i motivů odkazujících na nejrůznější kultovní filmy. Oversized loga, velké nápisy a zajímavé grafické printy se objevují na mikínách, tričkách i sportovních setech – mnohdy jako centrální prvek outfitu. Tento trend, zakořeněný v hip-hopové a skate kultuře, je letos obohacen o prvky digitální nostalgie a retro vizuálů, které nás vracejí zpět na přelom tisíciletí. Velké motivy často kombinují výrazné barvy, nápadné povrchové úpravy i nečekané grafické efekty, což dodává outfitům jistý osobitý charakter.



**Solid**



**B.young**

VELETRHY STYL A KABO

# PODTITULEM JE LÁSKA

Brno - Pátek třináctého se letos promění ve šťastné datum. Právě v tento den se na brněnském výstavišti otevřou brány veletrhů Styl a Kabo, které opět potvrdí svou roli klíčového setkání módního, textilního a obuvnického světa. Už první hodiny veletrhu nabídnou silnou dávku inspirace, obchodních příležitostí i osobních setkání, na která se návštěvníci každoročně vracejí.



Foto: BVV

STYL je už od roku 1993 obchodním vrcholem textilního a módního odvětví v regionu a každoročně přivádí nové kolekce vystavovatelů z více než 15 zemí světa – od klasické a volnočasové módy přes spodní prádlo, plavky a punčochové zboží až po kabelky, bižuterii a módní doplňky. KABO na tuto tradici navazuje jako nejprestižnější odborná přehlídka obuvi a koženého zboží v Česku a na Slovensku, kde se setkávají čeští i zahraniční výrobci, světové značky i novinky v oblasti péče o obuv, doplňků a komponent. Společně tvoří silnou platformu pro obchod, inspiraci i nové příležitosti.

Výrazným bodem programu bude hned od začátku soutěž YOUNG TOP Styl Designer. Do letošního ročníku se přihlásilo celkem 77 modelů – devatenáct kolekcí po třech modelech a dvacet samostatných návrhů. Práce mladých návrhářů přináší svěžích pohled na současnou módu, odvahu experimentovat i schopnost pracovat s emocemi. Odborný dohled nad soutěží zajišťuje poro-



ta složená z respektovaných osobností nejen módní scény: Debbie Brown, Natálie Debnárová, Annie Camel, Kateřina Jarošová a Josef Ťaptuch. Jejich zkušenosti a cit pro detail dávají soutěži váhu a mladým návrhářům cennou zpětnou vazbu.

Tématem, které se prolíná celou soutěží i veletrhem, je láska – k módě, řemeslu, kreativité i lidem. Právě tato energie vyvrcholí pátečním galavečere, který letos moderuje Jan Tománek a který slibuje silné momenty, příběhy i nezapomenutelnou atmosféru.

Každý veletržní den ožije také přehlídkami Styl Show I a II. Na mole se představí samotní vystavovatelé a jejich aktuální kolekce – v pohybu, v detailu a v kontextu, který je pro obchodníky i odbornou veřejnost klíčový. Více než 140 vystavujících firem je jasným signálem, že se módní branže znovu nadechuje a má chuť růst, inovovat a hledat nové cesty.

Inspirativním zázvěmím veletrhů se stane Fashion Lounge – prostor pro přednášky, diskuse, osobní příběhy i setkávání s osobnostmi, které formují módní scénu z pohledu designu, byznysu i trendů. Právě zde vznikají nové kontakty, nápady a spolupráce, které často pokračují daleko za hranice veletržních dnů.

Důležitou roli hraje i Klub návštěvníků, který přináší komfort a konkrétní výhody. Držitelé klubové karty mají vstup na veletrhy zdarma, bez nutnosti opakované registrace, a mohou využít také bezplatné parkování v areálu výstaviště. Klub propojuje vystavovatele s lidmi, kteří módou skutečně žijí, a podporuje osobní dialog, jenž je pro tento obor nenahraditelný.

Pozornost bude letos věnována i aktuálním tématům, mezi nimiž výrazně rezonuje barefoot obuv. Tento fenomén oslovuje stále širší okruh zákazníků a otevírá nové pohledy na komfort, zdraví i design. Veletrhy Styl a Kabo tak zůstávají místem, kde se setkávají tradice s inovací a obchod s vášní pro módu.

Brány veletrhů se navíc otevírají i všem FASHION LOVERS – nadšencům do módy, kteří chtějí sledovat trendy, inspirovat se a být u toho, kde se rodí novinky. Styl a Kabo tak znovu potvrdí, že nejsou jen obchodní platformou, ale živým prostorem sdílení, emocí a budoucnosti módy. Koupit si zvýhodněnou vstupenku můžete s kódem FASHION-LOVERS66.

Zdroj BVV

messe frankfurt



techtex

21. – 24. 4. 2026  
FRANKFURT NAD MOHANEM

*Jenny Serendipity.*  
**Vývojářka odolného  
pracovního oblečení  
s jemnými vlastnostmi.**

Funkční oblečení je čím dál chytrější. Přijďte si naživo prohlédnout látky, které jsou vysoce pružné a přitom mimořádně odolné a které by i přes své chytré funkce obstály na módní přehlídce!

in parallel with  
**texprocess**

part of  
**TEXPERTISE**

info@czechrepublic.messefrankfurt.com  
Tel. +420 233 355 246

Trendy obuv pro mladé a streetwear pro J/L 2026

# ESTETIČNOST ZÍSKÁVÁ NOVÉ POJETÍ

rhm Praha – Jaro a léto 2026 přináší do světa obuvi mix výrazného stylu, komfortu a osobitosti. Z kolekcí mizí estetika taková, jakou ji doposud známe a trendy bude obuv, která na první pohled může působit neproporčně, fádne až nemoderně. V kolekcích se začínají prosazovat siluety, které jsme doteď viděli jen u domácí obuvi či ve sportovních kolekcích. Základním stavebním kamenem je komfort, kterému podléhají jak střihy, tak výběr materiálů.

## Dámské trendy

Dámská obuv pro sezону J/L 2026 v sobě spojuje estetiku sportovní obuvi spolu s vlivem současným oděvních trendů. Důležitou roli hraje práce s detaily, návrháři se snaží balancovat jednotlivé tendence tak, aby se prvky mezi sebou netloukly a působily harmonicky. Siluety se letos nebojí experimentů, v kolekcích můžeme vidět vše od čistých, minimalistických tenisek přes obuv inspirovanou tanečním prostředím až k sportovním pantoflům a moderním sandálům. Ačkoliv mají robustní podešve stále relativně silné

zastoupení, čím dál tím častěji si můžeme povšimnout, že se návrháři obracují spíše k subtilním, nízkým podrážkám.

V kolekcích je zastoupena celá škála materiálů s nejrůznějšími povrchovými úpravami. Vidíme vše od hladké usně, přes perforované či pletené textilie, až po canvasové svršky. Barvy se pohybují od energických, výrazných tónů až po klidné neutrální odstíny. Trendy budou nejrůznější odstíny zelené, fuchsiová i slunečnicová žlutá. Vrací se trend jemných pastelových odstínů, kdy

## SPORTY SLIPPERS

Sportovní pantofle v nadcházející sezoně překračují hranici „domácí obuvi“ a stávají se plnohodnotnou částí venkovní streetwear estetiky. Postavené jsou na robustních gumových podešvích, texturovaných stélkách, často jsou doplněny o nastavitelné pásy a popruhy. Návrháři kladou důraz na propojení komfortu a atletického vzhledu, který má působit nedbale a uvolněně. Materiály sahají od technického neoprenu přes recyklovaný EVA materiál až po hladké syntetické tkaniny. Všechny tyto materiály jsou odolné a vhodné na celodenní nošení. Barevně se objevují především v odstínech, jako je námořnická modrá. Výjimkou však nejsou ani neonové akcenty. Často jsou doplněny o nápis či logo, které je umístěné na nártu.



## RETRO RUNNING SNEAKERS

Retro běžecké tenisky jsou jedním z nejvýraznějších trendů sezóny a představují jakýsi most mezi designem a komfortem. Charakterizují se nostalgickými siluetami inspirovanými obuví mezi léty 1970 a 1990, letos však získávají moderní twist. Příkladem může být kombinace vintage svršku s moderně tvarovanou podešví nebo inovativními materiály, jako je recyklovaná síťovina. Barevnost u těchto modelů často kombinuje neutrální základ s živými kontrastními detaily, což dává teniskám energický charakter. Svršky mohou být vyrobené jak z hladké a velurové usně, tak z lehkých, pletených materiálů.



**GO GO MULES**

Velkým inspiračním zdrojem jsou v jarních a letních měsících dřeváky. V dámských kolekcích mají své zastoupení již několik sezon, stále více však pronikají též do pánských kolekcí, kde se objevují zejména ve formě pantoflí s měkkou, komfortně tvarovanou stélkou a středně vysokou podešví. Silueta takzvaných mules je ideální volbou pro přechod mezi sezónami.

Tento trend se objevuje v široké škále materiálů: od hladké kůže a semiše až po pletené textilie. Ve streetwear kolekcích dominují modely s robustní podešví či kontrastními detaily, které dodávají obuvi výrazný charakter. Barevná paleta se pohybuje od tlumených zemitých tónů vhodných pro denní nošení, přes jemné pastelové tóny až po hlubokou černou.

**Only Shoes****GREEN SPLASH**

Barevná paleta J/L 2026 zaznamenává silnou přítomnost nejrůznějších zelených tónů, které se objevují napříč celou obuvnickou sezonou. Vidíme světlejší odstíny, jako je šalvějová a mentolová, které volně přestupují přes zářivější limetkovou a absintové tóny až po sytou smaragdovou a hluboké odstíny džungle. Trend zelené funguje skvěle v jednom tónu, můžeme však vidět též propojení vícero odstínů zelené, díky kterým vyniknou sofistikovaná stříhová členění. Kontrastní propojení můžeme vidět zejména s bílou či světle šedou. Návrháři často propojují zelené svršky s neutrálně zbarvenou, nejčastěji béžovou podešví.

**Woden****Gant****Högl****Tamaris****Sun 68**

obuv. Stejně jako u dámské obuvi, tak i u té pánské vidíme výrazný vliv sportovní módy, zejména té z druhé poloviny 20. století. Návrháři ustupují od masivních chunky modelů a přiklánějí se spíše k jednoduchým, čistým siluetám. Složitě tvarované vysoké podešve střídají ty nízké a hladké.

Neutrální tóny jako je béžová, šedá či hnědá zůstávají spíše v elegantnějších pánských kolekcích, mladí dávají přednost nápadným barvám a hravým akcentům. Nechybí svěží modré, odstíny, syté červené tóny ani energická fialová. Prostor dostávají vedle usně též inovativní materiály. Vidíme lehké pletené svršky, prodyšné síťoviny a kombinace usně s technickými textiliemi, což podporuje komfort i praktičnost při delším nošení.

bude populární pudrově růžová či baby modrá. Návrháři s oblibou pracují s výrazným stříhovým členěním, což dává prostor experimentování s barevnými kombinacemi.

**Pánské trendy**

Pánská streetwear obuv klade v nadcházejících měsících důraz na vyváženost mezi funkčností a osobitostí. Muži preferují komfortní siluety, které jsou pohodlné

při nošení. Esteticky se tak obuv musí spíše přizpůsobit celkovému outfitu, ne naopak. V kolekcích si můžeme povšimnout přejímání prvků či stříhů, které byly doteď typické spíše pro dámskou

Česká obuvnická a kožedělná asociace

# JAK NA REKLAMACE OBUVI



Zlín - Ve spolupráci se soudním znalcem v oboru obuvi panem Martinem Ševčíkem připravila Česká obuvnická a kožedělná asociace se sídlem ve Zlíně odborné školení zaměřené na problematiku reklamací obuvi. Cílem vzdělávací akce bylo poskytnout účastníkům ucelený přehled právních, technických i praktických aspektů reklamačního procesu.

Školení, které proběhlo 11. listopadu loňského roku v Brně, bylo koncipováno jako kombinace teoretické části a praktického workshopu. Účastníci se seznámili s aktuálním právním rámcem prodeje obuvi, a to jak v oblasti prezenčního, tak distančního prodeje, včetně povinností prodejce a informační povinnosti vůči spotřebiteli. Významná pozornost byla věnována také zbožíznalství a vadoznalectví, zejména rozlišování výrobních vad od poškození vzniklého nesprávným užíváním či běžným opotřebením, které je v praxi často předmětem sporů.

## Správný postup komunikace

Součástí programu byl rovněž detailní rozbor reklamačního procesu a správných postupů při komunikaci se zákazníky. Praktický workshop umožnil účastníkům vyzkoušet si hodnocení konkrétních reklamovaných párů obuvi, které si sami přinesli, a diskutovat nad jejich skutečným stavem i správným způsobem vyřízení reklamací s ohledem na platnou legislativu i odborná doporučení.



Atmosféra školení byla velmi otevřená a pracovní. Účastníci se aktivně zapojovali do diskusí a sdíleli své zkušenosti z každodenní praxe, což významně přispělo k odborné úrovni celé akce. Školení se zúčastnili také zástupci českých

výrobců obuvi, na které se prodejci často obraceli s reklamami jejich výrobků. Řadu reklamací by však bylo možné vyřešit již přímo na prodejně při základních znalostech konstrukce obuvi a materiálů a reklamačního řízení, čímž by se celý proces pro zákazníky urychlil a zvýšila by se jejich celková spokojenost.



## V březnu další školení

Také v tomto roce plánuje Česká obuvnická a kožedělná asociace pořádat školení zaměřená na reklamací obuvi. První termíny jsou plánovány na březen, kdy by se měla uskutečnit v Praze, Brně a ve Zlíně. I nadále půjde o akce spojené s praktickým workshopem, realizované v menších skupinách tak, aby byl dostatek prostoru pro interakci a detailní rozbor konkrétních reklamací. V případě zvýšeného zájmu budou vypsány další termíny, případně i v jiných městech. Aktuální informace ke školením budou zveřejňovány na webových stránkách asociace [www.coka.cz](http://www.coka.cz).

Tento odborný seminář byl spolufinancován Evropskou unií v rámci projektu Rozvoj inovačního obuvnického klastru (reg. č. CZ.01.01.01/07/24\_048/0004771).

**Text a foto: ČOKA**

SOTEX GINETEX CZ

# TŘICET LET ÚSPĚŠNÉ PRÁCE

Brno - Je to až neuvěřitelné, že letos je to již 30 let, co byl v Brně založen SOTEX GINETEX CZ – organizace, která zajišťuje pro české firmy legální použití symbolů ošetřování. Právě symboly ošetřování byly před třiceti lety prvním impulzem pro vznik SOTEXu – Sdružení ošetřování textilií a do dneška jsou tou hlavní aktivitou, která každodenně pomáhá stovkám českých firem při správném značení. SOTEX nenabízí jen symboly ošetřování, ale také značku kvality QZ- Zaručená kvalita, značku pro environmentálně šetrnou péči clevercare.info, ale také řadu zajímavých odborných informací.

Na založení SOTEXu se v srpnu roku 1996 podílely oborové organizace v čele s Asociací textilního-oděvního-kožedělného průmyslu, Asociací prádel a čistíren (tehdy ještě jako Živnostenská společnost prádel, čistíren a úklidových služeb), Svazem obchodu České republiky, Sdružením obrany spotřebitelů a českými firmami – Henkel – Ecolab, s.r.o. a ROMO a.s., které tehdy na trhu působily. Osobou, která přivedla k jednomu jednacímu stolu zástupce asociací a výrobních firem byl RNDr. Pavel Malčík, který je předsedou SOTEXu doposud.

## Synonym pro správné označování výrobků

Příprava vzniku nového sdružení trvala bezmála rok, SOTEX byl zaregistrován u Magistrátu města Brna 26. srpna 1996. Aktivní činnost začalo sdružení plnit od roku 1997. Tehdy už nic nebránilo tomu, aby se SOTEX stal členem mezinárodní asociace GINETEX.

Dalším milníkem v historii SOTEXu byl rok 2011, který znamenal revoluci pro mnoho tehdejších neziskových orga-

nizací. Tehdy došlo k rozsáhlým změnám naší národní legislativy a sdružení byla transformována ve většině případů na spolky. SOTEX, v té době již velmi aktivní člen GINETEXu, změnil svůj název na SOTEX GINETEX CZ a stal se zapsaným spolkem. Současně došlo i k harmonizaci předpisů a známkoprávního práva v rámci celé EU, tedy i v České republice. Od roku 2012 tak byla zahájena nová éra, která přinesla českým firmám možnost získávat individuální licence na používání symbolů ošetřování. Od té doby se SOTEX věnuje šíření povědomí o správném značení, ale také o odpovědné textilní péči. Počet členů SOTEXu se od té doby rapidně zvýšil. V současnosti má SOTEX zhruba 900 členských firem, což z něj činí největší oborový spolek.

## QZ – zaručená kvalita

Symboly ošetřování tvoří aktuálně většinu core businessu SOTEXU, ale nabídku značek, které je možné na textil umístit má SOTEX širší. Od roku 2004 je SOTEX správcem značka QZ – Zaručená kvalita. Tato značka je jedinou značkou kvality pro

textilní výrobky v České republice a je součástí vládního programu Česká kvalita. Aktuálně zahrnuje více než dvě desítky firem, mezi nimiž jsou výrobci lůžkovin, oděvů, ponožek, pokrývek hlavy, ale také provozovatelé prádel. Tyto firmy značkou deklarují kvalitu svých produktů a služeb.

Pro SOTEX je stále klíčové členství v GINETEXu, které zajišťuje českým firmám dostupnost symbolů ošetřování pro jejich výrobky. Svoji soudržnost s oborem potvrzuje spoluprací se zakládajícími neziskovými organizacemi, a to s Asociací textilního-oděvního-kožedělného průmyslu a Asociací prádel a čistíren ČR. SOTEX je také

členem České technologické platformy pro textil a CLUTEX – klastru technické textilie. Do obou organizací přináší informace ze světa spotřebitelů a o textilní péči, které jsou pro české výrobce velmi důležité. Využívá také členských benefitů ve formě spolupráce na různých oborových projektech.

SOTEX je také aktivní při správě značky QZ – Zaručená kvalita a podílí se na transferu odborných informací spotřebitelům. Naposledy například na vzniku Manuálu spotřebitele pro udržitelný textil, který spolufinancovala Rada kvality České republiky.

Více informací naleznete na [www.sotex.cz](http://www.sotex.cz)

## ZNAČÍTE SPRÁVNĚ?

**SYMBOLY  
OŠETŘOVÁNÍ**



Symboly ošetřování jsou chráněny mezinárodní známkou. Chcete je používat? Staňte se členem **SOTEX GINETEX CZ**

**SOTEX GINETEX CZ**  
NÁRODNÍ ASOCIACE PRO SYMBOLY OŠETŘOVÁNÍ



Generace Z

# NOVÉ TRENDY NA PRACOVÍŠTI

**Praha - V Česku tvoří generace Z, tedy lidé narození v rozmezí 1996 až 2012, asi 20 procent populace. Na rozdíl od generace baby boomerů je příslušníků této generace asi o polovinu méně. Mají tak možnost většího výběru pracovních pozic. Naopak na zaměstnavatele je vyvíjen tlak, aby se mladým zalíbili. Na co se budou muset zaměstnavatelé připravit a jaké strategie zvolit?**

Z nedávného průzkumu Talent Shortage 2025 vyplynulo, že 66% zaměstnavatelů v ČR již třetí rok za sebou bojuje s nedostatkem talentů při obsazování pracovních pozic. Generace Z, která nastupuje na pracovní trh tak do budoucna, představuje velmi důležitý zdroj pracovní síly, o který se zaměstnavatelé budou přetahovat. Firmy se budou muset naučit s generací Z pracovat a pochopit, co je v práci motivuje, v jakém prostředí chtějí pracovat a co od zaměstnavatele očekávají.

## Klíčová součást pracovního trhu

Generace Z se stává klíčovou součástí pracovního trhu. Tato generace, která vyrostla v digitální době, přináší nové hodnoty a očekávání, které firmy musí vzít v úvahu, pokud do budoucna nechtějí přijít o cenný zdroj pracovní síly. Jejich životní styl i pracovní morálka se liší od předchozí generace mileniálů a je diametrálně rozdílná od generace tzv. Boomerů. 88% zaměstnanců z generace Z říká, že svět, ve kterém vyrůstali, a události, které zažili, když vstoupili do dospělosti, jako například pandemie, ovlivnily to, co očekávají od své práce.

„Tato generace je samostatná, rychle se učí a preferuje flexibilní pracovní prostředí. Přináší do pracovního prostředí čerstvé pohledy a inovace. Jsou skvělými týmovými hráči, pokud vidí smysl ve své práci. Příklady z praxe ukazují, že firmy, které se přizpůsobily potřebám generace Z, zaznamenaly zvýšenou produktivitu a nové přístupy,“ říká Jaroslava Rezlerová, generální ředitelka společnosti ManpowerGroup Česká republika.

## Odmítání firemní hierarchie

Generace Z odmítá zažité firemní hierarchie. Vedoucí by podle mladé generace neměl být symbolem autority a nadřazenosti, naopak preferují sdílenou zodpovědnost a menší kontrolu. Šéfa chtějí vnímat a brát spíše jako mentora, který jim poradí, když budou potřebovat, ale nebude jim nic nařizovat, ani je přehnaně kontrolovat. Ukazuje se stále více, že pro mladé je důležité, aby byli vnímáni jako rovnocenní partneři, než aby vykonávali jen to, co se jim řekne. Na zaměstnavatele bude vyvíjen další tlak, aby se trendu přizpůsobili a nezavřeli si dveře k důležité pracovní síle. Více než 75% respondentů z generace Z uvedlo, že při

výběru zaměstnavatele kladou důraz na firemní hodnoty a kulturu. Příslušníci generace Z upřednostňují více než předchozí generace smysluplnou práci před vysokým platem a očekávají od zaměstnavatelů transparentnost, autenticitu a silné hodnoty včetně environmentální a sociální odpovědnosti. Pro organizace tak bude stále více klíčové, aby si budovaly v těchto oblastech svoji pověst, protože mladí lidé jsou zvyklí zjišťovat si o firmách podrobné informace. Pro mladé pracovníky je odpovědnost firmem a dopad jejich podnikání na životní prostředí stále důležitějším kritériem při výběru zaměstnavatele.

## Roste nespokojenost

Podle globálního průzkumu společnosti ManpowerGroup odpovědělo 47 procent pracujících respondentů z generace Z, že nejsou na současné pozici spokojeni a plánují v následujícím půl roce odejít, 34% věří, že budou nuceni opustit současné pozice. „To je dle mého názoru dost varovné číslo, že něco není v pořádku. Pro zaměstnavatele je důležité mladým lidem porozumět a najít klíč k tomu,

jak lépe vycházet vstříc jejich potřebám v oblasti pracovních podmínek nebo firemní kultury. Některé firmy již pochopily, že bez zásahů do firemní kultury, nabídky benefitů, jako například práce z domu, nebo investování do lepších technologických nástrojů to nepůjde,“ říká Jaroslava Rezlerová.

Zaměstnavatelé podle průzkumu společnosti ManpowerGroup přistupují k různým strategiím, jak si udržet mladé pracovníky a stát se pro ně atraktivním zaměstnavatelem. Někteří zlepšují technologické nástroje (76%) či se zaměřují na zlepšení pohody pracovníků a snížení stresu na pracovišti (75%). V průzkumu Talent Barometr, který ukazuje, jak se zaměstnanci cítí v práci, odpovědělo 52% příslušníků generace Z, že se na pracovišti setkali s vysokou mírou stresu. Pro srovnání, pouze 33% lidí z generace Baby Boomers uvedlo, že stres v práci každý den zažívají. Ukazují to i odpovědi českých zaměstnavatelů, kdy 45% z nich vnímá, že mladí jsou denně vystaveni stresovým situacím.



ČOI na Moravě

# ČOI NA MORAVĚ

Brno - Pracovníci regionálního inspektorátu ČOI Jihomoravský a Zlínský se v loňském předvánočním období mimo jiné zaměřili na prodej hraček na lokálních trzích a tržnicích v kraji. V rámci kontrolní akce v první polovině prosince provedli 11 kontrol, nedostatky zjistili celkem v 10 kontrolách. Inspektoři zkontrolovali 19 druhů hraček, z toho u 18 druhů zjistili nedostatky ve značení výrobků a chybějící obecná upozornění.

Ve většině případů, tj. v 10 z celkem 11 provedených kontrol, se jednalo o malé prodejce, z toho v 5 případech byli kontrolovanými subjekty malí výrobci hraček (z hlediska kontrolovaného sortimentu se jednalo o hračky vyráběné na 3D tiskárnách, textilní hračky a dřevěné hračky).

Nedostatky byly zjištěny u 18 kontrolovaných modelů hraček, kdy převážně chybělo označení (identifikace výrobce, identifikace výrobku, chybějící upozornění). Nebezpečné výrobky v rámci uvedené kontrolní akce nebyly zjištěny.

„Aby hračka mohla být používána bezpečně a náležitým způsobem, musí

být bezpečnostní informace, instrukce a upozornění pro spotřebitele srozumitelné. Zejména výrobci byli v rámci kontrolní akce seznámeni se skutečností, že i pro „domácí výrobu“ platí stejná legislativa jako pro výrobu hraček v „továrnách“, tedy nařízení vlády č. 86/2011 Sb., o technických požadavcích na hračky, a všechny hračky uváděné a dodávané na trh musí splňovat požadavky uvedeného nařízení,“ uvádí ředitel Inspektorátu ČOI Jihomoravský a Zlínský se sídlem v Brně Mgr. Karel Havlíček.

Česká obchodní inspekce

# ZAMĚŘENÍ NA BLACK FRIDAY

Praha - Česká obchodní inspekce zahájila na podzim loňského roku mimořádnou kontrolní akci zaměřenou na slevové akce typu „Black Friday“. Kontroly probíhaly v kamenných prodejnách i v internetových obchodech. Cílem kontrol bylo ověřit dodržování zákonných povinností prodávajících při informování spotřebitelů o slevách a zamezit klamavým praktikám, které mohou spotřebitele uvádět v omyl.

Kontroly inspektorů ČOI reagovaly na zvýšený zájem spotřebitelů o nákupy v období slevových akcí typu Black Friday, kdy se běžně objevuje více marketingových sdělení zdůrazňujících slevy a výhodné nabídky. On-line prostředím v tomto období významně ovlivňuje způsob, jakým se spotřebitelé rozhodují, a může přispívat k podcenění některých rizik. Při nákupech na internetu hrají roli zejména vizuální podněty a rychlý průběh nákupního procesu, které často zkracují čas věnovaný důkladnému zvažování ohledně koupě.

## Monitoring vývoje cen

Kontroly proto byly zaměřeny především na plnění zákonné povinnosti uvádět nejnižší cenu, za kterou byl výrobek v posledních 30 dnech před poskytnutím slevy nabízen a prodáván, a na kon-

trolu plnění zákazu používání nekalých obchodních praktik. Tato povinnost se vztahuje na kamenné provozovny i internetové obchody a platí pro všechny formy uvádění slev — cenovky, letáky, výlohy i on-line prezentaci.

V současné chvíli disponujeme předběžnými výsledky z této mimořádné kontrolní akce, jelikož v případě kontrol internetových obchodů se jedná o časově náročnější kontroly. Na kontrolu internetových obchodů byl použit i evropský nástroj na monitorování cen, který byl využit k monitorování 19 internetových obchodů a přibližně 380 výrobků. Výsledky tohoto monitoringu v tuto chvíli ČOI vyhodnocuje. Vedle toho bylo zkontrolováno dalších 20 internetových obchodů. V kamenných prodejnách bylo provedeno celkem 77 kontrol. Časo-

vě složitější kontroly spojené s delším monitoringem vývoje slev jsou v rozpracovaném stavu. I zde lze očekávat v některých případech porušení zákona o ochraně spotřebitele.

## Porušení zákona

Předběžné výsledky tedy zatím ukazují na několik porušení zákona o ochraně spotřebitele. Konkrétně se v 10 případech jednalo o nekalou obchodní praktiku, která mohla uvést spotřebitele v omyl ohledně ceny nebo způsobu výpočtu ceny anebo existenci konkrétní cenové výhody, a ovlivnit tak spotřebitelovo rozhodnutí ohledně koupě, které by jinak neučinil (ustanovení § 4 odst. 4 v návaznosti na § 5 odst. 2 písm. d)). Šest případů se týkalo porušení ust. § 4 odst. 4 v návaznosti na § 5 odst. 1, spočívajícím v poskytnutí věcně nesprávné, a tedy nepravdivé informace, což může vést spotřebitele k rozhodnutí ohledně koupě, které by jinak neučinil.

Výsledky mimořádné kontrolní akce budou prezentovány po celkovém vyhodnocení.

## Městské muzeum Dvůr Králové nad Labem EXPOZICE TEXTILNÍHO TISKU



Dvůr Králové nad Labem - Expozice věnovaná textilnímu tisku vznikla v roce 2019 ve spolupráci města Dvora Králové, Městského muzea ve Dvoře Králové nad Labem, UPM, Národního technického muzea, Královéhradeckého kraje a Střední školy informatiky a služeb.

V prostorách bývalých dílen na bývalé Střední průmyslové škole na nábřeží Jiřího Wolkera ve Dvoře Králové jsou umístěny exponáty, které návštěvníkům přibližují způsoby, druhy a možnosti potisku textilu. Díky původním strojům, doplněným množstvím vzorníků, látek či modrotiskovou dílnou nahlédnete pod pokličku nejen tiskařům, ale i designérům, rytcům a vzorkařům. Pro návštěvníky je připravená také malá tiskařská dílna, kde si mohou pomoci ručně vyráběných forem ozdobit látku podle vlastní fantazie. Pro školy muzeum nabízí komentované prohlídky, dále pak pracovní listy přizpůsobené různým věkovým kategoriím a také možnost vyzkoušet si textilní tisk. Expozice je přístupná denně kromě pondělí, o víkendu jen odpoledne.

## ČTENÁŘI NÁM PÍŠÍ

V minulém vydání vaše časopisu jsem si se zájmem přečetl článek o akci, kterou uspořádali Inspektoři České obchodní inspekce ve druhém listopadovém týdnu ve spolupráci s Celní správou ČR. Šlo o mimořádnou kontrolní akci na tržnici ve Studánkách na Česko-krumlovsku, zaměřenou na nabídku, prodej a skladování výrobků porušujících některá práva duševního vlastnictví. Inspektoři v rámci kontrol provozoven zajistili a mimo dosah kontrolovaných osob uložili celkem 937 kusů výrobků, u nichž bylo pojata podezření na skladování a prodej nedovolených napodobenin, v celkové hodnotě originálů ve výši 2 321 830 Kč. V první polovině listopadu udeřila Česká obchodní inspekce mj. také na tržnici v Hatích, kde po provedené kontrolní akci skončilo v rukou inspektorů na 4 300 kusů padělků za více než 21 milionů korun.

Jistě chvály hodné, pomyslí si každý obchodník z naší branže. Konečně se něco děje v boji proti padělkům a nelegálním dovozu textilu ze světa. Jenže dobrý pocit vás opustí v okamžiku, kdy navštívíte kteroukoliv asijskou tržnici v okolí vašeho bydliště. Již na první pohled je jasné, že výše popsané akce prodejce nezastrašily. Naopak, zdá se, že nelegálně dovozeného zboží a padělků je snad ještě více, než bývá zvykem. A někteří stánkaři přitom ani nezakrývají, že se nejedná o originály.

A já se ptám: Jak je to možné? Co brání inspektorům zasahovat v podobných tržních opakování? Cožpak není v silách našeho státu podobné tržnice zbavit podvodníků?

**Milan K., Praha**

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 Adamiček  
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/@PurestockX](http://SAMphoto.cz/@PurestockX), SXC, studio raf, Pixabay.com

## 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 9. února 2026