

MÓDA revue

AUGUST 2014 XIX. ročník

ODBORNÝ ČASOPIS

2,50 Eur/75 Kč

Geisha
WWW.GEISHAFASHION.EU

Radovánky v čipce

Luxus druhéj kože

**Olo Křížová
– ambasadorka
českej módy**

Favorité příští sezóny

**Úspěšný start
do roku 2014**



**MO
MAD**

METROPOLIS

INTERNATIONAL FASHION TRADE SHOW

www.momad.metropolis.ifema.es

12-14 Sep. 2014

ONLY PROFESSIONALS

ORGANISED BY



IFEMA
Feria de
Madrid

Coinciding with:



Mercedes-Benz
FashionWeek
MADRID

intergift

bisutex

madridjoya



bruno banani
NOT FOR EVERYBODY



VÝHRADNÉ ZASTÚPENIE PRE ČR A SR:

URBAN
GROUP

Praha 9 – Běchovice, ČR
tel.: +420 602 758 298, www.urbangroup.cz



gisela



K rása
nie je hriech



AIMÉE VOGUE, s.r.o.

Hollého 147
01501 RAJEC

Tel: +421 41 542 3707
Fax +421 41 542 4693
Mob +421 905 543 079

E-mail: info@aimeevogue.com
WEB: www.aimeevogue.com

Najnovšiu kolekciu vám
predstavíme na veľtrhu
STYL – Brno, 24. – 26. 8. 2014,
pavilón P – stánok 235

PRÍHOVOR



Držite v rukách veľtrhové číslo časopisu MÓDA revue a sme radi, že sa s vami môžeme podeliť o novinky zo sveta

módy a množstvo informácií s nimi súvisiacich. Vo svojich činnostiach som sa pristihol, ako sa snažím porovnávať a vnímať detaily trochu viac ako inokedy. Ak zmeníte detaily v móde, rovná sa to novému štýlu. Ak zmeníte detaily v životnom štýle, môže to z vás spraviť nového človeka a ak si dokážete dokonca všimnúť detaily, môžete sa stať veľmi úspešnými.

Návrat v podnikaní k „zdravému sedliackemu rozumu“ je síce pekná teória, ale musíme si všimnúť opäť detaily, a to v spotrebiteľskom správaní a nepochybne aj vo vývoji technológií. Aj my v redakcii tvrdo pracujeme a rozmyšľáme, ako pritaľovať k vašim inzerátom klientov a v podstate vsádzame na detaily. Skúste si ich všimnúť aj vy:

- sme na trhu 19 rokov
- pôsobíme v SR a ČR
- čitatelia sú odborná verejnosť
- distribúcia na veľkoobchody a maloobchody
- nájdete nás aj vo virtuálnom svete internetu cez www.modarevue.com.

Radi vás privítame v našom stánku P21 na augustovom veľtrhu STYL, pavilón P a verím, že si nájdeme spoločný čas a spolu detailnejšie zväžíme možnosti našej vzájomnej spolupráce.

MÓDA REVUE august 2014



Na obálke:

Výhradní dovozce značky GEISHA do České republiky:

Blue Trading Group s.r.o.
 Staněk Michal, tel. +420 777 151 734
stanek@bluetrading.cz
 Mooren Rob, tel. +420 777 151 743
mooren@bluetrading.cz
www.geishafashion.eu

TRENDY

Radovánky v čipke

6 – 7

Luxus druhej kože

8 – 10

Letná krása

12 – 14

Rafinovanosť nielen vo farbách

16 – 17

Vlna – reprezentant životného štýlu

18 – 19



REPORTÁŽ

Pingpong – Pitti Imagine Uomo, letná edícia 2014,

Pop up store v Auparku

24

Prêt à porter – pripravené na nosenie, Grand Slam pre Bread & Butter

25



MÓDNE FÓRUM

Víte že..., O úspech sa treba podeliť, Čeknite si českú módu, Absolútne čierna

28

Favorité príští sezóny, Našli sme pre vás...

30 – 31

Predať dizajn je umenie, Gaultierova nová múza, Výstavy

32

POZVÁNKA

V Brně vrcholí přípravy již 44. veletrhu módy

26

PREDSTAVUJEME

Oblečenie s tradíciou, Aimée Vogue – značka s charizmomou, Geisha – ráj pro ženy

20 – 21

Prádlo, které vydrží vše, Seznamte se s Gisélou, Nové spodní prádlo překonává zažitý zvyk

29



PORTRÉT

OLO Křížová – ambasádorka české módy

22 – 23

POSTREHY

Outdoorová reklama – skutočne funguje?, Slováci miňajú v priemere viac ako Česi, Najväčšia klimatizovaná promenáda sveta

33

Textilná a oděvní průmysl ČR – úspěšný start do roku 2014, Aktivity na investičním trhu rostú, Definitivná bodka za OP Prostějov, Daňový splátkový kalendár

34 – 35

MÓDA revue – odborný časopis. Štvrťročná periodika. Vydáva: Expa Group, s. r. o., IČO 35 960 981 (reg. číslo: EV 623/08). Ročník 19., číslo august/2014. ISSN 1336-071X, reg. číslo MK SR EV 3593/09. Riaditeľka vydavateľstva: Ing. Silvia Chmelárová. Redakčná rada: akad. mal. Iveta Ledererová,

Ing. Kamil Chmelár, Mgr. Monika Kollárová. Adresa redakcie: Expa Group, s. r. o., Magurská 16, 831 01 Bratislava. Tel.: 00421 905 600 197, 00421 908 750 919. E-mail: info@modarevue.com, www.modarevue.com. Jazyková úprava: Mgr. Darina Vitteková.

Sadzba, grafická úprava a litografie: Dolis. Redakcia nezodpovedá za obsah uverejnenej reklamy, ktorá je obsahom aj rubriky „Predstavujeme“.

Všetky autorské práva vyhradené © MÓDA revue. Dátum vydania: 10.8.2014. Cena: 2,50 € / 75,00 Kč.

Dámska a pánska spoločenská móda na rok 2015

Radovánky v čipke

DARINA VITTEKOVÁ, FOTO GETTY IMAGES PRE MBFW

Hneď ako sa končí v zime pôst, akoby z roztrhaného vreca vypadli rôzne bály, oslavy, tanečné zábavy a podobné radovánky a v lete zase rôzne spoločenské párty, na usporiadanie ktorých býva tiež mnoho dôvodov. Je veľmi málo žien, ktoré sú ochotné obliecť si to isté, čo pred rokom, a tak začne zháňanie nových garderób. Ako na to?

Trendy dámskej spoločenskej módy na rok 2015 majú jedno spoločné s bežnou dennou módou – bude ženská a sexi. Aktuálne budú formy kopírujúce siluetu alebo voľné splývajúce. Korzetový živôťik so širokou sukňou pripomínajúcou koniec 40. rokov tiež nedá priestor klebetám a ani silne ženská silueta "morskej panny" ešte neopustila módnú scénu. Veľmi sexi pôsobia sukne so skrátenou prednou časťou, ktoré sme občas videli aj počas minulých bálkových sezón alebo aj rozviaté sukne s vysokým rozparkom až po

začiatok stehna. Na menej formálnych udalostiach sa môžu ženy ukázať v priliehavých nohaviciach, ku ktorým sa hodí kreativitou nabitý top alebo blúzka. Čipky ideálne podporujú sexi vzhľad, a preto nimi netreba šetriť. Najmä tam, kde je vhodná transparentnosť. Spolu s kožušinou budú častým ozdobným prvkom, zdobením inak skromnejšou sezónou. Krátke šaty s dĺžkou pod kolená, na menej formálne príležitosti budú v trochu dievčenskom rozmarnom štýle a mladé ženy s peknými nohami nebudú musieť odvrhnúť ani minidžky, no v rozumnej miere. Aj



Francis Montesinos



Francis Montesinos



Reem ACRA



Zac Posen



Lela Rose



Pamela Roland

u nich prevláda monokolorita, na atraktivite im však neuberá. Zaujímavé strihy a materiály so spektakulárnymi kožušinovými doplnkami sa už postarajú nielen o atraktivitu, ale aj zvýraznenie osobnosti. Po trochu iných siahneme v lete, kedy sa viac hodia menej noblesné typy, svetlé odtiene ako slonovinová biela, bledoružová, ale aj viacfarebné s potlačou. Samozrejme aj tu závisí od typu podujatia.

Výber materiálov sa od minulých rokov veľmi nelíši – šifóny, mušelíny, čipky, satény ap., záleží však na ich technických kvalitách, ktoré sú veľmi dôležité pre komfort nosenia.

Farby, ako sme už naznačili budú monochrómne v púdrových intenzitách, nanajvýš s doplnkom v inej, prípadnej kontrastnej farbe alebo tón v tóne. Napriek tomu sa môžeme tešiť na rozmanitú farebnosť, kde sýtosť bude povolená bordovej, červenej, petrolejovej a čiernej. Ženy, ktoré majú cit pre etiku už budú vedieť na akú príležitosť je aké oblečenie vhodné, aby prekvalili, upozornili na seba, no nešokovali. Tu často treba



brať do úvahy vek, typ postavy, ako aj typ spoločenskej udalosti. Známe porekadlo „menej býva niekedy viac“ tu má plné uplatnenie.

Pánska spoločenská móda sa v podstate odvíja od zmien v bežnej móde. Kopíruje šírku nohavíc, formy saka, chlopni, vreciek, rozparkov. V čom je iná, sú použité materiály, ktoré môžu byť navyše zdobené, chlopne môžu byť z iného, často lesklého materiálu a celkový vzhľad samozrejme dotvára košeľa, viazanka, ktorá býva nositeľkou farby a netradičného viazania a k tomu vesta, či vysoko ovinutý pás. Rovnako podšívka saka môže byť inej farby. Z materiálov sa na spoločenské saka často využíva brokát.

Viac foto na
www.modarevue.com



Trendy bielizne na jar a leto 2015

LUXUS druhej kože

JČ, FOTO: ARCHÍV AUTORKY

Bielieň znamená v modernej dobe oveľa viac, než len kúsky nevyhnutných odevov, intímne skrytých pod vonkajšími obalmi. Bielieň je dnes sofistikovaná funkčná krása, plnohodnotná rovnako, ako vonkajšie vrstvy oblečenia.

Vďaka moderným, umelo vyrobeným materiálom s prídavnými hodnotami i tým prírodným v jemnej podobe a všetkým kombináciám i tiež vďaka novým technológiám v pletárskom, čipkárskom aj tkáčskom sektore a finálnym úpravám získavame materiály, ktoré sú ľahšie ako dych, priehľadné a pritom kompaktné, elastické, mäkké a veľmi príjemne pôsobiace pri dotyku s pokožkou. Na jarnú a letnú sezónu sú ešte sofistikovanejšie pre už spomínanú priehľadnosť. Formy a strihy je nutné často minimalizovať s ohľadom na výstrihy, prestrihy, mini body a podobne. A potom je tu veľký sortiment doplnkov, ktoré sú tiež malým a zároveň veľkým dielom technológií, či už ide o lemovky, stužky, mašličky, gumičky, háčiky, pútka, zapínacie sety, spony i ozdobné elementy. To všetko v mini a veľmi luxusnom vyhotovení.

Tu sa to však nekončí. Nie všetky dámy sú vybavené rovnako, niektorým je vo vrchných partiách dopriate bez toho, aby o to žiadali, iné hľadajú svoje miesto na



PrimaDonna Twist



Altabe



Empreinte



Lise Charmel



Maison Lejaby



Segretti



Maison Lejaby

Segreti di



Segreti di



Segreti di



Segreti di

slnku bez potreby drastických operácií na vloženie silikónových transplantátov. Bielizňový, mimochodom veľmi rozsiahly a úspešný priemysel, si poradí aj s nevysloveným priáním. Vhodné strihy a elastické materiály niečo zmenšia a naopak, vhodné formy a gélové vložky zhodnotia určité vrodené „nedostatky“. Mnoho dielov je možné už lepiť priamo na telo. A k dispozícii sú tiež tepelne vytvarované košíčky na bezšvíkové typy v jednoduchej forme alebo ako ľahké lamináty či „neoprény“.

Kľúčovú úlohu v novej sezóne bude hrať čipka. Do popredia sa dostanú veľmi jemné čipky s plochým povrchom a kvetinovým alebo arabeskovým dekorom, väčšinou s elastickým efektom. Značne sa bude využívať celoplošne vzorovaná čipka, alebo ako presne komponovaný diel do vsadiiek. Veľmi aktuálne budú



Maison Lejaby



Barbara - Paris

aj jednofarebné i farebné čipky, niekedy s plastickým dekorom a tiež rôzne drobné štruktúry a sieťové efekty.

Podprsénkové diely budú tvarované šitím alebo sa využijú vystužené košíčky, často z nových neoprénových priedušných kvalít. Budú s kosticami i bez nich, bohato zdobené čipkovými elementami.

Nohavičky budú minimalisticky vyhotovené ako tangá alebo v slipovom vykrojenom type, môžu byť i s vyšším bočným dielom. Čipky sú nevyhnutné a vždy tvoria set s vrchným dielom.

Bielizňové sety sú viacdielne, nechýbajú košielky a spodničky, v ponuke je nočná bielizeň, sexy bielizeň, klasická denná aj funkčná športová bielizeň.

Bezšvové pletenie vytvára predovšetkým u športových typov nové zaujímavé tvary, s možnosťou rôznych dimenzií vzorov i kvalít. Nuž a to je budúcnosť nielen v bielizni a vo funkčných odevoch.

Podľa charakteru by sa dalo bielizeň rozčleniť do štyroch skupín LUXUS A EXOTIKA, ROMANTIKA, SPORT, SEXY NÁLADY. Týmto skupinám sú podriadené formy aj dekory.

Viac foto na www.modarevue.com



Sagratelli



Barbara Paris



Sagratelli



Maison Lajahy

Lise Charnel



SLOVENKA®

since 1921

Vaša
slovenská
značka



SLOVENKA – Silver, s.r.o., Banská Bystrica
www.slovenkabb.sk, www.facebook.com/slovenkabb.sk

Pozývame obchodníkov a zákazníkov do nášho stánku č. P003 v pavilóne P na výstave STYL/KABO Brno v dňoch 24.-26. 8. 2014.

Trendy plaviek a plážového oblečenia na jar a leto 2015

Letná krása

D-CLUB, FOTO: GRAN CANARIA MODA CÁLIDA SWIMWEAR FASHION WEEK 2014

Plavky patria k letu, vode, prázdninám a dovolenkám. Neveľké kúsky odevného charakteru v sebe spájajú voľnosť, krásu a hlavne funkciu. Tá je nesporne rovnako dôležitá ako vzhľad a dobre padnúce formy, dané rafinovanou konštrukciou, vysoko elastickými úpletmi a technológiou spracovania. Súbor vlastností plážového oblečenia a plaviek je dielom nielen dizajnerských nápadov, ale predovšetkým inováciami vo vláknom, textilnom a konfekčnom sektore. Nepodstatná nie je ani fyziológia nositeľiek. Ako ukazujú reklamné ponuky, korpulentná dáma tam nikdy nefiguruje. Nie sme všetci ideálne urastení, a tak musí móda počítat aj s anomáliami, ale ponuka typov, strihov a vzorov bude na budúcu sezónu tak široká, že si vyberú všetci.

Snáď ešte k materiálom. Elastické vlákna už výrobcovia vedia zafarbiť, obtočiť nekonečnými, veľmi jemnými syntetickými komponentmi v najjemnejších formách, pletacie technológie ich dokážu spracovať do poréznych, ale kompaktných veľmi jemných štruktúr, vzorkovacia technika vytvorí povrchové štruktúry alebo pestro vyplnené jemné vzory či hladké vzdušné typy s leskom, prípadne v mate s možnosťou plošnej či panelovej potlače, spracovateľské technológie pridávajú lesklé vzory alebo perforáciu laserom. Možností je neúrekom, a to sme sa ešte nedostali k nadstavbe: rezistencia k chlóru, ochranu proti UV žiareniu, rých-



Auria London



Banana Moon



Hipertráfico



Auria London



The Knot Company



Banana Moon

le schnutie a hoci aj k dekoráciám vo forme šnúrok, korálok, kamienkov či Swarovského sklenených elementov a ďalších ozdobných funkčných prvkov ako sú zapínacie sponky, zipsy, zakončenie viazačiek...

Škála typov, tvarov a vzorov je veľmi široká, možno ju však rozčleniť do štyroch majoritných trendov.

ŠTRUKTURÁLNE

Mestská energia je motiváciou pre športovo surferský street & beach city štýl a ich kombinácie. Atletické námety sa vracajú a pripomínajú 80. roky so svojimi priliehavými siluetami a strihmi. Dnešné športové inšpirácie sú podporované inováciami a odkazmi na architektúru a futurizmus. Štrukturálne typy tu sú normou, ktorá chráni pokožku a necháva voľnosť pohybu. Strihy sú čisté a súčasné.



Onda De Mar



Miss Bikiny



Hipertroico



Dolores Cortes

Neónové a jasné metalické farby odrážajú hyperaktívne mestské činnosti. Novinkou sú priedušné odevné „neoprény“ na plavky a plážové odevy.

Moderná geometria s mdlými odtieňmi a signálnymi akcentmi sú tiež súčasťou športového vzhľadu, ktorý sa prejaví v lineárnych námetoch, opäť sa vracajúcich do módného sveta, a to v plnej paráde vo sviežom poňatí. Inšpirácia pochádza z abstraktných maliarskych diel 80-tych rokov 20. storočia.



Elena Rubio

KVETINOVÉ

Téma je inšpirovaná prírodou a kvetinami, s ktorými bude sezóna jar a leto 2015 dokonale spáť. Kvety oslavujú veľkolepý návrat do módy! Námety divoko rastúcich kvetín, sladkastých dekorov a exotická flóra vytvorená s vysokou kreativitou ako potlače na materiáloch s technickými aspektmi. Čipky a výšivky podporia grafický nádych. Prepletajúce sa výhonky a kvetinové arabesky zdobia celoplošne alebo úsekové časti plavkových dielov. Vyskytnú sa aj jedovaté tóny, iskrivé pastelý a fluorescentné živé odtiene. Akvarelové typy sa do seba maliarsky rozplývajú a farby sa prelínajú.

XXS alebo XXL? Extrémy v oboch smeroch sú vítané.

VOÁL

Už od čias antiky bol voál využívaný na zahalovalie ženského tajomstva. Doteraz predstavuje moderný a veľmi poetický štýl. Kľúčom témy je ľahkosť. Plavky a plážové odevy zakrývajú telo do hladkých, splývavých tkanín a úpletov, ktoré sú jemné ako vánok.

Čierna, biela a mäkké odtiene korálovej, vínová, modrá či hnedá budú aktuálnymi farebnými odtieňmi v typoch textílií vzdorujúcich gravi-



Elena Rubio



Miss Bikiny



XTG

Neo šport prináša pre budúce leto nové prvky s inšpiratívnymi návratmi do neďalekej módnjej histórie, ktoré sa transformujú do športovo-technickej elegancie. Vďaka nej využívajú nastávajúce trendy vo veľkej miere nové technické a technologické procesy. Napríklad laserové „strihanie“ vytvára presné formy pre korzetové a plavkové typy.

Hravé popruhy a viazačky

Pásy a popruhy sú jedným z mnohých nových detailov spolu s kontrastnými ozdobami. Multifunkčné pásy sa prispôbujú telu a vytvárajú nové ozdobné funkčné detaily.

Dekoltý

Hra s dekoltážou bude ústíť do mnohých tvarov od typov takmer ku krku, cez trojuholníky s výstuhou či bez nej, po vznešené formy podprseniek aj útle topy.

Formy

Už zďaleka neplatí absolútna minimalizácia plavkových dielov či jednodielnych plaviek – naopak, nohavičky už nie sú tangá, ale majú vysoký bočný diel, podprsenková časť je často konštrukčne riešená a využíva aj tepelné bezšvíkové tvarovanie a jednodielne plavky niekedy pripomínajú skôr topy ako plávacie úbor. Nie je to ale pravidlom, ale jeden z nových prvkov v ďalších sezónach.

Viac foto na www.modarevue.com



Oye Swimwear

tácii. Nové a veľmi vzdušné typy čipiek vytvárajú priesvity a letné dekorácie často ako tetovanie a transparentný motív priamo na koži.

PLISOVANIE

Ruka v ruke s neoklasickým štýlom prichádza aj trend plisovania a vrapovania. Tieto techniky spracovania textílií do odevov lichotia ženskej siluete a dodávajú všetkým ženám božský vzhľad. Sofistikovaný luxus je tu kombinovaný s hviezdou nádherou. Zmyselnosť je garantovaná jednoduchosťou oveľa lepšie ako bohatým dekorom. Plisovanie a vrapovanie prináša eleganciu spojenú s ľahkosťou, nehmotným objemom a čistými tvarovými líniami do krajnej jednoduchosťi.

Plisovanie je prchavé umenie a ľan, hodvábný krep a egyptský bavlnený voál sú ideálnymi typmi, ktoré odrážajú ľahkosť a nádheru tvarovania vlákien. Farby pre túto nadčasovú ozdobnosť budú vybrané z palety prírodných tónov, ako sú luxusné pieskové, žlté a zlaté, perlové, perleťové a odtiene šedej.



We Are Handsome



Onda De Mar



TEXTILIE MAJÍ POHYBUJÍCÍ SE BUDOUCNOST S GROZ-BECKERT JIŽ OD ROKU 1852



Spjatá s tradicí a upsaná pokroku – to charakterizuje Groz-Beckert. Od roku 1852 se společnost vyznačuje precizností a kvalitou a stále se rozvíjí. Dnes je Groz-Beckert předním celosvětovým dodavatelem průmyslových strojních jehel, přesných dílů a jemných nástrojů, jakož i systémů a služeb pro plošnou textilní výrobu a její řízení. Cílem je být inovačním, procesním a servisním partnerem, který přispěje k úspěchu zákazníka. S 8 000 zaměstnanci, zhruba 70 000 typy výrobků a s prezencí ve více než 150 zemích míří Groz-Beckert směrem ke skvělé budoucnosti. Nastupte si!

KNITTING | WEAVING | FELTING | TUFTING | SEWING

Trendy materiálov na plavky a spodnú bielizeň na jar a leto 2015

Rafinovanosť nielen vo farbách

D-CLUB, FOTO: INTERFILIERE

Nová sezóna bude charakteristická divokou variáciou farieb a texturáciou. Jasne a s veľkým nábojom sezónnosti sa pozvoľna dostáva k zaujímavej sezónnej a konfekčnej móde.

TÉMY:

SKVOSTY

Nádherná a dôvtipná téma, kde jemné a rafinované materiály idú ruka v ruku s pastelovými odtieňmi. Vývoj ľahkých textílií vďaka rozsiahlemu a dlhodobému výskumu modernej vláknovej a textilnej vedy prináša stále jemnejšie a hladšie priadzové elementy pre veľmi jemné a diskkrétne efekty. Sú tu viditeľné vplyvy 70. rokov minulého storočia v lesklých a jednoduchých typoch tkanín a pletenín, ktoré sú nadčasovo jednoduché. V oblasti zdobenia a výšiviek sa výskum zameriaval na neuveriteľne ploché efekty, často s chintzovým charakterom, vytvorené tepelnou úpravou na veľmi jemných podkladoch na dosiahnutie neuveriteľne subtilných trvalých dekoratívnych prvkov, ktoré sú „neviditeľnými“ pod odevmi. Mäkký omak je normou, ktorá ešte nie je prekonaná a je už dnes klasikou aj pre kovové efekty.



Zo vzorov sú v tejto skupine aktuálne botanické námety s kreslenou líniou potlače, štruktúr či reliéfnych vzorov (gaufrage). V čípkách je pri kresbe výraznejšie použitá obrysová niť. Čípkové vsadky aj výšivky budú tiež s florálnymi námietmi.

Dôležité sú zmesi s bavlnou a modifikované vzdušné mikro a viskóзовé typy. Jedná sa o veľmi elegantnú skupinu, kde noblesu materiálov podčiarkujú aj farebné odtiene, ako je slivková, šedá, čokoládová, fialová, perlová, tyrkysová. Iná škála farieb je určená na hodvábne výrobky, tie budú vo výraznej škále červených a cyklámenových farieb, žltých a oranžových tónov.

SUVENÍRY

Téma s mladistvým nábojom bude využívať dynamické vibračné farby a sústrediť sa na dezény inšpirované 60. rokmi minulého storočia. Vzory budú jednoduché ako v ploche, tak vo výšivke či ozdobách, v čípkach a potlačí. Časť z nich je vo veľmi jasných odtieňoch, bez kriľavých efektov a gýčov. Historické návraty so sebou prinášajú nádherné výšivky v mladšej a sexy verzii. Dekory nie sú príliš konkrétne, často v podobe delikátnych kvetov. Veľká pozornosť bude venovaná lemom a bordúram, ktoré sú minimálne ozdobné. Kombinácia geometrických aj florálnych námietov a kompozície, ktoré využívajú umelecké fotografie kvetov, sú vytvorené tlačiarenskou technológiou, výšivkou či laserovou technikou.

High-tech efekty zostanú veľmi diskkrétne a sústredia sa na textilné úpravy a mäkosť pri dotyku. Z farebných odtieňov to bude predovšetkým ružová, základom je modrá paleta – od vodových odtieňov po denim. Žltá je prezentovaná ako akcent



alebo brilantný dotyk dynamiky. Ďalej je tu celý rad telových a pudrových odtieňov, svetlo šedá a vyblednutá cyklámenová. Oživený kimono štýl sa priblíži k ázijským hodvábny inšpiráciám s výšivkami.

ARTEFAKTY

Experimenty s geometriou a grafickými efektmi prinesie v novej sezóne táto umelecky zameraná skupina. Zaujímavé budú optické efekty na povrchových štruktúrach vytvorené spracovateľskými procesmi, ako je vločková potlač, plísie alebo chintzové lesky, ktoré prepožičajú výslednému produktu pridanú hodnotu a posunú ho do luxusných kvalít. Farebná rada obsahuje niekoľko červených odtieňov a tie sú vodcovskou farbou v intimnom sektore. Pod vplyvom plavkových a plážových námietov sa dezény zmenšujú až do mikro proporcií. Dôležité sú sieťové efekty a porézne typy, ktoré skupine dodajú športovú náladu. Nádherné budú hodvábne typy hladkých tkanín a úpletov doplnené o geometrické vzory, prípadne s kravatovými motívmi. Kvetinový duch sa aj tu navracia v štylizovanej podobe. Farebná paleta je sytá a okrem červených odtieňov nechýba čierna, béžová, tyrkysová a oranžová.





BÁDATEĽ

„Zápas“ rozdielnych svetových kultúr posúva móдне dianie k novým nápadom a kombináciám ako v bielizni, tak v konfekčnom spracovaní odevov. Hranice medzi jednotlivými sortimentmi sa tu rozširujú.

Aj tu sú dôležité kvetinové vzory, často štylizované do rôznych arabesiek a dekorov, ale hlavne do patchworkových a šatkových vzorov s pravidelným opakovaním. Bordúry, kaleidoskopické motívy a dekorácie sú často vytvárané „na mieru“ ako panelové potlače. Veľká pozornosť je venovaná cigánskym a etnickým námietom, ktoré sú transformované do moderného sveta. Fotografické výtlačky pomáhajú rozvinúť etnickú ozdobnosť. Explozívne farebné efekty môžu byť vytvorené s metalickým dotykom. Farebné spektrum je veľmi rozmanité a paleta prakticky nekonečná. Aktuálne budú jemné dotyky medi a zlata, práve tak ako fialová. Materiály sa pohybujú vo veľmi ľahkých váhových kategóriách, v matnom, jasnom a kompaktnom vyhotovení. Vysoko sú hodnotené obojstranné typy s bavlnenou vnútornou stranou. Skupina má umelecký charakter a je určená predovšetkým pre individuálnych užívateľov.

BEACH & CITY

Pre plavky a plážové typy odevov budú zaujímavé etnické a kvetinové námiety, žiarivé farby a potlače s kovovým leskom, lakované povrchy, štruktúry a výšivky.



COMFORT
CUP A-H

24. – 26. srpen 2014

Brno - Výstaviště - pavilon P

STYL

MEZINÁRODNÍ VELETRH MÓDY
DÁMSKÉ PRÁDLO & PLAVKY

www.anita.com

Trendy vlnárskych materiálov na sezónu jar a leto 2015

Vlna – reprezentant životného štýlu

TEXT A FOTO: D-CLUB

Nadnárodná vlnárska asociácia pripravila s predstihom trendy ideí, farieb a kombinácií, kvalít aj vzorov a odevných námetov na novú letnú sezónu 2015. Je to výber toho najlepšieho ako po stránke módnej estetiky, tak z hľadiska technických možností modernej doby. Trendy sa sústreďia na niekoľko námetových okruhov a budú sa zaoberať tkaninami, úpletmi, odevmi a ich detailmi. Trendy nie sú jednoznačne vyhranené na dámsku a pánsku časť aj keď sa obidve prelínajú. Sú tu témy, ktoré k vlně bytostne prináležia, veľa historických odkazov a retro námetov, ale aj inovačné trendy, ktoré posúvajú kvalitný prírodný materiál do sféry ochrannej a vysoko technickej. To vytvára z luxusnej merino vlny široko použiteľný materiál pre súčasný moderný životný štýl.

BALERA

V povojnovej dobe sa v Taliansku rozšírili balera, teda tančiarne, v ktorých sa schádzali prostí ľudia, aby objavili radosť zo života, stratenú dlhými vojnovými rokmi. Tieto malé aj veľké haly sa plnili znovuobjavenou radosťou, hudbou a pohybom. Téma vyjadruje veselosť kombinovanú s krásou a eleganciou v prístupných možnostiach doby. Retro námet využije klasické farebné odtiene, fantazijné pružky sú témy pre pánov, kvetinové potlače na ultra ľahkých kvalitách zase pre dámy. **Materiály:** vlna kombinovaná s bavlnou, nylonom a viskózou so spranou úpravou. Fantazijné vzory a štruktúry, vichy kára, seersucker a mikro kára. Priadze s mulině a melanžovým efektom, tiež krepové typy.



BLOG

Novodobá téma je inšpirovaná vzrastajúcim počtom medzinárodných blogerov a je oslavou originality, výrazných farieb a nových stylistických kódov. Dnešná mladá generácia perfektne ovláda svoj štýl a využíva originálne vzory, kombinuje výraznú farebnosť a žakárové kontrastné vzory.

Materiály: vlna bude v 100% nasadení alebo sa budú využívať jej zmesi s ľanom či bavlnou, tkaniny aj pleteniny sú dotvorené originálnymi štruktúrami a vzormi, ako je madrasový prúžok, kára, vichy kocky a výrazný prúžok prípadne grafické vzory. Na fantazijné tkaniny a úplety sú využité hladké priadze.

EXCELSIOR

Tento námet vytvára jemné pastelové odtiene, inšpiráciou je luxusná atmosféra prestížneho benátskeho hotela Excelsior z roku 1960. Jemnú a samozrejmu eleganciu tvoria farebné kárované saká pre dámy aj pánov. Pre dámsku sekciu sú charakteristické sofistikované a delikátne potlače na šatách a blúzkach, pánom je určená súčasná elegancia sák, a to v totožných formách pre nedbalú eleganciu aj voľnočasové aktivity. Farebná paleta je exkluzívna vrátane delikátnej ružovej, krémovej a oranžovej farby.

Materiály: 100% vlna, zmesi vlna/bavlna, vlna/hodváb a vlna/konope stvárnená do tkanín s jemnými štruktúrami a vzormi do typov panama, rybia kostra, kára a kvetinových aj geometrických námetov potlačí pre dámy. Priadze sú v melanžovom vyhotovení, vhodné sú žakárové vzory, vlnený žerzej a jemné úplety.





HONG KONG

Téma sa inšpiruje sofistikovanou atmosférou Hong Kongu roku 1940, kedy vplyv slávnej britskej kolónie menil jemné a čisté strihové formy starobylého čínskeho kostýmu. Tento smer je odrazom relaxačného štýlu, vždy prítomného elegantného outfitu so sofistikovanými tkaninami a krajčírskou tradíciou i



dávkou odvahy pre nové zmesi. Originálna atmosféra ovplyvní dámske tkaniny, ktoré budú obohatené o typické kvetinové potlače, dominantnou farbou bude klasická béžová.

Materiály: 100% extra jemná vlna Merino, noblesné vlákna ako hodváb, mohér a ľan a koncept Cool Wool ideálny do horúceho počasia. Využijú sa novo stvárané klasické väzby a vzory, ako sú ihlové pružky, kára a glenček. Objaví sa veľmi jemná česaná vlnená priadza a zaujímavé melanžové efekty.

FREEPORT

Téma je inšpirovaná svetom námorníkov a oslavou ich športového, vysoko funkčného ochranného oblečenia, ktoré vyjadruje dynamiku i humorný prístup k životu úplne zasvätenému moriam a oceánom. Vášeň je vyjadrená čistou paletou farieb, kde sú ako akcenty použité výrazné farby majákov a bóji. Novodobá úprava textílií a obnosený, ľahko zdevastovaný vzhľad sú nevyhnutnými aspektmi týchto typov.

Materiály: 100% vlna, zmesi s bavlnou alebo nylonom, strečové typy a hlavne nepremokavé úpravy a športový vzhľad.



AUSSIE

Inšpiráciu pre túto skupinu prináša rýdzo vidiecky život austrálskych farmárov a ich pomocníkov, ale najmä ich odevy, charakteristické praktickým a jednoduchým strihom nohavíc, košiel a kabátov ako pre mužov, tak aj pre ženy. Farebná paleta sa sústreďí na stovky teplých zemitých odtieňov a tónov slnečného svitu. Novoobjavené vlnené vlákna sú aplikované do špeciálnych kvalít s termoregulačnými schopnosťami, ktoré vytvárajú ideálne podmienky na horúce letné obdobie. Sprané a vyblednuté efekty budú jedným z charakteristických znakov tejto témy.

Materiály: zmesi vlny s bavlnou a ostatnými rastlinnými vláknami, ako je ľan, konope alebo i hodváb. Uplatnenie nájdú drobné potlače, tvil, panama i vafle.



ELEMENTS

Téma stelesňuje dokonalý súzvuk medzi módou a architektúrou, kedy strih a forma odevov sú inšpirované geometrickými líniami stavieb. Elementy hľadajú čistotu v línách, predovšetkým v japonskom minimalizme a využívajú farby stavebných materiálov, ako je krieda a cement. Dotyk geometrického vyjadrenia spolu vytvárajú aj svetelné efekty štruktúr a foriem, lesku a matu.

Materiály: 100% vlna alebo vlna v zmesiach s bavlnou, hodvábom, ľanom či viskózou. Vlnené žerzeje sa objavia hladké aj vzorované.



Oblečenie s tradíciou

SLOVENKA – Silver, s.r.o. so sídlom v Banskej Bystrici je tradičným slovenským výrobcom pleteného oblečenia značky **SLOVENKA®**.

Vznik značky siaha do počiatkov minulého storočia a počas bezmála 100 rokov je pre množstvo spokojných a verných zákazníkov synonymom pohodlia, osvedčených strihov a kvality. Široký sortiment pletenej spodnej bielizne, pyžám a nočných košiel, oblečenia na voľný čas, funkčného pleteného oblečenia a tiež vrchného pleteného oblečenia pre ženy, mužov aj deti ponúka v sieti viac ako štyridsiatich vlastných predajní.

Základným materiálom pri výrobe sú úplety zo 100% bavlny, ale aj luxusnejšie materiály, ako modal a viskóza, a pre zvýšenie pohodlia sa v kolekciách používajú aj úplety s elastanom.

Od roku 2010 sa v ponukových kolekciách Slovenky využíva širšia a pestrejšia škála farieb, rôznych potlačených úpletov a na každú sezónu prináša na svoje pulty vždy niečo nové – plyše a froté, mercerované úplety, letné šaty a módné tuniky.

Zárukou kvality vyrábaného oblečenia nie sú len dlhoročné skúsenosti a tradícia, ale tiež certifikát **ISO 9001**. Spoločnosť získala v roku 2014 certifikát kvality o nezávadnosti vý-



robov **Öko-Tex Standard 100** na základné úplety používané pri výrobe spodnej a nočnej bielizne. Zákazníci tak vedia, že si kupujú kvalitné výrobky nielen na jednu sezónu.

So základnou kolekciou spodnej bielizne, ktorá sa vyrába celoročne, tradičnými modelmi oblečenia na voľný čas, ako sú tepláky, tričká a hlavne s novou kolekciou vrchného pleteného oblečenia a nočnej bielizne na jeseň a zimu 2014 sa budú môcť obchodníci zoznámiť priamo na brnianskom veľtrhu **STYL** už **24.-26. augusta** v pavilóne P, stánok číslo **P003**.

V kolekcií výrobkov nájdu zákazníci klasické modely v pekných farbách, romantické a zaujímavé potlače na pyžamách, tričkách či tunikách, pružky, káro, domáce súpravy z plyšových úpletov a veľa iných modelov. A niečo špeciálne prináša značka aj pre deti – kolekciu tričiek a pyžám s postavičkami z príbehov o Ferdovi mravcovi.

SLOVENKA – Silver, s.r.o.
Zvolenská cesta 14
974 05 Banská Bystrica
www.slovenkabb.sk
www.facebook.com/slovenkabb.sk
slovenka@slovenkabb.sk

Aimée Vogue – značka s charizmou

SICH, FOTO: AIMÉE VOGUE

Pre slovenských podnikateľov vôbec nie je ľahké ustáť na trhu viac ako desaťročie, zvlášť ak podnikajú v odevnom priemysle. Mať za sebou úspešných 15 rokov svedčí o stabilite firmy, o jej konkurencieschopnosti i tvrdej práci. Preraziť vo výrobe dámskych luxusných odevov a nájsť si svoje miesto na trhu sa podarilo aj spoločnosti Aimée group, s.r.o. Čas na krátky rozhovor s MÓDA revue si našla konateľka spoločnosti Anna Šimková.



„Slovo podnikateľ pre mňa osobne znamenalo obetovať svoj voľný čas aktivitám vo firme. Vďaka spolupráci a dobrým vzťahom, ktoré sme si vytvorili so zahraničným obchod-

ným partnerom, sme sa dokázali udržať v tomto odvetví až do dnešných dní“, hovorí A. Šimková. Spoločnosť sa od svojho vzniku zamerala na produkciu dámskej módy a požiadavky zákazníčok na aktuálne módné trendy viedli k flexibilnej reakcii v podobe originálnych luxusných modelov a tiež snahe neustále prinášať niečo nové.

Prísl' s koncepciou novej módnjej značky chce istú dávku odvahy, ale nepochybne aj obrovské skúsenosti. Aký bol impulz, ktorý rozhodol, že teraz je ten správny čas pre Aimée Vogue?

Už aj u nás rastie počet žien, ktoré sa nechcú obliekať v dikcii masových producentov odevných výrobkov. Prekáža im ich uniformita a v podstate aj obmedzený výber odevov na trhu. Vyhľadávajú módu, ktorá je odlišná a zároveň pohodlná. Práve rastúci záujem



zákazníčok bol tým odrazovým impulzom k zamysleniu sa nad vlastnou tvorbou. Našou kolekciou sa im snažíme priniesť to, čo hľadajú. Jedinečnosťou materiálov a spracovania, kvalitou a originalitou charakterizujúcou naše odevy, ktoré sledujú módné trendy a sú zároveň určitým spôsobom nadčasové, prinášame našim zákazníčkam nie len potešenie a radosť, ale pomáhame im zvýrazniť ich ženskosť a individualitu.

Kolekcie vyrábate na Slovensku, zvládajte to všetko vo vašej výrobní alebo kooperujete aj s inými slovenskými výrobcami?

Všetky výrobky, ktoré vyrábame sú zo slovenskej produkcie. Vzhľadom na tlak ázijskej produkcie, ako aj úbytok kvalifikovanej sily v našom odvetví, spolupráca s ostatnými výrobnými firmami z nášho regiónu je nevyhnutná.

Skvelé a originálne strihy sú zárukou, že si vás zákazník všimne. Kvalita materiálu a samotné vypracovanie premení klienta na stáleho zákazníka. Ako presvedčí Aimée Vogue?

Spoločnosť Aimée sa zameriava na jedinečnosť výrobu. Naším odhodlaním je vyrábať originálne odevy z kvalitných materiálov európskej produkcie. Nebojíme sa použiť aj materiály, ktoré sú náročné na spracovanie, čím tiež naše výrobky zvýrazňujú svoju osobitosť. Jedinečnými i keď zložitými technológiami, kvalitou materiálov aj spracovaním produkcie prinášame zákazníčkam maximálny úžitok z našich výrobkov.

Tvoríte kolekcie, v ktorých sa nájdu modely aj pre moletky?

V rámci našej kolekcie ponúkame mnoho rozmanitých kombinácií a veľkostí, a tak každá žena si individuálne dokáže nájsť presne to, čo je pre ňu jedinečné. Charizma našich výrobkov prináša ich nositeľkám sofistikovaný outfit pre každú, či už formálnu alebo neformálnu príležitosť.

Najnovšia kolekcia dámskej značky Aimée Vogue sa predstaví na brnianskom veľtrhu STYL v dňoch 24.-26. 8. 2014 v pavilóne P, stánok 235.

KONTAKT:

AIMÉE VOGUE, s.r.o., Holého 147,
01501 RAJEC, tel: +421 41 542 3707
fax +421 41 542 4693, mob. +421 905 543 079,
info@aimeevogue.com
www.aimeevogue.com



Geisha – ráj pro ženy

Existuje více produktů, které nesou jméno japonské společnosti „Geisha“. Ať jsou to sladké čokolády, skvělé sušičky či dekorativní kosmetika. Módní znalci však vědí, že dokonalost a krása obsažená v tomto slově je součástí i módního byznysu. Reč je o holandské značce dámské módy GEISHA, jejíž kolekce se nabízejí ve více jak patnácti zemích. Od roku 2012 má značka své oficiální zastoupení i v České republice.

Značka GEISHA se již tradičně představí na veletrhu STYL v Brně (24.-26. 8. 2014 stánek P11) a tentokrát představí nejnovější kolekci na jaro/léto 2015. Všichni návštěvníci tak mohou být svědky přímého přenosu odhalení nových trendů a směrů, které byly promítnuty do kolekce GEISHA. V současné době značka GEISHA dodává svým klientům kolekci na období podzim/zima 2014, kterou představila na únorovém veletrhu Styl 2014.

Za stabilitou značky stojí preference precizního zpracování kvalitních materiálů, netradiční kombinace při spojování látek ve stylu Mix & Match, zajímavé tkaniny s tiskem jemných abstraktních vzorů nebo velmi detailní potisky pomoci technologie Injekt-print.

GEISHA je určena pro sebevědomé



a úspěšné ženy, které dokážou ocenit kombinaci dokonale padnoucích střihů, luxusních materiálů, osobitého vzhledu a kvalitu zpracování. Se svojí širokou nabídkou v kolekcích poskytuje doslova ráj pro citové vyjádření ženy, pro kterou je móda nejen velikou inspirací, ale i zábavou a vášní, díky níž vyjadřuje svoji ženskost a spoluvytváří neopakovatelné zážitky ve vnímání sebe sama.

V kolekcích značky mají hlavní slovo skvěle padnoucí kalhoty, nadýchané svetry, reprezentativní topy, svěží šaty, hřejivé kabáty a bundy, zajímavé wrapy, overaly a další komponenty dotvářející dokonalý outfit. Tato široká ucelená nabídka má zároveň skvěle zastoupnou velikostní základnu konfekčních velikostí od čísla 34 až po 46.

Zástupci značky GEISHA se vždy těší na inspirativní osobní setkání s návštěvníky veletrhu a také představi

novou kolekci na kontraktovní módní přehlídce, která se uskuteční dvakrát denně ve dvou blokových vstupech na hlavním mole, kam vás srdečně zvou.

Výhradní dovozce značky GEISHA do České republiky:

Blue Trading Group s.r.o.

Staněk Michal, tel. +420 777 151 734

stanek@bluetrading.cz

Mooren Rob, tel. +420 777 151 743

mooren@bluetrading.cz

www.geishafashion.eu



OLO Křížová – ambasádorka českej módy

CHECKCZCECHFASHION.CZ, SERIÁL FASHION CONFESSION - MARIETA KAJABOVÁ, SICH, FOTO: OK

Tentokrát sa v rubrike Portrét nebudeme venovať tvorbe a inšpiráciám módnych dizajnérov. Predstavíme vám dôležitú osobnosť sveta českej módy, Olo Křížovou. Nedávno otvorila v Prahe svoj showroom, kde prezentuje tvorbu vybraných českých návrhárov a s nevyčísľiteľným počtom svojich aktivít neustále pomáha českej módnej scéne, aby sa rozvíjala a posúvala i za hranice. Veľký kus svojej energie odovzdala už aj slovenským dizajnérom i ako organizátorka nového slovenského fashion weeku Fashion LIVE!, ktorého ďalší ročník sa bude konať už v polovici októbra v Bratislave.

Olo Křížová svojou vášňou k móde pomáha už niekoľko rokov rozvoju českej módnej scény a do svojej práce vkladá neskutočnú energiu a nadšenie. Pracuje na úctyhodnom množstve aktivít. Založila Czech Fashion Council, ktorý je akousi infraštruktúrou českej módy, v septembri bude mať premiéru jej nový projekt na podporu nastupujúcej generácie českých i slovenských módnych návrhárov SCI-FI SAFARI, podieľa sa aj na organizácii slovenského fashion weeku Fashion LIVE!. Tým sa ale počet jej aktivít rozhodne nekončí.

Ako sú českí návrhári vnímaní v zahraničí?

Česká móda a český dizajn je v zahraničí vnímaný veľmi dobre. V tomto smere máme kvalitných ľudí, ale potom začíname pokrývať v obchodnej časti. Keď príde dopyt od klienta na nejaký ten objem, produkciu, tam je problém. Tvorba našich dizajnérov je vnímaná dobre, či už spomeniem prezentáciu mladých dizajnérov v Londýne na International Fashion Showcase 2014 alebo účasť Petry Ptáčkové a Hany Frišonsovej na Fashion Clash, ktorých kolekcie doslova zažiarili medzi ostatnou tvorbou návrhárov z 30 krajín sveta.

Ako vnímate súčasnú českú módnú scénu?

Projektov, ktoré podporujú módu, je strašne málo. Samozrejme sú tu eventy, kde sa môžu dizajnéri odprezentovať, ale tie nemajú ďalší dosah a vytvára sa tak

začarovaný kruh. Dizajnéri chcú, aby sem prichádzali nákupcovia zo zahraničia, ale prilákať ich sem v termíne, kedy sa event koná je veľmi obtiažne, pretože sa často kryjú s dôležitými prehládkami vo svete. Druhou pravdou však je, že často nie sú pripravení ani samotní dizajnéri.

Čo vás viedlo k založeniu Czech Fashion Council?

Aby móda ako celok nejak fungovala, vyžaduje sa spolupráca veľkého tímu ľudí. Nie je to len o dizajnéroch a organizátoroch eventov, potrebných ľudí je ďaleko viac. Preto vznikla myšlienka založenia platformy Czech Fashion Council, ktorá celú sféru módného biznisu v ČR podporuje, zastupuje a takisto i prezentuje na medzinárodnej úrovni.

Na akých projektoch momentálne Czech Fashion Council pracuje?

Teraz nás čakajú tri kľúčové projekty, ten prvý odštartujeme koncom septembra. Ide o SCI-FI SAFARI, platformu na podporu a prezentáciu slovenských a českých návrhárov, potom je to projekt Kaleidoskop, ktorý pripravujeme so staršími, už etablovanými návrhármi ako Monikou Drápalovou, Jakubom Polankom, Zuzanou Kubičkovou. Pri tvorbe sa inšpirujú archívom starých vzorov z Tylexu, konkrétne od konca 70-tych rokov 19. storočia až po 70-te roky minulého storočia a pretvárajú ich do súčasnej podoby v spolupráci s firmou Kříž. Tento projekt je zameraný na podporu kultúrneho dedičstva. Tretím je Green Carpet so zameraním na recykláciu a odpad v textilnom priemysle, kedy sa z recyklovateľných materiálov vytvárajú nové produkty.

Čo viedlo k založeniu OLO showroomu?

S niektorými českými návrhármi pracujem už naozaj veľmi dlho. Skvelým príkladom je Jakub Polanka, ktorý aktuálne trávi veľa času vo Francúzsku a keď tu nie je, veľa vecí riešim za neho. Logicky mi tak vyplynula ako vhodná forma spolupráce založenie showroomu, pretože dizajnér potrebuje nejaké to zastúpenie, nakoľko časovo nemá šancu stíhať komunikáciu s mediálnym svetom i obchodnými partnermi. Tak som otvorila showroom, kde je momentálne prezentovaných päť dizajnérov - Jakub Polanka, Zuzana Kubičková, Aleš Báry, Petra Ptáčková a Hana Frišonsová a na jeseň pribudne aj tvorba Lenky Sršňovej a tiež zastupujem Marcela Holubca. Mój showroom sa určite nedá porovnať so zahraničným. Ako sa hovorí, stavíme ho na nohy a mňa to skutočne veľmi baví.

So slovenskými návrhármi spolupracujete už dlhšie. Boli práve tieto vzťahy akýmsi podnetom, ktorý vás priviedol k projektu Fashion LIVE?

Samozrejme, to bol jeden z dôvodov. Slovenskú módnú scénu vnímam ako veľmi progresívnu. Je to malý trh, ale ponúka niekoľko výborných dizajné-

Model Zuzany Kubičkové (foto: Karel Losenický)



Olo Křížová (foto: Karel Losenický)



Fashionclash Festival Maastricht 2014 s dizajnérkami Janou Mikešovou a Lindou Zabilkovou

rov a ja som veľmi rada, že sa môžem aspoň čiastočne podieľať na budovaní stabilnej platformy fashion weeku v Bratislave, spolupracovať s profesionálnym tímom a slovenskú módnú tvorbu prezentovať aj v zahraničí. V minulosti bolo niekoľko snáh spojiť českú a slovenskú módu a urobiť jeden event. To ale nejde, každá zem má svoje špecifiká, ako kultúrne, tak trhové. Vzájomne sme veľmi previazaní, ale hlavný takt musí byť udávaný z domova. Nie je možné, aby prišiel tím zo zahraničia, ktorý v tej krajine nežije a diktoval pravidlá bez skúseností s lokálnym trhom. Ja môžem byť zo svojej kreatívnej pozície súčasťou tímu,



Mercedes Benz Fashion Week Berlin 2004, Czech Fashion Council team s Marketou Elisabeth Kuhn

môžem prinášať rady z mojich osobných skúseností, ale to všetko preberáme s vašimi ľuďmi z odboru a snažíme sa čo najviac priblížiť súčasným podmienkam a tvoriť autentickú platformu na rozvoj módného priemyslu na Slovensku.

Už v polovici októbra bratislavská Stará tržnica i centrum starého mesta znovu ožijú prehlídkami návrhárov z dielni nielen domáceho dizajnu. Kto všetko sa predstaví a čo všetko prinesie ďalší ročník Fashion LIVE?

V tomto momente už máme uzavreté prihlášky dizajnérov aj značiek. Program bude veľmi pestrý. Snažíme sa predložiť návštevníkom módu z toho najširšieho spektra, takú, aká naozaj je. Hlavný program je postavený na slovenskej módnjej tvorbe. Tento rok sa predstaví dvanásť módnych dizajnérov, medzi ktorými sú



Showroom Olo Křížové



International Fashion Showcase London 2014 s Petrou Ptáčkovou a jej kolekciov (foto Lucie Desmond)

Boris Hanečka, Lenka Sršňová, Marcel Holubec W., Veronika Hložníková, Petra Poárová a ďalší. Tiež sa predstaví nastupujúca generácia, študenti ateliéru 343 pod vedením Júlie Sabovej z VŠVU v Bratislave a ateliér designu odevu UTB Zlín pod vedením Márie Štraneckovej. Progressívny zástupca mladej generácie predstaví česko-slovenský projekt SCI-FI SAFARI. Samozrejme nebudú chýbať aktuálne svetové trendy, ktoré predstavujú butiky LaFemme, Imperia, Mona, Marella a Alize.

Objavia sa aj zahraniční hostia, zaujímaví dizajnéri a značky z krajín vyšehradskej štvorky. Z Českej republiky to bude Zuzana Kubičková, ktorá premiérovu predstaví na móle kolekciu na jeseň a zimu 2014/15, z Maďarska to bude Dori Tomcsanyi, z Poľska značka Maldoror dizajnéra Grzegorza Marlaga a nebude chýbať ani zástupca zo Slovenska.

To je však len výber z programu, ktorý sa predstaví na hlavnej scéne. Podujatie budú dopĺňať dizajnérske showroomy umiestnené na galérii v Starej Tržnici, sprievodné výstavy, videoprojekcie a fashion talky s odborníkmi z domova i z Európy. Akcia bude prebiehať 3 dni, 15.-17. 10. 2014 a myslím, že Bratislava naozaj ožije módou a dokáže že Móda žije! – Fashion LIVE!

Do konca leta bude rozpis prehliadok a sprievodného programu uverejnený na www.fashionlive.sk. Akcia zostáva otvorená pre verejnosť a na prehliadky a všetok program je vstup voľný.



Steny showromu zdobia zaujímavé obrazy a koláže od JULIUSA REICHELA

PINGPONG – Pitti Immagine Uomo, letná edícia 2014

D-CLUB

Loptička skáče z jednej strany stola na druhú v rytme možností protihráčov alebo tiež v ustálenom pohybe elektronicky riadených úderov. Na veľtrhu s pánskou, dámskou, športovou, outdoorovou a nekonvenčnou módou v júni vo Florencii bolo pingpongových stolov, rakiet a loptičiek neúrekom. Niekde ho len tak hrali záujemcovia z radov návštevníkov, inde si pinkali vystavovatelia v rámci svojich expozícií. Na tému tohto športu boli nainštalované aj centrálné dekorácie vo forme mnohých radov zvislých stolov s pravidelným rytmom pohybu loptičiek riadených počítačom alebo veľké plochy obrích pálok ako podkladov k tematickým módnym výjavom.

Pingpong, hlavná téma veľtrhu, sa prelínal celou kontraktačnou výstavou. Odras loptičiek evokoval odrazy našej doby - pink západnej civilizácie/ping impulzov z krajín tretieho sveta, ping tradície/ping nové technológie, ping zabehané poriadky/ping nové formy a farby, ping vrcholový šport/ping rekreačné športovanie, ping dobové inšpirácie/ping retro nálady ... móda zblízuje a posúva svoju kultúru zase o kúsok ďalej.

Nemôžeme si myslieť, že niekde nájdeme úplne odlišné módné formy a absolútnu zmenu rokmi prevereného výrazu pánskej módy. To budeme skôr očakávať vo výplodoch mladých tvorcov a v trochu vyššej miere v dámskom sektore. Aj v pánskej, máličko konzervatívnej móde je však priestor na kvalitatívnu zmenu. V samom počiatku sú to predovšetkým inovácie materiálov a technológií, ktoré v dokonalej súčinnosti dokážu vytvoriť rad noviniek a posunúť módu po špirále času, ďalej sú to dekorácie, v neposlednom rade detaily a komplexné skladby odevov.

Vyzerá to, že aj módne zdŕzanliví páni sa budú v nasledujúcej jari a lete pohybovať v optimistických farbách. Aspoň tak vyznela farebnosť jednotlivých odevných súčastí i celkov - celý rad pastelov a jasných farebných kompozícií, kde nechýbajú pánni trochu opovrhované farby, veľa drobných eternelových a kvetinových vzorov na košeliach aj s klasickým strihom a určených skôr k oblekom, plátené nohavice jasných farieb, výrazné odtiene pletených výrobkov, o plážových a dovolenkových odevoch



ani nehovoriac. V potlačích víťazia florálne tropické dezény alebo sa objavuje fauna či figurálne motívy. Patrí to k dobe vítaných prázdninových úletov a neznamená to navždy. Zdržanlivé sú naopak pánske klasické obleky so strihovou úspornosťou sák s minimálnym vnútorným vybavením, ktoré sú už mnoho sezón na vrchole rebríčka módy. Sú ľahké, bez konštrukcií, z materiálov víťazia zmesi často merino vlny, s hodváhom, viskózou, ľanom a bavlnou v poréznych a odľahčených kvalitách. Vzory využívajú variácie klasických námetov, vracia sa letný tvíd a kvality jemných naté štruktúr. Nohavice sú rovné a pohodlné, niekedy s malou manžetou. Športové saká budú pestrejšie a využijú širokú škálu farieb vrátane tých prírodných, budú často z bavlneného plátna či kepru v kombinácii s nohavicami, ktoré sa ohnú, alebo s rovnými ku kolenám. Doplnené budú košeličkami, ktoré sú dotvorené mnohými detailmi, s odlišným dezénom podšitia golierov zapínacích lég či sediel.

Dnes už bežne využívaný a veľmi dôležitý je celkový outfit - pre budúce leto to znamená farebné alebo prírodné mokasíny bez ponožiek, ležérne vyhrnuté rukávy či nohavice, ledbolo obviazaný pulóver okolo krku, dokonalá kabelka či vak a zladená farebná kompozícia toho všetkého. Sme predsa v Taliansku a tam na to majú patent!!!

Už 86. edícia sa opäť vydarila a sú to práve technológie, ktoré dokážu už toľkokrát opakované typy odevov posúvať do stále nových kategórií, pochopiteľne s kreativitou ich tvorcov.

Pop up store v Auparku

SICH, FOTO AUPARK

Obchodné centrum Aupark Bratislava prinieslo do Bratislavy koncept dočasného obchodu tzv. Pop up store, ktorý ponúkol unikátne módné oblečenie nielen slovenských dizajnérov. V zahraničí mimoriadne obľúbený netypický druh obchodu s možnosťou kúpy jednotlivých modelov sa tak po prvýkrát dostal na prelome júna a júla 2014 aj do hlavného mesta.

Na zákazníkov, ktorí chcú uniknúť módnej uniformite čakali inšpiratívne módné kúsky domácej i zahraničnej tvorby. Slovensko reprezentovala Jana Gavalcová, Lenka Sršňová, Zlatica Hujbertová či Petra Poárová, maďarskú módu Elysian DoRV či Daige. Nepochybne zaujímavé boli aj modely českej návrhárky Kateřiny Geislerovej, nehovoriac o štýlových topánkach slovenskej Novesty, alebo o taškách Popular. Do projektu sa okrem renomovaných dizajnérov zapojili aj viaceré obľúbené značky centra, napríklad Aeronautica Militare alebo Calvin Klein Jeans a taktiež salóny Pierot a Prolook. „Sme veľmi radi, že sme mohli podporiť myšlienku realizácie konceptu Pop up store a prispieť

tak k rozvoju dizajnerskej tvorby našich i zahraničných mladých návrhárov. Projekt sa u zákazníkov stretol s úspechom, čo potvrdzuje dobrá predajnosť tohto tovaru. Spokojní boli aj návrhári, ktorí sa do projektu zapojili. Je pravdepodobné, že projekt v blízkej budúcnosti zopakujeme,“ hovorí Petra Adamcová, marketinová manažérka Auparku Bratislava.

Keď sa povie dizajnerský kúsok, častokrát sa nám v mysli spája s vysokou cenou. Je to však úplne samozrejmé, pretože za každým modelom sa skrýva množstvo práce, každý je originálom. „Ja vnímam dizajnerské modely ako umelecké diela, ako možnosť vlastniť niečo mimoriadne, jedinečné. Dá sa povedať,



že kúpou dizajnerskeho modelu získavate aj doživotnú záruku, pretože dizajnér určite neodmietne pomoc, ak budete potrebovať niečo zmeniť, opraviť. Nuž a niekedy sa tá doživotná záruka pretaví do celoživotného priateľstva. Som toho živým príkladom,“ dodala spoluorganizátorka pop up storu v Auparku Bori Dušíková.

PRÊT-à-PORTER – pripravené na nosenie

Konfekčná módna tvorba, teraz pod názvom WHO'S NEXT s ponukou na jar a leto 2015

TEXT A FOTO: D-CLUB

PARÍŽ je lákadlom pre turistov v lete, v zime, ale v prázdninovom období je ich tu predsa len viac. A keď sa pridajú veľtržné termíny a tiež prvá nedeľa v mesiaci, kedy sú múzeá a ďalšie pamiatky zadarmo, potom sa tu nie je pomaly kam hnúť. Lepšie je stráviť čas odbornosťou a pamiatky si užívať len z diaľky.

Súbor módnych parížskych veľtrhov nesie dnes názov Who's Next a nájdeme ho na pôvodnom výstavisku pri Porte de Versailles, kde sa konalo bezpočet výstav na túto tému dávno predtým, než našinec mohol bežne vycestovať za poznáním. Vtedy sa však volal Prêt-à-Porter. Dobový vývoj, ktorý nasmeroval módu aj v Paríži k viac nekonvenčnej a voľnočasovej štylizácii, sa pohral aj so skladbou vystavovateľov a výrobných firiem. Spočiatku smeroval skôr k značkovej, džínsovej, street stylovej a mladej móde a súčasne k ohromnému množstvu doplnkov aj z krajín tretieho sveta.



Dnes sa ponuka ustálila na príjemnú, interaktívne mestskú malosériovú módu s jej špecifikami. Hoci je to móda medzinárodná, je tu na prvý pohľad viditeľný francúzsky štýl, hoci už v kozmopolitnom podaní. Veľká časť patrí samozrejme doplnkom, obuvi, kabelkám, taškám, klobúkom a bižutérii aj šperkom, veď sú dnes jednoznačne dôležitým prvkom konečného outfitu.

Veľtržná správa už druhýkrát spolupracuje s tureckým národným módnym zastúpením, a tak tradičné trendové prehliadky (po tento raz nezvyčajne statické) aj módné fórum patrili Turkom. Nechybali výrazné značky Španielov, ako sú nekonvenčná Desigual a Smash, jeans móda talianskej firmy Gaudi, Veromoda a rad ďalších... Veľké zastúpenie mala tradičná francúzska ro-

mantická, staromilská a rustikálna móda, najkrajšie boli malosériové kolekcie rôznych ateliérov naprieč svetom, kde bol vo vývoji zjavný posun predovšetkým v nasadení staronových materiálov, ich nezvyčajných kombináciách a konfekčných technológiách.

Dnešná móda je dejiskom návratov a nové materiály jej dávajú novú dimenziu ľahkosti a štruktúr. Veľká je obľúba čipiek a priesvitov, ktoré aj odevom voľnočasového charakteru dávajú krásu a noblesu. Z parížskej veľtržnej scény sa vytratil známe značky športového tovaru a džínsov, tie sú dnes s posuvom termínov zastúpené predovšetkým na Pitti vo Florencii, na Bread & BUTER v Berlíne, či na ISPO v Mníchove.

Termíny kontraktčných výstav sa k sebe veľmi priblížili. Platí to aj v pánskej móde, ktorá sa o štrnásť dní prezentovala v už spomínanej Florencii. Zatiaľ sa zdá, že karty špecializácie a účasť výrobcov na jednotlivé akcie sú rozhodnuté a ustálené, ale kto vie, ako nabudúce a WHO'S NEXT??

Najväčší pavilón parížskeho výstaviska patril však bielizni, plavkám, doplnkom a materiálom na bielizeň. Pod súhrnným názvom MODE CITY tam bola prezentovaná ponuka na sezónu jar a leto 2015 a materiálov vysoko technických kvalít už na jeseň a zimu 2015/16.

Francúzi síce mali smútok z prehrateho zápasu s Talianskom na MS v ďalekej Brazílii, ale ako sú obe krajiny vyrovnané v tomto športe rovnocennými súpermi, sú aj vo svete módy. Zápas mohli všetci v priamom prenose sledovať na obrovskej obrazovke pred radnicou za prítomnosti polície a tiež každá krčmička, reštaurácia či bistro nainštalovali televízie do vonkajších záhradiek, kde bolo v teplý letný podvečer doslova plno. A tak móda v meste módy na chvíľku ustúpila športu, na druhý deň však už naplno súperila o priazeň obchodníkov na výstavisku.



Grand Slam pre Bread & Butter

DARINA VITTEKOVÁ, ZDROJ A FOTO BB

Pod názvom Bread & Butter sa skrýva veľtrh pre vybrané značky, resp. džínsy, džínsové a voľnočasové módu. Už od roku 2001 si veľtrh hľadá to správne miesto, kde by sa usadil. Konečne ho našiel v roku 2009 v Berlíne, no od roku 2015 bude mať až tri.

Ak sa pozrieme na jeho históriu, v júli roku 2001 sa otvoril po prvý raz veľtrh selektovaných značiek Bread & Butter (BB) v Kolíne nad Rýnom. V januári 2003 sa veľtrh presťahoval do Berlína a v júli 2005 sa konal už v Barcelone. No a od júla 2009 sa už pravidelne koná v Berlíne, v historickej budove Tempelhofu pri letisku.

Usporiadateľ avizoval už na január 2014, že veľtrh sa predĺži a posledné dva dni budú určené na predaj konečnému spotrebiteľovi. Nakoniec sa táto myšlienka neuskutočnila pre nedostatok času na prípravu aj zo strany vystavovateľov. Napriek tomu nápad, ako taký, nezaniká. S jeho realizáciou budú počítvať v budúcnosti.

Rok 2015 bude novým medzníkom v histórii veľtrhu BB. Jeho zakladateľ a zároveň prezident Karl Heinz

Müller oznámil po rokovaníach so starostom Barcelony Xavierom Triasom a ministrom hospodárstva Katalánska Felipom Puigom, že od januára 2015 sa bude BB konať opäť aj v Barcelone a na jeseň v Soule. Kalendár na rok 2015 je teda takýto:

- 8.-10. januára 2015 bude v Barcelone, vo Fira de Barcelona,
- dátum letného veľtrhu v Berlíne, čo bude stála domovská základňa, ešte nie je upresnený, no s najväčšou pravdepodobnosťou bude začiatkom leta,
- od 3. do 5. septembra 2015 sa bude konať jeseň v Južnej Kórei, v Soule.

„Soul je veľmi mladý, progresívny, nezávislý, so živými ulicami, čo pre spoluprácu znamená veľa,“



poznámenal Müller. Memorandum o porozumení pre implementáciu veľtrhu Bread and Butter do Soulu a vzájomnej spolupráci so starostom Soulu, pánom Won Soon Park, bolo podpísané 2. mája 2014.

„Teraz budeme mať v Európe dve mestá, jedno v Ázii a posledné nám na vytvorenie „grand slamu“ chýba. Ešte nemáme žiaden tip, no americký kontinent na nás stále čaká...“, oznámil Müller.

V Brně vrcholí přípravy již 44. veletrhu módy

Od neděle 24. srpna do úterý 26. srpna bude brněnské výstaviště patřit nejnovějším módním trendům v oděvech, textilu, obuvi i doplňcích. Výrobci a dovozci představí obchodníkům kolekce připravované pro jaro a léto 2015, součástí budou atraktivní módní přehlídky i odborný doprovodný program. Vedle tradičně prezentovaných branží se v nabídce opět objeví nové úspěšné projekty jako Fresh Fashion zóna věnovaná mladé nezávislé tvorbě nebo speciální sekce Metrový textil a galanterie.

STYL·KABO
fashionberries

MATADOŘI VELETRHU STYL

Většina vystavovatelů se veletrhu STYL účastní pravidelně a vždy dvakrát do roka se zde setkává se svými odběrateli. Ani letos v srpnu mezi účastníky nebudou chybět firmy jako Anita Moravia, Donet, Etex, Favab, H&D, Jihočeská textilní, Jopess fashion, Lisca Moda, Manfred Hegler, Mileta, Modela, Pleas, Sanu Babu, nebo Urban Group. Po únorové premiéře se opět představí také Ptak Moda z polské Lodže – provozovatel největšího velkoobchodu s oděvy ve střední Evropě sdružující nabídku 250 polských výrobců a návrhářů. Nové kolekce si návštěvníci mohou prohlédnout také živě, a to čtyřikrát denně na kontraktačních módních přehlídkách v pavilonu P. Zde proběhnou také dvě speciální módní akce. V neděli 24. srpna to bude přehlídka kolekce prádla Felina doplněná jabloneckou bižuterií. Druhý veletržní den, v pondělí 25. srpna, se uskuteční módní přehlídka českého návrháře **Ludka Kellnera**, který představí kolekci dámských společenských šatů s názvem **WITHOUT A NAME**. Každý model je inspirován materiálem, ze kterého je ušitý. Část kolekce vznikla podle předem připravených návrhů s použitím střihu. Ostatní modely se rodily aranžováním přímo na figurínu podle okamžité inspirace. Luděk Kellner je absolvent Vyšší odborné školy textilní v Brně. V únoru 2012 byl se svou kolekcí The Wave ve finále soutěže Top styl designer. V sousedství přehlídkového mola opět vyroste Live Gallery a chybět nebudou ani oblíbené odpočinkové zóny se zajímavým občerstvením.

PŘEDSTAVÍ SE NOVÉ ZNAČKY

Každý půlrok se na veletrhu STYL objeví několik desítek nových vystavovatelů z České republiky i zahraničí. Někteří chtějí expandovat na český a slovenský módní trh a rozšířit jeho nabídku o nové značky, jiní se vracejí třeba po několikaleté pauze. Ani srpen 2014 nebude výjimkou a návštěvníci se mohou těšit na prezentaci zajímavých novinek. Seznámí se například s novou značkou **Capuccino**, kterou na veletrhu STYL představí společnost Fashion CZ, mimo jiné výhradní zástupce značky Eugen Klein pro Českou a Slovenskou republiku. Firma Beck International bude prezentovat značky **Vanilla** a **Von Zeilen**.

Premiéru bude mít také slovenská společnost Modemax a její značka **Aimée Vogue**. Oděvní firma s patnáctiletou tradicí se zaměřuje na originální design oslovující sebevědomé ženy.

Na extravagantní džínovou a mladou módu se můžeme těšit v podání rumunské společnosti Zara Design a její značky **Foggy**. Zajímavou novinkou bude také anglická značka **Bottomless London** s volnočasovou mladou módu městského stylu. Její specialitou jsou experimenty s potiskovými technologiemi a novými materiály.

Po dvou ročnících se na veletrh STYL vrací společnost Altik Moravia s kolekcí originální dámské pletené módy značky **evate**. Oděvy z přírodní kůže značky **Natur Collection** poprvé představí ukrajinská firma Dina Leather. Mezi vystavovateli se po delší odmlce objeví také společnost Slovenka-Silver, která pokračuje v tradici textilní výroby zahájené ve slovenském Martině již v roce 1921. Její značky **SLOVENKA** a **SILVER** nabízejí dámské, pánské i dětské spodní a noční prádlo, módní oblečení z bavlněných úpletů a termoprádlo.

V sekci prádla bude mít premiéru polská společnost **AB OVO Lingerie** s novinkami značek jako **Gossard**, **Shock Absorber**, **Pretty Polly**, **Pour Moi?** aj.

Novou značkou dětského oblečení bude polský **Barbaras** a v sekci doplňků se nově objeví například značka **LYDC London** vystavovatele **Bagstage** nebo společnost **Ragazza** s bižuterií.

A opět nebudou chybět ani nováčci ze vzdálených a exotických zemí jako indická firma **D.A. Groups** nebo **Taiwanská textilní asociace** s nabídkou oděvních materiálů a prádla.

FRESH FASHION ZÓNA JIŽ POTŘETÍ

Zóna originální mladé módy Fresh Fashion se na veletrhu STYL poprvé otevřela v srpnu 2013. Tehdy šlo o krok do neznáma, ale



ukázalo se, že malé firmy s originálními českými výrobky svojí nabídkou zaplňují mezeru ve standardní nabídce našeho módního trhu. Odezva návštěvníků veletrhu byla natolik pozitivní, že se Fresh Fashion zóna na brněnské výstaviště vrátila již v únoru – o půlrok dříve, než bylo původně v plánu.

V srpnu 2014 se tedy na brněnských veletržích módy s nabídkou nezávislé módy setkáme již potřetí a představí se zde zatím rekordní počet dvanácti vystavovatelů – mladých kreativních českých firem.

DODAVATELÉ METRÁŽE A TEXTILNÍ GALANTERIE POSPOLU

Pořadatelé veletrhu STYL již před rokem vyšli vstříc rostoucímu zájmu o textilní materiály, galanterii a další subdodávky potřebné pro finální výrobu prádla a oděvů. Tento trend souvisí s návratem výroby zboží vyšší kvality do Evropy. Proto se v srpnu 2013 na brněnském výstavišti po několikaleté pauze otevřela sekce metrového textilu, galanterie a zařízení pro výrobu konfekce. Vystavovatelé byli s účastí spokojeni a dohodli se na pokračování této speciální sekce vždy při srpnových veletržích módy. Při letošním návratu se zde představí například společnosti **PEGA-VEL**, **Tylex Letovice**, **Velveta** nebo členové Klastru technických textilií **Clutex** – firmy **STAP**, **ELAS** a **KOH-NOOR**. Společnost **STRIMA CZECH** rozšíří sekci dodavatelů o nabídku šicích strojů, speciálních programů a dalších zařízení pro textilní výrobu.

KABO S TRADIČNÍMI I NOVÝMI VYSTAVOVATELI

Veletrh obuvi KABO je nejprestižnější odbornou a kontraktační přehlídkou produkce českých a zahraničních výrobců obuvi, koženého zboží a doplňků v České a Slovenské republice. V srpnu opět obsadí pavilon F a přivítá své tradiční vystavovatele a značky jako **Ara**, **Lanson**, **Gabor**, **Rieker**, **Högl**, **Wortmann**, **Caprice**, **Axel Accessories**, **Term**, **Wendel**, **Geneze**, **Legero**, **Obutex**, **Verde** a další. Společný stánek členů České obuvnické a kožedělné asociace ČOKA bude tentokrát ve větším rozsahu, než tomu bylo v únoru 2014.

K novým vystavovatelům veletrhu KABO patří společnost **Rakija**, která je dodavatelem dámské, pánské i dětské obuvi řady značek, mj. **Melissa**, **Emu**, **Fabio Rusconi** nebo **Royal Republiq**. Poprvé se na veletrhu KABO představí rovněž firmy **Effect Company**, **Petra Pejzarová** – **Pejzar Group**, slovinšská společnost **Cepter** aj.



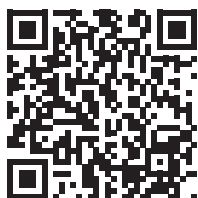


44. mezinárodní veletrhy módy a obuvi

24-26/08/2014

BRNO – VÝSTAVIŠTĚ

STYL·KABO



Kontakty
a důležité
informace na:

www.styl.eu
www.kabo.cz

Central
European
Exhibition
Centre

BVV

Veletrhy
Brno

FAVORITÉ PŘÍŠTÍ SEZÓNY

JČ, FOTO: ARCHÍV AUTORKY

Ačkoliv je současná móda velmi členitá a nejednoznačná, některé prvky či vzory budou lehce dominantní pro každou sezónu.

V té nové nebudou chybět:



Mishmash

KVĚTINOVÉ DEKORY

Drobné kyticky, umělecky zpracované květinové náměty, romantické růže, tropická flóra, akvarelová květena – celoplošně či úsekově řešená formou vsadek či jako patchwork. Květiny budou důležitým prvkem. Vzhledem k letní sezóně to



Barbella

budou tisky na lehkých voálech, žerzejích, ale i na bavlněných, lněných a hedvábných kvalitách mušlínech i kompaktních typech. Květina se vrací do módy a to velmi vehementně, objeví se nejen v dámském sektoru, ale i v pánské módě jako zdobný prvek pro košile, ale i pro outdoorová saka krátké plážové kalhoty, či jenom jako drobný detail.



Domenico Tagliente



Barbella

PUNTÍKY

Celoplošné tisky s drobnými, středními i velkými tečkami a jejich pravidelným rozmístěním nás vrátí do 60. let minulého století, kdy tato klasická a naivní tematika slavila úspěch. A slaví ho opět, puntík boduje na módní scéně příští sezóny a opět nejen v dámských oděvech, ale i v pánských, kde především košile budou puntíkaté. Ale na veletrhu Pitti



Domenico Tagliente

Immagine Uomo v sektoru nekonvenční módy byly k vidění i potištěné bavlněné obleky. Tak uvidíme! Puntík může být hustě i řídce rozmístěn na barevné i bílé ploše.



Mimi La Rue



Barbella



Guess



BLOKOVÁ GEOMETRIE

Hra s většími či menšími plochami, barvou, proužkem či jiným geometrickým motivem pokládání do oděvních celků není také nic nového. Nyní se objevuje v módě nově, s novým kreativním přístupem a možnostmi současných technologií osvěžuje toto téma do nových dimenzí.



KARDIGAN

Kardigan je sportovne elegantná pletená predĺžená vesta až k bokovej línii, často s našitými kapsami, dlhými rukávami. Jsou buď na zapínání, nebo s volnými předními díly. Pánské jsou v klasickém provedení, dámské mohou s velkou variabilitou pracovat se stříhovou formou.



TRENČKOTY

Jsou dámské a pánské pláště se širokými klopami a límcem, s nárameníky a sedly, často s klínovými rukávy. Mohou být s dvouřadovým, ale častěji s praktickým jednořadovým zapínáním. Do módy se vrací v různých velikých periodách, naposledy před několika sezonami, ale setrvávají i pro další období pro svou funkční krásu. Pro jarní a letní čas budou z jemných nylonů nebo ze syntetických či bavlněných tkanin opatřených vodoodpudivou ale prodyšnou vrstvou.

Našli sme pre vás...

FUROSHIRI

Taliansku značku Vibram úzko spätú s vysoko funkčnými topánkami už poznáme veľmi dávno, mnohí z nás sa už stretli s ich topánkami s prstami. Na tohtoročnom Pitti Uomo priniesla firma novinku, v ktorej sa sklúbila tradícia s novou technológiou. Viazacie topánky Furoshiry pochádzajú z japonskej kultúry a sú dokonale pretavené do súčasných technológií a nárokov moderného dizajnu. Sú skladné na cesty, pohodlné, variabilné, ľahké, minimalistické s originálnym vzhľadom a možnosťou výberu z mnohých farebných variácií.



FAREBNÉ MOKASÍNY

Už dlho žiadna novinka, skôr veľa farebných i typových variácií, ktoré nevyhnutne patria do novodobého outfitu v módnom svete. Páni ich nosia bez ponožiek a s vyhrnutými nohavicami.



„GUMOVÉ“ SLNEČNÉ OKULIARE

Farebné obrúčky všetkých odtieňov sú pružné ako z gumy, majú retro dizajn a farebné zrkadlové plastové sklá s ochranou proti UV žiareniu. Sú veľmi flexibilné, mladistvé a praktické. Vyrobené v Taliansku, čo potvrdzuje holografické logo.

FAREBNÉ BATÔŽKY

Ide o pánske štýlové batôžky do mesta či na krátky výlet, určené na drobné nevyhnutnosti a doplnené dizajnovými detailmi, ako je šnúrový popruh alebo drevená doštička s emblémom. Je to vlastne veľmi sofistikované retro, ktoré svojho nositeľa posúva do sveta dizajnových nálad.



Víte že...

Textilie všeho druhu súčasnosti jsou veľkou zátěží budoucnosti???

Neuvěřitelné množství textilních výrobků končí rok co rok v odpadech a na skládkách. Mnohdy ve stavu, kdy zatěžují životní prostředí ještě po dlouhá desetiletí svou chemickou podstatou či úpravami, než se rozpadnou. Tato skutečnost je burcující a silící hnutí vehementně prosazuje technologické postupy ohleduplné k životnímu prostředí. Vědecké týmy se s touto problematikou začaly odpovědně zabývat. Kam s ním?? Už Jan Neruda ve svém slavném fejetonu hledal, jak se zbavit slamnku.

Řešením je recyklace, která však není samospasitelná - ne vše jde recyklovat a náklady na třídění a manipulaci s odpadem jsou velké

- o mnohé se postarají sekondhandy a charity, ale opět to přináší veľkou přepravní zátěž a s ní spojené energetické nároky.

Dalším řešením je omezit plýtvání, ale móda a konfekční průmysl točí kola ekonomiky!

Nová věda biomimetika studuje přírodní jevy a produkty, vytvořené během dlouhodobého přírodního vývoje. Chemici se zase snaží vytvářet takové produkty, které mají krátkou dobu rozpadu a nezatíží přírodu, návrháři se do procesu už také zapojují a snaží se spolupracovat s vědci při tvorbě svých kreací. Pokročilé je bádání na poli textilních membrán, které „rostou“ jako rostliny, chovají se jako textil a po ukončení této funkce můžou být kompostovány jako organický odpad. To je píseň ještě vzdálené budoucnosti a je na každém z nás, jak se k problému postaví.

Vlněné vlákno je obnovitelným zdrojem šetrným k přírodě???

Je to prosté, ovečka se sama narodí, pase se na pláních, dvakrát do roka dá vlnu, která zase naroste... navíc jsou tu další mléčné a sýrové produkty jako zaručená biopotravina a ve finále pak kožešina či kůže. I tak je proces zpracování z vlákenného rouna na konečný textilní výrobek energeticky náročný a to platí i pro další přírodní vlákna jako je bavlna, len, ...od vlákna k výrobku uplyne dlouhá doba plná energeticky, chemicky a na vodu náročných procesů.

Bio bavlna je pěstovaná bez používání hnojiv a chemických prostředků na hubení škůdců???

Zase jeden ze způsobů šetrného přístupu k přírodě, který je často předmětem reklamních kampaní. Malé výnosy, horší kvalita vláken napadených škůdci - ani se věřit nechce, že by velkopěstitelé dobrovolně přistoupili na tento způsob produkce. Ale jsou i země „třetího“ světa, kde na hnojiva a chemii prostě nemají a chtě-nechtě se chovají ekologicky. To jsou paradoxy naší doby.

Je příroda nevyčerpatelným zdrojem inspirací ??

I pro budoucí ekologické chování a módní vzhled. Příkladem je péra páva jako krásný barevný přírodní artefakt, snad nejkrásnější na světě. Barevný efekt není tvořen barevnými pigmenty ale lomem světla, podle úhlu dopadu světelných paprsků na peříčka. Jediný pigment, který peří obsahuje má původ v hnědém melaninu. To je veľká výzva pro tvorbu barevných - nebarevných efektů na textil.

O úspěch sa treba podeliť

GU, FOTO: RICH&ROYAL

Už tradične sa v Berlíne začiatkom júla stretávajú profesionálni vyznávači módných trendov. Dôvodom je prezentácia kolekcií širokej škály módných značiek z celého sveta hneď na viacerých veľtrhoch či už Bread & Butter, Panorama, Premium Berlín... Pre prvý z menovaných veľtrhov si návštevníci už zaužívali označenie BBB, tentokrát však táto skratka znamenala BIGGER, BETTER, BRIGHER (väčší, lepší, pestrejší - pozn. red.).

Keďže sa veľtrh konal v Nemecku, v čase futbalového šampionátu v Brazílii, futbalové šialenstvo sa, ako inak, prenieslo i do sveta módy. Brazílska samba znela vo výstavnej hale i mimo nej. Na letisku Tempelhof bolo popri

prezentácii športovej a casual módy vidieť skoro autentickú brazílsku favelu. Návštevníci sa tak poddávali nielen móde, ale i skvelej futbalovej atmosfére. A to ešte vtedy Nemecko v prvenstvo svojho tímu len dúfalo. Obrovský úspech priamo na BBB však slávila známa značka RICH&ROYAL, ktorá obchodníkov šokovala nielen prekrásnou kolekciou, ale i obrovským stánkom, ktorý organizátori veľtrhu vyhlásili za najnavštevovanejší stánok výstavy.



Za projektom stánku je spoločnosť Blocher Blocher Partners, ktorá zároveň navrhla v obdobnom duchu redizajn predajní RICH&ROYAL. Premiéra prvej vynovenej prevádzky bude čoskoro práve v Berlíne.

Čeknite si českou módu

SPRAC. SICH

Po vzore zahraničných blogov mapujúcich módu ulice vznikol v roku 2010 jeden z prvých českých streetstylových portálov Check Czech Fashion. Projekt, v čele ktorého stoja Barbora

Drašnarová, Aneta Kaderková a Marieta Kajabová, ponúka svojim priaznivcom nielen každodenné streetstylové fotografie, ale aj reportáže zo zahraničných akcií, fotoeditoriál či články o životnom štýle. Začiatkom tohto roku pripravili blogerky pre svojich fanúšikov ďalšie novinky. Napríklad zaujímavé video seriál Fashion Confession, v ktorom autorky spovedajú popredné osobnosti českej a slovenskej módy. Druhou pravidelnou rubrikou sa stal seriál *Otvárame vaše skrine*, ktorý mapuje a predstavuje štýl zaujímavých a inšpiratívnych ľudí z radov širokej verejnosti.



Absolútne čierna

ZDROJ: INDEPENDENT.CO.UK, SPRAC. SICH

Uprednostňujú ju ľudia odmietajúci svoj osud, ľudia skrývajúci nejaké tajomstvo, filozofi, samotári, ale i rebeli. Je základná a originálna, vďaka jej univerzálnosti i kombinovateľnosti ju v móde považujeme za nástroj nadčasovosti. Reč je o čiernej farbe. Tá sa v 21. storočí stáva ešte temnejšou a tajomnejšou.

Postarali sa o to britskí vedci, ktorí vynašli novú čiernu hmotu. Je černejšia ako doposiaľ vyvinuté odtiene. Táto farba vie oklamať aj náš zrak. Je tak čierna, že pohlcuje skoro všetko svetlo a odráža iba 0,035 percent viditeľných lúčov. Do zoznamu odtieňov čiernej sa tak zaraďuje unikátna najčernejšia farba VANTABLACK. „Ak by bola použitá na malé čierne

koktailky, boli by neskutočne drahé a ich nositeľka by v nich pôsobila tak, akoby sa jej hlava a končatiny vznášali okolo čiernej diery,“ povedal Ben Jensen, technický riaditeľ firmy Surrey Nanosystems, ktorý však náklady na výrobu materiálu neupresnil.

Vantablack je vyrobená z uhlíkových nanotrubičiek. Každá je desaťtisíckrát tenšia ako ľudský vlas, takže do nich nemôžu preniknúť fotóny - častice svetla. Spoločne tvoria akúsi svetelnú priepasť, pretože sa späť neodráža skoro žiadne svetlo. Tým vytvára dojem absolútnej čiernej. Aktuálne využitie vidia britskí vedci pri astronomických kamerách i ďalekohľadoch na zdokumentovanie objektov vo vesmíre.



Prádlo, které vydrží vše

Dobrodružné vzory, výrazné barvy, zajímavé tisky v kombinaci s nejvyšší kvalitou, to je pánské spodní prádlo a plavky **bruno banani**! V duchu patriotizmu zakladatele značky **bruno banani** prohlašuje – „Vyrobeno v Německu, Němkami a pod německým drobnohledem“.

Představte si velmi jemnou a odolnou látku, vaši dokonale prodyšnou „druhou kůži“.

Můžete si vybrat mezi standardními elegantními barvami a originálními pestrobarevnými fotomotivy, i díky kterým je prádlo **bruno banani** svými klienty tolik vyhledávané. Výsledkem snažení vědců na vývojovém oddělení je vždy produkt, který je extrémně skladný, lehký a prodyšný. Je to produkt, který vám vydrží velmi dlouhou dobu jako nový. Odolnost prádla **bruno banani** je pravidelně zviditelňovaná v **bruno banani** testech kvality. Vězte, že prádlo **bruno banani** přežilo například crash test, ponoření do Bermudského trojúhelníku, vystřelení na stanici MIR, vláčení pouští i ledovcovými kopci...

Více informací na www.urbangroup.cz.



Nové spodní prádlo překonává zažité zvyky

AG

Na srpnovém veletrhu **STYL** bude letos poprvé představeno nové spodní prádlo, které díky svým vlastnostem mění dosavadní trendy a každodenní zvyky. Řeč je o deodoracním spodním prádle. Výrobci se tentokrát nesoustředili jen na design, ale především na jeho praktické vlastnosti. Toto prádlo totiž pohlcuje veškeré pachy z intimních oblastí lidského těla, které jinak unikají do okolí.

Mnoho lidí někdy zažilo situaci, kdy byli cítit a nezbylo jim, než jen doufat, že okolí nic nepozná. S deodoracním prádlem se těmito situacím vyhneme, protože nepropustí jakékoli pachy. Svě o tom vědí například lidé trpící nadměrnou plynatostí nebo zažívacími problémy. „Deodoracní spodní prádlo je určeno převážně lidem, kterým záleží na tom, aby se cítili klidně a sebejistě po psychické stránce a pohodlně po stránce tělesné“ říká Adam Gálik, jednatel distribuční společnosti DeoWear. Díky jeho klasickému designu ani Váš partner či partnerka nepozná, že na sobě máte něco mimořádného. Rozdíl spočívá v tom, že zadní část boxerek nebo kalhotek tvoří filtrační vrstva, ve které je obsaženo aktivní uhlí pohlcující nežádoucí pachy. Samozřejmostí tohoto spodního prádla je možnost opakovaného praní. Tento produkt je nyní k dostání v černém provedení ve čtyřech velikostech. V současnosti existují dva druhy pánských boxerek, které se liší stříhem a plochou filtrační vrstvy, a totéž platí i pro dámské kalhotky.

Seznamte se s Giselou

GU

Gisela je španělská značka spodního a nočního prádla, plavek i plážových doplňků. Ve své cenové kategorii vyniká výbornou kvalitou svých výrobků i designem. Společnost **URBAN GROUP** distribuuje kompletní široký sortiment značky Gisela v Česku i na Slovensku. Již od roku 1993 se pod značkou Gisela každý rok navrhuje více než 500 nových modelů a vyrábí

3,5 miliónů kusů oděvů ročně. Mezi nejprodávější kolekce rozhodně patří elegantní i mladistvé limitované řady dámského spodního prádla, rovněž celoroční artik-



ly se těší velké oblibě. Kolekci plavek doprovázejí šaty, tuniky, overaly, šortky, plážové kabely a další doplňky. Velmi příjemné a krásné kousky za extrémně přijatelné ceny, takový je slogan této velmi úspěšné značky.

Více informací o značce Gisela na našem trhu naleznete na stránkách www.urbangroup.cz.

Gaultierova nová múza

DV

Hviezda Conchity Wurst, čo je umelecký pseudonym 25-ročného rakúskeho transvestitného umelca Thomasa Neuwirtha, naďalej stúpa do výšin umeleckého neba. V tomto roku už vyhrala s piesňou „Rise Like a Phoenix“ súťaž Eurovision Song Contest.

A hoci je verejnosť názorovo rozdelená na dva tábory, kde v jednom sa domnievajú, že jej víťazstvo svedčí o zvrátenosti Európy a výhrady majú aj voči jej umeleckému menu charakterizujúceho jej/ jeho orientáciu (Conchita – mušlička, Wurst – klobása, saláma) a v druhej skupine jej fandí a vyzývajú k tolerancii, Conchita ide ďalej, ale nie len na strune popu. Tentoraz bola hlavnou hviezdou módnjej prehliadky Jeana Paula Gaultiera. A ako mimoriadna modelka ju uzatvorila čiernymi svadobnými šatami kombinovanými so zlatou a červenou farbou s názvom Zizi Impératrice, podľa niektorých vhodnými skôr na pohreb. Na záver prehliadky si návrhár kľakol pred svoju novú múzu na koleno a pobožkal jej ruku.

Ešte predtým jej však na Twitteri vyznal lásku a zopakoval to aj na živo pred kamerami na bále Life Ball 2014. Pri jeho nasledujúcich prehliadkach sedela bradatá diva v prvom rade a na jeho prehliadke Haute Couture už kráčala v svetle rámp. V temnom duchu poňatá prehliadka sa konala v Paríži za účasti mnohých, verejnosti známych tvárí. Celkom na záver prišla Conchita za zvuku víťaznej pesničky Rise Like a Phoenix na mólo a kráľovský si prevzala poctu návrhára.

Vystúpením bradatej umelkyne Gaultier len potvrdil svoju povest' kontroverzného návrhára.

Predať dizajn je umenie

ZDROJ: WWW.IHNED.CZ

Ako správne predáť dizajn vysvetľuje manažérom a marketérom príručka, z ktorej sa dozvedia, ako uvažujú návrhári. Firmy má tiež prinútiť, aby investovali do dizajnu. Keď napríklad štúdio DeFORM navrhlo cyklistické prilby Krust, bol o ne taký záujem, že zákazníci čakali na ďalšiu dodávku pol roka.

Britský Design Council spočítal, že jedna libra investovaná do dizajnu prinesie firme minimálne dvadsať libier na konečnom zisku späť. Týmto slovami začína príručka Prečo design?, ktorú české občianske združenia Protebe a CzechDesign rozvážajú zadarmo do českých firiem, aby manažérom a marketérom priblížila prácu a uvažovanie návrhárov. A pretože čas sú peniaze, manuál sa skladá z jednoducho štruktúrovaných bodov s dobrými aj zlými príkladmi z praxe. „Často sa totiž stávalo, že dobre rozbehnutá spolupráca skončila kvôli vzájomnému nepochopeniu fiaskom,“ vysvetľila Jana Vinšová z CzechDesignu. Kapitola nazvaná Komu se povedlo predstavuje päťicu odvážnych. A nemôžu byť rôznorodejší. Mesto Brno prezentuje nové logo moravskej metropoly, firma Krust elegantné cyklistické prilby pre mestskú dopravu, plzeňská firma Uli Furniture rad nábytku, navrhnutého podľa individuálnych potrieb zákazníkov, všeobecne prospešná spoločnosť Elpida, ktoré prevádzkuje Linku seniorov, grafický vizuál svojich tlačovín a firma Babyvak minimalistické nosiče na deti, s ktorými by sa človek nehanbil ísť ani na obchodné rokovanie. Príručku dopĺňajú kapitoly Čo je dizajn, Čo nie je dizajn, Čo dizajn stojí, Čo mi dizajn prinesie a Čo k tomu potrebujem. „Firmy sa už o príručku začali zaujímať samy, čo je dobrá príležitosť k prvej schôdzke,“ opisuje Vinšová. V mnohých prípadoch sa totiž stáva, že podnikatelia majú záujem o nový vzhľad svojich výrobkov, ale vôbec netušia, koho osloviť a ako sa do inovácie pustiť. „Keď sme pred niekoľkými rokmi začínali, tak sme naozaj každému na počkanie museli vysvetľovať, čo to ten dizajn je. Často sa totiž stane, že sa firma k novému dizajnu dopracuje, novinky naozaj pekne nafotí, zvládne aj obalový dizajn, ale tovar potom stojí v regáloch v úplne zlom obchode a firma je veľmi sklamaná,“ hovorí Vinšová.

Publikácia vyšla v náklade päť tisíc výtlačkov a možno ju dostať na pražskej adrese CzechDesign alebo cez rôznejšie asociácie, ako sú CzechTrade, CzechInvest či Asociácie malých a stredných podnikov. „Za posledný rok sa nám ozvalo viac ako päťdesiat podnikov, ktoré mali o design záujem, ale nemali s ním žiadnu skúsenosť. A ozvali sa aj napriek tomu, že sme také poradenstvo verejne vôbec neponúkali. Ale brali nás ako zastrešujúcu organizáciu, tak sme sa toho chopili,“ dodáva Vinšová.

VÝSTAVY A VEĽTRHY

Slovensko

- 1. 10. 2014 Celoslovenské kontrakty PSKA (Košice)
- 2. 10. 2014 Celoslovenské kontrakty PSKA (Nitra) – odevy, textil, galantéria, doplnky
- 12. 11. 2014 Celoslovenské kontrakty PSKA (Košice)
- 13. 11. 2014 Celoslovenské kontrakty PSKA (Nitra) – odevy, textil, galantéria, doplnky
www.pska.sk

Česká republika

- 24.-26. 8. 2014 Styl a Kabo (BVV Brno) – odevy, textil, metráž, obuv, galantéria
www.bvv.cz
- 16. 9. 2014 Obchodné dni Tori (Olomouc) – textil, odevy, koža, obuv
www.tori.cz
- 11. 11. 2014 Obchodné dni Tori (Olomouc) – textil, odevy, koža, obuv
www.tori.cz

Zahraničie

- 29. 8.-31. 8. 2014 Miedzynarodowe Targi Moda – Ptak Expo (Poznaň) – dámske, pánske, detské odevy, obuv, kožená galantéria, doplnky
www.ptakexpo.com
- 31. 8.-3. 9. 2014 Mipel (Miláno) – tašky a doplnky, galantéria
www.mipel.com
- 31. 8.-3. 9. 2014 Micam shoevent (Miláno) – obuv
www.micamonline.com
- 2. – 4. 9. 2014 Poznań Fashion Fair (Poznaň) – odevy, obuv, kožená galantéria, doplnky
www.mtp.pl
- 3.-5. 9. 2014 Moda Shanghai (Šanghaj) – obuv
www.aplf.com
- 3.-6. 9. 2014 CPM (Moskva) – pánska, dámska, detská móda
www.cpm-moscow.com
- 7.-9. 9. 2014 London Edge (Londýn) – výstredná móda
www.londonedge.com

- 9.-11. 9. 2014 Milano Unica (Miláno) – textil
www.milanounica.it
- 12.-14. 9. 2014 MOMAD Metropolis (Madrid) – dámske, pánske odevy, metráž, obuv, koža, kožušiny, kabelky, doplnky
www.ifema.es/momadmetropolis_06/
- 12.-16. 9. 2014 London Fashion Week (Londýn) – veľtrh módy, prehliadky
www.londonfashionweek.co.uk
- 15.-18. 9. 2014 TexWorld (Paríž)
www.texworld.messefrankfurt.com
- 16.-18. 9. 2014 Expofil (Paríž) – priadze, úplety
www.expofil.com
- 16.-18. 9. 2014 Le cuir á Paris (Paríž) – koža, kožušiny
www.lecuiraparis.com
- 16.-18. 9. 2014 Mod' amont (Paríž) – galantéria, odevné doplnky
www.modamont.com
- 16.-18. 9. 2014 Première Vision (Paríž) – materiály
www.premierevision-pluriel.com
- 16.-18. 9. 2014 Indigo (Paríž) – textil
www.indigo-salon.com
- 17.-22. 9. 2014 Milano Moda Donna (Miláno) – prehliadky návrhárov
www.cameramoda.it
- 20.-22. 9. 2014 MIPAP (Miláno) – dámske odevy, doplnky
www.mipap.it
- 20.-22. 9. 2014 SUPER (Miláno) – dámske odevy, doplnky
www.pittimagine.com
- 25.-27. 9. 2014 Fashion Access (Hongkong) – koža, doplnky
www.aplf.com
- 10.-12. 9. 2014 Lineapelle (Bologna) – koža, obuv, doplnky
www.lineapelle-fair.it

Termíny výstav sú ku dňu uzávierky časopisu overené.
Zmena termínov vyhradená!

Outdoorová reklama – skutočne funguje?

ZROJ: GfK, SPRAC. SICH

Pokúšali ste sa niekedy spočítať, koľko rôznych billboardov, bigboardov, bannerov a iných vonkajších reklamných nosičov vidíte denne? Koľko takýchto marketingových lapačov pozornosti miniete, kým o ne vôbec zavádzate kútikom oka? S reklamou sa stretávame na každom kroku. Útočí na nás zo všetkých strán, a to nielen z útrobov vonkajšieho sveta, ale aj v domácom prostredí prostredníctvom televízie, rozhlasu či časopisov. Sme voči reklamnému obsahu imúnni alebo nás už reklama úplne pohltí? A čo reklama na ulici? Ktorú z lokalít, ktoré konkrétne miesto a aký typ outdooru vybrať? Spôsob, ako sa dá zistiť skutočná účinnosť outdoorového nosiča v istej lokalite, je práve kvalitatívny prieskum pomocou Očnej kamery GfK.

Dokáže vonkajšia reklama osloviť potenciálnych zákazníkov?

„Dôležitým aspektom účinnosti reklamy je dobré umiestnenie outdoorového nosiča. Správne miesto, správna výška a sklon nosiča zohrávajú minimálne rovnako dôležitú úlohu ako konkrétne posolstvo namierené na istú cieľovú skupinu. Vonkajšia reklama buduje predovšetkým povedomie o značke a jej prestíž. Vďaka minimálnej mesačnej (štandardná dĺžka prenájmu plochy) opakovanému pôsobeniu na pravidelných cestách do práce, na nákup, do školy sa okoloídúcim dané posolstvo vryje do pamäti a vytvára imidž značky, ktorý môže neskôr pri nákupe rozhodovaní zohrávať kľúčovú úlohu pri výbere konkrétneho produktu,“ hovorí Ondřej Herink, Qualitative Services Manager CZ&SK v spoločnosti GfK.

Ktoré ďalšie faktory ovplyvňujú vnímanie outdooru?

Zamyslite sa, kedy ste si naposledy prečítali nejaké reklamné posolstvo, kedy ste mali čas na túto neplánovanú aktivitu? Odpoveď je jednoduchá: čas. Áno, práve vo chvíli, keď čakáme na dopravný prostriedok, v aute počas dopravnej zápch alebo v križovatke, keď na semafore zelená nie a nie zasvietiť, sa naša myseľ

stáča na objekty okolo nás. Outdoorová reklama tak získava pridanú hodnotu, stáva sa skrátením či dokonca príjemným spštením dlhej chvíle a môže tak mať za následok pozitívny dopad na vnímanie značky u potenciálneho zákazníka.

Na veľkosti záleží...?

„Príkladom odlišného pôsobenia outdoorového nosiča je umiestnenie LED obrazovky pri frekventovanej zastávke MHD alebo na mieste, kde často vznikajú dopravné zápch a kde majú ľudia čas venovať sa danému stimul, dokonca to urobí aj radi. V porovnaní so zavesením rovnakej obrazovky na roh domu uprostred mesta na neprehľadnej križovatke, kde je naladenie šoférov aj chodcov úplne opačné, na reklamu nie je vidieť z diaľky a veľký formát nosiča tak stráca na sile,“ dodáva Ondřej Herink.

A čo hovorí na vonkajšiu reklamu Očná kamera GfK?

Spoločnosť GfK meria účinnosť vonkajšej reklamy Očnou kamerou, ktorá monitoruje oči respondentov a zisťuje, ktoré nosiče priťahujú pozornosť a ktoré nie. Na základe týchto výstupov potom spoločnosť GfK pripraví odporúčania na úpravu reklamy – či už samotného posolstva, zmenu formátu alebo na lepší výber lokality.

Očná kamera je špeciálny nástroj vyvinutý na podrobné sledovanie očnej aktivity respondentov. Systém dvoch kamier – očnej (neustále monitorujúcej presnú polohu oka) a scéničkej (snímajúcej vizuálne pole pred testovanou osobou) umožňuje vo frekvencii 25 obrázkov za sekundu vyhodnocovať dráhu zraku respondenta, merať najdlhšie a najkratšie fixácie (zastavenia oka) a prvky s najväčšou návštevnosťou (t. j. počtom opakovaných fixácií).

Analýza dráhy zraku následne slúži k optimalizácii vonkajšej reklamy nielen z hľadiska umiestnenia a formátu, ale aj z pohľadu samotného vzhľadu nosiča.

Z realizovaných projektov vychádza ako zaujímavé porovnanie dynamických a statických typov outdoorových reklám. Z nahrávok zraku je zrejmé, že niektoré dynamické stimuly dokážu priťahovať zrak aj tých respondentov, ktorí väčšinu statických reklám zámerne „prehliadajú“.

Najväčšia klimatizovaná promenáda sveta

FILIP STAŇO, ZDROJ: PAMBIANCODAILY

Dubaj sa chystá postaviť najväčšiu promenádu na svete. Investori očakávajú doslova obrovskú ročnú návštevnosť – 180 miliónov návštevníkov. Názov projektu je príznačný – Mall of the World (Promenáda sveta, pozn. redakcie). Projekt bol predstavený ako kľúčový prvok v rámci výstavy World Expo, ktorej hosťiteľom v roku 2020 bude práve Dubaj. Informácie o časovom harmonograme výstavby, ani spôsob financovania však zverejnené neboli.

Rozloha Mall of the World predstavuje neuveriteľných 48 miliónov štvorcových metrov, z ktorých 8 miliónov bude patriť nákupnému centru. V letných mesiacoch sa promenáda stane prvou klimatizovanou pešou zónou s dĺžkou 7 km. V zimnej sezóne sa sklenená kupola otvorí a priestor sa ocitne pod holým nebom. Súčasťou promenády bude aj najväčší indoor zábavný park na svete. Stavba čerpá inšpirácie zo známych promenád ako napríklad Broadway v New Yorku alebo Oxford street v Londýne.

„Turizmus je hlavným zdrojom príjmov našej ekonomiky a našim cieľom je spraviť zo SAE (Spojené arabské emiráty) atraktívnu destináciu počas celého roka. Sme si istí svojou ekonomickou silou, optimistickí vo vzťahu k budúcnosti našej krajiny a pokračujeme v rozširovaní svojich obzorov,“ vyjadril sa šejk Mohammed bin Rashid al-Maktoum.

SLOVÁCI míňajú v priemere viac ako Česi

ZDROJ: CUSHMAN & WAKEFIELD, SPRAC. SICH

Kúpna sila slovenských zákazníkov je najvyššia v strednej Európe. Nové obchodné centrá však rastú skôr v Českej republike. Tento rok sa v ČR otvorí šesť nových obchodných centier o celkovej ploche vyše 80 tisíc metrov². V budúcom roku by malo vzniknúť ďalších asi 70 tisíc metrov² nových maloobchodných plôch. Česká republika je v prepočte predajnej plochy na obyvateľa stále mierne pod európskym priemerom. V pomere ku kúpnej sile obyvateľov však čísla hovoria, že trh sa blíži k nasýteniu.

„Nové centrá sa budú stavať ďalej, trh potrebuje prirodzenú obnovu nákupných plôch. Vedľa klasických obchodných centier budú vznikať predajné plochy na dopravných uzloch a menšie projekty slúžiace lokálnemu trhu,“ hovorí Jan Kotrbáček, vedúci prenájmu maloobchodných priestorov Cushman & Wakefield v ČR a v SR. „Vlna investícií čaká tiež existujúce centrá – budú sa rozširovať a zlepšovať, niektoré centrá zmenia svoje zameralenie. V Prahe sa tento proces už naštartoval a postupom času sa dotkne väčšiny obchodných centier v republike,“ dodáva Jan Kotrbáček.

Kúpna sila na obyvateľa je v Čechách momentálne nižšia ako na Slovensku, a to najmä z demografických dôvodov (slovenská populácia je mladšia). Výsledkom je, že Slováci v obchodných centrách utrúcajú v prepočte na obyvateľa viac ako Česi.

„Podobne ako ČR sú na tom aj okolité stredoeurópske krajiny. V pomere ku kúpnej sile obyvateľov je v re-

gióne dostatok obchodných centier. Jediná krajina, kde sa plánuje masívnejšie výstavba, je Poľsko. Je to dané tiež nedostatkom ostatných predajných formátov, ako sú nákupné parky a obchody v centrách miest. Developeri pripravujú vo Varšave aj v regionálnych mestách obchodné centrá o veľkosti okolo 50 tisíc metrov². V Českej republike žiadny z developerov v najbližších rokoch neplánuje podobne veľké centrum,“ hovorí Jonathan Hallett, výkonný riaditeľ pre stredoeurópsky región spoločnosti Cushman & Wakefield.

„Zákazníci dnes chcú predovšetkým zážitok. Šancu na úspech majú centrá, ktoré ponúknu relaxačné zóny, kaviarne, priestory pre deti. Často dnes vznikajú hracie plochy nielen vnútri obchodných centier, ale aj vonku. Dôležitú úlohu pri výbere nákupnej destinácie hrá tiež samotné prostredie – kvalita osvetlenia, klimatizácia, moderný dizajn. Ľudia chodia tam, kde sa cítia príjemne,“ vysvetľuje Jan Kotrbáček.

TEXTILNÍ A ODĚVNÍ PRŮMYSL ČR

Úspěšný start do roku 2014

ZDROJ: ATOK

Začátek roku 2014 byl pro textilní a oděvní průmysl velice vydařený. Za období leden až dubna 2014 dosáhl více než dvanáctiprocentního navýšení objemu tržeb oproti stejnému období roku 2013. Toto navýšení připadá především na vrub textilnímu průmyslu. U oděvního průmyslu nebylo navýšení tržeb tak výrazné, přičemž přesahovalo jedno procento (viz tabulka č. 1).

TABULKA Č. 1

MEZIROČNÍ SROVNÁNÍ TRŽEB A PRŮMĚRNÝCH MĚSÍČNÍCH TRŽEB NA 1 ZAMĚSTNANCE ČESKÉHO TEXTILNÍHO A ODĚVNÍHO PRŮMYSLU V PRVNÍ TŘETINĚ ROKU 2013 A 2014 (údaje v tisících Kč)						
	Textilní průmysl			Oděvní průmysl		
	2014	2013	Změna v %	2014	2013	Změna v %
Celkové tržby za leden až duben 2014	15 304 842	13 624 170	+12,3	2 093 501	2 071 018	+1,1
Průměrné měsíční tržby na 1 zaměstnance	182,704	160,911	+13,5	49,152	46,101	+6,6

Zdroj: ATOK - Asociace textilního-oděvního-kožedělného průmyslu

Poznámka: údaje jsou za firmy nad 20 zaměstnanců

K růstu tržeb došlo především uplatněním českého textilního a oděvního zboží na zahraničních trzích. Oproti první třetině loňského roku vzrostly vývozy u textilního zboží o 15,3 procentních bodů, přičemž největší dynamiku zaznamenal export do asijských zemí, který se více než zdvojnásobil (nárůst o 114 procentních bodů), a dále export do zemí severní, střední a jižní Ameriky, který se zvýšil o 49 procentních bodů. Zde je ale nutné podotknout, že tato navýšení byla dosažena z poměrně nízkého základu, přičemž se každý z uvedených kontinentů podílí na celkovém objemu českého exportu textilního a oděvního zboží jen třemi procenty. U oděvního zboží dosahoval meziroční nárůst exportu 10,5 procentního bodu, i zde byla největší dynamika zaznamenána na mimoevropských trzích (Afrika + 79,0 %, Oceánie + 74,1 %, Asie + 61,5 %). Nicméně i nadále zůstává pro české textilní a oděvní firmy zdaleka nejdůležitějším trhem Evropa, která se podílí na celkovém exportu 90 % u textilního a 97 % u oděvního zboží, přičemž tento export meziročně

vzrostl o 13,9 proc. bodu, respektive o 9,5 procentního bodu (viz tabulka č. 2).

Navýšení tržeb v textilním a oděvním průmyslu se podařilo dosáhnout i přes snižující se počet zaměstnanců v obou odvětvích, které je patrné zejména v průmyslu oděvním, kde pokles dosáhl o málo více než 5 procent proti období leden až duben 2013. V textilním průmyslu byl pokles mnohem méně výrazný

a jen lehce přesáhl jedno procento. Jak u textilního, tak i u oděvního průmyslu ale rostla produktivita práce (průměrné měsíční tržby na 1 zaměstnance), což se odrazilo i v růstu mezd.

Prezident ATOK Ing. Josef Novák k dosaženým výsledkům dodává:

„Mimořádně rychlý růst textilních tržeb, zejména exportních, je třeba vnímat v souvislosti s devizovou intervencí ČNB v listopadu 2013. Kurz koruny byl v lednu až květnu letošního roku slabší o 6,8 % oproti stejnému období loňska a silně tak podpořil růst korunových tržeb z vývozu. Textilní sektor však roste již čtvrtým rokem v řadě a je – na rozdíl od jeho obecného povrchního vnímání – stabilizovaným, velmi inovativním, na náročné technologie orientovaným oborem, ve kterém rychle roste produktivita práce a mzdy pracovníků. V ekonomice, která roste, pociťuje i textil silnější poptávkové impulsy a jeho růst nabývá na robustnosti.“

TABULKA Č. 2

MEZIROČNÍ SROVNÁNÍ OBJEMU EXPORTU ČESKÉHO TEXTILNÍHO A ODĚVNÍHO ZBOŽÍ V PRVNÍ TŘETINĚ ROKU 2013 A 2014 (ÚDAJE V TISÍCÍCH Kč)						
	Textilní průmysl			Oděvní průmysl		
	2014	2013	Změna v %	2014	2013	Změna v %
Evropa	17 712 650	15 548 987	+13,9	9 885 528	9 030 784	+9,5
Afrika	774 582	792 559	-2,3	67 757	37 848	+79,0
Amerika	640 679	430 127	+49,0	46 420	38 315	+21,2
Asie	493 562	230 651	+114,0	207 133	128 243	+61,5
Oceánie a polární oblasti	19 535	26 574	+73,5	6 388	3 670	+74,1
Nespecifikováno	18 024	188		16	36	
CELKEM	19 641 008	17 028 898	+15,3	10 213 226	9 238 860	+10,5

Zdroj: ČSÚ – Databáze zahraničního obchodu

Aktivity na investičnom trhu rastú

ZDROJ: CUSHMAN & WAKEFIELD, SPRAC. SICH

Podľa realitno-poradenskej spoločnosti Cushman & Wakefield investičná aktivita na trhoch strednej Európy, a to v Poľsku, Českej republike, Slovensku, Maďarsku a Rumunsku dosiahla hodnotu 1,4 miliárd eur investovaných v druhom kvartáli, čo je o 73 % viac než v rovnakom období minulého roku. Približne 2,5 miliardy eur bolo investovaných v regióne od začiatku roka. Je to až o 38 % viac ako v prvom polroku 2013. Vzhľadom na významné transakcie, ktoré sa majú uskutočniť do konca roka, očakávame, že investície dosiahnu rovnaké hodnoty ako v roku 2013. Najvyššie objemy transakcií počas druhého kvartálu zaznamenalo Poľsko a výsledky prvého polroka okrem toho ukazujú, že Poľsko naďalej priťahuje najsilnejší záujem investorov.

INVESTIČNÝ TRH PODĽA ODVETVÍ

Kancelársky sektor aj naďalej dominuje strednej Európe s 42 % podielom v investíciách v druhom kvartáli (Q2). To odzrkadľuje dôveru investorov so záujmom o nehnuteľnosti najvyššej triedy a prvotriedne lokality oproti novej ponuke v slabších lokalitách.

Najväčšia maloobchodná transakcia počas Q2 v strednej Európe bol predaj 50% podielu nákupného centra Allee v Budapešti za 95 miliónov EUR spoločnosti ING Real Estate. Medzi ďalšie významné transakcie patrí akvizícia Meyer Begman, ktorá odkúpila Fashion Arena v Prahe a akvizícia CBRE Global Investor nákupného centra Galeria Mazovia v poľskom Plocku. Maloobchodné odvetvie očakáva značnú aktivitu počas druhého polroka 2014 v celom regióne.

James Chapman, vedúci stredoeurópskeho investičného tímu spoločnosti Cushman & Wakefield, hovorí: „Najvýznamnejší investori hľadajú tie najkvalitnejšie nákupné centrá v Poľsku a Českej republike, ktoré podľa nich môžu ponúknuť vyššiu hodnotu v porovnaní s inými európskymi krajinami. Súčasne sa v oboch

krajinách začínajú investíciám otvárať aj krajské mestá. Investori sa v nich stále výraznejšie zaujímajú práve o maloobchodný sektor.”

INVESTIČNÝ TRH PODĽA KRAJÍN

Apetít na Slovensko, Rumunsko a Maďarsko sa značne zvýšil počas prvého polroku 2014, keďže veľa fondov má o tieto trhy opäť záujem. V pozadí transferu 50 % Allee nákupného centra, zaznamenalo Maďarsko jeho najlepšie výsledky počas druhého kvartálu od roku 2010 a ďalšie transakcie momentálne uzatvárajú. Očakávame, že tento rast záujmu sa bude na týchto trhoch vyvíjať počas druhého polroka 2014 do objemu väčších transakcií.

„Slovenský trh je momentálne viac likvidný ako počas ostatných rokov. Registrujeme množstvo transakcií, ktorých objem stúpa vo všetkých sektoroch nehnuteľností. Očakávame, že v nadväznosti na úspešný rok 2013 dosiahne tohto roku trh investícií úspech,” povedal Andrew Thompson, Managing Partner v Cushman & Wakefield na Slovensku.

Definitívna bodka za OP Prostějov

SPRAC: DV, ZDROJ: IDNES.CZ

V rokoch svojej slávy zamestnával odevný kolos OP Prostějov až desaťtisíc ľudí, dnes sú z neho už len trosky. A to doslova. Päťdesiatročná tradícia zostala pochovaná pod troskami šiestich budov, ktoré do vzduchu vyhodila tona výbušnín. Odevný giganť skončil pred štyrmi rokmi v konkurze, s viac ako dvojmiliardovým dlhom. Príčinu tohto pádu dodnes vyšetroje polícia. Zkrachovaný podnik sa podarilo predáť spoločnosti Astria Group za 50 miliónov korún.

Ukazuje sa však, že hospodárska kríza, zlé manažérske rozhodnutia či čínske dovozy neboli jedinou príčinou stále horšie fungujúceho gigantu. Ako uviedla stránka idnes.cz, za jej krachom je podozrivý odliv peňazí aj majetku. Padajú nové obvinenia aj žaloby. Posledným obvineným v kauze OP Prostějov je František Tuhý, ktorý podľa vyšetrovateľov pripravil firmu o 26 miliónov korún. Je obžalovaný z toho, že napriek narastajúcemu zadlžovaniu firmy sám sebe vyplatil prémie. „Trestnej činnosti sa mal dopustiť tým, že v období od februára 2004 do februára 2008 rozhodol svojvoľne, v rozpore so zákonom, o vyplatení prémie svojej osobe, čím mal spôsobiť spoločnosti Odevný podnik škodu vo výške viac ako 26 miliónov korún. Obžaloba bola podaná na krajský súd v týchto dňoch,” potvrdil hovorca Krajského štátneho zastupiteľstva v Brne, Hynek Olma. Tuhému hrozí trest až desať rokov väzenia. Peniaze mizli aj na účet pražskej

právnicičky Michaely Bartoškovéj za poskytovanie právnych služieb v podozrivej výške 2,9 milióna korún. Potvrdilo sa aj jej prepojenie na dozornú radu OP Prostějov. To však stále nie je všetko. Medzi ďalšími obvinenými je päťica bývalých vysoko postavených manažérov pre založenie majetku firmy na úkor veriteľov. Ak sa previnenie dokáže, môžu pobudnúť za mrežami tri roky. V poslednom období sedela v predstavenstve OP Prostějov päťica Milivoj Žák, Miroslav Galář, Zuzana Vlachová, Milan Antl a Lukáš Blažek. Či aj oni budú stíhaní, zatiaľ nie je jasné. „Toto však nie sú jediné podozrivé prípady. Vzhľadom na to, aký bol v hospodárení a v účtovníctve zmätok, čo sa tam robilo za rôzne majetkové machinácie, presuny v skladových zásobách a ďalšie veci, sa vôbec čudujem, že podnik prežil tak dlho,” podotkol jeden z účastníkov insolvenčného konania, ktorý mal o firme detailný prehľad, uviedla ďalej stránka idnes.cz.

Daňový splátkový kalendár

ZDROJ: FINANČNÁ SPRÁVA.SK

Slováci čoraz menej využívajú odklad platenia dane či splátkový kalendár. V minulom roku túto možnosť využilo takmer 60 občanov a firiem. Tento rok ich je za prvých šesť mesiacov o 90% menej. O možnosť zaplatiť daň v splátkach alebo odložiť splatnosť dane musí daňovník požiadať svojho správcu dane. K žiadosti je potrebné priložiť: navrhovaný harmonogram splátok, analýzu o ekonomickej a finančnej situácii daňovníka, záložné právo k dlžnej sume v prospech finančnej správy, doklad o uhradení správneho poplatku alebo kolký vo výške 9,5 eur. Za dobu povoleného odkladu alebo platenia dane v splátkach zaplatí daňovník úrok zo sumy odkladu dane alebo zo sumy povolenej splátky. Pri výpočte je rozhodujúca základná úroková sadzba Európskej centrálnej banky. Samotný úrok sa počíta ako trojnásobok tejto sadzby. V prípade, že súčin nedosiahne 10%, použije sa

10% ročná úroková sadzba. Úrok sa vypočíta za každý deň povoleného odkladu alebo povoleného platenia dane v splátkach.

Rok	Právnické osoby		Fyzické osoby	
	Odklad	Splátk. kalendár	Odklad	Splátk. kalendár
2008	22	13	2	13
2009	44	39	9	14
2010	35	17	2	6
2011	21	25	5	16
2012	22	19	10	13
2013	14	22	7	14
2014*	2	2	1	2

* do 17. 6. 2014

Rajčianska 46, 821 07 Bratislava
tel./fax: 02/ 4552 6578, mobil: 0911 714 148
e-mail: beatex@ba.psg.sk
www.gerberttechnology.com

servis - náhradné diely - poradenstvo

MEYER fixačné lisy **TREVIL** žehliaca technika
Papier na strihy: - plotterový, - termolepiaci, - samoprepisovací
Fólie a papier pre cuttery

GERBER TECHNOLOGY
kompletné automatizácie TPV a strihární

najnovší špičkový CAD software - modelovanie, konštrukcie a polohovanie strihov.
Systém s vysokou produktivitou práce a so všetkým, čo od takého systému môžete očakávať.
plottery pre CAD systémy
špičkový systém pre automatické polohovanie strihov
malé a veľké cuttery - stroje pre automatické strihanie látok
pokladacie linky

Srdečne vás pozývame do našej sesterskej firmy ZADAS s.r.o., Za Drahou 4479/2a, CZ-798 11, Prostějov, kde vám naši odborní pracovníci predvedú systémy na strihovú dokumentáciu GERBER - AccuMark a rezací systém GERBER cutter.

Kontakt: tel.: +420 582 300 280, fax: +420 582 300 299, e-mail: zadas@zadas.cz, www.zadas.cz

Etikety pro každou příležitost

ETKA labels, s.r.o.

Lojovice 76 | 251 69 Velké Popovice | ČR
Tel.: +420 323 619 060 | Email: office@etka.cz

ETKA
LABELS

www.etka.cz

FIXAČNÉ MATERIÁLY



PRE ODEVNÚ VÝROBU

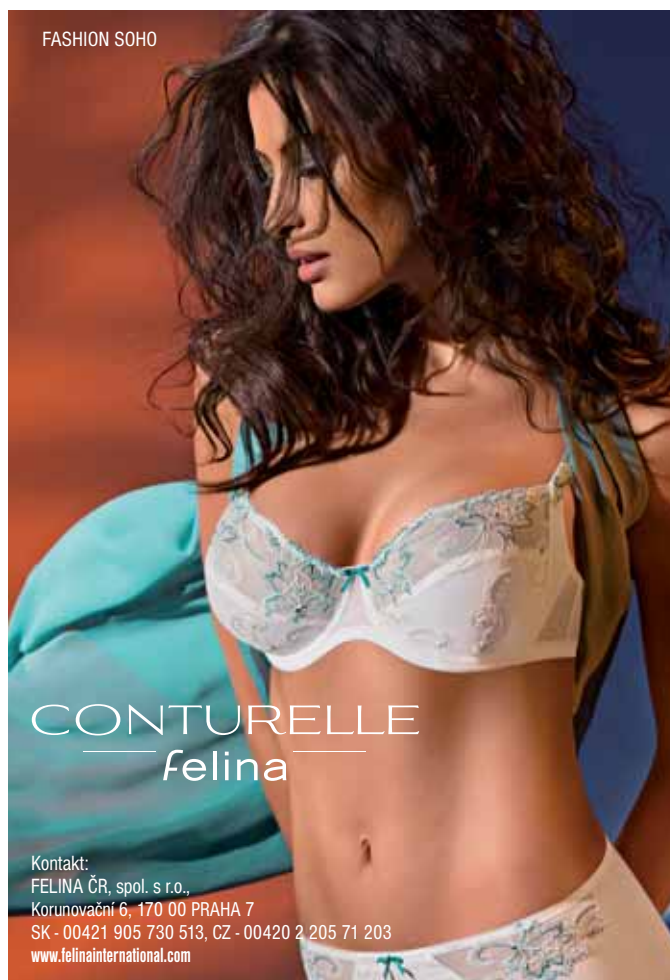
MIROSLAV DUBEC
KUFNER textil servis

- vlizelínové
- rašlové
- strečové
- prsné plaky
- perforované pásky
- spevňovacie pásky

vhodné aj na enzýmové pranie

Prevádzka: Kysucká cesta 3, 010 01 Žilina, Slovensko
tel./fax: 041/5624 548, mobil: 0903 501 105
e-mail: dubeckufner@stonline.sk

FASHION SOHO



CONTURELLE
felina

Kontakt:
FELINA ČR, spol. s r.o.,
Korunovační 6, 170 00 PRAHA 7
SK - 00421 905 730 513, CZ - 00420 2 205 71 203
www.felinainternational.com

Ponúkame široký výber oblečenia pre deti aj dospelých

baby - mini - junior
62-92 98-122 128-152



wendee
fashion for kids



veľkoobchodný sklad
a predajňa

★
Garlen s.r.o.
Hraničná 16
821 05 Bratislava
Slovensko

★
Po-Pi 08:00-16:00
So 09:00-12:00

+421 948 205 705
+421 948 206 706
info@wenice.sk
www.wenice.sk
facebook.com/wenice.sk

detské pyžamá
86-116 128-170



RolyPoly

...tričká, nohavice, košele, legíny, sukne, šaty, tepláky, tielka, bielizeň...



CAPPON ® DENIM DEPARTMENT

Pridajte sa k našim
maloobchodným partnerom
v Českej a Slovenskej
republike



V tomto období prezentujeme novú
kolekciu jeseň/zima 2014.
Radi Vás privítame.



mamatayoe



HLEDÁME NOVÉ

MALOOBCHODNÍ PARTNERY V ČESKÉ A
SLOVENSKÉ REPUBLICE

Kontakt

MAD MAX FASHION s.r.o.

Botanická 606/24, Brno

Tel.: +420 731 582 602

E-mail: info@madmax-fashion.com

www.madmax-fashion.com



Výhradné zastúpenie pre SR a ČR:

URBAN GROUP, s.r.o., Praha 9 - Běchovice, www.urbangroup.cz, tel.: +420 602 758 298

NAVŠTÍVTE NÁS NA VELTRHU STYL 24. – 26. 8. 2014 PAVILÓN P, STÁNOK P 14