

SVĚT

TEXTILU & OBUVI

ZÁŘÍ/ŘÍJEN
2026

móda ■ obuv ■ doplňky ■ trendy ■ business ■ retail ■ vybavení

www.textil-obuv.cz

**UMPRUM na
DesignBloku**

**Trendy obuvi
pro zimu 2026/27**

**Mezi elegancí
a komfortem**

**20 let CLUTEX
Český textil žije
a bude žít dál**

**TRENDY PÁNSKÉ MÓDY
PRO ZIMU 2026/27**

**Kontrast
proporcí a návrat
k jednoduchosti**

Aktuality:

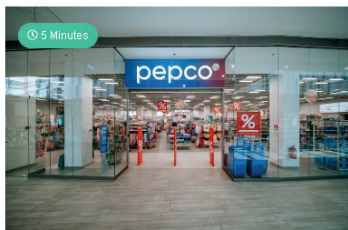
Skupina Pepco uzavírá rok transformace s vynikajícími finančními výsledky



SPARTA: Třetí sada dressů pro sezónu 2025/26

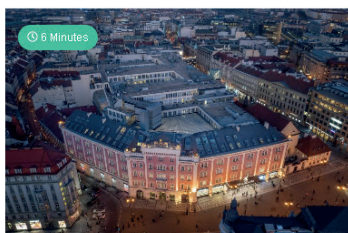


Česká obchodní inspekce zajišťuje padělky



Skupina Pepco uzavírá rok transformace s vynikajícími finančními výsledky

19/01/2026



Investice do komerčních nemovitostí v České republice

08/01/2026



fashion

Techtextil a Texprocess 2026: Inovace jako klíčový motor budoucnosti textilního průmyslu

25/01/2026

Inovace jsou reakcí textilního průmyslu na ekonomickou nejistotu, geopolitické napětí a pokračující omezení investic. To vyplynulo z tiskové konference předních mezinárodních veletrhů Techtextil a Texprocess. V panelové diskusi zástupci odvětví zkoumali, jak inovace urychlují transformaci textilního sektoru – od umělé inteligence po udržitelné materiály...

[Read More](#)

Nejnovější příspěvky

Populární články

BIOTECHNOLOGIE: Nástroj udržitelné oběhové ekonomiky TOP

17/04/2026



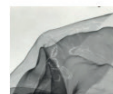
Techtextil a Texprocess 2026: Inovace jako klíčový motor budoucnosti textilního průmyslu

25/01/2026



Textilní materiály budoucnosti – od inovace k praxi

25/01/2026



Průmysl urychluje pokrok v oblasti udržitelnosti

19/01/2026



Skupina Pepco uzavírá rok transformace s vynikajícími finančními výsledky

19/01/2026



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

B2B web pro: maloobchod - velkoobchod - výrobu

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

www.textil-obuv.cz

ÚVODNÍ SLOVO



Vážení čtenáři,

právě jste se začali do dalšího, letos již pátého vydání odborného časopisu Svět textilu & obuvi. Opět v něm najdete (doufáme) zajímavé zprávy z textilní, oděvní a kožedělné branže, mnoho novinek z domova i ze zahraničí a také pohledy ekonomických odborníků z mnoha oborů. Tak například již na následující strán-

ce si můžete přečíst, jaké byly tržby maloobchodníků z textilní, oděvní a kožedělné branže za leden-srpen 2026. Již na tomto místě vám mohu prozradit, že tuzemský maloobchod z naší branže trhá letos rekordy a že zkrátka obchodníci mohou být spokojeni. Na stranách 6-8 se dočtete, jaké módní trendy připravily zahraniční firmy v sektoru dámské a pánské módy pro zimu 2026/27. Na stranách 10-11 pak najdete trendy dámské a pánské obuvi pro stejnou sezonu.

Nezapomněli jsme ani na veletrhy STYL a KABO, které se konaly v srpnu v Brně. Šla se na nich spousta odborníků z naší branže. O tom, jaké byly nejzajímavější momenty těchto veletrhů, se dočte na stranách 12-13. V Brně se tradičně představil i CLUTEX-klastr technické textilie. Kromě řady odborných setkání si mimo jiné připomněl i dvacáté výročí svého založení. Z původně především regionálního uskupení se z něj postupně stala

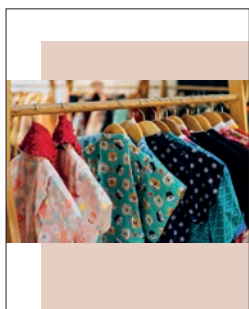
organizace zapojená do řady národních i evropských projektů a mezinárodních sítí. Jaké jsou další plány tohoto klastru, o tom se dočtete na stranách 14-15.

Na stránce 18 se pak můžete začíst do článku, který sleduje vývoj českého textilního a oděvního průmyslu za první pololetí letošního roku. Zde není počtení tak radostné, jako na stránce 4 tohoto vydání našeho odborného časopisu. Za největší problém vidím pokles počtu zaměstnanců v naší branži, a to v meziročním srovnání o 3,2%. Za poklesem se skrývá více faktorů, mezi nimiž je nejen zvyšování mzdových nákladů, ale také špatná dostupnost kvalifikované pracovní síly.

Věřím, že si z našich článků vyberete ten „svůj“. Přeji vám, vážení čtenáři, klidné čtení v této neklidné době.

Michal Korol,
šéfredaktor

Z OBSAHU:



4

Tržby textilního maloobchodu za leden-srpen 2026



5

UMPRUM na DesignBloku



6 – 7

Dámské trendy oděvů pro zimu



9

Index trhu práce pro 4. čtvrtletí 2026



10 – 11

Trendy obuvi pro zimu



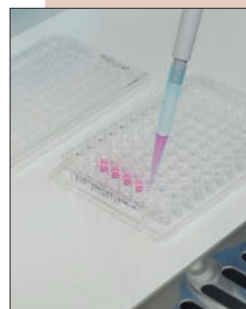
12 – 13

Ohlédnutí za veletrhy STYL a KABO



14 – 15

CLUTEX slaví 20 let



17

Textil ve zdravotnictví



19

Končí u nás TESCO?

Tržby textilního a oděvního maloobchodu v ČR za leden-srpen 2026: Obchodníci se mohou radovat



Praha – Tržby textilního a oděvního maloobchodu v České republice od počátku letošního roku nepřetržitě stoupají. Platí to i pro červenec a srpen. Oba prázdninové měsíce udělaly obchodníkům z naší branže další radost.

Vyplývalo to z šetření, které pravidelně provádí u členů svého test-klubu odborný časopis Svět textilu & obuvi. 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 e-mail: redakce@textil-obuv.cz.

1. čtvrtletí udalo rytmus

Připomeňme si, jak tržby stoupaly v uplynulých měsících. „V lednu se hodně se prodávaly džíny, legíny i T-shirty s potiskem“ liboval si obchodník s módou pro mladé v Praze. A protože podobných mailů jsme dostali poměrně dost

i z dalších částí republiky, tržby v lednu nakonec ve srovnání s lednem 2025 stouply o dvě procenta. V únoru se dobře prodávalo jak zboží z končící zimní sezony, tak i oděvy z přicházející nové jarní nabídky. To obojí napomohlo zvýšit meziročně tržby v textilním a oděvním maloobchodu o velmi slušná čtyři procenta.

Také v březnu se dobře prodávalo typicky jarní zboží, jako separátní dámské i pánské kalhoty, pánské košile, dámské halenky a bundy. Nezklamal ani celoroční „hit“, a sice džíny a džínové oděvy – jak dámské, tak i pánské. Potvrdili nám to obchodníci v Praze, Brně a Ostravě, ale i v menších městech, jako jsou Domažlice, Opava i Náchod. Třetí letošní měsíc nakonec dosáhl nárůstu o 4 pro-

centa. První čtvrtletí tak narostlo o tři procenta.

2. čtvrtletí zvýšilo tempo

V dubnu zaznamenali slušný odbyt zejména obchodníci v dámskými oděvy. A protože obchodníci z celé republiky hlásili slušný prodej i dalšího módního zboží, duben nakonec skončil s meziročním nárůstem plus tři procenta. To však nic není oproti květnu, kdy textilní a oděvní maloobchod v České republice trhal dosavadní rekordy. „Dobře se dařilo našim dvěma obchodům s pánskými oděvy v Praze“ hlásil nám majitel obchodů z hlavního města. Obdobně dobré zprávy měli pro nás majitelé/vedoucí obchodů doslova z celé republiky. Prodávalo se již převážně letní zboží a také vybavení na letní dovolenou u moře. Květen nakonec dosáhl historického maxima růstu, kdy tržby v porovnání se stejným obdobím loňského roku vzrostly o 14 procent!

Také v červnu se dobře prodávalo letní zboží. Dámské halenky, tílka, letní šaty a také šátky a další letní pokrývky hlavy se staly hitem, stejně jako pánská tílka, šortky a bavlněné kalhoty. Nakonec červen skončil s nárůstem tržeb o nevídaných devět procent. Druhé čtvrtletí se zastavilo na plus osmi procentech. Celé první pololetí letošního roku se

díky povedenému druhému čtvrtletí může v meziročním srovnání pochlubit nárůstem o šest procent!

Léto vše potvrdilo

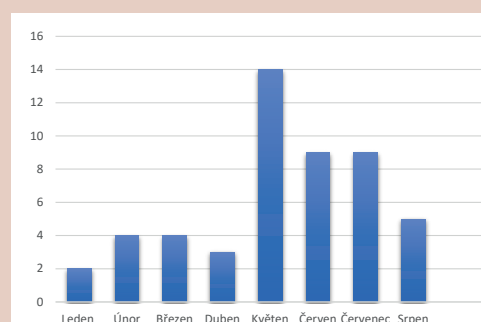
Se začátkem prázdnin tržby neklesaly. Naopak, velmi dobře se nadále prodávalo letní zboží, zejména v prodejnách dámské módy. „Na odbyt šly zejména dámské sukně, halenky a letní šaty“ napsal nám majitel obchodu v Hradci Králové. Obdobně se vyjadřovali vedoucí/majitelé obchodů z Domažlic, Českých Budějovic, Plzně i z Opavy. Nakonec červenec přidal v meziročním porovnání velmi pěkných devět procent.

Srpen se nenechal zahanbit. V tomto prázdninovém měsíci se zejména dařilo zásilkovým obchodům, které zaznamenaly nárůst tržeb přes 10 procent. A protože důvod ke spojenosti měli i obchodníci v kamenných prodejnách, v srpnu se zvýšily tržby v textilním a oděvním maloobchodu o pěkných pět procent.

A jak se textilní a oděvní zboží v České republice prodávalo v září a říjnu? O tom se dočtete v dalším vydání odborného časopisu Svět textilu & obuvi, které spatří světlo světa počátkem prosince.

Michal Korol

Tržby tuzemského textilního maloobchodu v lednu-srpnu 2026 (ve srovnání se stejným obdobím roku 2025)



1.Q = +3 2. Q = +8 1. pololetí = +6
Zdroj: Svět textilu & obuvi

UMPRUM na DesignBloku: Netradiční prezentace studentů

Praha - Vysoká škola uměleckoprůmyslová v Praze se na DesignBloku představila ve dnech 6.-11. října v novém formátu. V Technologickém centru UMPRUM se otevřela výstava School Today. Návštěvníci zde viděli úspěšnou mezioborovou instalaci Wasted Waste, projekt studujících Ateliéru průmyslového designu UMPRUM i expozice dalších uměleckých škol: VŠB-TUO, FMK UTB Zlín, FaVU VUT Brno a Šuřky. Expozice School Today je pro nás zcela novou zkušeností a věříme, že měla co nabídnout, říká k novému formátu prezentace prorektor pro Vnější vztahy a tvůrčí činnost Zdeněk Bezecný.

„V letošním roce jsme pojali prezentaci na DesignBloku jinak než obvykle. UMPRUM se stala jednou z oficiálních lokací, která představí kromě našich ateliérů i díla dalších uměleckých škol: VŠB-TUO, FMK UTB Zlín, FaVU VUT Brno a Šuřky. Expozice School Today je pro nás zcela novou zkušeností a věříme, že měla co nabídnout“, říká k novému formátu prezentace prorektor pro Vnější vztahy a tvůrčí činnost Zdeněk Bezecný.



Projekt Wasted Waste

Hlavní prezentací UMPRUM byla mezioborová instalace Wasted Waste, která měla svou premiéru na letošním Milan Design Week. Podílejí se na ní projekty ateliérů Designu oděvu a obuvi, Produktového designu a Volného umění IV, které vycházejí z uměleckého výzkumu na Broumovsku. Společně navázali spolupráci s Diakonií Broumov, která vede sociální družstvo a s ním související třídírnu textilního odpadu. Výsledná velkoformátová instalace představila koncepčně propojené práce a zároveň vtahuje přímo do místa dění. Kombinuje oděvní kolekce, produkty zpracovávající

cí textilní odpad a audiovizuální záběry. Centrálním prvkem instalace je funkční dopravníkový pás na třídění vyhozených oděvů, obklopený konstrukcí s otočnými segmenty s vybranými pracemi. „Nechtěli jsme tento problém estetizovat nebo předstírat, že jsme ho vyřešili. Projekt Wasted Waste nikdy nebyl koncipován jako řešení – a zcela jasně jím ani není. Zajímá nás samotný systém: nekonečný pohyb materiálů, opakované třídění, pracovní síla potřebná k tomu, aby vše zůstalo v chodu. Mnohem více nám šlo o to, abychom odhalili tuto realitu než předložit optimistickou odpověď“, shrnuje projekt jeden z autorů, student Miloslav Chytil.



Under Construction

V Technologickém centru UMPRUM byl k vidění také projekt Barbory Tomanové a Toma Lusaly z Ateliéru průmyslového designu. „Under Construction“ zahrnuje dvojici dálkově řízených modelů stylizovaného věžového jeřábu a lanového bagru. Projekt se zabývá uměním interpretace mechanických a konstrukčních principů, které využívají skutečné stavební stroje a následně jejich aplikace na plně funkční prototypy ve zmenšeném měřítku. Ty lze na míru navrženými ovladači v reálném čase řídit a přemísťovat tak náklad v podobě písku.

V rámci Openstudia DesignBloku ve Veletržním paláci byl k vidění mj. společný projekt Ateliéru designu nábytku a interiéru a české firmy LD Seating. Expozice nenabídla jen kolekci nábytku a interiérových doplňků, ale také příběh jejich vzniku. Spojujícím prvkem u všech produktů je práce s ohýbanou trubkou, která definuje tvarosloví jednotlivých kusů. Instalace představila finální prototypy a zároveň odhalila i samotnou výrobu a její úskalí. Kromě výsledných předmětů byly do výstavy zahrnuty i pokusy, které ukazují nelehkou cestu designu a prototypování.

Zdroj: UMPRUM

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 DÁMSKÉ MÓDY PRO ZIMU 2026/27

KONTRASTY, STRUKTURY
A TEMNÁ ROMANTIKA

rhm Praha – Zima 2026 přináší do dámské módy zajímavou kombinaci minimalismu a výrazných dekorativních prvků. Na jedné straně stojí jednoduché siluety, čisté linie a nadčasové střihy, na straně druhé pak bohaté materiály, výrazné struktury a romantické detaily. Návrháři pracují s kontrasty a propojují prvky inspirované minulostí se současným pojetím dámského šatníku. Výsledkem jsou elegantní a ženské outfity, které však neztrácejí na praktičnosti a komfortu.

jevují se dlouhé kabáty, široké kalhoty, jednoduché šaty i objemnější sukně. Důležitou roli hraje také vrstvení, díky kterému lze jednotlivé materiály, délky a proporce vzájemně kombinovat.

Checks

Kostka patří mezi tradiční vzory podzimních a zimních kolekcí. V letošní sezoně však získává opět výraznější postavení. Objevuje se v mnoha různých podobách – od drobné a decentní kostky až po výrazné velkoformátové vzory. Návrháři ji aplikují především na kabáty, saka a sukně, nechybí však ani na šatech či kalhotách. Barevnost zůstává převážně klasická a pracuje s odstíny šedé, hnědé, béžové a černé, které jsou místy doplněny vínovou, zelenou či modrou. Zajímavým prvkem je také kombinování několika typů kostek v rámci jednoho outfitu. Tradiční vzor tak získává modernější podobu a zároveň přináší do zimních kolekcí lehce retro nádech.



Barevnost zimních kolekcí se nese především v hlubších a tlumenějších odstínech. Výrazné postavení má již tradičně černá, tmavě hnědá, vínová, šedá či námořnická modrá. Vedle tmavé palety se však objevují také světlejší neutrální tóny, například krémová, béžová a jemná šedá, které celkovou barevnost odlehčují. Návrháři často pracují s monochromatickými outfity či kombinováním několika odstínů jedné barvy. Barevnou střídmost naopak vyvažují vzory, mezi nimiž budou důležitou roli hrát nejrůznější varianty kostky.

Z hlediska materiálů budou trendy především hřejivé a na dotek výrazné struktury. Nechybí tradiční vlněné pleteniny, tvíd, samet či manšestr, které návrháři často kombinují s jemnějšími a splývavějšími materiály. Velmi oblíbená bude také krajka. Právě kontrast různých povrchů dodává zimním outfitům zajímavou hloubku. Siluety se pohybují mezi minimalistickými, rovně střiženými modely a výrazně ženskými střihy se zdůrazněným pasem. Ob-





InWear

Minimalist dress

Jednoduché šaty představují protipól výrazně zdobených a strukturovaných modelů, které se v zimních kolekcích rovněž objevují. Návrháři zde sázejí především na čisté linie, střídou barevnost a precizně zpracovaný střih. Typické jsou rovné či mírně projaté siluety v midi a maxi délkách, které pracují pouze s minimem dekorativních prvků. Důležitou roli proto přebírá samotný materiál a konstrukce oděvu. Vidíme jemné úplety, vlněné tkaniny i splývavější materiály, které přirozeně kopírují siluetu. Barevně převládá černá, šedá, hnědá a krémová.



Nümph

Velvet & corduroy

Samet a manšestr vnášejí do zimních kolekcí výraznou strukturu a zároveň lehký retro nádech. Zatímco samet působí díky svému jemnému lesku elegantně a luxusně, manšestr přináší spíše uvolněnější charakter. Samet se objevuje zejména na šatech, sukních, sakách a večerních modelech, kde jeho povrch podporují hluboké odstíny vínové, tmavě zelené, modré či černé. Manšestr návrháři využívají především na kalhotách, sukních, bundách a sakách a často jej představují v přírodních odstínech hnědé, béžové či khaki. Oba materiály se dobře uplatňují také při vrstvení a kombinování rozdílných struktur. Vedle klasického pojetí můžeme vidět také modernější střihy, díky kterým tyto tradiční zimní materiály získávají současnější vzhled.



Marc Aurel



Mos Mosh



Part Two



Hype Drop

Gothic romance

Romantika znabírá během zimní sezony temnější a dramatičtější podobu. Trend čerpá inspiraci z historických oděvů a pracuje s výrazně ženskými detaily, jako jsou krajky, volány, nabírané rukávy, vysoké límce či transparentní materiály. Základní barvou zůstává černá, kterou doplňují hluboké odstíny vínové, tmavě fialové nebo červené. Důležitá je práce s materiály. Jemné krajky, šifony a transparentní tkaniny se kombinují se sametem, usní či hutnější vlnou, čímž vzniká zajímavý kontrast mezi jemností a výraznější strukturou. Výsledné outfity působí romanticky a tajemně, avšak díky jednoduššímu stylingu si zachovávají moderní a nositelný charakter.

TRENDY PÁNSKÉ MÓDY PRO ZIMU 2026/27

KONTRAST PROPORCÍ
A NÁVRAT K JEDNODUCHOSTI

rhm Praha – Nadcházející pánská sezona přináší zajímavou hru s proporcemi a propojuje uvolněné prvky s elegantnějšími siluetami. Návrháři se zaměřují na praktičnost, komfort a nadčasové střihy, které doplňují výraznějšími materiály a promyšleným vrstvením. Vedle velmi volných střihů se však stále více prosazují také modely kopírující siluetu. Výsledkem je rozmanitá zimní móda, která nabízí prostor jak pro ležérní, tak pro sofistikovanější styling.

Barevnost zimních kolekcí se drží především tlumených a neutrálních odstínů. Silné postavení má černá, antracitová a různé odstíny šedé, které jsou doplněny tmavě modrou, hnědou, khaki či vínovou. Vedle tmavších tónů budou trendy také béžová či krémová, které zimní outfity elegantně vybalancují. Světlé odstíny fungují dobře zvláště v kombinaci se strukturovanějšími materiály. Výraznější barevné akcenty zůstávají spíše doplňkem a objevují se například na pleteninách či svrchních oděvech. U materiálů se návrháři zaměřují zejména na komfort a hřejivost. Nechybí denim s vyšší gramáží, manšestr či hutné pleteniny, které se často kombinují s hladšími technickými materiály.

Důležitá je též práce s proporcemi. Vedle oversized kabátů, širokých kalhot a objemných bund se do kolekcí vrací také užší saka, přiléhavé pleteniny a střihy, které více kopírují postavu. Právě kontrast mezi objemnými a úzkými siluetami představuje jeden z charakteristických prvků sezony. Celkově tak zimní kolekce propojují pohodlí a funkčnost s elegantnějšími prvky klasického pánského šatníku.

Baggy jeans

Volné džíny pokračují ve své silné pozici a během zimní sezony se jejich silueta ještě více rozšiřuje. Typické jsou dlouhé nohavice, snížený sed a výrazný objem, který dodává outfitu uvolněný charakter. Návrháři pracují jak s klasickým modrým denimem, tak s tmavě modrými, šedými a černými odstíny, které lépe zapadají do zimní barevnosti. Objevují se oprané povrchy, výrazné šisování či lehce obnošený vzhled, který modelům dodává retro nádech. Baggy džíny se kombinují s objemnými bundami a pleteninami, ale také s elegantnějšími kabáty či saky čímž vzniká zajímavý kontrast

a široké džíny se tak posouvají i mimo čistě streetwearové outfity.

Fitted silhouettes

Vedle výrazně oversized střihů se do pánských kolekcí vrací také siluety, které mnohem více kopírují postavu. Trend vidíme především na sakách, košilích, rolácích a jemných pleteninách. Promítají se také do střihů kalhot a svrchních oděvů. Návrháři pracují s užšími linií ramen, zvýrazněným pasem a celkově čistší, štíhlejší siluetou. Nejedná se však o návrat extrémně úzkých střihů. Modely zůstávají komfortní a důraz je kladen zejména na dobře propracovaný střih a přirozené kopírování proporcí těla.

Thomas
Maine

Anerkjend



Digel

MANPOWERGROUP INDEX TRHU PRÁCE PRO 4. Q 2026

ZAMĚSTNAVATELÉ ZŮSTÁVAJÍ OPTIMISTIČTÍ



Foto: Pixabay.com

Praha – Společnost ManpowerGroup Česká republika v září zveřejnila výsledky průzkumu ManpowerGroup index trhu práce pro čtvrté čtvrtletí roku 2026. Data ukazují, že čeští zaměstnavatelé plánují v posledním čtvrtletí roku pokračovat v náborech nových zaměstnanců. Čistý index trhu práce dosáhl hodnoty 24 %, což představuje nárůst o 1 procentní bod oproti předchozímu čtvrtletí a o 10 procentních bodů ve srovnání se stejným obdobím loňského roku. Jde o jedno z nejsilnějších čtvrtletí za dobu měření.

V rámci průzkumu ManpowerGroup index trhu práce pro čtvrté čtvrtletí roku 2026 byla všem účastníkům vybraného reprezentativního vzorku 504 zaměstnavatelů v ČR položena otázka: „Jak očekáváte, že se změní celkový počet zaměstnanců ve vaší společnosti v následujícím čtvrtletí do konce září 2026 v porovnání s aktuálním čtvrtletím?“

V České republice plánuje 37 % zaměstnavatelů navyšovat počet zaměstnanců, 13 % očekává pokles a 50 % neplánuje žádné změny. Čistý index trhu práce tak činí 24 procentních bodů. Oproti předchozímu čtvrtletí jde o nárůst o 1 procentní bod, meziročně se Index zvýšil o 10 p. b.

Převládá důvěra

„Český trh práce vstupuje do závěru roku v překvapivě dobré kondici. Ekonomika sice neroste dramatickým tempem a některé firmy stále řeší slabší zahraniční poptávku, náborové plány zaměstnavatelů ale ukazují, že převládá důvěra v další vývoj. Náš Čistý index trhu práce pro čtvrté čtvrtletí dosahuje opět nadprůměrnou hodnotu a ukazuje rostoucí trend. Optimismus si nadále zachovává také Zpracovatelský průmysl včetně Automotive sektoru. Neznamená to, že se problémy trhu práce vyřešily. Naopak. Registrovaná nezaměstnanost vzrostla, ale zároveň máme přes sto tisíc evidovaných volných míst. Vedle sebe tak existují lidé hledající práci a firmy, které stále obtížně

hledají správné kvalifikace. Pro zaměstnavatele proto nebude hlavním tématem jen počet lidí, ale jejich dovednosti a schopnost rychle se adaptovat. Pro uchazeče je zpráva poměrně pozitivní. Firmy budou do konce roku dál nabírat a dobré příležitosti zůstávají i v průmyslu. Nejlepší vyhlídky budou mít lidé, kteří jsou ochotni učit se nové technologie, měnit svou kvalifikaci a přecházet mezi rolemi, protože právě tam se dnes nabídka práce rozšiřuje nejrychleji,“ říká generální ředitelka ManpowerGroup Česká republika Jaroslava Rezlerová. Přestože firmy stále čelí ekonomické nejistotě, výhled zaměstnanosti se postupně zlepšuje. Český pracovní trh zůstává stabilní a organizace pokračují v náborech zejména tam, kde dlouhodobě narážejí na nedostatek kvalifikovaných pracovníků.

Jako nejčastější důvod pro nábor nových zaměstnanců uvedli čeští zaměstnavatelé růst společnosti a s tím vytváření nových pozic (uvedlo to 37 % oslovených zaměstnavatelů). Jako druhý nejčastější důvod uvedli, že mají konkrétní projekty, které vyžadují nové pracovníky (29 %). Nejčastějším důvodem pro propouštění zaměstnanců je optimalizace procesů s cílem zvýšit efektivitu, což vede ke slučování rolí a redukci pozic (28 %).

Obchod a logistika vedou

„Největší chuť nabírat vidíme v obchodu a logistice. Spotřeba domácností se postupně zvedá, což vytváří další poptávku po lidech v prodeji, skladech a dopravě. Velmi zajímavý obrát vidíme v automobilovém průmyslu, kde se náborový Index výrazně zvýšil na 24. Červencová data ČSÚ ukazují, že výroba motorových vozidel patřila k hlavním tahounům růstu českého průmyslu a výrazně přispěla také k růstu nových zakázek. Následuje sektor finance a pojišťovnictví a technologie a IT služby (shodně 23), HoReCa, rekreační a kulturní služby (21), Zpracovatelský průmysl (21).

Nejslabší sektor, kde se ve čtvrtém čtvrtletí plánuje více propouštění, než nabírat je energetika, veřejné služby a přírodní zdroje s Indexem -5. Nejslabším sektorem s Indexem -6 jsou informační a komunikační služby.

TRENDY OBUVI PRO ZIMU 2026/27

MEZI ELEGANCÍ A KOMFORTEM

rhm Praha – Zimní obuvnické kolekce pro rok 2026 kladou velký důraz na komfort, kvalitní materiály a jednoduché siluety. Dámskou i pánskou obuv výrazně ovlivňuje návrat k tradičním materiálům a střihům, které návrháři přizpůsobují současným požadavkům na pohodlí a univerzálnost. Významnou roli hrají měkké usně, velur a hřejivé materiály, které jednotlivým modelům dodávají příjemný zimní charakter. Barevnost se nese převážně v tlumených přírodních tónech, mezi kterými má dominantní postavení hnědá.

Dámská obuv

Trendy dámské obuvi s sebou přináší zajímavý kontrast mezi subtilními a robustnějšími siluetami. Vedle vysokých kozaček a masivní kotníkové obuvi se i během zimní sezony prosazují velmi nízké modely s tenkou podešví, které navazují na popularitu balerín z předchozí jarní a letní sezony. Důraz je obecně kladen na pohodlí, měkkost a jednoduchost střihů. Dekoratívni prvky tuto sezonu ustupují do pozadí a prostor dostávají především materiály a jejich struktura.

Z materiálů bude dominovat hladká useň a velur, významnou roli však budou mít také měkké kožesinové materiály, beráncí vlna a useň s dlouhým chlupem. Ty se objevují zejména jako hřejivá podšívka, ale návrháři je nechávají částečně vystupovat také na povrch obuvi. Z hlediska barevnosti se kolekce drží převážně přírodních odstínů. Vedle černé

a béžové se výrazně prosazuje široká škála hnědých tónů od světlé karamelové přes koňakovou až po velmi tmavou čokoládovou.

Fluffy inside

Hřejivé podšívky již nejsou pouze funkční součástí zimní obuvi, ale stávají se také důležitým designovým prvkem. Kožesina, beránek a další měkké vlasové materiály záměrně vystupují z vnitřní části obuvi a vytvářejí kontrast k hladkému nebo velurovému svršku. Tento detail můžeme vidět především na kotníkové obuvi, nazouvacích modelech jako jsou mokasíny s otevřenou patou a robustnějších zimních botách typu válenky. Oblíbené budou zejména přírodní odstíny krémové a béžové, které návrháři kombinují s hnědou, koňakovou nebo černou usní. Výsledkem jsou modely, které působí velmi komfortně a zároveň přirozeně podtrhují zimní charakter kolekcí.



Shades of brown

Hnědá se stává jednou z nejdůležitějších barev dámské zimní obuvi. Návrháři pracují s velmi širokou paletou odstínů od světlé béžovohnědé a karamelové přes teplou koňakovou až po hlubokou čokoládovou a kávovou. Hnědá postupně přebírá část prostoru tradičně vyhrazeného černé a představuje její jemnější a přirozenější alternativu. Velmi dobře funguje zejména ve spojení s velurovou usní, která podtrhuje hloubku jednotlivých odstínů, stejně často se však objevuje také na hladkých a lehce lesklých usních. Hnědé odstíny prostupují prakticky všemi kategoriemi obuvi od subtilních mokasínů přes kotníkové modely a sneakery až po vysoké kozačky.

Flat flats

Velmi nízká obuv zůstává důležitou součástí dámských kolekcí také během zimní sezony. Trend flat flats navazuje na oblibu balerín a dalších subtilních modelů, které se vyznačují velmi tenkou a flexibilní podešví. Klasické baleríny jsou doplněny mokasíny, loafery či modely inspirovanými Mary Jane obuví. Typická je jednoduchá konstrukce, měkký svršek a minimální množství dekorativních prvků. Návrháři často pracují s hladkou nebo velurovou usní, která podporuje měkký a pohodlný charakter obuvi. Vedle tradiční černé se objevují především tmavě hnědé, vínové a neutrální béžové odstíny.

Marco Tozzi



Only Shoes



Selected



Högl



ichi



Gestuz

Marco Tozzi

**Gstar****Gstar****Pánská obuv**

Pánská obuv pro zimu 2026 kombinuje tradiční elegantní střihy s robustnějšími prvky. Klasické mokasíny, derby a kotníková obuv získávají výraznější podešve, širší proporce a celkově uvolněnější vzhled. Na druhou stranu se prosazují také jednoduché chukka boots, které díky čisté konstrukci představují univerzální variantu mezi elegantní a volnočasovou obuví. Důležitým prvkem zůstává pohodlí, kterému návrháři přizpůsobují nejen šířku obuvi, ale také konstrukci podešví.

Materiálově mají dominantní zastoupení tradiční usně. Vedle hladkých variant se velmi výrazně prosazuje velur, který obuvi dodává měkčí a méně formální charakter. Trendy bude též nubuk. Barevná paleta se drží především neutrálních a zemitých odstínů. Silné zastoupení má černá, tmavě hnědá a koňaková, objevují se však také světlejší odstíny béžové, pískové, šedé nebo olivové.

Chunky derby & loafers

Klasické pánské derby a mokasíny získávají v zimních kolekcích výrazně robustnější podobu. Tradiční svršky návrháři kombinují s masivními podešvemi, které obuvi dodávají modernější a méně formální charakter. Podešve mohou být hladké, častěji se však objevují varianty s výraznějším členěním, které zároveň podporuje jejich praktičnost během zimních měsíců. Svršky zůstávají poměrně minimalistické a vycházejí z klasických konstrukcí bez nadbytečných dekorativních prvků. Nejčastěji se pracuje s hladkou pevnější usní v černé a tmavě hnědé, díky které vyniká kontrast mezi elegantním svrškem a robustní podešví.

**Matinique****Gant****Tamaris****ONLY&SONS****Marco Tozzi****Suede chukka**

Chukka boots se v zimních kolekcích představují především v měkké velurové usni. Typický jednoduchý kotníkový střih s minimálním členěním a několika páry šňorovacích oček zůstává zachován, mění se však celkové zpracování. Podešve jsou o něco výraznější a pevnější, aby obuv lépe odpovídala zimnímu období. Velurová useň zároveň potlačuje formální charakter klasické pánské kotníkové obuvi a umožňuje její snadné kombinování s elegantními i ležérnějšími outfity. Barevnost vychází především z přirozených odstínů. Nejvíce budou zastoupeny varianty v béžové, pískové, koňakové a tmavě hnědé, doplněné o šedou a tlumenou olivovou.

**Lloyd****Marco Tozzi****Tamaris****Lloyd**

VELETRHY STYL A KABO, SRPEN 2026

HEZKY ČESKY



Brno - Veletrhy STYL a KABO proměnily od 21. do 23. srpna 2026 brněnské výstaviště v centrum módy, obuvi a obchodních setkání. V pavilonu V se představilo více než 140 firem a značek s kolekcemi pro sezony podzim/zima 2026/2027 i jaro/léto 2027, které nabídly nové materiály, barevnou hravost i nadčasovou eleganci. Více než polovinu vystavovatelů tvořily české společnosti. Srpnový ročník, který navštívilo kolem 3 000 odborníků a přátel módy, tak potvrdil význam veletrhu jako nejdůležitější B2B platformy módního a obuvnického průmyslu v České republice.

Projekt Hezky česky upozornil na sílu domácí módní a obuvnické scény. České vystavovatele mohli návštěvníci poznat podle symbolu české vlajky přímo na stáncích a projekt ukázal šíři současné tuzemské produkce od tradičních rodinných firem až po značky pracující s vlastními technologiemi, lokální výrobou a moderním designem. V části STYL se prezentovaly firmy Abella, Adystra, AGNES-PRAKTIKMODA, Bižuterie T. Lepidi, CityZen, CONTRACOR Clothing, E-skin, H & D, Hana Celnarová, HELENA BEDRNOVÁ, HI pletenáma Třebíč, Ing. Ilona Donátová – ATELIER DONÁT, Jan Kepa, Jana Kaziková, Jitex COMFORT,

MODELA výrobní družstvo Pardubice, Modrotisk Joch, my.pled, PRATTO, SDRUŽENÍ PODNIKATELŮ VKUS JIČÍN, Střední škola Strážnice, UOMO & DONNA a VEBA, textilní závody V části KABO to byly BENNON Group, FARE, Ing. Jiří Pícha, IPypax, Kastek komponenty, PEGRES obuv a Svatoslav Žaludek – LAGEN.

Ředitel veletrhu Martin Škarka k dlouhodobému záměru uvedl: „Naším cílem je, aby se veletrhy STYL a KABO staly místem, kde se české značky nejen představují, ale také získávají nové zákazníky, obchodní partnery a zaslouženou pozornost.“ Jeho slova potvrzuje i vedoucí marketingu české textilní značky

VEBA, Monika Mrštinová: „Naše nabídka je tak široká, že ji sem fyzicky nemůžeme celou přivést. Pro nás je veletrh silně marketingová záležitost. Obchody se tu samozřejmě rodí, ale hlavní je prezentace firmy a navazování nových kontaktů.“

Česká tvorba také na mole

Domácí tvorba nezůstala pouze ve veletržních expozicích. Módní přehlídky představily české výrobky přímo v pohybu a propojily různé generace i podoby domácí tvorby. Prezentovala se zde VEBA, která připomíná 170 let své historie, dále značky H&D, Uomo & Donna, Atelier Donát, Iveta Řádková, Helena Bedrnová a Střední škola Strážnice s Modrotiskem JOCH. Součástí byla také speciální přehlídka české obuvi FASHION HEZKY ČESKY se značkami Beda, JONAP, PEGRES a ProBOS. Outdoor oblečení i obuv prezentovala česká firma BENNON GROUP. V denních přehlídkách STYL SHOW I a STYL SHOW II se kro-

mě výše uvedených českých firem prezentovaly značky Yest, Orientique a nově také italské plavky Aquadicocco. Již potřetí byl součástí doprovodného programu také Czech Fashion Week, který do Brna přivezl v sobotu večer přehlídky českých módních návrhářů a propojil obchodní charakter veletrhu s autorskou módou.

ATOK a ČOKA: odborné zázemí veletrhu

Veletrhy STYL a KABO potvrdily roli místa, kde se setkává český textilní, oděvní, obuvnický a kožedělný průmysl. Výkonný ředitel ATOK Jiří Česal uvedl: „Partnerství s veletrhy STYL a KABO vnímáme jako klíčovou příležitost k prezentaci oboru, sdílení zkušeností a navazování nových obchodních i profesních kontaktů.“ Česká obuvnická a kožedělná asociace na veletrhu představila novou vizuální identitu, expozici „Česká obuv na jednom místě“ i historicky první módní přehlídku českých výrobců obuvi. Výkonná ředitelka ČOKA Kateřina Horáková řekla: „Srpnová edice veletrhu KABO pro nás byla velmi úspěšná a zásadní mimo jiné tím, že jsme zde poprvé představili novou vizuální identitu České obuvnické kožedělné asociace.“

Fashion Lounge: inspirace, odborná témata i osobní příběhy

Fashion Lounge v pavilonu V nabídla během tří dnů témata přesahující samotnou prezentaci kolekcí. Program se věnoval budoucnosti obouvání, barefoot obuvi, individuálním potřebám chodidel, péči o materiály, stylingu, folklóru, dermatologii, líčení i květinám jako součástí životního stylu. Podložka Denisa Prosser z Pure Motion otevřela téma spojení stylu a funkce, Klára Klempířová nabídla pohled do zákulisí návrhářské práce, Sylva Henríquez se věnovala generačnímu módnímu dialogu a Zuzana Osako vztahu folklóru a současné tvorby. Program doplnily také CityZen, my.pled, MUDr. Sabina Winterová, Krásná s Helenou a Iva Holubová z Carmen Flora. Fashion Lounge se tak stal místem odpočinku mezi obchodními jednáními, ale především prostorem pro znalosti, inspiraci a širší pohled na módu.

Professional Top Styl Designer hlásí návrat - zvítězil Sam Dolce

Professional Top Styl Designer se vrací jako soutěž po 15 letech a letos vyvrcholil představením šestatřiceti modelů šesti autorských kolekcí, z nichž každá nabídla vlastní pohled na práci s českým textilem. Finalisté pracovali

s materiály tradiční české společnosti VEBA a část zadání se opírala o využití afrického brokátu. Soutěže se zúčastnily kolekce Krojová zástěra Alžběty Johaníkové pro Kroj s. r. o., Komunikace Hany Celnarové, Tíha a let Jany Karasové, Contrast's Sylvy Henríquez a Radmily Bártové, Stop Boring Gray Miroslava Michaela Knota a Ozvěna Sama Dolceho. Při soutěžní přehlídce byly modely prezentovány anonymně, aby odborníci hodnotili především kvalitu návrhu, řemeslné zpracování, práci s materiálem a celkové vyznění. O výsledku rozhodla pětičlenná odborná porota ve složení Josef Āptfuch, Kateřina Jarošová, Zuzana Osako, Martin Gruntorád a Jana Motková ze společnosti VEBA. Vítězem, který si odnesl finanční odměnu ve výši 100 000 Kč, se stal Sam Dolce s kolekcí Ozvěna, která porotu zaujala uceleností, čistotou, jasným autorským rukopisem a promyšleným využitím materiálu. Předseda poroty Josef Āptfuch zdůraznil: „Vyhrála kolekce, která byla koherentní, jasná,

čistá, a kde hlavní roli hrála Veba.“ Soutěž tak ukázala nejen talent jednotlivých tvůrců, ale i potenciál českých materiálů v současném módním designu.

Galavečer STYL a KABO

Galavečer byl jako vždy společenským vrcholem veletrhu a spojil módní přehlídky, soutěže, osobnosti a slavnostní atmosféru. V přehlídkách byly k vidění nejlepší kolekce z denních show, ale také soutěžní kolekce či autorské modely Ateliéru Poner a Heleny Bedrnové. Závěrem lze říci, že STYL a KABO nabídly mnohem víc než přehlídku nových kolekcí: Propojily české a zahraniční značky, tradiční řemeslo s technologiemi, zkušené profesionály s mladou generací a obchodní jednání s módní inspirací. Srpnový ročník ukázal, že česká módní a obuvnická scéna má na čem stavět a že osobní veletržní setkání má i v době digitální prezentace stále zásadní význam.



Foto: BV



20 LET CLUTEX

ČESKÝ TEXTIL ŽIJE A BUDE ŽÍT DÁL

Liberec - CLUTEX má za sebou dvacet let. Je to dlouhá doba? Z pohledu člověka určitě ano. Z pohledu průmyslového odvětví možná až tam moc ne. Každopádně je to dostatečně dlouhá doba na to, abychom se mohli ohlédnout zpátky a říct si, co se nám podařilo. A současně dost krátká na to, abychom měli stále spoustu plánů do dalších let.

CLUTEX – klastr technické textilie – vznikl v roce 2006. U jeho počátků stály textilní firmy, Technická univerzita v Liberci, výzkumné organizace i Liberecký kraj. Myšlenka přitom byla vlastně poměrně jednoduchá: Propojme ty, kteří textilie vyrábějí, s těmi, kteří je zkoumají, vyvíjejí nové technologie a mohou pomoci českému textilu hledat nové cesty. A této myšlenky se držíme dodnes.



Za dvacet let se samozřejmě hodně změnilo. Změnil se český textilní průmysl, změnil se technologie, trhy i požadavky zákazníků. Přibyly pojmy jako digitalizace, cirkulární ekono-

mika, uhlíková stopa nebo digitální produktový pas. Technické textilie se dostaly do oblastí, kde bychom je před dvaceti lety možná ani nehledali. A změnil se také CLUTEX.

Z Liberecka do světa

Z původně především regionálního uskupení se postupně stala organizace zapojená do řady národních i evropských projektů a mezinárodních sítí. Naši členové spolupracují s univerzitami a výzkumnými organizacemi, hledáme společná témata pro výzkum a vývoj, propojujeme firmy mezi sebou a snažíme se dostávat české textilní know-how také za hranice. Společně se prezentujeme na veletrzích, připravujeme projekty, pořádáme odborná setkání



a hledáme možnosti, jak našim členům pomoci s problémy, na které by jednotlivě hledali řešení mnohem obtížněji.

A právě v tom podle mě spočívá hlavní smysl klastru. Ne v tom, kolik projektů jsme za dvacet let realizovali nebo kolika akcí jsme se zúčastnili, ale především v kontaktech a spolupracích, které díky CLUTEX vznikly. Některé vedly k výzkumným projektům, jiné k obchodní spolupráci a další třeba jen k tomu, že správné lidi věděli, komu zavolat, když potřebovali vyřešit konkrétní problém.

Textilie pro 3. tisíciletí

Našich dvacet let jsme si samozřejmě chtěli také připomenout. A kde jinde než tam, kde to celé začalo – v Liberci. Dne 9. září 2026 jsme proto společně s Fakultou textilní Technické univerzity v Liberci uspořádali první konferenci CLUTEX „Textilie pro 3. tisíciletí“. Přes sto účastníků z firem, výzkumných institucí, veřejných organizací i škol vytvořilo přesně tu směs, kterou bychom chtěli kolem CLUTEX vidět i do budoucna. Velkou radost mi udělala také účast přibližně třiceti studentek a studentů textilních oborů. Právě oni totiž budou rozhodovat o tom, jak bude český textil vypadat za dalších dvacet let. Jedním z hlavních bodů konference byl diskusní panel s trochu provokativní otázkou „Český textil žije?!“. Diskuse ukázala něco, o čem jsem osobně přesvědčen už dlouho. Český textil žije. Jen dnes vypadá jinak než před třiceti nebo padesáti lety. Nemusíme soutěžit množstvím vyrobených me-

trů látky. Můžeme ale soutěžit znalostmi, vývojem, flexibilitou, unikátními technologiemi a výrobky s vysokou přidanou hodnotou.

Od minulosti k budoucnosti

CLUTEX nechce být pouze organizací, která jednou za čas uspořádá seminář nebo rozešle členům zajímavou informaci. Chceme stále více fungovat jako praktická platforma pro vznik konkrétní spolupráce. Chceme dále roz-

víjet naše pracovní skupiny výzkumu a vývoje, propojovat podniky s univerzitami a výzkumnými pracovišti, hledat pro členy nové dotační a projektové příležitosti a pomáhat jim při společné prezentaci na zahraničních trzích.

Chceme také pokračovat v evropské spolupráci, kterou jsme v posledních letech výrazně rozšířili. Projekty jako TEX-BREIN nám umožnily propojit český textilní ekosystém s partnery z dalších evropských zemí. Do budoucna chceme tyto kontakty přetavit do nových konkrétních projektů, investic a spoluprací. Velký prostor vidíme také v přeshraniční spolupráci Česka, Polska a Slovenska – tedy právě v regionu, kde má textilní výroba hluboké historické kořeny a současně velmi zajímavou technologickou budoucnost. A chceme rozšiřovat i konkrétní služby, které CLUTEX svým členům nabízí. Klastř má smysl tehdy, pokud je svým členům skutečně užitečný.

Když jsme tedy letos slavili dvacet let CLUTEX, nebylo to pro nás uzavření jedné kapitoly. Spíš jsme se na chvíli zastavili, podívali se, odkud jsme přišli – a potom se zase podívali dopředu. Protože jestli mi něco naše zářijová konference potvrdila, pak to, že český textil žije. A uděláme všechno pro to, aby žil i dalších dvacet let.

Miloš Beran
manažer CLUTEX
www.clutext.cz

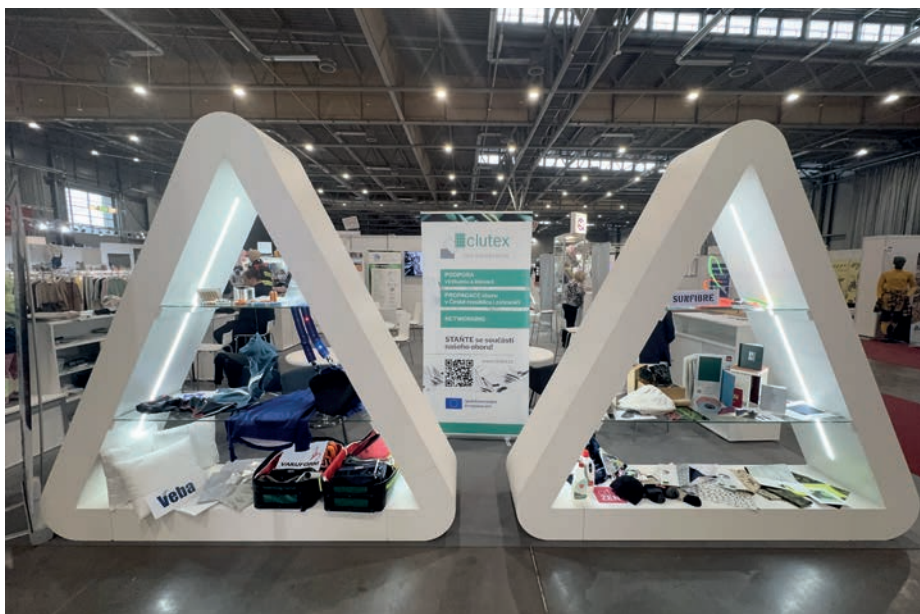


Foto: Clutext



**Spolufinancováno
Evropskou unií**

Cena Nadace Jana Pivečky 2026

Prostor pro novou generaci designérů



Foto: ČOKA

Brno - V rámci veletrhu STYL a KABO v Brně byly v pátek 21. srpna 2026 slavnostně vyhlášeny výsledky již 18. ročníku Ceny Nadace Jana Pivečky. Soutěž každoročně dává prostor studentům a mladým designérům obuvi a kožené galanterie a navazuje na odkaz Jana Pivečky, který dlouhodobě podporoval mladé tvůrce a jejich práci. Hlavními partnery soutěže jsou Nadace Jana Pivečky, Česká obuvnická a kožedělná asociace a Veletrhy Brno, mediálním partnerem je časopis Svět textilu a obuvi.

Letošní ročník byl rozdělen do dvou kategorií. Young Spirit je určena studentům středních škol, zatímco Professional View je určena studentům vyšších a vysokých škol a mladým designérům z praxe do 30 let.

Young Spirit: Fantom opery

V kategorii Young Spirit porota hodnotila celkem 42 prací. Hlavní cenu ve výši 10 000 Kč získala Zita Zakopalová ze SUPŠ Uherské Hradiště za kolekci Fantom opery. Kolekce je inspirována stejnojmenným muzikálem a pracuje s postavami Christine a Fantoma. Třetí model pak symbolizuje jejich propojení. Autorka tak prostřednictvím obuvi vytvořila příběh, který propojuje inspiraci divadelním světem s vlastní výtvarnou interpretací.

Professional View: New folk

V kategorii Professional View se letos sešlo 22 kolekcí. Hlavní cenu ve výši 10 000 Kč získala Lucia Aurora Baranová z Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně za kolekci New folk. Kolek-



ce New folk pracuje s reinterpetací tradičního folkloru. Autorka převádí inspiraci slovan- ským designem do současného pojetí a hledá nové možnosti, jak tradiční motivy a prvky využít v moderním designu obuvi a kožené galanterie.

Cena odborné poroty: VARIABLE

Cenu odborné poroty ve výši 10 000 Kč získala Linda Plachá z Fakulty multimediálních komunikací Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně za kolekci VARIABLE. Projekt se zaměřuje

na modulární obuv a doplňky. Základní obuv a kabelka jsou doplněny o různé prvky, díky nimž lze měnit jejich vzhled, funkci i charakter podle situace, počasí nebo nálady. Kolekce tak pracuje s variabilitou a možností přizpůsobit výrobek konkrétnímu uživateli i jeho potřebám.

Odborná porota se zároveň rozhodla ocenit ještě jednu práci Vedlejší cenou odborné poroty. Tu získala Tereza Černá ze SUPŠ Uherské Hradiště za kolekci Ozvěny života. Ocenění bylo spojeno s finanční odměnou ve výši 5 000 Kč. Kolekce vychází z jednotlivých etap lidského života – od narození přes adolescence a stárnutí až po vzpomínání. Obuv zde funguje jako symbol životní cesty, kdy každý krok představuje určitou zkušenost a každá stopa vlastní příběh.

Oceněné práce letošního ročníku ukázaly široké spektrum přístupů k obuvnickému designu – od práce s příběhem a kulturními motivy přes experimentování s funkcí až po hledání nových možností využití obuvi a doplňků. Cena Nadace Jana Pivečky tak již po osmnácté vytvořila prostor, kde mohou mladí tvůrci představit svou práci odborné veřejnosti a zároveň ukázat, kam se může obuvnický a galanterní design dále posouvat.

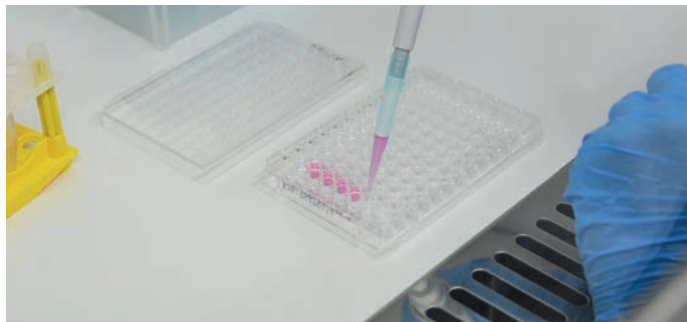
Všem oceněným i ostatním soutěžícím gratulujeme a děkujeme za jejich kreativitu, energii a odvahu přicházet s novými nápady.

Česká obuvnická a kožedělná asociace, Zlín



ČSN EN ISO 10993-1

Méně testování na zvířatech, více vědy



Brno - Od 1. září 2026 platí revidovaná ČSN EN ISO 10993-1 Biologické hodnocení zdravotnických prostředků, která přináší výraznější důraz na vědecky podloženou analýzu rizik a omezení zbytečného testování na zvířatech. Co změna znamená pro výrobce textilu, který přichází do kontaktu s lidským tělem?

Textil ve zdravotnictví není jen otázkou materiálu

Obvazy, krytí ran, roušky, operační pláště nebo implantabilní textilní materiály. Textil je ve zdravotnictví všudypřítomný. Jakmile přichází do kontaktu s lidským tělem, je vedle mechanických a hygienických vlastností nutné posuzovat také jeho biologickou bezpečnost.

Právě k tomu slouží soubor norm ISO 10993. Revidovaná část 1 zdůrazňuje, že biologické hodnocení má být součástí celkového procesu řízení rizik. Cílem tedy není podrobit každý výrobek stejné sadě zkoušek, ale na základě vědeckých poznatků určit, která rizika jsou pro konkrétní výrobek relevantní a jak je ověřit.

Jinak se bude posuzovat jednorázový operační plášť, jinak krytí rány a jinak materiál určený k dlouhodobému kontaktu s pokožkou.

Vláknem je jen začátek

Pro textilní výrobce je důležité, že biologickou bezpečnost nelze odvodit pouze od základního vlákna či polymeru. Význam mohou

mít také barviva, zušlechťovací a apretovací přípravky, povrchové úpravy, lepidla nebo zbytky výrobních chemikálií.

Při hodnocení je proto třeba zohlednit celý výrobní proces. Důležitá je kvalitní dokumentace, chemická charakterizace a informace o tom, k jakému účelu je výrobek určen, s jakou částí těla přichází do kontaktu, jak dlouho tento kontakt trvá a jaké látky se z něj mohou uvolňovat.

Testuj, když to dává smysl - ne proto, že to říká tabulka

Právě v tom spočívá jeden z klíčových principů revidované normy. Rozsah testování má vycházet z analýzy rizik a vědeckých důkazů, nikoli z automatického „odškrtávání“ zkoušek.

S tím souvisí i důraz na metody, které mohou nahradit nebo omezit používání zvířat. Důležitým testem v souboru ISO 10993 zůstává například hodnocení cytotoxicity podle ČSN EN ISO 10993-5. Zkouška se provádí in vitro na buněčných či tkáňových kulturách, nikoli na živých zvířatech.

TZÚ nabízí testování na tkáňových strukturách

Právě zde se nabízí konkrétní možnost pro výrobce zdravotnických textilií. Textilní zkušební ústav (TZÚ) v Brně nabízí testování biologické bezpečnosti na tkáňových strukturách, které může být využitelné při biologickém hodnocení výrobků metodami in vitro.

Pro výrobce to znamená možnost získat relevantní data o biologické bezpečnosti materiálu či výrobku bez automatického využívání testů na zvířatech.

vhodné řešit až u hotového výrobku. Už při jeho vývoji je důležité vědět, z čeho vzniká, jakými procesy prochází, s čím přijde do kontaktu a jaká rizika z toho mohou vyplývat.

Revidovaná norma tak posouvá důraz od plošného testování k cílenému hodnocení konkrétního výrobku. Pro textilní firmy to znamená větší význam analýzy rizik, chemického hodnocení a vhodně zvolených in vitro zkoušek na buněčných či tkáňových strukturách.

RNDr. Ludmila Tvrzová, PhD.
www.tzu.cz

Co si z revize odnést?

Biologickou bezpečnost není

Zkušebnictví
zkoušení textilií od vlákna až po hotový výrobek

Certifikace výrobků
pro regulovanou i neregulovanou sféru, veřejné zakázky

Certifikace systémů
řízení kvality, environmentu, energie, RABC

Centrum textilních a oděvních kvalifikací
vzdělávání pro výrobní a obchodní organizace, pro provozovny služeb

Projekty
národní a mezinárodní výzkumné a vzdělávací projekty

Vaši kvalitu oceníme!

Vývoj textilního a oděvního průmyslu v 1. pololetí 2026

Zaměstnanost nadále klesá

Praha – Jaký byl vývoj textilního a oděvního průmyslu v České republice sledovala Asociace textilního, oděvního a kožedělného průmyslu (ATOK). Svět textilu & obuvi má tuto zprávu k dispozici. V následujících řádcích uvádíme nejzajímavější údaje.

Prodej

Na základě výsledků 1. poloviny roku 2026 dosáhly tržby v běžných cenách v textilním a oděvním průmyslu (dále jen TOP) 28,5 mld. Kč. Z toho 23,9 mld. Kč v textilním sektoru a 4,6 mld. Kč v oděvním sektoru. Toto odpovídá stagnaci tržeb v TOP ve srovnání s 1. polovinou roku 2025. Při stejném srovnání pak v tržbách textilního průmyslu došlo ke snížení o 0,8 %, v oděvním průmyslu naopak k jejich růstu o 4,9 %.

Tržby za 1. polovinu roku 2026 oproti 1. polovině roku 2025, běžné ceny

Textil	▼ - 0,8 %
Oděv	▲ + 4,9 %
TOP	▲ + 0 %

Zaměstnanost

Zaměstnanost, měřená průměrným počtem zaměstnaných osob v organizacích s 20 a více pracovníky, dosáhla za 1. polovinu roku 2026 v TOP úrovně 24 tis. zaměstnaných osob, což představuje pokles o 3,2 % oproti 1. polovině roku 2025. Zaměstnanost v textilním průmyslu zaznamenala pokles na 16,3 tis. zaměstnaných osob, to je o 3 % méně oproti 1. polovině roku 2025. Oděvní průmysl také zaznamenal pokles počtu zaměstnaných osob, na 7,7 tis., což je o 3,7 % méně než v 1. polovině roku 2026.

Zaměstnanost za 1. polovinu roku 2026 oproti 1. polovině roku 2025

Textil	▼ - 3 %
Oděv	▼ - 3,7 %
TOP	▼ - 3,2 %

Mzdový vývoj

Průměrná měsíční mzda v celém TOP dosáhla za 1. polovinu roku 2026 hodnoty 36,8 tis. Kč, což představuje růst o 4,9 % oproti 1. polovině roku 2025. V textilním průmyslu mzda

Mzdový vývoj za 1. polovinu roku 2026 oproti 1. polovině roku 2025

Textil	▲ + 4,3 %
Oděv	▲ + 6,3 %
TOP	▲ + 4,9 %

dosáhla 40,2 tis. Kč a tato hodnota je přibližně o 10 400 Kč vyšší než v oděvním průmyslu.

Zahraniční obchod

Hodnota vývozu textilního a oděvního zboží za 1. polovinu roku 2026 dosáhla 79,519 mld. Kč a stoupla tak oproti 1. polovině roku 2025 o 2,8 %, z čehož hodnota vývozu textilního zboží zaznamenala růst o 0,7 %, oděvního zboží pak o 4,5 %. V případě dovozů došlo u textilního zboží k poklesu o 2,6 % na celkovou hodnotu 30,525 mld. Kč, u oděvního zboží pak hodnota dovozu klesla o 7 % na 55,586 mld. Kč. Oděvní průmysl si pak i nadále udržel zápornou bilanci zahraničního obchodu. Oproti tomu bilance textilního průmyslu se znovu dostala do kladných hodnot. Celková bilance textilního a oděvního průmyslu je však i tak záporná.

Zahraniční obchod za 1. polovinu roku 2026 v nominálním vyjádření oproti 1. polovině roku 2025

Vývoz	
Textil	▲ + 0,7 %
Oděv	▲ + 4,5 %
TOP	▲ + 2,8 %

Dovoz	
Textil	▼ - 2,6 %
Oděv	▼ - 7 %
TOP	▼ - 5,5 %

Co se týká objemu vývozu textilního a oděvního zboží za 1. polovinu roku 2026 v tunách, tak ten vzrostl oproti 1. polovině roku 2025 o 3,1 % na 297 tis. tun, z čehož objem vývozu textilního zboží vzrostl o 1,5 %, u oděvního

zboží byl pak růst o 10,2 %. V případě dovozů došlo u textilního zboží k nárůstu, a to o 1,3 % na 242 tis. tun, u oděvního zboží se pak hodnota dovozu snížila o 3,2 % na 93 tis. tun. Bilance textilního průmyslu v objemu zahraničního obchodu, se oproti nominálnímu vyjádření, neudržela v kladných hodnotách. Záporné bilance v objemu zahraničního obchodu dosáhl taktéž oděvní průmysl. Celková bilance textilního a oděvního průmyslu je tedy záporná.

Celkové zhodnocení

Oděvní průmysl je v současnosti, i vzhledem k růstu tržeb, v lepší kondici než průmysl textilní. Celkové tržby v textilním a oděvním průmyslu u firem s 20 a více zaměstnanci v roce 2026 dosáhly 28,5 mld. Kč, což oproti roku 2025 znamená jejich stagnaci.

V celém odvětví dochází k poklesu počtu zaměstnanců, a to o 3,2 %. Za poklesem se skrývá více faktorů, mezi nimiž nejen zvyšování mzdových nákladů a také špatná dostupnost kvalifikované pracovní síly, ale i úbytek větších firem v odvětví nebo jejich přechod do kategorie do 20 zaměstnanců, které statistická zjišťování nevedou již v patrnosti, případně změnu jejich hlavní činnosti, což má obdobný dopad. Průměrná tržba na zaměstnance u textilního průmyslu vzrostla o 2,3 %, a to i přes současné snížení tržeb. V oděvním průmyslu pak tržba na zaměstnance vzrostla o 8,9 %, a je tak zachována kladná hodnota z loňského roku.

V zahraničním obchodu textilním a oděvním zbožím došlo ke zvýšení vyvezené hodnoty (v Kč), a to o 2,8 %, celkový objem vyvezeného zboží v kilogramech se současně zvýšil o 3,1 %. Celková obchodní bilance u oděvního zboží zůstává dlouhodobě v záporných hodnotách jak v nominálním, tak v objemovém vyjádření, u textilního zboží je potom obchodní bilance kladná jen v nominálním vyjádření.



Tesco: Končí ve střední Evropě

Praha - Britský obchodní řetězec Tesco hodlá ukončit své účinkování ve střední Evropě. Chce se plně soustředit na domácí britský trh a ukončit třicetileté úsilí o vybudování globálního maloobchodního impéria.

Zdobře informovaných zdrojů proniklo, že zájem o prodejny Tesca v České republice a na Slovensku má rodinná společnost Schwarz Gruppe, pod níž spadají prodejny Lidl a Kaufland. Předložení nabídky plánují také nizozemský řetězec Ahold Delhaize, pod který spadá Albert, a polský diskont Biedronka. Tesco má v České republice, na Slovensku a v Maďarsku celkem 561 prodejen. Řetězec v tomto regionu již prošel rozsáhlou restrukturalizací v reakci na rostoucí tlak diskontů a také na změnu nákupních zvyklostí zákazníků.

Rozprodej impéria Tesco začal již ale již o mnoho let dříve. V roce 2015 Tesco prodalo jihokorejskou síť Homeplus, následoval prodej poboček v Thajsku a v Malajsii v roce 2020. O tom, jaký bude výnos z prodeje středoevropských řetězců, se teprve jed-

ná. Jisté je, že přispěje ke snížení cen na domácím, tedy britském, trhu, kde Tesco již nyní investuje do nových prodejen s cílem udržet si své dominantní postavení.

Rivalové Asda a Morrisons se totiž stále snaží vybojovat zpět tržní podíl, o který přišli po převzetí soukromými investičními fondy, zatímco diskontní řetězce Aldi a Lidl již ovládají téměř 20 procent trhu. K dalším rivalům na britském trhu patří maloobchodní síť Sainsbury's, která spolu s Tescem, Asdou a Morrisons tvoří takzvanou „velkou čtyřku“ (Big Four) britského maloobchodu s potravinami.



Čtenáři nám piší

V minulém vydání vašeho časopisu jsem si přečetl – mimo jiné – článek pod bombastickým názvem „Pokladní a evidenční systémy: Nezbytný nástroj moderního řízení textilních a oděvních firem.“ V textu se oslavně píše o digitalizaci obchodu i výroby. Podle autora přinášejí do podniků vyšší efektivitu, přesnější řízení skladových zásob a lepší zákaznickou zkušenost. A objevila se tam i věta: „Moderní pokladní a evidenční systémy dnes představují mnohem více než nástroj pro evidenci prodeje – stávají se centrem řízení celého podniku.“

Ta mě – s prominutím – doslova nadzvedla ze židle. Centrem řízení celého podniku musí být člověk – muž,

žena nebo dokonce celý tým! Já vím, v poslední době se všude objevují oslavné články o AI, tedy umělé inteligenci. V úvahách autorů AI řídí nejen podniky, ale i osobní a nákladní auta, radí, kam máme jet na dovolenou, co zdravě jíst, a dokonce vybírá lidem i životní partnery.

Zdá se mi, že svět se v poslední době doslova zbláznil. Vždyť domyslíme-li myšlenky autorů těchto článků, za pár let vedení výrobních podniků a obchodů (a nejen v textilní a oděvní branži) převezme umělá inteligence. Napadlo vám přitom, co bude pak s lidmi? Stanou se nepotřebnými a zbytečnými. Co takhle se jich zbavit?

Milan C., Ostrava

SVĚT TEXTILU & OBUVI

YDAVATEL:

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 Adamiček

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

ZAHRAŇNÍ:

Janie Durand

tel.: 0033 (6) 11 72 90 19

e-mail: jdk@jdurand.me

PŘEDPLATNÉ:

Předplatné zajišťuje jménem vydavatele společnost SEND Předplatné, Ve Žlíbků 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,

Pixabay.com

AUTORIZACE:

MK ČR E 19806, povoleno

Ministerstvem kultury ČR

ISSN 2336-7806

Redakci nevyžádané rukopisy, fotografie a kresby se nevracejí.

Za věcnou správnost textů

a obsah článků odpovídají

autoři. Texty označené

zkratkou PR jsou komerčním

sdělením, za text a obsah

inzerátů odpovídají zadavatelé.

Zveřejněné příspěvky nemusejí

vyjadřovat názor redakce.

Publikování nebo šíření

jakéhokoli materiálu z časopisu

či internetového zpravodajství

bez písemného souhlasu

vydavatele je zakázáno.

Vydavatel si vyhrazuje právo

publikované materiály zveřejnit

na internetu.

PARTNEŘI REDAKCE:



Toto vydání vyšlo 19. října 2026

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.